

INHOUDSOPGAVE

BLZ

HOOFDSTUK	1	MARKETINGBEGRIPPEN	11
	1.1	Inleiding	11
	1.2	Doelstellingen	11
	1.3	Marketing	11
	1.4	Marktomvang, marktpotentieel en marktaandeel	16
	1.5	Markten	22
	1.6	Toepassingsgebieden van marketing	28
	1.7	Begrippen	32
	1.8	Eindopdracht	34
HOOFDSTUK	2	MARKTONDERZOEK	35
	2.1	Inleiding	35
	2.2	Doelstellingen	36
	2.3	Marktonderzoeksproces	37
	2.4	Field- en deskresearch	42
	2.5	Kwalitatief en kwantitatief onderzoek	44
	2.6	Enquête en interview	46
	2.7	Data-verzamelmethoden	51
	2.8	Marktonderzoeksvormen	55
	2.9	Steekproef	62
	2.10	Begrippen	64
	2.11	Eindopdracht	66
HOOFDSTUK	3	MARKTBENADERING	67
	3.1	Inleiding	67
	3.2	Doelstellingen	67
	3.3	Marketingplanningsproces	68
	3.4	Groeistrategieën van Ansoff	76
	3.5	Marktsegmentatie	78
	3.6	Segmentatiestrategieën	86
	3.7	Begrippen	88
	3.8	Eindopdracht	89
HOOFDSTUK	4	MARKETINGINSTRUMENTEN	91
	4.1	Inleiding	91
	4.2	Doelstellingen	91
	4.3	Marketingmix	92
	4.4	Productbeleid	95
	4.5	Plaats/Distributiebeleid	123
	4.6	Promotie/Communicatiebeleid	148
	4.7	Prijsbeleid	177
	4.8	Begrippen	184
	4.9	Eindopdracht	191
PRAKTIJKOPDRACHT		‘QB TECHNO’	193