



Kurs Marketing und Vertriebsmanagement

Kurzbeschreibung des Kurses

Der gesamte Kurs gliedert sich in 2 Teile:

- eine 4-wöchige online-Phase mit s-win
- eine anschließende Unterrichtsphase in Landshut von 23 Tagen

Sowohl mit dem Kurs wie auch mit ausgewählten einzelnen Modulen wird die Fachkompetenz der Teilnehmer wesentlich erhöht.

Während der Selbstlernphase wird zunächst das Thema Servicequalität in Form von online Lernmaterialien abgedeckt. Außerdem erfolgt eine Einführung in den Themenbereich Marktforschung anhand einer Selbststudiumsunterlage.

Zu Beginn der Unterrichtsphase werden zuerst Begriffe wie Marketing, Vertrieb, Verkäufer- und Käufermarkt, Bank- und Sparkassenmarketing geklärt, um dann das erlernte Instrumentarium in einer Fallstudie anzuwenden.

Der Marktforschung wird hohe Beachtung geschenkt. Dies soll die Wichtigkeit der Primär- und Sekundärforschung betonen und zur Einsicht führen, dass genaueste Informationen die Effizienz von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen erhöhen.

Die Marktkommunikation soll Informationen zum Zwecke der Steuerung von Meinungen, Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen gemäß der geschäftspolitischen Gesamtstrategie übermitteln. Neben den praktischen und personellen Voraussetzungen werden die Themen Werbung, Wettbewerbsrecht, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring dargestellt.

Im weiteren Verlauf wird die strategische Ausrichtung des Marketing, Preis- und Produktpolitik, Vertriebssteuerung und Vertriebsmanagement behandelt. Eine erarbeitete Gesamtfallstudie wird präsentiert, wobei hier kommunikative und rhetorische Kompetenz an die Teilnehmer vermittelt wird.

Begleitend werden Abendveranstaltungen mit fachbezogenen Themen (z.B. Pressefahrt) sowie Angebote aus dem kulturellen/sozialen Bereich den Kurs zusätzlich bereichern.