

Inhaltsverzeichnis

5. SEMESTER

I	Marketing	7
	Der Kunde im Mittelpunkt	8
1	Was ist Marketing?	9
2	Ziele des Marketings	11
3	Marktsegmentierung	12
4	Marketinginstrumente	14
	Marktforschung als Marketing-Grundlage	16
1	Marktforschungsmethoden	17
1.1	Sekundäre Marktforschung	18
1.2	Primäre Marktforschung	19
1.3	Methoden der primären Marktforschung im Überblick	19
1.3.1	Befragung	20
1.3.2	Beobachtung	20
1.3.3	Experiment	22
1.3.4	Panelerhebung	22
	Instrumente des Marketings	26
1	Produkt- und Sortimentspolitik (Product)	27
1.1	Nutzen eines Produktes	27
1.2	Produktlebenszyklus	29
1.3	Instrumente der Produktpolitik	30
1.4	Gestaltung des Produktprogramms (Sortiments)	32
2	Preis- und Konditionenpolitik (Price)	35
2.1	Einflussfaktoren auf die Preisgestaltung	35
2.2	Preisstrategien	36
2.2.1	Preispositionierungsstrategien	36
2.2.2	Preiseinführungsstrategien	37
2.2.3	Taktische Preisstrategien	37
2.2.4	Psychologische Preisstrategien	38
2.2.5	Digitale Preisfindung	38
2.3	Konditionenpolitik	39
3	Vertriebspolitik (Place)	41
3.1	Arten von Absatzwegen	41
3.2	Kombination von Absatzwegen	42
4	Kommunikationspolitik (Promotion)	44
4.1	Werbung	44
4.1.1	Werbemittel	45
4.1.2	Werbeträger	46
4.2	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	49
4.3	Verkaufsförderung	49
4.4	Sponsoring	50
4.5	Weitere Formen der Kommunikationspolitik	50
	Themenübergreifendes Fallbeispiel	54

II	Unternehmensgründung: Der Weg in die Selbstständigkeit	57
	Von der Idee zum Businessplan	58
1	Gründungswille	59
2	Geschäftsidee	60
2.1	Wege zu Geschäftsideen	60
2.1.1	Neugründung: Finden eigener Geschäftsideen	60
2.1.2	Nutzung vorhandener Geschäftsideen	61
2.2	Überprüfung der Geschäftsideen	62
3	Unternehmensgründer/in	64
3.1	Wer ist ein Unternehmer?	64
3.2	Gründungsvoraussetzungen für Unternehmer	65
3.2.1	Persönliche Voraussetzungen	65
3.2.2	Gewerberechtliche Voraussetzungen	65
3.2.3	Gewerbearten und ihre Voraussetzungen	67
4	Der Businessplan	70
4.1	Funktionen des Businessplans	70
4.2	Bestandteile des Businessplans	71
	Entwicklung eines Businessplans	74
1	Struktur und Inhalt des Businessplans	75
1.1	Executive Summary – Fokus auf das Wesentliche	75
1.2	Unternehmen	76
1.2.1	Unternehmens- und Gründerprofil	76
1.2.2	Unternehmensziele	79
1.2.3	Organisationsstruktur	80
1.3	Produkt und/oder Dienstleistung	81
1.4	Branche, Markt und Wettbewerb	83
1.5	Marketing	84
1.6	Chancen und Risiken	85
1.7	Umsetzungsfahrplan	86
1.8	Finanzplanung	87
1.8.1	Kapitalbedarfsplanung	87
1.8.2	Kapitalaufbringung	88
1.8.3	Liquiditätsplan	90
2	Beispiel eines Businessplans	93
	Themenübergreifendes Fallbeispiel	98

6. SEMESTER

III	Ethik im wirtschaftlichen Handeln	101
	Fair und nachhaltig wirtschaften	102
1	Nachhaltige und ethische Leistungserstellung	103
1.1	Nachhaltigkeit in der Leistungserstellung	103
1.2	Ethik in der Leistungserstellung	108
2	Nachhaltigkeit und Ethik im Marketing	109

2.1	Vorteile von sozialem und nachhaltigem Marketing	110	Marketing im Tourismus (Erweiterungslehrstoff)		144
2.2	Maßnahmen zur Umsetzung	110	1	Der Kunde im Mittelpunkt	145
Themenübergreifendes Fallbeispiel		118	2	Einsatz der Marketinginstrumente im Tourismus	147
			2.1	Produktpolitik	147
			2.2	Preispolitik	150
			2.3	Vertriebspolitik	152
			2.4	Kommunikationspolitik	153
			2.4.1	Werbung im Tourismus	153
			2.4.2	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	155
			2.4.3	Präsentation auf Tourismusmessen	156
			2.4.4	Eventmarketing	156
			3	Beziehungsmarketing – Relationship-Marketing	157
			Stichwortverzeichnis		159
			Bildnachweis		160
IV <u>Tourismus- und Freizeitwirtschaft</u>		121			
Tourismus – eine wichtige Branche		122			
1	Tourismus- und Freizeitwirtschaft – was ist das?	123			
2	Arten und Formen des Tourismus	124			
2.1	Arten des Tourismus	124			
2.2	Formen des Tourismus	125			
3	Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Österreich	128			
3.1	Ankünfte und Nächtigungen	128			
3.2	Beschäftigte im Tourismus	130			
3.3	Gätestruktur	131			
4	Trends im Tourismus	133			
5	Nachhaltigkeit im Tourismus	136			
5.1	Negative Auswirkungen des Tourismus	136			
5.2	Maßnahmen für nachhaltigeren Tourismus	137			
Themenübergreifendes Fallbeispiel		141			