Marketing

Marketing Grundlagen · Anbieter: Karriere Tutor

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Zeitgebunden
Dauer	4 Wochen in Vollzeit oder 8 Wochen in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 2 Wochen
Vorkenntnisse	Berufliche Vorerfahrung
Abschluss	Zertifikat von Karriere Tutor
Inklusive	Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

Karriere Tutor
Steinerstraße 15, 81369 München
Telefon: 06174 9513046
E-Mail: karriereberatung@karrieretutor.de
Web: https://www.karrieretutor.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Strategisches Marketing verlangt den Blick auf Markt, Kunden und eigene Ressourcen zugleich. Der Kurs Marketing arbeitet von der Analyse über Zielbildung und Positionierung bis zum Controlling. Im Kurs geht es darum, wie die vier Instrumente des Marketingmix aus der Strategie abgeleitet werden.

Der Kurs verbindet strategische Marketingplanung mit ihrer operativen Umsetzung und Kontrolle. Damit lassen sich Marketingaktivitäten begründet ausrichten und in ihrer Wirkung bewerten.

02 Lehrplan & Module

1. Einführung in das Strategische Marketingmanagement

Übersicht zum Themengebiet

2. Situationsanalyse

Strategische Situationsanalyse
Strategisches Dreieck
Kundenorientierung (Customer Centricity)
Wettbewerbsorientierung (USP - Unique Selling Proposition)
Situationsanalyse mit SWOT

3. Interne Analyse

Finanzielle Analyse
Marketingrelevante Kennzahlen
Kennzahlensysteme
Ressourcenanalyse
Ressourcenprofil
Portfoliomethode
Lebenszyklusanalyse
Programmstrukturanalyse
Kernkompetenzen

4. Externe Analyse

Mikroumwelt: Kunden, Wettbewerber, Lieferanten
Branchenstrukturanalyse
Käuferverhalten und Parameter
Makroumwelt: Allgemeine Rahmenbedingungen
PESTEL-Analyse

5. Käuferverhalten

Verhaltens- und neuropsychologische Modelle
Paradigma des Kaufverhaltens
S-O-R-Modell
Typologisierung und Bestimmungsfaktoren

6. Marketingforschung und -prognose

Aufgaben
Prozess
Methoden
Prognose

7. Marktabgrenzung und -segmentierung

Markterfassung und Marktbeobachtung
Sachliche, räumliche und zeitliche Marktabgrenzung
Segmentierungskriterien
Segmentmarketing
Anforderungen an Marktsegmente
Psychografische Segmentierungansätze

8. Marketing-Ziele und -Strategien

Übersicht und Begriffe

9. Formulierung von Zielen

Quantitative und qualitative Ziele
Ökonomische und psychografische Ziele
Zielbeziehungen
Kurz-, mittel- und langfristige Ziele
Anforderungen
Zielgruppen

10. Marketing-Strategien und Positionierung

Definition Strategie
Zweck einer Strategie
Bezugsebenen
Positionierung aus Kundensicht
Kano-Modell der Kundenzufriedenheit
Perceptual Map

11. Strategische Basisoptionen

Marktwahlstrategien
Marktteilnehmerstrategien
Strategiebewertung

12. Markenführung

Definition Marke
Stellenwert
Funktion aus Kunden- und Unternehmenssicht
Identitätsbasierter Markenführungsansatz
Markenarchitektur und Typologisierung
Strategische Markenplanung
Operatives Branding
Controlling / Markenbewertung

13. Marketing-Mix: 4P-Ansatz

Allgemeine Informationen

14. Produktpolitik

Ziele und Erfolgsfaktoren
Produkt / Programm, Programmgestaltung
Produktinnovation, -variation, -differenzierung, elimination

15. Preispolitik

Ziele und Erfolgsfaktoren
Bestimmungsfaktoren
Strategien
Preisfindung
Konditionenpolitik

16. Kommunikationspolitik

Ziele und Erfolgsfaktoren
Strategien
Budget
Mediaplanung
Botschaft

17. Distributionspolitik

Ziele und Erfolgsfaktoren
Strategien
Absatzkanäle
Marketinglogistik

18. Marketingcontrolling und branchenspezifisches Marketing

Begriffe und Definitionen

19. Marketing-Controlling

Ziele / Warum Controlling?
Kennzahlen / Wie?
Strategisches Controlling
Operatives Controlling

20. Industriegütermarketing

B2B / Abgrenzung von B2C
Spezifika der Nachfragerseite
Spezifika von Industriegütern

21. Dienstleistungsmarketing

Merkmale von Dienstleistungen / Abgrenzung von Konsumgütern
Erweiterter Marketing Mix: 7P-Ansatz

22. Internationales Marketing

Globale Rahmenbedingungen
Auslandsmärkte

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zertifikat von Karriere Tutor

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Berufliche Vorerfahrung

Abgeschlossene Berufsausbildung und/oder Studium.

Technische Voraussetzungen

Für die Teilnahme empfehlen wir dir, einen Computer mit mindestens 13 Zoll Bildschirmdiagonale zu nutzen, der mindestens WIN 10 oder OS 14.10 unterstützt und mehr als 4 GB Arbeitsspeicher hat. Du kannst mit einem PC oder einem Notebook, für manche Funktionen auch mit einem Tablet oder sogar deinem Smartphone teilnehmen. Es können grundsätzlich alle Browser, wie z. B. Safari, Google Chrome, Mozilla Firefox oder Edge, in der aktuellsten Version verwendet werden. Das notwendige technische Equipment wie einen Arbeitslaptop stellen wir dir zur Verfügung.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Fachkräfte
- Berufstätige
- QuereinsteigerInnen

Mögliche Berufsbilder: Strategic Marketing Manager, Head of Marketing, Marketing Analyst

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

Karriere Tutor · Steinerstraße 15, 81369 München
06174 9513046 · karriereberatung@karrieretutor.de · https://www.karrieretutor.de

Online ansehen