

Marketing und Vertrieb

Studien- modul

1

Marketing und Vertrieb I – Microeconomics for Business

- Einführung in die Ökonomie
- Funktionsweise der Märkte
(u. a. Veränderungen im Marktgleichgewicht, Überblick über Marktformen)
- Haushaltstheorie: Bestimmungsfaktoren Nachfrage
- Unternehmenstheorie: Bestimmungsfaktoren Angebot
- Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie (u. a. Marktmacht, Oligopol)
- Informationen und Märkte
(u. a. Gleichgewichtsanalyse, Effizienz bei Tausch und Produktion)

2

Marketing und Vertrieb II – Marketingchancen und -management

- Marktforschung: Bedeutung und Durchführung
- Konsumentenforschung
(u. a. Paradigmen des Konsumentenverhaltens, Kaufentscheidungsprozess)
- Trend- und Zukunftsforschung
- Innovationsmanagement
(u. a. Innovationsfördernde Unternehmenskultur, Kernkompetenz- und Netzwerkmanagement)
- Markenmanagement
- Health-Care-Marketing

3

Marketing und Vertrieb III – Vertriebsmanagement

- Strategisches Vertriebsmanagement
- Ausgewählte Vertriebsstrategien und -konzepte
(u. a. Customer-Relationship-Management, Key-Account-Management)
- Vertriebsorganisation
- Vertriebsprozesse (u. a. Kundengewinnung, Kundenbindung)
- Strategisches und operatives Vertriebscontrolling
- Vertriebsorientiertes Informationsmanagement
- Ausgewählte rechtliche Aspekte im Vertrieb
- Vertriebsmanagement im Bereich Prävention und Gesundheitsförderung