

## Praxis IV: Marketing (1910)

Modulverantwortung:

**Prof. Dr. Torsten Heitjans**

E-Mail: torsten.heitjans@guest.h2.de

Besucheradresse: Stendal, Osterburger Str. 25, Haus 2/ Raum 0.19

### Themenkatalog

1. Bestimmen Sie bitte (ausgehend von der Identifizierung der Zielgruppe) mögliche marktgerichtete Kommunikationsziele für Ihr Praxisunternehmen. Entwerfen Sie anschließend eine zielführende Kommunikationsbotschaft und skizzieren Sie eine mögliche Medienauswahl.
2. Skizzieren Sie bitte die Möglichkeiten der Marktsegmentierungsanalyse und der Marktsegmentierungsstrategie am Beispiel Ihres Praxisunternehmens.
3. Erläutern Sie bitte Markenstrategien und Markenfunktionen am Beispiel Ihres Praxisunternehmens.
4. Nutzen Sie bitte die Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff, um vier mögliche Wachstumsstrategien für Ihr Praxisunternehmen zu entwickeln und zu diskutieren.
5. Erläutern Sie bitte für eine ausgewählte Sparte Ihres Praxisunternehmens die Absatzgebiete und Vertriebswege, bewerten Sie diese und zeigen Sie Potenziale auf.
6. Erläutern Sie bitte die Preisbildungsverfahren, die in Ihrem Praxisunternehmen angewandt werden und zeigen Sie Möglichkeiten der Preisdifferenzierung auf.
7. Wenden Sie bitte die Branchenstrukturanalyse (Five Forces) von Porter auf Ihr Praxisunternehmen an.