



Marketing Grundlagen

Ziele, Instrumente und Methoden

Steigende nationale und internationale Transparenz der Märkte und Produkte zwingen Unternehmen verstärkt Aktivitäten zu entwickeln, um Produkte vom Wettbewerb abzugrenzen und in immer kürzer werdenden Zeitrhythmen die Produktprofitabilität sicherzustellen. In diesem Seminar lernen Sie, Marketing als Antwort auf die „Macht der Nachfrage“ zu verstehen. Sie lernen die zentralen Elemente von Marketingkonzeptionen kennen und erfahren, wie wesentliche Marketingmethoden angewendet werden. Dieses Grundlagenseminar gibt Ihnen den nötigen Überblick über alle wichtigen Anforderungen im Marketing.

● **Trainer/Referent**
Prof. Ralph Erik Hartleben

● **Dauer**
3 Tage

● **Beginn/Ende**
1. Tag 10:00 bis 18:00 Uhr
2. Tag 09:00 bis 17:00 Uhr
3. Tag 09:00 bis 17:00 Uhr

● **Termine/Orte**

- 24. – 26. Oktober 2011
Stuttgart, Hilton Garden Inn
- 27. – 29. Februar 2012
Frankfurt/Oberursel, Mövenpick Hotel Frankfurt/Oberursel
- 21. – 23. Mai 2012
Köln, AZIMUT Hotel Köln City Center
- 10. – 12. September 2012
Stuttgart, NH Stuttgart-Airport
- 03. – 05. Dezember 2012
Nürnberg, Congress Hotel Mercure

● **Ihre Investition**
1.390 € (zzgl. MwSt.)

● **Code MA 3**

● **Anmeldung/Informationen**
Internet www.naa.de
Telefon ++49.911.91 97 69-0
Fax ++49.911.91 97 69-20

● **Tandempreis**
Bei gleichzeitiger Buchung mit dem Seminar „Strategisches Marketing“ investieren Sie nur 2.680 € (zzgl. MwSt.).

● **Inhouse-Seminar**
Maßgeschneidert auf Ihren Bedarf. Sprechen Sie mit uns!

Trainer/Referent



Prof. R. E. Hartleben

Was Sie in diesem Seminar erreichen

„Es ist leichter, eine Fabrik zu kaufen als einen Markt!“ Sie lernen die Bedeutung des Marktes kennen und Möglichkeiten, auf die Entwicklungen aktiv Einfluss zu nehmen. Sie erkennen, dass Marketing nicht nur eine Unternehmensfunktion ist, sondern eine von allen Mitarbeitern zu tragende Grundhaltung und Unternehmensausrichtung. Sie diskutieren die strategische und operative Marktorientierung und trainieren in Übungen die Anwendung analytischer und methodischer Tools.

Zielgruppe

- Junior Produktmanager
- Marketing-/Vertriebsmitarbeiter
- Führungskräftenachwuchs im Marketing
- Mitarbeiter mit Marketingaufgaben
- Marketing Ein- und Umsteiger
- Fachkräfte wie z. B. Techniker/Ingenieure mit Marketingaufgaben

Inhalte

- **Grundlagen des Marketings**
 - Das Unternehmen und der Markt
 - Unternehmensziele in der Marktwirtschaft
 - Strategisches/operatives Marketing
 - Unternehmensziele versus Marketingziele
 - Der operative Einsatz des Marketings zur marktgerechten Umsetzung der Unternehmensstrategien
- **Elementare Werkzeuge/Tools im Marketing**
 - Lebenszyklusanalyse
 - Diffusions- und Adaptionsprozess
 - SWOT-Analyse
 - ABC-Analyse
- **Unsystematische/systematische Marktuntersuchung – von der Markterkundung zur Marktforschung**
 - Betriebliche Chancen der Sekundärforschung (Desk Research)
 - Primärforschung (Field Research): Möglichkeiten und Grenzen
 - Pragmatische Ergebnisse mit kleinen Budgets

Der Marketing-Mix

- **Marktsegmentierung**
 - Möglichkeiten und Chancen der Marktsegmentierung

- Beispiele einer Marktsegmentierung

Wettbewerbsdifferenzierung

- Instrument zur Produktabgrenzung in homogenen Märkten
- Serviceleistungen als Kundenbindungs- und Kundengewinnungschance
- Alleinstellungsmerkmale (USP) und relative Wettbewerbsvorteile (KKV)

Produktpolitik

- Angebotsanalyse
- Produktentwicklung zwischen Marktforderung und Unternehmenszielen
- Analytisch-methodische Vorgehensweisen zur strategischen Positionierung von Produkten
- Sortimentpolitik
- Kundenorientierte Produktentscheidung unter Einsatz der Produktportfolio-Analyse

Preis- und Konditionenpolitik

- Wettbewerbsvergleich über Preis und Konditionen
- Der Preisbildungsprozess: nachfrageorientiert, kostenorientiert, konkurrenzorientiert

Distributionspolitik

- Vor- und Nachteile unterschiedlicher Vertriebskanäle
- Der Stellenwert der Logistik im Marketing

Kommunikationspolitik

- Werbung, Sales Promotion, PR
- Sponsoring/Eventmarketing/Messen
- Elektronische Medien

Methoden

- **Trainer-Input mit Ergebnispräsentation**
- **Erfahrungsaustausch und Diskussion**
- **Übungen und Fallbeispiele aus dem Teilnehmerkreis**
- **Hohe Flexibilität: Reaktion auf akute Marketing-Aufgaben der Teilnehmer**

Teilnehmer-Feedback

So bringt man Marketing-Theorie in den Berufsalltag!

Jessica Solis-Kollmeier,
Kesseböhmer GmbH

Anmeldeformular NAA

Kopiervorlage (bitte kopieren, ausfüllen
und faxen) oder einfach anmelden
unter www.naa.de



Wir freuen uns über Ihre Anmeldung. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung unter:
Telefon ++49.911.919769-0 • service@naa.de • www.naa.de

Fax ++49.911.919769-20

Seminar

Ich/Wir melde(n) mich/uns an

Einzelseminar

Tandemseminar

Seminartitel

Seminarcode

Termin/Ort

Teilnehmerdaten

Name, Vorname *

Position/Abteilung

Telefon*

Fax *

Mobil*

(für kurzfristige Änderungen zu Ihrem Seminar)

E-Mail *

Firmenname *

Straße *

PLZ/Ort *

Branche

Rechnungsadresse (falls von Teilnehmeradresse abweichend)

Firmenname

Abteilung/interner Verrechnungscode

Straße

PLZ/Ort

Ansprechpartner bei Rückfragen

Name, Vorname *

Position/Abteilung

Telefon/E-Mail

Hotelbuchung

Bitte buchen Sie mir/uns ein Einzelzimmer Doppelzimmer Anreise nach 18 Uhr

Einzelseminar von _____ bis _____

Tandemseminar von _____ bis _____

Ich organisiere mich selbst und benötige KEINE Hotelbuchung durch Sie.

Ja, ich möchte den monatlich erscheinenden NAA-Newsletter abonnieren. E-Mail: _____

Bitte senden Sie mir ein weiteres Katalogexemplar zu.

Bitte senden Sie Ihren Katalog auch an:

Name, Vorname

Funktion

E-Mail

Telefon

Firmenname

Straße

PLZ/Ort

Mit meiner Anmeldung akzeptiere ich die AGB der NAA.

Datum

Unterschrift/Stempel

* verbindliche Angaben

NAA Nürnberg Akademie für Absatzwirtschaft GmbH • Erlenstegenstraße 7 • 90491 Nürnberg

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) **(Stand: September 2009)**

A. Allgemeine Bedingungen:

§1. Geltung unserer Geschäftsbedingungen

§1.1. Die Geschäftsbedingungen der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft haben ausschließende Gültigkeit. Ergänzungen und Änderungen der Vertragsbedingungen bedürfen der Schriftform. Abweichende Bedingungen des Vertragspartners erkennen wir nicht an, es sei denn, wir haben der Geltung schriftlich ausdrücklich zugestimmt.

§1.2. Unsere Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Vertragspartner.

§2. Vertragsschluss

Bestellungen und Anmeldungen durch den Vertragspartner, die über unsere Website zustande kommen, sind bindende Angebote. Die Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft ist berechtigt, das Angebot des Vertragspartners innerhalb von zwei Wochen durch Zusendung einer Auftragsbestätigung per E-Mail, per Post oder per Fax anzunehmen. Mit Zugang der Auftrags- oder Anmeldebestätigung beim Vertragspartner kommt der Vertrag zwischen NAA und dem Vertragspartner zustande.

§3. Schlussbestimmungen

§3.1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Regelungen des internationalen UNKaufrechtes finden keine Anwendung.

§3.2. Gerichtsstand für alle Verpflichtungen und Streitigkeiten ist - soweit rechtlich zulässig - Nürnberg, Firmensitz der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft.

Auch wenn die im Klageweg in Anspruch zu nehmende Vertragspartei nach Vertragsabschluss ihren Wohnsitz oder ihren gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich der Zivilprozessordnung verlegt oder ihr Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist, ist der Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis Nürnberg.

§3.3. Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Vertragspartner einschließlich dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Regelungen nicht berührt. Die ganze oder teilweise unwirksame Regelung soll dann durch eine Regelung ersetzt werden, die der unwirksamen in ihren wirtschaftlichen Konsequenzen möglichst nahe kommt.

B. Seminare und Veranstaltungen:

§1. In den Seminargebühren sind folgende Leistungen enthalten: Praxisnahe und kompetente Referenten, umfangreiche Teilnehmerunterlagen, Teilnehmerzertifikat, Mittagessen, Pausengetränke und ein alkoholfreies Frischgetränk zum Mittagessen.

Nicht im Preis enthalten sind hingegen Übernachtungskosten, Parkgebühren, Frühstück und Abendessen. Diese müssen direkt mit dem Hotel abgerechnet werden.

§2. Der Rechnungsbetrag wird 14 Tage nach Rechnungsstellung fällig. Sollte die Anmeldung kurzfristig (weniger als 14 Tage vor Beginn) erfolgen, muss der Rechnungsausgleich in jedem Falle vor Antritt des Seminars erfolgt sein.

Die NAA ist berechtigt, den Teilnehmer auszuschließen, wenn sie ihn nach Ablauf der jeweiligen Zahlungsfrist eine Nachfrist zur Zahlung gesetzt und erklärt hat, dass sie dem Teilnehmer nach erfolgreichem Ablauf der Nachfrist vom Seminar ausschließt. Bei Zahlungsverzug werden - der gesetzlichen Regelung entsprechend - 5% Verzugszinsen über dem jeweils aktuellen Basiszinssatz verlangt und berechnet.

§3. Rücktrittsregelung und Vertragsaufhebung bei Seminaren:

Die NAA ist bis spätestens 2 Wochen vor Beginn des vom Teilnehmer gewählten Programms berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten, wenn sie die Veranstaltung wegen ungenügender Teilnehmerzahl nicht durchführen kann. Selbiges gilt bei einer Verhinderung des Trainers bzw. Veranstaltungsleiters aus wichtigem Grund. Weitergehende Ansprüche des Teilnehmers sind ausgeschlossen.

Nach der rechtsverbindlichen Anmeldung zu Veranstaltungen oder Seminaren können Stornierungen oder Umbuchungen bis 35 Tage vor Beginn gegen eine Bearbeitungsgebühr von 120 Euro vorgenommen werden. Bei Stornierungen oder Umbuchungen weniger als 35 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die Seminar- oder Studiengebühr in voller Höhe fällig. Wird ein Ersatzteilnehmer angemeldet, entstehen keine zusätzlichen Kosten. Stornierungen und Umbuchungen des Teilnehmers müssen schriftlich erfolgen.

§4. Geringfügige Änderungen in den Inhalten und der Zeitdauer des Studiums bzw. Seminars bleiben vorbehalten. Sie berechtigen den Teilnehmer nicht zur Vertragskündigung. Sollten Trainer ihre Teilnahme absagen müssen, bemüht sich die NAA um eine Verschiebung der Veranstaltung oder einen geeigneten Ersatzreferenten. Eine weitergehende Haftung der NAA ist ausgeschlossen.

§5. Urheberrecht

Alle Urheberrechte bleiben vorbehalten, NAA oder berechtigte Dritte behalten sich alle Veröffentlichungs-, Vervielfältigungs-, Bearbeitungs- und Verwertungsrechte an den Inhalten von Veranstaltungen, insbesondere den ausgegebenen Arbeitsunterlagen in schriftlicher, wie auch in digitalisierter Form ausdrücklich vor. Bei Zuwiderhandlungen ist durch den Vertragspartner gegebenenfalls Schadensersatz zu leisten.

§6. Datenschutz/ Angaben des Anmelders

§6.1. Anmelder müssen ihre korrekten Adressdaten angeben. Im Falle der Missachtung behält sich die NAA vor, rechtliche Schritte in die Wege zu leiten.

§6.2. Personenbezogene Daten werden gespeichert und unter strikter Beachtung der geltenden Datenschutzvorschriften verarbeitet und genutzt. Wir wahren den Grundsatz, personenbezogene Daten nicht zu verkaufen, zu vermieten oder auf andere Weise verfügbar zu machen. Wir versichern, dass Ihre Daten mit Sorgfalt behandelt und nur für Zwecke des mit dem Vertragspartner geschlossenen Vertrages oder eigene Werbezwecke genutzt werden. Durch die Anmeldung erklärt sich der Kunde mit der Speicherung seiner Daten einverstanden.