



Lernziele:

- Marktentwicklung nach wirtschaftlichen Aspekten steuern
- Nutzenanalyse / Scoring nach Wirtschaftsmarkt
- Kenntnisse und Anwendungsmöglichkeiten von strategischen Planungsinstrumenten
- Integration der Planungsinstrumente in das Management Controlling
- Marktentwicklung in Verbindung mit Risikomanagement & Rendite

Methodik, Didaktik:

Multimediale Impulsreferate des Trainers, Erfahrungen aus der eigenen Marketingtätigkeit / aus dem privaten Umfeld, Gespräche über Erfahrungen und Wahrnehmungen, Gruppen- und Individualarbeiten, Lessons learned & Integration in den betrieblichen Alltag, Fallstudien und **starke** Interaktion der Teilnehmer.

Die IVM-Agenda:

- Kennenlernen
- Mindmapping mit Inhalten im strategischen MM
- Unternehmensentwicklungsmöglichkeiten (Ansoff-Produkt-Markt-Matrix)
- Strategische Instrumente im internationalen Marketing
- Make or Buy Entscheidungen
- Direktinvestition vs. Partnerschaft-Lieferantenverhältnis
- Internationales Preismanagement (Kaufkraftparitäten)
- Value Management im internationalen Kontext
- Nachhaltiges Management von Touch Points im internationalen MM
- Produkt- und Ideenentwicklung
- Umsetzung der Produktideen im Business Plan
- Ableitung einer PDCA-Planung mit dem Ziel der Optimierung
- Interaktion mit einer Fallstudie und einem hohen Anteil an interaktiven Einheiten / Umsetzung

Datum:	_____	Kurzzeichen:	_____	Beantragt:	_____
Investition:	_____	Teilnehmer:	_____	Genehmigt:	_____
Kostenstelle:	_____	Vorgesetzter:	_____		

ANSPRECHPARTNER:

Roberto Capone • IVM | Institut für Verkauf und Marketing
Amtshof 4 • 63628 Bad Soden-Salmünster

E-Mail: info@ivm-seminare.de
www.ivm-seminare.de