

Implementierung

Organisation & Controlling

Abstrakt

Die Marketingaufgaben im Unternehmen erfolgreich zur Umsetzung zu bringen erfordert Struktur und unterstützende Systeme. In dieser Veranstaltung erfahren Sie, welche Möglichkeiten der Organisation des Marketings sich in der Praxis bewährt haben. Aufbauend auf den Organisationsstrukturen werden Kontrollsysteme dargestellt, die Ihnen helfen ein „lernendes System“ im Unternehmen in Gang zu setzen. Dieser Abschnitt behandelt vorökonomische, ökonomische und integrierte Modelle im Marketing Controlling.

Ziele/Nutzen (Nach der Veranstaltung können die Teilnehmer...)

- (1) beziehungsorientierte Strukturen, Systeme und Kultur entwickeln,
- (2) vorökonomische Kontrollsysteme konzipieren und einsetzen
- (3) ökonomische Kontrollsysteme konzipieren und einsetzen
- (4) integrierte Kontrollsysteme verstehen.

Inhalte

- (1) Marketingorganisation im Überblick
- (2) Beziehungsorientierte Strukturen, Systeme und Kultur
- (3) Kontrollsysteme im Relationship Marketing

Methoden

- Selbststudium: Online Bereitstellung der Inhalte (inkl. Vorlagen und Handbücher)
- Offene Seminare: Teilnehmer aus verschiedenen Unternehmen
- Geschlossene Seminare: Teilnehmer aus einem Unternehmen (kundenindividuelle Lösung)
- Impulsreferat: 45-Minuten Referat zum Thema

Zeitaufwand (Teilnehmersicht)

- Selbststudium: 4 Tage
- Seminar: 2 Tage
- Impulsreferat: 45 Minuten

Zielgruppe

Zielgruppen sind alle, die sich im Unternehmen mit den Themen Organisation und Controlling auseinandersetzen. In erste Linie sollten sich Unternehmer und Manager aber auch Marketing und Vertriebsmitarbeiter angesprochen fühlen.