

Praxis IV: Marketing (1910)

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Torsten Heitjans

Telefon: (03931) 2187 4802

E-Mail: torsten.heitjans@h2.de

Besucheradresse: Stendal, Osterburger Str. 25, Haus 2/ Raum 0.18

Themenkatalog

1. Bestimmen Sie bitte (ausgehend von der Identifizierung der Zielgruppe) mögliche marktgerichtete Kommunikationsziele für Ihr Praxisunternehmen. Entwerfen Sie anschließend eine zielführende Kommunikationsbotschaft und skizzieren Sie eine mögliche Medienauswahl.
2. Skizzieren Sie bitte die Möglichkeiten der Marktsegmentierungsanalyse und der Marktsegmentierungsstrategie am Beispiel Ihres Praxisunternehmens.
3. Erläutern Sie bitte Markenstrategien und Markenfunktionen am Beispiel Ihres Praxisunternehmens.
4. Erläutern Sie bitte für eine ausgewählte Sparte Ihres Praxisunternehmens die Absatzgebiete und Vertriebswege, bewerten Sie diese und zeigen Sie Potenziale auf.
5. Erläutern Sie bitte die Preisbildungsverfahren, die in Ihrem Praxisunternehmen angewandt werden und zeigen Sie Möglichkeiten der Preisdifferenzierung auf.
6. Bitte schlagen Sie ein eigenes Thema vor.