

## Inhaltsverzeichnis

Anforderungen nach Prüfungsreglement	69
Aldi Situation CH	70
Ausbildungsplan	70
Briefing kurz	70
Businessplan	70
CRM	71
CRM Ablauf	71
Diversifikation	71
Export Garantien	71
Geschäftseinheit	71
Geschäftsfeld	71
Gründung Unternehmen	71
Homepage	71
Kapazität	71
Leitbild	71
Marktanteil	71
Potenzial	71
Relaunch	71
Revival	71
Servicequalität	71
Slogan	72
Verbund Werbung	72
Verkauf	72
Verpackung	72

## Anforderungen nach Prüfungsreglement

Marketingbegriffe aufzählen und deren Funktion erklären;
Das Marktgeschehen als System darstellen, deren Elemente und Beziehungen erklären sowie an Beispielen verdeutlichen;
Die wirtschaftliche und psychologische Bedeutung des Marketings untersuchen;
Die wichtigsten Punkte der Zusammenarbeit mit Beratern und Agenturen beschreiben, Auswahlkriterien aufzählen.
Marketingrelevante Unterschiede zwischen Dienstleistungen, Konsumgütern und Investitionsgütern beschreiben;
Die wichtigsten Kreativitätstechniken darstellen;
Zusammenhänge der Marketingkonzeption beschreiben:
- Markt und Situationsanalysen an konkreten Beispielen aufzeigen, Trends, Chancen und Gefahren erkennen und interpretieren;
- Einfache Strategien für bekannte Produkte entwickeln und die Zusammenhänge der einzelnen Instrumente aufzeigen;
- Den Produkte- und Marktlebenszyklus aufzeichnen und die wichtigsten Instrumente den einzelnen Phasen zuordnen.
- Probleme des Exportmarketings darstellen und Lösungen vorschlagen;
- Die Grundzüge der Portfolio-Analyse erklären;
- Die wichtigsten Marketing-Budgetposten aufzählen;
- Kontrollmöglichkeiten für Marketingmassnahmen bewerten;
Den Wirkungsverbund des Marketing-Mix erklären:
- Marketing-Mix-Instrumente aufzählen, Zusammenhänge aufzeigen;
- Unterschiede im Mix Handel, Verwender, Beeinflusser suchen und wichtige Instrumente an konkreten Beispielen vorschlagen;
Die Einflüsse der Gesetzgebung (OR) auf das Marktgeschehen und das Marketing erörtern

Thema	Beschreibung/ Erklärung
<b>Aldi Situation CH</b>	<p><b>Aldi in CH:</b>                      100 Läden geplant                      3 Verteilzentralen                      Will niedrige Verkaufspreise                      Haben für die nächsten 10 Jahre keine Umsatzziele                      700 Artikel im Sortiment</p> <p><b>Warum ist Aldi günstiger als Coop oder Migros:</b>                      Tiefere Steuern in der CH                      Günstigere EP's von ihren Lieferanten                      Gebrüder Albrecht (Aldi Inhaber) sehr wohlhabend                      Keine Umsatzziele für die nächsten 10 Jahre                      Viele Teilzeitangestellte                      Kader verzichtet auf jeglichen Luxus                      Straffe Logistik                      Schmales Sortiment                      Einfache primitive Ladengestaltung                      Nur ca. 700 Artikel</p> <p><b>Warum könnte Aldi nicht günstiger sein als Coop oder Migros?</b>                      Verpackung muss CH Norm haben                      Verpackung muss dreisprachig sein                      Bauland in CH teuer                      Hohe Zölle                      Hohe Personalkosten                      Teurere Einkaufspreise von Inland Produkten</p>
<b>Ausbildungsplan</b>	<p><b>Aufbau:</b>                      Inhalt                      Zielgruppe                      Ziele                      Massnahmen                      Methoden                      Hilfsmittel                      Dozenten                      Kosten                      Kontrolle</p>
<b>Briefing kurz</b>	<p><b>Aufbau:</b>                      Auftrag                      Analyse                      Information                      Zielgruppe                      Ziele                      Verantwortung                      Termin                      Budget                      Kontrolle</p> <p><b>Wichtig: Einzelne Punkte müssen genauer beschrieben werden.</b></p>
<b>Businessplan</b>	Wird erstellt um bei der Bank einen Kredit zu beantragen und um mit anderen Firmen zu kooperieren