



Fachbereich Marketing

In diesem Fachbereich lernen Sie das weite Feld der »Verkaufsunterstützung« kennen, und zwar für alle Waren und Dienstleistungen. Sie lernen, Ihre Marketingaktivitäten zu planen und umzusetzen. Dabei bedienen Sie sich sämtlicher Absatz- und Kommunikationswege, die zu den jeweiligen Märkten führen. Sie lernen überdies die Wirksamkeit bzw. den Erfolg Ihrer Aktivitäten zu steuern. Die für das Marketing relevanten Schnittstellen zu Geschäftsprozessen und Unternehmensbereichen werden hier thematisiert.

Baustein → Marketing-Basics

■ Grundlagen des Marketing

Die Entwicklung von der Absatzwirtschaft zum Marketing - Ziele und Aufgabenbereich des Marketing - Grundsätze des Marketing - Marketingziele, Marketingstrategien - Güter, Markt, Marktgrößen - Kaufentscheidungsprozess - Marketingpolitische Instrumente

■ Marketingplanung und Informationsbeschaffung

Marketing-Management - SWOT-Analyse - Marketingziele - Marketingstrategie - Marketingmaßnahmenplanung - Marketingcontrolling (Überblick) - Ziele und Aufgaben der Marktforschung, Sekundärforschung, Primärforschung - Erhebungsverfahren - Marktforschungsanforderungen - Marktanalyse - Marktbeobachtung - Marktprognose

■ Produkt- und Kontrahierungspolitik

Produktpolitik - Innovation - Variation - Differenzierung - Diversifikation - Produktlebenszyklus - Portfoliotechnik - Sortimentsbreite - Sortiments-tiefe - Break-Even-Analyse - Preisgestaltung - Preisdifferenzierung - Penetrationsstrategie - Skimmingstrategie - Kostenarten - Rabattpolitik

■ Distributionspolitik

Absatzwege - Vertriebssysteme - Handelsfunktionen - Marketinglogistik - Transportlösungen

■ Kommunikationspolitik

Grundlagen - Werbung - Verkaufsförderung - Persönlicher Verkauf - Public Relations - Direktwerbung - Product-Placement - Messen und Ausstellungen - Sponsoring - Event-Marketing

■ Marketingcontrolling / Marketingorganisation

Begriff Marketingcontrolling, Controlling-Aufgaben - Marketing-Audit - Balanced Scorecard - Gap-Analyse - 4-Felder-Matrix - Begriff Marketingorganisation, Kriterien - Produkt-Manager/-innen - Key Account Manager/-innen - Organisationsformen

Baustein → Marketing-Specials

■ **Marketing-Controlling**

Kennzahlen - Funktionen - Marketingplanung - Marketing-Audit
- Methoden

■ **Weitere spezielle Marketingtypen**

Konsumgütermarketing - Investgütermarketing - Uno-actu-Prinzip -
Unterschiede der Marketing-Bereiche - Unterschiede der Marketing-
Instrumente

