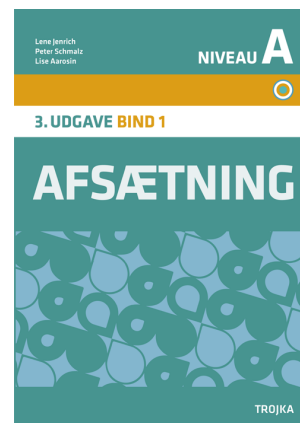


Afsætning, niveau A, 3. udgave

Kapitel	Bind 1 - Emne
	Virksomheden - begreber og metode
1	Hvad er en virksomhed
2	Markedsføringsbegreber
3	Metode
	Virksomheden og omverden
4	Makroforhold
5	Digitale forhold
	Virksomheden - strategisk planlægning
6	Virksomhedens værdikæde
7	Virksomhedens strategiske analyse
8	Virksomhedens vækststrategier
9	Virksomhedens konkurrencestrategier
	Virksomheden - efterspørgsel
10	Købsadfærd på konsumentmarkedet
11	Baggrundsforhold på konsumentmarkedet
12	Købsadfærd på B2B-markedet
13	Baggrundsforhold på B2B-markedet
14	Markedets størrelse
15	Segmentering og målgruppevalg - Nationalt
16	Virksomhedens differentiering og positionering
17	Markedsanalyse
18	Markedsanalyse i praksis
	Virksomheden - udbud
19	Konkurrenceforhold
20	Konkurrencemæssige positioner



Ekstra materialer på bogens webside via iTrojka

Afsætning, niveau A, 3. udgave

Kapitel	Bind 2 - Emne
	Virksomhedens marketingmix - Nationalt
21	Virksomhedens produkt - Nationalt
22	Virksomhedens serviceydelse - Nationalt
23	Branding og produktudvikling
24	Virksomhedens pris - Nationalt
25	Virksomhedens distribution - Nationalt
26	Virksomhedens kommunikationsplanlægning - Nationalt
27	Virksomhedens kommunikationsparametre - Nationalt
28	Virksomhedens digitale kommunikationsparametre - Nationalt
29	Virksomhedens marketingmix - Nationalt
	Virksomheden - Internationalisering
30	Virksomhedens internationalisering og globalisering
31	Markedsudvælgelse
32	Landeanalyse
33	Kulturelle forhold
	Virksomheden - Internationalt
34	Segmentering og målgruppevalg - Internationalt
35	Standardisering eller differentiering af marketingmixet - Internationalt
36	Virksomhedens produkt og serviceydelse - Internationalt
37	Virksomhedens pris - Internationalt
38	Virksomhedens indtrængningsstrategi - Internationalt
39	Virksomhedens distribution - Internationalt
40	Virksomhedens promotion - Internationalt
41	Virksomhedens internationale markedsføringsplan



Ekstra materialer på bogens webside via iTrojka