

Inhalt

1. Begriffsbestimmungen	2
<ul style="list-style-type: none">• Marketing – Technisches Marketing• Marketingbegriffe• Marketingplan• Marketingziele	
2. Marketingstrategien	8
<ul style="list-style-type: none">• Programmstrategien• Marktstrategien• Preisstrategien	
3. Lebenszyklen von Produkten	12
<ul style="list-style-type: none">• Lebensdauerkurven• Produkt-Portfolios	
4. Analyse der Marktentwicklung	16
<ul style="list-style-type: none">• Umsatz- und Auftragseingangsstatistiken• Branchenvergleiche• ABC- Analyse	
5. Entstehung des Preises	25
<ul style="list-style-type: none">• Kostenrechnung• Rabatte	
6. Internationalisierung	28
<ul style="list-style-type: none">• Ziele• Voraussetzungen, Hemmnisse	
7. Marktgerechte Produktentwicklung	30
<ul style="list-style-type: none">• Trendpositionierung (Future Trends)• Zukunftsplanung (Future Scanning),• Corporate Foresight, Visionen• Anforderungsliste• Ideenfindungsmethoden• Ideenbewertung, Entscheidungsfindung	