

Marketing

(Prüfungsthema Januar 2001)

Produktionsorientiertes Marketing:

- Es werden Produkte hergestellt, die am besten verkauft werden können.

Verkaufsorientiertes Marketing:

- Ein Überangebot soll an den Mann gebracht werden.

Marketingorientiertes Marketing:

- Der Hersteller richtet sich nach den Bedürfnissen des Verbrauchers.

Gesellschaftsorientiertes Marketing:

- Der Hersteller richtet sich auch hier nach den Bedürfnissen des Kunden, aber achtet auch darauf, dass die Gesellschaft und die Umwelt nicht zu Schaden kommt.

Generisches Marketing:

- Alle Werttransaktionen. Z.B. schon der Austausch von Zeit gegen Unterhaltung beim Fernsehen.

Humanes Marketing:

- Auf die Gesellschaft und die Moral ausgerichtetes Marketing.

Ökologisches Marketing:

- Auf die Umwelt ausgerichtetes Marketing

Sequentielles Marketing:

- Alle Sparten der Beschaffung- und Absatzmarktes wird hier eingegangen und der Zeitpunkt einer Maßnahme bestimmt.

Soziales Marketing:

- Marketing für Soziale Ideen oder Ziele.

Vertikales Marketing:

- Über alle Marktstufen den Verbraucher zu überzeugen.