



## Das Seminarprogramm

### Sales & Marketing – geplante Seminarinhalte

Modul	Dozent
<b>Marketingplanung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ziele des Marketings</li><li>• Der strategische Planungsprozess (SWOT-Analyse)</li><li>• Strategisches Marketing (Segmentierung, Zielgruppenauswahl, Positionierung)</li><li>• Taktisches Marketing (Marketing-Mix)</li><li>• Struktur und Inhalte erfolgreicher Marketingpläne</li><li>• Praxisbeispiel: Erstellung eines Marketingplans</li></ul>	Prof. Dr. Andrea Raab, Hochschule Ingolstadt
<b>Markenmanagement</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Erfolgsfaktoren starker Marken</li><li>• Leitfaden zum Aufbau einer nachhaltigen Marke</li><li>• Strategische Markenführung</li><li>• Integrierte Markenkommunikation</li><li>• Marken erfolgreich steuern und kontrollieren</li><li>• Praxisbeispiel: Markenmanagement bei der AUDI AG</li></ul>	Dr. Alexander Urban, AUDI AG
<b>Vertriebs- und Innovationsmanagement</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Customer Relationship Management (Kundenbindung, Kundenrückgewinnung)</li><li>• Vertriebsstrategien (Vertriebsziele, Marktbearbeitungsstrategien, Absatzkanäle, Planung der Ressourcen für die Vertriebsstrategie)</li><li>• Kundenbeschaffungsprozesse</li><li>• Innovationsmanagement</li></ul>	Prof. Dr. Bernd Scheed, Hochschule Ingolstadt