

Inhalt

Modul III – Marketing

Handbuch für Schülerinnen und Schüler

Inhalte des Moduls	Seite
1. Einleitung	6
2. Der Markt als Ausgangspunkt	8
2.1 Nachfrage und Angebot	11
2.2 Märkte	13
2.3 Marktanalyse	13
2.4 Testmärkte	14
2.5 Marktbeobachtung	15
3. Grundregeln im Marketing	19
4. Gestaltungsbereiche im Marketing	23
4.1 Product (Produktpolitik)	23
4.1.1 Produktgestaltung und Design	23
4.1.2 Verpackung	26
4.1.3 Produktqualität	26
4.1.4 Produktvariationen	27
4.1.5 Produktname, Marke und Logo	27
4.1.6 Entwicklungsmöglichkeiten und ergänzende Produkte	30
4.1.7 Service	30
4.1.8 Garantien	31

4.2	Price (Preispolitik)	35
4.2.1	Preisgestaltung	35
4.2.2	Preissegment	37
4.2.3	Preisnachlässe	38
4.2.4	Preisdifferenzierung	38
4.2.5	Psychologische Preisbildung	39
4.2.6	Zahlungsbedingungen	39
4.2.7	Finanzierungen	40
4.3	Promotion (Kommunikationspolitik)	40
4.3.1	Klassische Produktwerbung (Advertising)	49
4.3.2	Verkaufspersonal (Sales Force)	51
4.3.3	Verkaufsförderung (Sales Promotion)	51
4.3.4	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	52
4.3.5	Pressemitteilung	52
4.3.6	Corporate Identity	55
4.3.7	Corporate Design	55
4.3.8	Messen, Ausstellungen	56
4.3.9	Product-Placement	58
4.3.10	Werbung im Internet	58
4.3.11	Soziale Netzwerke	61

4.4	Place (Distributionspolitik)	61
4.4.1	Direkter Verkauf	61
4.4.2	Indirekter Verkauf	62
5.	Der Marketingplan	63
6.	Arbeitsaufträge	64
7.	Glossar	70
8.	Links	81
9.	Quellen	83

