

5. Start up Sommeruni an der HTW Berlin August/September 2012



Marketing

Themenbereich	Zielformulierung	Inhalte	Zeit
Marketing als Unternehmens-Konzept	Marketing ist eine Einstellung zur Unternehmensführung.	Begriffsbestimmung, Käufer- und Verkäufermärkte, Unternehmenszielsetzungen, Typische Marketingfehler	1,5
Marketingkonzept, Marketing-Mix	Entwicklung der Gründungsidee. Die Existenzgründer richten ihre Gründungsplanung am Markt aus. Sie kennen Gestaltungsmerkmale für ihren Marketing-Mix.	M. als Unternehmenskonzept, Marketingstrategien, Zielsetzung Marketing-Mix, Benennung rechtl. Regelungen	1,0
Produktpolitik	Die Existenzgründer lernen die Einflüsse der Sortimentsgestaltung sowie der Verpackung und des Service kennen.	Produkte und Dienstleistungen Produktdifferenzierung, Sortimentsgestaltung, Verpackung, Service, Qualität	1,0
Preispolitik	Die Existenzgründer können ihre Preise anhand eines branchenabhängigen Kalkulationsschemas detailliert bestimmen. Sie kennen Ober- und Untergrenzen für ihre Preispolitik.	Marktpreis, Kalkulation, Überschlagsrechnung, Rabatte Deckungsbeitragsrechnung Preisdifferenzierung	1,5
Vertriebspolitik	Die Existenzgründer bestimmen den Weg ihrer Leistung zum Kunden und wägen Alternativen ab.	Vertriebsweg, Logistik, Kooperationen, Testmärkte	1,0
Kommunikations-Politik	Die Existenzgründer stimmen ihr Kommunikationskonzept mit ihrem unternehmerischen Selbstverständnis ab. Sie kennen bezogen auf ihr Vorhaben sinnvolle Werbeträger und -mittel.	Kommunikationskonzept und –budgetierung, Mediaplan, Kommunikationsmittel: Pressearbeit, Anzeige, Broschüre, Direktmarketing, Plakat, Internet, Werbebanner, e-mail Marketing	2,0
		Gesamt	8,0

Termin: 30.08.2012

Uhrzeit: 9.00 – 17.00 Uhr

Teilnehmeranzahl: max. 20