

Korrigenda

Titel	Grundlagen der Kommunikation für Marketing- und Verkaufsverantwortliche
--------------	--

Auflage	2., überarbeitete Auflage 2023
Code	XMK 024
Artikelnummer	17832
Datum	11.04.2024
Ausgabe	U2013

Position	Beschreibung						
Kapitel 2 Seite 38	<p>Repetitionsfrage 6 Beschreiben Sie für ein Süssgetränke-Unternehmen je eine mögliche Form der funktionalen und instrumentalen Integration.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Ebene</th> <th>Entscheide</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Funktional</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Instrumental</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Ebene	Entscheide	Funktional		Instrumental	
Ebene	Entscheide						
Funktional							
Instrumental							
Seite 152	<p>Lösung</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Ebene</th> <th>Entscheide</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Funktional</td> <td>Die Instrumente Public-Relations, Werbung und Verkaufsförderung ergänzen sich gut abgestimmt gegenseitig in der Entwicklung von Imageaufbau und -pflege, Steigerung Produktbekanntheit, um den Absatz durch Promotionen sicherzustellen.</td> </tr> <tr> <td>Instrumental</td> <td>Sponsoring könnte im Fall eines attraktiven Publikums-Events (z. B. Fussball-Euro) im Rahmen der Mediawerbung zusätzliche Impulse zur Belebung der Marke und für den Absatz ermöglichen.</td> </tr> </tbody> </table>	Ebene	Entscheide	Funktional	Die Instrumente Public-Relations, Werbung und Verkaufsförderung ergänzen sich gut abgestimmt gegenseitig in der Entwicklung von Imageaufbau und -pflege, Steigerung Produktbekanntheit, um den Absatz durch Promotionen sicherzustellen.	Instrumental	Sponsoring könnte im Fall eines attraktiven Publikums-Events (z. B. Fussball-Euro) im Rahmen der Mediawerbung zusätzliche Impulse zur Belebung der Marke und für den Absatz ermöglichen.
Ebene	Entscheide						
Funktional	Die Instrumente Public-Relations, Werbung und Verkaufsförderung ergänzen sich gut abgestimmt gegenseitig in der Entwicklung von Imageaufbau und -pflege, Steigerung Produktbekanntheit, um den Absatz durch Promotionen sicherzustellen.						
Instrumental	Sponsoring könnte im Fall eines attraktiven Publikums-Events (z. B. Fussball-Euro) im Rahmen der Mediawerbung zusätzliche Impulse zur Belebung der Marke und für den Absatz ermöglichen.						