

Schriftlicher Management-Lehrgang in 10 Lektionen

Start: April 2008 • 4. Auflage

Kompaktwissen Marketing

für Neu- und Quereinsteiger

Themen aus dem Inhalt

- Ermittlung der Nachfrage
- Marktpositionierung
- Produktgestaltung
- Kommunikationsinstrumente
- Absatzkanäle
- Pricing-Strategien
- Marktforschung
- Kundenbindung
- Marketing-Controlling
- Trends

www.euroforum-verlag.de/marketingkompakt

- Fachwissen komprimiert und praxisnah!
- Sie erhalten jede Woche eine Lektion zum Selbststudium.

Marketing: Schnittstelle im Unternehmen und Tor zum Markt

Marketing ist eine der Hauptschnittstellen im Unternehmen: einerseits zwischen unterschiedlichen Abteilungen und Dienstleistern, andererseits zwischen Unternehmen und Absatzmärkten. Nur wenn Marketing als verlässliche Schnittstelle funktioniert, können erfolgversprechende Produkte mit aussichtsreichen Märkten verbunden und Marktanteile gesichert werden.

Wie platzieren Sie Ihre Produkte optimal und in welchen Märkten? Wie kommunizieren Sie mit Ihrer Zielgruppe? Wie stellen Sie den Erfolg Ihrer Marketinginstrumente fest, wie sichern Sie zukünftige Absatzmärkte? Und: Wie koordinieren Sie die angrenzenden Abteilungen und generieren die relevanten Informationen?

Anregungen zur Lösung vieler Fragestellungen des Marketings erhalten Sie über diesen schriftlichen Management-Lehrgang. Autoren mit hoher Markterfahrung stellen Ihnen die Werkzeuge und Analysetools des Marketings vor und bieten Ihnen Ansätze für Ihr Tagesgeschäft und Ihre marketingstrategische Ausrichtung. Nutzen Sie diesen Lehrgang, um Ihr Verständnis der Marketingprozesse zu vertiefen und die Grundlage für weiteres Wachstum zu legen. Die exklusive Zusammenstellung der Inhalte und unser erprobtes didaktisches Konzept geben Ihnen den Einstieg hierzu.

Der Ablauf Ihrer Weiterbildung

Ihre schriftliche Weiterbildung beginnt am 4. April 2008 mit einer grundlegenden Einführung in das Marketing und in den Lehrgang. In Wochenabständen folgen die weiteren Lektionen zu Marketingstrategien, den „4 Ps“, Marketingcontrolling und weiteren Instrumenten, die das Marketing bereitstellt. Sie lernen praxisorientiert und in Ihrem eigenen Lerntempo. Die Lektionen liefern wir Ihnen im Umfang von 50 bis 70 Seiten in unserem nutzerfreundlichen Layout – als Bonus erhalten Sie eine CD-ROM mit allen Lektionen.

Sie stehen bei uns im Mittelpunkt

Wir stehen Ihnen während des Lehrgangs bei Fragen zum Ablauf zur Verfügung. Darüber hinaus können Sie uns jederzeit Fragen zu den Inhalten der Lektionen senden, die wir an die jeweiligen Autoren weiterleiten.

Marketingwerkzeuge aus erster Hand ••••• • • • • • • • • • •

Ihre Ansprechpartner

Konzeption und Inhalt

Matthias Kroll

Lehrgangs-Manager

Organisation

Anja Urban

Senior-Lehrgangs-Assistentin

E-Mail: anja.urban@euroforum.com



Info-Telefon: 02 11/96 86–31 72

Die Lektionen im Überblick

Zeitplan

Start: 4. April 2008

Ende: 6. Juni 2008

Jede Woche erhalten Sie eine Lektion zum Selbststudium.

Fachliche Leitung

Mirko Düssel,

Mirko Düssel & Co. Interdisziplinäre Unternehmensberater

Lektion 1

Grundlagen des Marketings

- Was ist Marketing? Bedeutung des Marketings
- Bedürfnisse und Nachfrage – womit alles beginnt
- Kennen Sie Ihre Kunden?
Produkt, Qualität und Kundenzufriedenheit
- Unterschiedliche Arten von Marketing
- Mythen im Marketing
- Ethik und Marketing
- Das strategische Dreieck
- Umsetzung – der Marketingprozess
- Existenzberechtigung – Märkte und Zielgruppen

Mirko Düssel

Lektion 2

Strategisches Marketing

- Was ist Strategie? Abgrenzungen und Missverständnisse
- Definition von Geschäftsfeldern (Zielmarktbestimmung)
- Analysen: SWOT-Analyse, Portfolio-Analyse, 5 Forces, Trendanalyse
- Marketingleitbild: Prinzipien erfolgreichen Marketings
- Strategie: Geschäftsfeldstrategie, Wettbewerbsstrategie, Wachstumsstrategie
- Positionierung: Marktsegmentierung, differenzierender Wettbewerbsvorteil, Positionierungsprozess
- Strategische Veränderungsprozesse gestalten

Mirko Düssel

Lektion 3

Marketing-Mix I: Produkt- und Servicepolitik

- Produktpolitik und Produktmanagement
- Handlungsschwerpunkte in der Produktpolitik
- Produkt-, Marken- und Verpackungspolitik
- Der Prozess der Produktgestaltung – von der Marktanalyse bis zum Produkttest
- Produkt-Monitoring
- Der Prozess der Imagegewinnung und -auswahl
- Produktdesign und Kundenbindung

Prof. Dr. Udo Koppelman, Direktor des Produktseminars,
Universität zu Köln

Lektion 4

Marketing-Mix II: Kommunikationspolitik

- Was ist Marketingkommunikation (Kommunikationsprozess)?
- Rahmenbedingungen und Konzeptelemente
- Nicht-klassische Kommunikationsinstrumente: Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Placement, Sponsoring, Beziehungsmanagement, Online-Werbung, Messen/Ausstellungen, Events, Direktwerbung, Verkaufsliteratur
- Medienwerbung: Zeitschriften, Zeitungen, Fernsehen, Hörfunk, Kino, Plakat, Intermediavergleich, Intramedia-vergleich, Mediaplanung
- Integrierte Kommunikation (Corporate Identity)
- Werbecontrolling (Werbeeffektivität, Werbeerfolg)
- Internationale Werbung, Zusammenarbeit mit Werbeagenturen

Prof. Werner Pepels, Internationales Absatz- und Beschaffungsmarketing, Fachhochschule Gelsenkirchen

Lektion 5

Marketing-Mix III: Distributionspolitik

- Gestaltung des Absatzkanals
- Absatzmittler: Handelsfunktionen, Betriebsformen
- Absatzhelfer: Handelsvertreter, Kommissionäre, Makler
- Kooperation im Absatzkanal

- Logistisches Distributionssystem: Warenwirtschaft, Transportentscheidungen, Lagerentscheidungen
- Verkaufspolitik: Direktabsatz, Außendienststeuerung, Reisender vs. Handelsvertreter, Marktveranstaltungen

Prof. Werner Pepels

● **Lektion 6**

Marketing-Mix IV: Professionelles Pricing

- Grundlagen des professionellen Pricings
- Wirkung des Preises auf den Absatz
- Preiskriege: Ursachen und Folgen
- Methoden zur Preisoptimierung
- Intelligente Formen der Preisdifferenzierung
- Preis- und Wertdurchsetzung
- Preisorganisation
- Reorganisation der Pricing-Prozesse

Dr. Georg Wübker, Partner, Simon Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants GmbH

● **Lektion 7**

Marktforschung

- Was ist Marktforschung? Wesen und Aufgaben
- Marktforschungsprozess und Marktforschungsportfolio
- Primärforschung: Befragung, Beobachtung, Panel, Experimente und Testmärkte
- Sekundärforschung: interne und externe Quellen
- Datenauswertung und Prognose
- Methodische Probleme

Dr. Hans-Willi Schroiff, Vice President Market Research,
Henkel KGaA

● **Lektion 8**

Kundenmanagement und E-Commerce

- Wertorientiertes Kundenmanagement
- Database Management
- Direktmarketing

- Multi-Channel-Kommunikation
- Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
- Callcenter-Marketing
- E-Mail-Marketing
- Kooperations- und Suchmaschinen-Marketing
- Couponing
- Planungs- und Steuerungsinstrumente

Dr. Jens Kirchner, Mitglied der Geschäftsleitung, Quelle GmbH

● **Lektion 9**

Marketingorganisation, -planung und -controlling

- Organisatorische Einordnung/hierarchische Stellung des Marketings
- Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen
- Marketing-Informationssystem
- Grundsätze der Planung
- Marketingplan und Marketingplanung
- Grundbegriffe der Kostenrechnung als Basis für das Marketing-Controlling
- Ergebnisorientiertes Controlling und wichtige Marketing-Kennzahlen
- Schwachstellenanalyse und Frühwarnsysteme

Gerda Geyer, Senior Consultant, Innovation Norway,
Project Manager Springboard Germany

● **Lektion 10**

Trends im Marketing

- Was sind Trends? Trend vs. Mode
- Ermitteln relevanter Zukunftsfaktoren
- Tendenzen in der Unternehmensführung
- Trendanalyse in der Praxis
- Neue Denkmodelle und Ansätze im Marketing (Permission Marketing, CRM, One-to-One, Customer-Life-Time-Value ...)
- Aktiver Umgang mit Trends

Prof. Dr. Dr. Kurt Nagel, Bayerische Julius-Maximilians-Universität zu Würzburg und Kurt Nagel – Systeme für Erfolg, und
Mirko Düssel

Ihr Autorenteam



Fachliche Leitung: Mirko Düssel,
Mirko Düssel & Co.
Interdisziplinäre Unternehmensberater

Gerda Geyer
Innovation Norway, Springboard Germany



Dr. Jens Kirchner
Quelle GmbH

Prof. Dr. Udo Koppelman
Universität zu Köln



Prof. Dr. Dr. Kurt Nagel
Bayerische Julius-Maximilians-Universität
zu Würzburg

Prof. Werner Pepels
Fachhochschule Gelsenkirchen



Dr. Hans-Willi Schroiff
Henkel KGaA

Dr. Georg Wübker
Simon Kucher & Partners Strategy &
Marketing Consultants GmbH

Die Lebensläufe der Autoren finden Sie im Internet unter:
www.euroforum-verlag.de/marketingkompakt

Weitere schriftliche Management-Lehrgänge:

Marketing- und Vertriebscontrolling

Start: Februar 2008

www.euroforum-verlag.de/vertriebscontrolling

Neues Marketing

Start: März 2008

www.euroforum-verlag.de/marketingtrends

Qualitätsmanagement

Start: Februar 2008

www.euroforum-verlag.de/qualitaet

Mit Qualität zum Erfolg

Die EUROFORUM Verlag GmbH hat mit schriftlichen Management-Lehrgängen für Führungs- und Nachwuchskräfte eine individuelle und flexible Form der Weiterbildung in Deutschland etabliert. Als Qualitätsführer setzen wir Zeichen durch Aktualität der Inhalte, Professionalität in Text und Gestaltung sowie durch Individualität in der Kundenbetreuung. Unser Lehrgangsportfolio von derzeit über 140 unterschiedlichen Wirtschaftsthemen erweitern und optimieren wir fortlaufend. Renommiertere Autoren vermitteln Ihnen detailliertes Fachwissen in komprimierter und praxisnaher Form. Sie erzielen durch unsere Produkte einen optimalen Weiterbildungserfolg.

Die EUROFORUM Verlag GmbH ist Teil der Informa plc, einem börsennotierten Unternehmen mit Sitz in London. Mit mehr als 10.000 Veranstaltungen und mehr als 40.000 Publikationen steht Informa für qualitative Informationen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung in über 70 Ländern.

Deutsche Post

Entgelt bezahlt
40210 Düsseldorf

Schriftlicher Management-Lehrgang in 10 Lektionen

Kompaktwissen Marketing

- Ja, ich melde mich/wir melden uns an für den schriftlichen Management-Lehrgang „Kompaktwissen Marketing“ zum Preis von € 1.799,- zzgl. MwSt. pro Person. [P6100327M780]
- Ich möchte meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen. [Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

Information und Anmeldung

Anja Urban

Telefon: 02 11/96 86-31 72

Fax: 02 11/96 86-41 50

E-Mail: anja.urban@euroforum.com

Schriftlich: EUROFORUM Verlag GmbH

Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

www.euroforum-verlag.de/marketingkompakt

Zeitplan

Start: 4. April 2008

Ende: 6. Juni 2008

Jede Woche erhalten Sie eine Lektion zum Selbststudium per Post.

Unsere Leistung für Sie

- Lehrgangsmaterial in 10 schriftlichen Lektionen
- Übungsaufgaben zu jeder Lektion inklusive Musterlösungen
- CD-ROM mit allen Lektionen
- 2 Sammelordner
- Individuelle Betreuung
- Teilnahme-Zertifikat

TEILNAHMEBEDINGUNGEN. Der Preis für diesen Lehrgang beträgt € 1.799,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Sie können Ihre Bestellung innerhalb von 14 Tagen nach Eingang schriftlich widerrufen.

IHRE DATEN. Ihre Daten werden von der EUROFORUM Verlag GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Produkte informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre Einwilligung, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Telefon: 02 11/96 86-33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

Name 1:

Position:

Abteilung:

E-Mail:

Name 2:

Position:

Abteilung:

E-Mail:

Firma:

Ansprechpartner im Sekretariat:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

Fax:

Rechnung an (Name):

Abteilung:

Lieferung an (Anschrift):

Datum:

Unterschrift:

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____ Position: _____

EUROFORUM
Verlag

Faxantwort an Anja Urban: 02 11 / 96 86 - 41 50