

Christian Beiz | Marcus Schögel
Torsten Tomczak (Hrsg.)

Innovation Driven Marketing

Vom Trefid zur innovativen
Marketinglösung



The[^]is

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
Autorenverzeichnis.....	XIII

Teil I: **Innovation Driven Marketing**

<i>Christian Beiz, Marcus Schögel, Torsten Tomczak</i> Innovation Driven Marketing.....	3
--	---

Teil 2: Trends und Prognosen zur Marketingentwicklung

<i>Christian Beiz</i> BigPicture.....	23
--	----

<i>Holger Rust</i> Die dritte Kultur im Marketing.....	29
---	----

<i>Christian Beiz, Andreas Giger, Jörg Jelden, Peter Wippermann</i> Neue Prinzipien für das Marketing.....	35
---	----

<i>Lydia Ebersbach, Oliver Gassmann, Sven Reinecke</i> Neue Grenzen für Innovation.....	49
--	----

<i>Andreas Brandenburg, Andreas Herrmann, Georges T. Roos, Jürgen Rösger</i> Verändertes Kundenverhalten.....	61
--	----

<i>Christian Beiz, Heribert Meffert</i> Neue Objekte des Marketing.....	71
--	----

Hermann Diller, Klaus Backhaus, Matthias Weddeling
Neue Professionalität des Marketing.....79

Miriam Meckel, Philipp Osl, Hubert Österle
IT Driven Marketing.....B7

Christian Beiz
Marketingparadigmen auf dem Prüf stand.....95

Teil 3:
Akzente im innovativen Marketing

Christian Beiz
Übersicht: Akzente im innovativen Marketing.....109

Teil 4:
Determinanten radikaler Produktinnovationen

Andreas Herrmann, Frank Huber, Torsten Tomczak
Determinanten radikaler Produktinnovationen161

Teil 5:
Beispiele zu innovativen Lösungen im Marketing

Christian Beiz, Marcus Schögel
Beispiele zu innovativen Lösungen im Marketing.....197

Autorenteam
Innovationen aus gesellschaftlichen Entwicklungen.....205

Autorenteam
Innovationen aus technologischen Entwicklungen.....233

Autorenteam
Managementkonzepte und -ansätze.....269

Teil 6:
Prozesse und Methoden des Umgangs mit Trends

<i>Marcus Schögel</i> Von Trends zu Konzepten.....	327
<i>Marcus Schögel, Corsin Sulser</i> Scenario Management.....	343
<i>Christian Beiz</i> Organisation und Spezialisierung für ein innovatives Marketing".....	363
<i>Dirk Zupancic</i> ** Raum für Marketinginnovationen.....	401
<i>Kadri Vunder Fontana</i> Innovation Process: New Business Development.....	423

Teil 7:
Mehr Einfluss des Marketing

<i>Christian Beiz</i> Mehr Einfluss des Marketing.....	437
Literaturverzeichnis.....	445
Stichwortverzeichnis.....	477