

Lehrkraft: Sebastian Näpfel

Leitfach: Wirtschaft und Recht

Rahmenthema: *Markt – Macht – Marketing*

Beschreibung des Themas

Warum gibt es bei IKEA ein extra designtes IKEA-Family-Magazin? Warum sind Unternehmen wie Apple, Amazon oder Tesla erfolgreicher als andere? Warum hat ein Werbespot im Fernsehen nicht mehr die Relevanz wie früher? Weshalb verdienen Menschen allein durch ihre Social-Media-Präsenz eine Menge Geld? Antworten auf diese Fragen liefert der Geschäftsprozess Marketing.

Durch eine gute Marketingstrategie eines Unternehmens wird versucht den Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher (Kunden) gerecht zu werden. Hierbei geht es nicht nur um Werbung, sondern auch um eine geeignete Preispolitik, optimale Vertriebswege (Online-Handel; Verkauf im Supermarkt...) oder die Gestaltung und Aufmachung des jeweiligen Produktes.

Auswirkungen des Marketings finden sich somit in den verschiedensten Situationen unseres Alltags wieder. Marketing beeinflusst unsere Mediennutzung und unser Verbraucherverhalten. Umgekehrt steuern wir durch einen bewussteren und nachhaltigeren Konsum die Marketingstrategien der Unternehmen und durch unsere veränderte Mediennutzung zwingen wir die Unternehmen dazu, Werbung in veränderter und verbesserter Form durchzuführen.

Innerhalb dieses Seminars setzen wir uns also damit auseinander, welche Rolle das Marketing in einem Unternehmen und in unserem Alltag einnimmt. Es soll der Frage auf den Grund gegangen werden, inwieweit wir als Verbraucher von Unternehmen beeinflusst werden und welche Marktmacht einzelne Konzerne oder Personen haben.

Zielsetzung des Seminars

Bei den Seminarteilnehmern soll das Verständnis für betriebswirtschaftliche (und auch volkswirtschaftliche) Aspekte und Zusammenhänge gefördert und eine intensive Auseinandersetzung mit aktuellen wirtschaftlichen Themen bestärkt werden.

Hierbei sollen sich die Teilnehmer anhand selbst gewählter Beispiele mit einem Thema auseinandersetzen. Durchgeführt wird dies durch jegliche Form der Literaturrecherche und Datenanalyse. Denkbar sind hierbei auch Unternehmensbesichtigungen, Interviews, Umfragen oder Expertenvorträge.

Darüber hinaus soll man im Rahmen des Seminars lernen, wissenschaftlich zu arbeiten. Die Teilnehmer werden in grundsätzliche Arbeitsmethoden eingewiesen, die bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit Voraussetzung sind. Erlern werden sollen sowohl richtige Zitiertechniken als auch die Auswahl und Bewertung geeigneter Quellen. Am Ende soll die selbstständig verfasste Seminararbeit vorgestellt werden.

Mögliche Themen für die Seminararbeiten:

1. Entwicklung und Geschichte des Marketing
2. Die Rolle des betriebswirtschaftlichen Bereichs Marketing an ausgewählten Unternehmensbeispielen
3. Marketinginstrumente im Marketing-Mix
4. Marketingstrategien an ausgewählten Beispielen
5. Content Marketing
6. Marketing im Bereich des Profisports; z. B. Fußball
7. Daten der Kunden – Das Gold des 21. Jahrhunderts
8. Änderung des Verbraucherverhaltens aufgrund von Marketing oder Wertewandel?
9. Marketing im Bereich Nachhaltigkeit
10. Influencer Marketing