Grzesik Klaudia

Nr albumu: 121330

Ekonomia II rok

Guten Tag. Mein Name ist Klaudia Grzesik. Ich studiere Ökonomie an der Rzeszower Universität. Das Thema meiner Präsentation ist ,, Marketing ".

 **Marketing**

Der Plan für meine Präsentation sieht Folgendes vor:

1. Definition
2. Marketingziele
3. Marketing Mix

• Produktpolitik (Product)

• Pricepolitik (Price)

• Kommunikationspolitik (Promotion)

• Distributionspolitik (Place)

1. Wörterbuch
2. Quellen
3. Definition

**Marketing sind alle Anstrengungen, die ein Unternehmen unternimmt, um seine Produkte und/oder Dienstleistungen erfolgreich auf dem Markt abzusetzen.**

**Als Marketing-Mix bezeichnet man die Kombination der einzelnen absatzpolitischen Instrumente.**

**Darunter versteht man eine Kombination namens „4P”.**

1. **Marketingziele**

**Ökonomische Ziele**

* Absatz
* Umsatz
* Gewinn
* Marktanteile
* Rentabilität
* Preisniveau
* Kosten

**Psychologische Ziele**

* Bekanntheitsgrad
* Kunden- zufriedenheit
* Markentreue Image
* Kompetenzniveau
* Kundenbindung
* Kaufintensität
1. **Marketing Mix**

**Unter dem Begriff Marketing-Mix fasst man alle Aktionen und Entscheidungen zusammen, die für eine erfolgreiche Platzierung eines Unternehmens und seiner Produkte und/oder Dienstleistungen auf dem Markt bedeutend sind.**

**Dabei unterscheidet man im klassischen Modell des Marketing-Mix (dem sogenannten 4P-Marketing) vier zentrale Bereiche.**

* **Das Produkt** - Als Produkt bezeichnet man **alles auf einem Markt Angebotene**,

**das Kunden erwerben, verwenden, mit dem sie interagieren, das sie erleben oder konsumieren können, um einen Wunsch oder ein Bedürfnis zu befriedigen.**

**E**s ist der Kernpunkt des traditionellen Marketing-Mix-Konzepts.

* **Der Preis** - **ist der Geldbetrag, den wir zahlen müssen, um das Produkt zu erhalten.** Im Marketing spielt es eine entscheidende Rolle bei Kaufentscheidungen. Der Preis berücksichtigt Rabatte, Zahlungsbedingungen, Kreditbedingungen
* **Die Kommunikation** - **betrifft die Aktivitäten des Unternehmens, die dazu dienen, Informationen über das Produkt bereitzustellen und die Nachfrage zu gestalten.**

 Sie betreffen z.B. Klassische und Online-Werbung.

* **Die Disrtibution** - **bezeichnet die Kanäle, über die Waren oder Dienstleistungen den Kunden erreichen können.**

Dieser Begriff bezieht sich nicht nur auf die Ansiedlung von Handels- und Dienstleistungsbetrieben, sondern unter anderem auch auf für die Anordnung von Waren in Geschäften.

1. Wörterbuch

die Anstrengung – wysiłek

unternehmen – podejmować /się

der Absatz – zbyt

der Umsatz - obrót

der Gewinn – zysk

der Marktanteil – udział w rynku

die Rentabilität – rentowność

das Preisniveau – poziom cen

die Kundenzufriedenheit – satysfakcja klienta

das Kompetenzniveau – poziom kompetencji

die Kundenbindung – lojalność klientów

die Kaufintensität – intensywność zakupów

alles auf einem Markt Angebotene – oferowane na rynku

das Bedürfnis – potrzeba

der Geldbetrag – ilość pieniędzy

die Zahlungsbedingungen (Pl.) – warunki płatności

bereitstellen – zapewnić

1. Quellen

<https://www.randstad.pl/strefa-pracownika/rozwoj-zawodowy/co-to-jest-marketing-mix-narzedzia-i-koncepcje-tego-rozwiazania/>

 <https://de.wikipedia.org/wiki/Marketing>

 <https://centralstationcrm.de/marketing>

 <https://witalni.pl/slowniczek/marketing/marketing-mix/>

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!