

INHOUDSOPGAVE

BLZ

INTRODUCTIE MARKETING (BASIS)	11
-------------------------------	----

DEEL A THEORIE EN VERWERKING

HOOFDSTUK	1	MARKETINGBEGRIPPEN	13
	1.1	Inleiding	13
	1.2	Doelstellingen	13
	1.3	Marketing	13
	1.4	Marktomvang, marktpotentieel en marktaandeel	20
	1.5	Markten	26
	1.6	Toepassingsgebieden van marketing	32
	1.7	Marketingplanningsproces	37
	1.8	Marktsegmentatie	42
	1.9	Begrippen	51
	1.10	Eindopdracht	53
HOOFDSTUK	2	MARKTONDERZOEK	55
	2.1	Inleiding	55
	2.2	Doelstellingen	56
	2.3	Marktonderzoeksproces	57
	2.4	Field- en deskresearch	62
	2.5	Kwalitatief en kwantitatief onderzoek	64
	2.6	Enquête en interview	66
	2.7	Data-verzamelmethoden	71
	2.8	Marktonderzoeksvormen	75
	2.9	Steekproef	82
	2.10	Begrippen	84
	2.11	Eindopdracht	86
HOOFDSTUK	3	KOOPGEDRAG	87
	3.1	Inleiding	87
	3.2	Doelstellingen	87
	3.3	Consumentengedrag	88
	3.4	Koopbeslissingsproces consument	90
	3.5	Koopgedrag van consumenten	95
	3.6	Factoren die het koopgedrag van een consument beïnvloeden	98
	3.7	Adoptiecategorieën	114
	3.8	Koopbeslissingsproces organisatie	116
	3.9	Industrieel afnemersgedrag	124
	3.10	Begrippen	129
	3.11	Eindopdracht	132

HOOFDSTUK	4	MARKETINGINSTRUMENTEN	133
	4.1	Inleiding	133
	4.2	Doelstellingen	133
	4.3	Marketingmix (retailmix)	134
	4.4	Productbeleid	137
	4.5	Plaats/Distributiebeleid	171
	4.6	Promotie/Communicatiebeleid	200
	4.7	Prijsbeleid	238
	4.8	Begrippen	255
	4.9	Eindopdracht	261
HOOFDSTUK	5	ONLINE MARKETING EN E-COMMERCE	263
	5.1	Inleiding	263
	5.2	Doelstellingen	263
	5.3	E-marketing of online marketing	263
	5.4	E-commerce	265
	5.5	E-commerce en traditionele handel	267
	5.6	E-businessconcept en e-verdienmodel	269
	5.7	Van retail naar e-tail (e-tailmodellen)	277
	5.8	De succesfactoren van e-commerce	281
	5.9	Begrippen	282
	5.10	Eindopdracht	283
HOOFDSTUK	6	KENGETALLEN EN KOSTENBEGRIPPEN	285
	6.1	Inleiding	285
	6.2	Doelstellingen	285
	6.3	Commerciële kengetallen of ratio's	285
	6.4	Kostensoorten	289
	6.5	Bedrijfseconomische begrippen	293
	6.6	Kortingen en bonussen	305
	6.7	Omzet en exploitatie	308
	6.8	Begrippen	311
	6.9	Eindopdracht	313
DEEL B		EXAMENVOORBEREIDING	
EXAMENVOORBEREIDINGSOPDRACHT MARKETING BASIS			317