

Marketing-Mix in der Praxis

Basisinformationen

Info für Lehrpersonen



Ziele der Werkstatt

- Die Lernenden sind in der Lage, die Elemente des Marketing-Mix anhand eines praktischen, realitätsnahen Beispiels miteinander zu verknüpfen und die Gesetzmässigkeiten abzuleiten.
- Die Lernenden entwickeln ein Fach- und Methodenverständnis für die Mechanismen von Marketing und Kommunikation.
- Die Lernenden sind in der Lage, diese Mechanismen kritisch und analytisch zu hinterfragen und selber konstruktiv und zielorientiert einzusetzen.

Inhalt Werkstatt „Marketing-Mix in der Praxis“

Nr.	Inhalte/Ziele	Material
00	Einleitung: Was ist das 4 P-Modell? Einbettung der Werkstatt in den gesamten Marketing- und Kommunikations-Mix, Grundinformation vermitteln, Gesamtkontext darstellen (je nach Lernsituation hat die Lehrperson diesen Teilbereich anhand des klassischen Lehrmittels bereits umgesetzt).	Arbeitsblatt Lösungen Präsentation
01	Posten 1: Was zeichnet ein Produkt aus? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Lernenden können bei einer Produktpalette verschiedene Gemeinsamkeiten und Unterschiede ausmachen. ▪ Die Lernenden verstehen die Bedeutung eines einheitlichen Designs. ▪ Die Lernenden können Verbesserungsansätze und Potenzial erkennen und praktische Lösungen kreieren. 	Arbeitsblätter Lösungen Diverse Produkte
02	Posten 2: Einsatz des Preises? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Lernenden kennen das Preissandwich, können dieses erklären und anhand eines Beispiels veranschaulichen. ▪ Die Lernenden kennen verschiedene Preisstrategien und können deren Einsatzmöglichkeiten definieren. ▪ Die Lernenden können verschiedene Werbeauftritte anhand ihres Preis-Leistungs-Verhältnisses beurteilen. 	Arbeitsblätter Lösungen
03	Posten 3: Placement – Wie kommt mein Produkt zu den Kunden? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Lernenden kennen den Unterschied zwischen einem direkten und einem indirekten Absatzweg. ▪ Die Lernenden können die Vor- und Nachteile bei der Lagerbewirtschaftung definieren, situationsgerecht eine Lösung erarbeiten und sie begründen. ▪ Die Lernenden kennen verschiedene Transportwege und deren Vor- und Nachteile. 	Arbeitsblätter Lösungen
04	Posten 4: Promotion – Wie sag ich es meinem Kunden? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Lernenden kennen die AIDA-Regel. ▪ Die Lernenden kennen verschiedene Wege, um Produkte zu bewerben. ▪ Die Lernenden können Werbebotschaften entschlüsseln. ▪ Die Lernenden können verschiedene Werbemethoden vergleichen und analysieren. Dabei sehen sie Konflikte und können Werbeauftritte effektiver planen. 	Arbeitsblätter Lösungen Internetzugang
05	4P-Projekt <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Lernenden setzen das gelernte Wissen in einem praktischen Beispiel um. ▪ Die Lernenden erkennen die Herausforderungen und Schwierigkeiten bei der Definition des Marketing-Mixes. 	Arbeitsblätter Diverses Material (Bastel-, Mal- und Zeichenutensilien) Internetzugang

Zeitaufwand: Pro Posten ca. 30 Minuten / 4P-Projekt ca. 2 Stunden