



Kurses Marketing und Vertriebsmanagement

Studieninhalte

1. Grundlagen Marketing (10 DS)

Einführung Marketing/ Marketingplanung (7 DS)

Zwischenfallstudie (3 DS)

2. Marktforschung in Theorie und Praxis (12 DS)

Grundlagen der Marktforschung (Selbststudium 4 Stunden Lernzeit)

Sekundärmarktforschungsinstrumente in der Praxis (8 DS)

Primärmarktforschungsinstrumente in der Praxis (4 DS)

3. Leistungsprogramm- und Konditionenpolitik (3 DS)

Produktpolitik (1,5 DS)

Preispolitik (1,5 DS)

4. Vertriebspolitik (4 DS)

Vertriebswege und -konzepte (4 DS)

5. Kommunikationspolitik (12 DS)

Gemeinschaftswerbung (4 DS)

Verkaufsförderung (4 DS)

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (4 DS)

6. Grundlagen der Geschäftspolitik (6 DS)

7. Vertriebsmanagement(23 DS)

Grundlagen Vertriebsmanagement (4 DS)

Vertriebsmanagement und -steuerung in der Praxis (8 DS)

Kampagnenmanagement und praktische Umsetzung (3 DS)

Kundenbindung und –betreuung im Vertrieb (8 DS)

8. Wettbewerbsrecht (4 DS)

9. Qualitätsmanagement (4 DS)

Servicequalität (Selbststudium 4 Stunden Online-Lernzeit)

Beschwerdemanagement (4 DS)

10. Gesamtfallstudie (4 DS)