

Gliederung Vorlesung „Distributionspolitik“

A. Einleitung

- 1. Distributionspolitik Definition**
- 2. Distributionspolitik als Teilbereich des Marketing**
- 3. Aufgabe und Teilbereiche der Distributionspolitik**
- 4. Die Beziehung zwischen Distributionssystem Hersteller und Distributionssystem Handel**
- 5. Die Konfliktkonstellationen zwischen Hersteller und Handel**

B. Der Absatzweg als Gegenstand der Distributionspolitik

Einleitung: Konsumgüter, Gebrauchsgüter, Investitionsgüter, Dienstleistungen

- 1. Basiselemente und Distributionsfunktionen des Handelsbetriebes**
- 2. Die verschiedenen Betriebsformen und Vertriebstypen des Handels**
- 3. Ein- und mehrstufige Handelsbetriebe**
- 4. Der Handel für Fast Moving Consumer Goods**
 - 4.1. Die wichtigsten Handelskanäle und Grundbegriffe
 - 4.2. Betriebsformen / Vertriebsbahnen im Einzelhandel und ihre Analyse als Informationsgrundlage der Distributionspolitik
 - 4.3. Franchising
 - 4.4. Zielsysteme im Einzelhandel
- 5. Instrumente des Handelsmarketing im Einzelhandel**
 - 5.1. Betriebstypenpolitik
 - 5.2. Standortpolitik
 - 5.3. Sortimentspolitik
 - 5.4. Eigenmarken- bzw. Handelsmarkenpolitik
 - 5.5. Qualitäts- und Qualitätssicherungspolitik
 - 5.6. Servicepolitik
 - 5.7. Preispolitik
 - 5.8. Verkaufsförderungspolitik
 - 5.9. Werbepolitik
 - 5.10. Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation
 - 5.11. Verkaufspersonalpolitik
 - 5.12. Logistikpolitik
 - 5.13. Das Marketing-Mix im Handelsmarketing

6. Handelsinformationssysteme

7. Kundenbindungsinstrumente

8. ECR (Efficient Consumer Response) / Category Management

9. Das Verhalten der Distributionssubjekte als Gegenstand distributiver politischer Entscheidungen

1. Kaufverhalten und Kundenbindung

2. Kaufverhalten und Betriebstypen

10. Marktforschung im Einzelhandel

11. Beschaffungsmarketing - Einkaufspolitik

12. Direktvertrieb

13. Vertrieb über das Internet

C. Distribution bei Dienstleistungen

D. Die Internationalisierung des Handels.