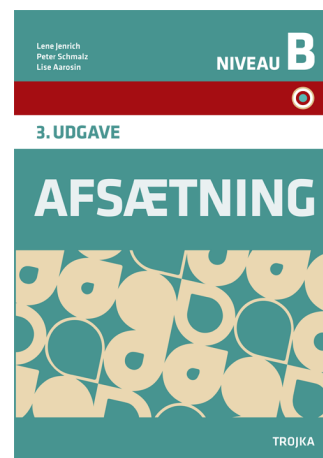


Afsætning, niveau B, 3. udgave

Kapitel	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
16	Virksomhedens differentiering og positionering
17	Markedsanalyse
18	Markedsanalyse i praksis
	Virksomheden - udbud
19	Konkurrenceforhold
20	Konkurrencemæssige positioner
	Virksomheden - marketingmix
21	Virksomhedens produkt
22	Virksomhedens serviceydelse
23	Virksomhedens branding og produktudvikling
24	Virksomhedens pris
25	Virksomhedens distribution
26	Virksomhedens kommunikationsplanlægning
27	Virksomhedens kommunikationsparametre
28	Virksomhedens digitale kommunikationsparametre
29	Virksomhedens marketingmix
30	Virksomhedens markedsføringsplan
	Virksomheden - internationalisering
31	Virksomhedens internationalisering og globalisering
32	Virksomhedens markedsudvælgelse



Ekstra materialer på bogens webside via iTrojka