

1. Teil: 1 Das Marketing-Konzept

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 12

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:	
F1:	S. 4-5	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 1-2	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 4-5	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 6	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 6-9	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 9-12	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

1. Teil: 2 Charakterisierung des Marketing-Management

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 17

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:	
F1:	S. 13	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 13-15	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 15-17	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251