

4. April 2014

Kurs: mar
Thema: Marketingmanagement

Themen:

- Aufgabenfelder des Marketings
- Grundkonzepte für das Marketing (Bedürfnisse, Wünsche, Nachfrage; Produkte; Nutzen, Kosten, Zufriedenstellung; Austauschprozesse, Transaktionen; Beziehungen, Netzwerke; Märkte; Marketer, Interessent)
- Nachfragesituationen und die dazu gehörigen Marketingarten
- Philosophien für Marketingkonzepte (Produkt-, Produktions-, Verkaufskonzept-, Marketing-Managementkonzept)
- Markenartikel
- Planung effektiver Werbeprogramme (Werbeziel, -budget, -botschaft, -trägerbelegung, -wirkung)

Achtung: Dieser Kurs ist für die Medienkaufleute Digital und Print **nicht** wählbar!

Auskunft und Beratung bei Herrn Heilgermann (Fachbereichsleiter BWL II).