

## **„Strategische Marken-Führung.“**

1. Markenführung als strategischer Erfolgsfaktor
2. Markenformen und ihre Vor- und Nachteile
3. Die Struktur von Dach- und Unternehmensmarken
4. Die Identität einer Marke
5. Der Markenwert
6. Strategische Markenführung
7. Aktuelle Entwicklungen und Trends
8. Erfolgsfaktoren der Markenführung
9. Die internationale Marke
  - a. Ziele und Strategien internationaler Markenführung
  - b. Standardisierung vs. Anpassung
  - c. Die Identitätsperspektiven der internationalen Marke
  - d. Produktpolitik bei internationalen Marken
  - e. Kommunikationspolitik bei internationalen Marken
10. Dienstleistungsmarken
11. Markenbewertung