

# Marketing und Vertrieb

## Übergeordnete Kompetenzen

Sie erwerben in diesem Studienschwerpunkt die notwendigen Kompetenzen, um 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

- Marktforschung: Bedeutung und Durchführung
- Konsumentenforschung (u. a. Paradigmen des Konsumentenverhaltens, Kaufentscheidungsprozess)
- Trend- und Zukunftsforschung
- Innovationsmanagement (u. a. Innovationsfördernde Unternehmenskultur, Kernkompetenz- und Netzwerkmanagement)
- Markenmanagement
- Health-Care-Marketing

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

- Strategisches Vertriebsmanagement
- Ausgewählte Vertriebsstrategien und -konzepte (u. a. Customer-Relationship-Management, Key-Account-Management)
- Vertriebsorganisation
- Vertriebsprozesse (u. a. Kundengewinnung, Kundenbindung)
- Strategisches und operatives Vertriebscontrolling
- Vertriebsorientiertes Informationsmanagement
- Ausgewählte rechtliche Aspekte im Vertrieb
- Vertriebsmanagement im Bereich Prävention und Gesundheitsförderung