

LB 8.18/1 „Marketing und Marktforschung“

Gliederung	Seite
Verzeichnis der Abbildungen	
0. Vorbemerkungen	3
1. Marketing als Verbindung zwischen Produzent und Konsument	3
2. Marketing und Vertrieb	5
2.1 Vertriebsaufgaben	6
2.2 Marketingaufgaben	8
2.3 Branchenunterschiede	12
3. Markt- und Marketingforschung	13
3.1 Erforderliche Informationen	14
3.2 Möglichkeiten der Informationsbeschaffung	17
3.3 Methoden der Marketingforschung	19
3.3.1 Stichproben	19
3.3.2 Quantitative und qualitative Marktforschung	26
4. Alltäglicher Marktforschungsbedarf	30
4.1 Marktbeobachtung durch Panelforschung	33
4.1.1 Handelspanel	33
4.1.1.1 Struktur des Handelspanels	34
4.1.1.2 Arbeiten mit dem Handelspanel	39
4.1.2 Haushaltspanel	41
4.1.2.1 Aufbau des Haushaltspanels	42
4.1.2.2 Arbeiten mit dem Haushaltspanel	43
4.2 Marktprognosen, Markttests und Testmärkte	44
4.3 Mediaforschung und Werbewirkungsforschung	45
4.3.1 Mediaforschung	47
4.3.2 Werbewirkungsforschung	49
4.4 Produkt-Tests	51
4.5 Ad Hoc-Forschung	53
4.6 Auswahl von Institut und Methode	54
5. Abschlußbemerkungen	55
6. Aufgaben zur Selbstkontrolle	56
7. Lösungstichworte zur Selbstkontrolle	57
8. Literaturverzeichnis	58
9. Fremdkontrollfragen	59