

Marketing und marktorientierte Unternehmensführung

Erfolg durch Denken in Kundennutzen



„Marktorientierte Unternehmensführung ist eine Führungsphilosophie, die einerseits von den Anspruchsgruppen eines Unternehmens und deren Bedürfnissen ausgeht, um echte Problemlösungen für den Markt anzubieten, und andererseits die eigenen Kernkompetenzen zielgerichtet vermarktet. Die Umsetzung dieser Philosophie gelingt nur, wenn alle Unternehmensbereiche (und damit auch alle Mitarbeiter) zugleich markt- und ressourcenorientiert denken und handeln. Marketing ist das entscheidende Bindeglied zwischen unternehmerischer Initiative und verkäuferischer Umsetzung im Markt.“

- Prof. Dr. Gerd Nufer, Kursdozent

Inhalt	Die Teilnehmenden erhalten einen grundlegenden Überblick zum Marketing und erwerben vertiefte Kenntnisse zum marktorientierten Denken und Handeln. Sie erlernen Strategien und Instrumente des Marketings und der marktorientierten Unternehmensführung sowie die Erstellung eines Marketingkonzepts und dessen Umsetzung in die Praxis.
Lernziel	Das Qualifikationsziel ist die berufliche Verantwortungsübernahme im nationalen oder internationalen Marketing für Konsumgüter/Industriegüter/Dienstleistungen sowohl in Start-ups als auch im Mittelstand/Großunternehmen
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">- Fach- und Führungskräfte,- High Potentials,- Unternehmensgründer,- Gründungsinteressierte
Methodik	<ul style="list-style-type: none">- Interaktive Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Diskussionen- Fallstudien-Arbeit in Kleingruppen mit Ergebnispräsentation, Diskussion und Reflektion- Praxis-Beispiele, Testfragen, Übungsaufgaben- Ggf. Gastvortrag/Praxis-Workshop

 Weitere Informationen
 Marketing und marktorientierte Unternehmensführung

Über den Kurs

Themenschwerpunkte:

- Strategisches Marketing
- Marktforschung und Datenanalyse
- Produktpolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Customer Relationship Marketing
- Ausgewählte Spezialaspekte
- Fallstudien aus der Praxis

Über den Dozenten

- Professor für Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing, Handel und Sportmanagement an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen
- Studiendekan MBA International Management Part-Time, Executive Program Advisor M.A. International Retail Management
- zuvor Consultant/Projektleiter, Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants und Marketing Consultant/Key Account Manager, Information Resources GfK, Internationales Marktforschungsinstitut und Marketingberatung
- Lehrpreis der Hochschule Reutlingen, erster Preis für innovative Lehre der ESB Business School

Format	Seminar mit Teilnahmebescheinigung oder Zertifikatskurs mit ECTS Zertifikat (5 ECTS)		
Teilnahmevoraussetzungen	An Zertifikatsprüfungen kann teilnehmen, wer ein Hochschulstudium abgeschlossen oder die erforderliche Qualifikation für ein Studium nachweisen kann im Sinne von § 58 Abs. 2 LHG. Die Feststellung der Eignung nach Satz 1 obliegt der Akademischen Leitung des jeweiligen Zertifikatsprogramms. Die näheren Zulassungs-voraussetzungen regeln die jeweiligen fachspezifischen Zertifikatssatzungen der Weiterbildungsangebote.		
Veranstaltungsort	online oder Präsenzveranstaltung an der Hochschule Reutlingen	Unterrichtssprache	Deutsch
Dauer	2-4 Tage; auf Anfrage	Kosten	Seminar: 1.760 € Zertifikat: 1.980 €
Teilnehmende	min. 6, max. 12 Teilnehmende	Anmeldung bis 14 Tage vor Seminarbeginn unter:	Online Anmeldung Marketing und marktorientierte Unternehmensführung