

Eidesstattliche Erklärung

Ich, **Max Mustermann**, bestätige hiermit, dass ich die vorliegende Ausarbeitung selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst habe. Ich habe die Quellenangaben und Literaturverzeichnis vollständig und richtig angegeben. Ich bin mir bewusst, dass ich bei Falschangaben oder Plagiaten mit einer Strafe von bis zu 100% des erreichten Punktwertes rechnen muss.

Maximilian Ostrowski

Marius Huke

Göran Hegenberg

Ron Rödel

Max Mustermann

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

1	Aufgabenstellung	4
1.1	Teil 1	4
1.2	Teil 2	4
1.3	Teil 3	5
2	Teil 1	6
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

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: