



Fakultät für  
**Wirtschafts-  
wissenschaft**

# Strategisches Marketing und Internationales Marketing

Kurseinheit 4:

**Strategien der internationalen Marktbearbeitung  
und internationale Marketingorganisation**

(Version 1.10)

**Univ.-Prof. Dr. Rainer Olbrich**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>III</b>
<b>Der Autor .....</b>	<b>IX</b>
<b>Literaturhinweise .....</b>	<b>VII</b>
<b>1. Überblick über die behandelten Problembereiche und die Lehrziele .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Standardisierung versus Differenzierung als zentrales Problemfeld der internationalen Marktbearbeitung .....</b>	<b>5</b>
2.1. Die aus der Globalisierungsdebatte resultierenden Entscheidungskorridore für die internationale Marktbearbeitung .....	5
2.2. Internationale Produktpolitik .....	9
2.2.1. Grundlagen .....	9
2.2.2. Internationale produktpolitische Strategien .....	10
2.2.3. Internationale Markenpolitik .....	13
2.3. Internationale Preispolitik.....	17
2.3.1. Grundlagen .....	17
2.3.2. Internationale preispolitische Strategien .....	18
2.3.3. Ansätze internationaler Preisfindung.....	22
2.3.4. Internationale Preisdifferenzierung .....	23
2.3.4.1. Internationale Preisunterschiede bei standardisierten Gütern ..	23
2.3.4.2. Modellrechnung zur internationalen Preisdifferenzierung.....	25
2.3.5. Internationale Konditionenpolitik.....	31
2.4. Internationale Kommunikationspolitik .....	33

---

2.4.1. Grundlagen .....	33
2.4.2. Internationale werbepolitische Strategien .....	34
2.4.3. Messepolitische Entscheidungen .....	37
2.5. Internationale Distributionspolitik .....	39
2.5.1. Grundlagen .....	39
2.5.2. Internationale absatzkanalpolitische Strategien.....	40
2.5.3. Internationale Marketinglogistik .....	42
Übungsaufgabe .....	45
<b>3. Planung der internationalen Marketingorganisation .....</b>	<b>47</b>
3.1. Aufgaben der internationalen Marketingorganisation .....	48
3.2. Formen der internationalen Marketingorganisation .....	50
Übungsaufgabe .....	54
<b>4. Interdependenzen im Rahmen der Planung des internationalen Marketing .....</b>	<b>55</b>
Übungsaufgabe .....	59
<b>Lösungsskizzen zu den Übungsaufgaben .....</b>	<b>61</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>69</b>
<b>Glossar .....</b>	<b>73</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>77</b>