

# Marketing und Vertrieb

## Übergeordnete Kompetenzen

Der Studienschwerpunkt „Marketing und Vertrieb“ befähigt die Studierenden dazu, Marketingchancen zur Zukunftssicherung eines Unternehmens zu erkennen und diese zielgruppengerecht zu vermarkten sowie zu verkaufen.



### Studienmodul 1: Marketing und Vertrieb I – Microeconomics for Business

- Einführung in die Ökonomie
- Funktionsweise der Märkte (u. a. Veränderungen im Marktgleichgewicht, Überblick über Marktformen)
- Haushaltstheorie: Bestimmungsfaktoren Nachfrage
- Unternehmenstheorie: Bestimmungsfaktoren Angebot
- Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie (u. a. Marktmacht, Oligopol)
- Informationen und Märkte (u. a. Gleichgewichtsanalyse, Effizienz bei Tausch und Produktion)

### Studienmodul 2: Marketing und Vertrieb II – Marketingchancen und -management

- Bedeutung der Marktforschung für die Unternehmenspraxis
- Professionelles Markenmanagement in Unternehmen der Gesundheitsindustrie
- Entwicklung strategischer Preiskonzeptionen im Gesundheitsmarkt
- Bedeutung des Neuromarketings
- Markenführung, Markenerlebnis, Erhöhung des Markenwerts
- Marketingcontrolling
- Kooperationen und Netzwerke im Gesundheitsmarketing

### Studienmodul 3: Marketing und Vertrieb III – Vertriebsmanagement

- Strategisches Vertriebsmanagement und strategische Vertriebsorganisation im Gesundheitsmarkt
- Vertriebsstrategien und –konzepte
- Preisgespräche: Bedeutung, Vorbereitung, Durchführung
- Leadership und Servicemanagement im Vertrieb
- Anforderungen an Vertriebssteuerung und Controlling
- Rechtliche Grundlagen
- Vertriebsorientiertes Infomanagement: Notwendigkeit und Anforderungen