STRATEGIE & MARKETING

Lernziele

Die Teilnehmenden kennen und verstehen die Strategien und Instrumente des Marketings. Sie sind in der Lage, strategisch zu denken und strategische Handlungsoptionen abzuleiten. Darüber hinaus können sie eine Strategie für einen Unternehmensteilbereich sukzessive entwickeln und implementieren. Am Ende des Moduls können die Teilnehmenden in den Feldern der Instrumente des Marketing-Mix Fachtermini korrekt anwenden, jeweilige Grundprobleme erläutern und die jeweiligen Maßnahmen sowie Optionen situationsgerecht auswählen. Sie können strategische Analysen durchführen.

Lehrinhalte

Strategie:

1. Einführung und Zielsetzung

2. Strategiebegriff

3. Strategisches Denken

4. Strategieentwicklung

5. Strategische Analyse

6. Formulierung der Strategie

7. Planung und Umsetzung der Strategie

8. Integration der Methoden in den Arbeitsalltag

9. Kulturelle Verankerung

Marketing:

1. Marketingstrategien (Marketingzielsetzungen, Marketingstrategien)

2. Instrumente des Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Distributions-, Kommunikationspoli- tik)

3. Marketingstrategieimplementierung

4. Internationales Marketing

Termine	15.11.2025 05.12.2025 19.12.2025 20.12.2025 *Geringfügige Änderungen seitens der Lehrenden möglich* **Anmeldeschluss: 31.10.2025**
Dauer	9 Wochen + 2 Wochen Osterferien + 2 Wochen Pfingstferien, i.d.R. freitags von 15:30 – 20:30 Uhr und/oder samstags von 09:30 – 16:45 Uhr
Ort	Hochschule Aalen
Niveau/Level	Master
Sprache	DE
Workload	34 UE Präsenz 116 UE Selbststudium/Prüfungsvorbereitung
Didaktisches Konzept	Didaktisch sinnvolle Kombination aus Präsenzstudium und selbst gesteuertem Lernen
Prüfungsform	Projekt
Abschluss	Hochschulzertifikat mit ECTS nach bestandener Prüfung
Professionelle Lernumgebung	Unsere Zertifikatskurse sind jeweils in einen thematisch passenden Studiengang eingebettet, sodass alle Teilnehmenden von aktuellem Hochschulwissen profitieren können
Kursgebühr	1.600 EUR
Fördermöglichkeit	ESF