

# Marketing

Seminar im Wintersemester 2022 / 2023

## Fallbeispiel 5

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| Göran Hegenberg            | 62780 |
| Marius Huke                | 62889 |
| Maximilian Ostrowski       | 62857 |
| Ron Rödel                  | 62796 |
| Dominic Pascal Lischtschuk | 62920 |

# Inhaltsverzeichnis

|          |                                 |          |
|----------|---------------------------------|----------|
| <b>1</b> | <b>Aufgabenstellung</b>         | <b>3</b> |
| 1.1      | Teil 1 . . . . .                | 3        |
| 1.2      | Teil 2 . . . . .                | 3        |
| 1.3      | Teil 3 . . . . .                | 5        |
| <b>2</b> | <b>Teil 1</b>                   | <b>6</b> |
| 2.1      | Kundenorientierung . . . . .    | 6        |
| 2.2      | Zielgruppe . . . . .            | 6        |
| 2.3      | Kundenzufriedenheit . . . . .   | 6        |
| 2.4      | Kundennutzen . . . . .          | 6        |
| 2.5      | Kundenvorteil . . . . .         | 7        |
| 2.6      | Marketingstrategie . . . . .    | 7        |
| 2.7      | Produktpolitik . . . . .        | 7        |
| 2.8      | Preispolitik . . . . .          | 7        |
| 2.9      | Kommunikationspolitik . . . . . | 8        |
| 2.10     | Vertriebspolitik . . . . .      | 8        |
| 2.11     | Kommunikationspolitik . . . . . | 8        |

# Eidesstattliche Erklärung

Wir versichern hiermit, dass diese Seminararbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe, und dass wir alle von anderen Autoren wörtlich übernommenen Stellen wie auch die an sich die Gedankengänge andere Autoren eng anliegenden Ausführungen dieser Arbeit besonders gekennzeichnet und die Quellen zitiert habe.

\_\_\_\_\_  
Maximilian Ostrowski

\_\_\_\_\_  
Marius Huke

\_\_\_\_\_  
Göran Hegenberg

\_\_\_\_\_  
Ron Rödel

\_\_\_\_\_  
Max Mustermann

## 1 Aufgabenstellung

### 1.1 Teil 1

Zitieren Sie **schriftlich**(kurz) mit Hilfe wissenschaftlicher Literatur folgende relevanten Begrifflichkeiten:

1. Kundenorientierung
2. Zielgruppe
3. Kundenzufriedenheit
4. Kundennutzen
5. Kundenvorteil
6. Marketingstrategie
7. Produktpolitik
8. Preispolitik
9. Vertriebspolitik
10. Kommunikationspolitik

**Belegen und zitieren** (direkte Zitierweise) Sie jeden Begriff mit mindestens zwei verschiedenen wissenschaftlichen Primärquellen (kein Wikipedia, Vorlesungsskript, Lexika etc.) entsprechend den wissenschaftlichen Vorgaben des Fachgebietes Marketing. (siehe <https://bit.ly/3UJYT7c>)

Erläutern Sie zusätzlich jeden Begriff kurz mit eigenen Worten und anhand eines selbst gewählten Beispiels!

### 1.2 Teil 2

- Entwickeln Sie einen **Namen** für Ihr neu zu gründendes Unternehmen sowie ein **Logo** bzw. einen **Slogan**!
- Charakterisieren Sie die **Art der Leistung**, die Sie anbieten wollen!
- Erfassen Sie kurz die für Ihr Unternehmen relevanten Faktoren (mit relevanten Zahlenbeispielen, Fakten, Studien etc.) im Rahmen der **globalen Umfeldanalyse**!

- Charakterisieren Sie daraufhin den **Markt** (räumliche, geografische Marktabgrenzung), in dem Ihr Unternehmen tätig sein soll!
- Benennen Sie Ihre **Zielgruppen** und zeigen Sie auf, welchen **Kundennutzen** Sie schaffen möchten!
- Gehen Sie auf **Wettbewerber** (zwei bis drei) ein und charakterisieren Sie Ihren **Wettbewerbsvorteil**!

### 1.3 Teil 3

Erläutern Sie für Ihr Unternehmen die **Ausgestaltung des Marketing-Mix**, d.h. der

- Produktpolitik,
- Preispolitik,
- Vertriebspolitik und der
- Kommunikationspolitik

Leiten Sie Ihre **Schlussfolgerung** auf **Basis** der erarbeiteten Sachverhalte aus der **ersten Präsentation** ab!

## **2 Teil 1**

### **2.1 Kundenorientierung**

1. Quelle:

2. Quelle:

**Eigene Erläuterung:**

### **2.2 Zielgruppe**

1. Quelle:

2. Quelle:

**Eigene Erläuterung:**

### **2.3 Kundenzufriedenheit**

1. Quelle:

2. Quelle:

**Eigene Erläuterung:**

### **2.4 Kundennutzen**

1. Quelle:

2. Quelle:

**Eigene Erläuterung:**

## **2.5 Kundenvorteil**

**1. Quelle:**

**2. Quelle:**

**Eigene Erläuterung:**

## **2.6 Marketingstrategie**

**1. Quelle:**

**2. Quelle:**

**Eigene Erläuterung:**

## **2.7 Produktpolitik**

**1. Quelle:**

**2. Quelle:**

**Eigene Erläuterung:**

## **2.8 Preispolitik**

**1. Quelle:**

**2. Quelle:**

**Eigene Erläuterung:**

## **2.9 Kommunikationspolitik**

**1. Quelle:**

**2. Quelle:**

**Eigene Erläuterung:**

## **2.10 Vertriebspolitik**

**1. Quelle:**

**2. Quelle:**

**Eigene Erläuterung:**

## **2.11 Kommunikationspolitik**

**1. Quelle:**

**2. Quelle:**

**Eigene Erläuterung:**