



Modul

Strategisches Marketing

Preis
Details

Anmelde-Nr.

KTGR000674

Diese Veranstaltung richtet sich an
Führungskräfte und
Spezialisten
„Change your mind“:
Verbessern Sie aktiv die
Marktposition Ihres
Unternehmens! Der Markterfolg
Ihres Unternehmens ist das
Resultat zielgenauer, effektiver
Strategien und Methoden. In
diesem Modul konzentrieren Sie
sich auf die Kategorie
„Marketing denken“ im Sinne
einer kulturellen Interpretation

des Faches. So positionieren Sie Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation richtig und nachhaltig am Markt.

Wir beraten Sie gerne.



Michelle Schneider

Produktmanagerin

[+49 2602 14-174](tel:+49260214174)

michelle.schneider@adg-campus.de

Die Marketingdisziplin lässt sich grob in komplementäre Perspektiven differenzieren. Auf der einen Seite kann Marketing als „handwerkliche“ Tätigkeit im Sinne des „Marketing machens“ interpretiert werden. Diese Aufgabe obliegt typischerweise den in der Organisation hauptberuflich Verantwortlichen, etwa in Bereichen Sales, Vertrieb oder auch Marketing. Auf der anderen Seite steht die Idee des „Marketing Denkens“ im Sinne einer kulturellen Interpretation des Faches. Dabei geht es um die Kernidee einer marktorientierten Unternehmensführung, also einer Unternehmensführung, die Anforderungen von Kunden in ein Wettbewerbsumfeld nicht als Ende, sondern als Anfang eines gedanklichen Wertschöpfungsprozesses stellt. Je intensiver der Wettbewerb, umso unwahrscheinlicher wird es, dass die Interpretation des Faches als bloße Funktionseinheit ein Unternehmen dauerhaft erfolgreich macht. Die marktorientierte Ausrichtung eines Unternehmens gehört zu den zentralen Aufgaben seiner verantwortlichen Entscheidungsträger, sie wird also explizit nicht ausschließlich in marktbezogenen Funktionsbereichen erzeugt.

Im Mittelpunkt des Moduls, das eindeutig der Kategorie „Marketing denken“ zugeordnet werden kann, steht die Frage, wie Unternehmen, nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund kooperativer Netzwerkstrukturen, Wettbewerbsvorteile erzielen können.

Inhalte

- Marketing? Die Lehre vom Herbeiführen wünschenswerter Austauschprozesse im Wettbewerb oder: Ohne Marketing keine Wertschöpfung!
- Der Komparative Konkurrenz Vorteil (KKV©): Wettbewerbsvorteile, die Kunden UND Unternehmen glücklich machen
- Wie können wir KKV-Positionen erreichen? Spielarena, Spielregeln und Spielverhalten als marktstrategische Dimensionen
- Wertschöpfung neu gedacht! Maximierung und Verteilung einer kundenintegrativen Wertschöpfung
- Manchmal muss man ganz anders denken: Notwendigkeit und Möglichkeiten eines dynamischen KKV-Managements

Nutzen

- Sie erhalten das Rüstzeug, für das eigene Unternehmen Wettbewerbsvorteile zu erzielen.
- Sie werden durch ein sogenanntes Mind-Changing Gedankenset in die Lage versetzt, die Marktposition des eigenen Unternehmens nachhaltig zu verbessern.
- Erfahren Sie eine Handlungsflexibilität, die nicht zuletzt vor dem Hintergrund turbulenter Unternehmensumwelten unerlässlich ist.
- Das mehrfach ausgezeichnete, vom Dozenten des Moduls verfasste Buch „Strategisches Marketing“ (u.a. bestes betriebswirtschaftliches Lehrbuch), wird kostenlos zur Verfügung gestellt.

Dozenten

Dr. Dr. Helmut Schneider, Univ.-Professor

Helmut Schneider ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing an der Steinbeis-Hochschule. Er ist Verfasser zahlreicher internationaler Fachpublikationen und unter anderem Co-Autor des mehrfach prämierten Buches „Strategisches Marketing“.
