

Für die organisatorische Durchführung von Weiterbildungsangeboten hat die Hochschule die eigene Akademie an der Hochschule Pforzheim gGmbH beauftragt.

Berufsbegleitende Weiterbildung:
Mit Einzelzertifikaten und Diplomas of Basic Studies (DBS) rund um die Themen Digitalisierung, Prozessmanagement und Marketing können Sie sich Dank dem praktischen und innovativen Blended-Learning Format parallel zu Ihrem Beruf weiterbilden. Mit einigen ausgewählten Modulen kann gleichzeitig der Einstieg in ein Bachelor-studium gelegt werden.

Anmeldeschluss: Jeweils der 31. Januar für das Sommersemester (März–Juni), jeweils der 31. Juli für das Wintersemester (September–Januar).

Die beiden Präsenztage finden grundsätzlich in Nagold statt.

Einzelzertifikate und DBS sind auch ohne Hochschulzugangsberechtigung zugänglich.

Die Teilnahmegebühren betragen **1.250 Euro** pro Modul.

Kontakt

Weiterbildungsprogramm
Junior Business Management



Anja Sperl
Studiengangkoordination
T +49 7231 28 6037
weiterbildung@hs-pforzheim.de

ahp-pforzheim.de/program/
grundlagen-marketing-und-vertrieb



Organisiert durch:

AHP – Akademie der Hochschule
Pforzheim gGmbH
Tiefenbronner Straße 65
75175 Pforzheim

T +49 7231 28 6037
info-ahp@hs-pforzheim.de
ahp-pforzheim.de

Weiterbildungsmodul Grundlagen Marketing & Vertrieb

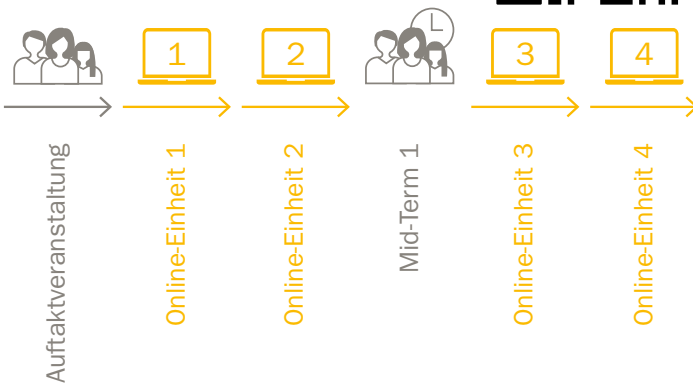
Prof. Dr. Adam-Alexander Manowicz



Kursinhalte

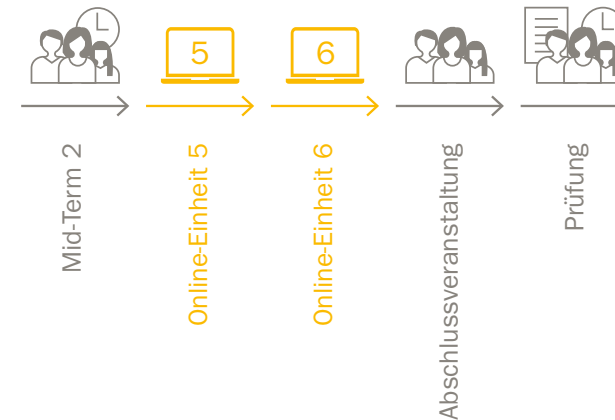
Was ist Marketing? Und warum ist es für viele Unternehmen sogar der wichtigste Erfolgsfaktor überhaupt?

Wie sagt man so schön: Gute Werbung ist wie ein guter Caipirinha, so süß, dass man nicht merkt wieviel Bumms drin ist! Aber Marketing ist vielmehr als nur Werbung. Marketing ist die Brücke zwischen Unternehmen, ihren Produkten und uns allen – den Kunden. Marketing und ihre Schwester der Vertrieb haben beide zusammen vor allem die Aufgabe Vertrauen aufzubauen. Die Digitalisierung hat zusätzlich Veränderung gebracht: Menschen shoppen und treffen Entscheidungen ganz anders als noch vor 10 Jahren. Deswegen müssen sich modernes Marketing und Vertrieb den Menschen anpassen.



Die Teilnehmenden lernen in diesem Modul....

- die wichtigsten Marketinginstrumente, um für ein Unternehmen eine Marketing-Konzeption entwickeln zu können
- verschiedene Instrumente die sie befähigen, diese Ansätze im Sinne von Vor- und Nachteilen im Hinblick auf zu erreichende Ziele zu bewerten und gegenüberzustellen
- Ziele und Gestaltungselemente des strategischen und operativen Vertriebsmanagements
- Marketing-Konzepte mit Vertriebsstrategien zu verknüpfen, aufzuplanen und den Erfolg der Umsetzung zu überwachen



Professor Dr. Adam-Alexander Manowicz



Prof. Dr. Adam-Alexander Manowicz ist Professor für Marketing und Vertrieb an der Hochschule Bielefeld. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Online Marketing und Statistik sowie Business Economics und Geschäftsmodellentwicklung. Er forscht zum Thema Digitale Customer Journey.

Vor seiner Berufung war er im Vertrieb und Aftersales der Automobilindustrie sowie im Maschinen- und Anlagenbau tätig. Von Hause aus ist er Diplom-Ingenieur und promovierte anschließend im Feld der Kundenloyalitätsforschung an der Fakultät für Betriebswirtschaft und Management der Universität Riga.

[linkedin.com/in/dr-adam-alexander](https://www.linkedin.com/in/dr-adam-alexander)