

Die dritte Präsentation betrachtet die Marketingstrategie eines deutschen Sportartikelherstellers

Präsentationsthema für Team 3

Thema 3: Analyse der Marketingstrategie eines deutschen Sportartikelherstellers

- **Kurze** Vorstellung eines deutschen Sportartikelherstellers und dessen Entwicklung im Laufe der Zeit (Bsp.: adidas, Puma, ERIMA,...)
- Wie konfigurieren sich die 4 Ps des Marketing für das gewählte Unternehmen? Wie gestaltet sich das Produktportfolio, welche Kommunikationsmaßnahmen werden genutzt, wie formieren sich die Distribution und der Preis?
- Welche Marketingstrategie verwendet der gewählte Sportartikelhersteller? Verdeutlichen Sie diese anhand eines selbst gewählten Produktbeispiels.
- Vergleichen Sie die Marketingstrategie des gewählten Unternehmens mit den bedeutsamsten Wettbewerbern.
- Welche zukünftige Entwicklung prognostizieren Sie für das Unternehmen und dessen Marketingstrategie?

Dauer: 20 Minuten, alle Gruppenmitglieder müssen präsentieren

In der vierten Präsentation wird die Marketingstrategie eines Schweizer Luxusuhrenherstellers analysiert

Präsentationsthema für Team 4

Thema 4: Analyse der Marketingstrategie eines Schweizer Luxusuhrenherstellers

- Kurze Vorstellung eines Schweizer Luxusuhrenherstellers und dessen Entwicklung im Laufe der Zeit (Bsp.: Rolex, Patek Philipp, Omega,...)
- Wie konfigurieren sich die 4 Ps des Marketing für das gewählte Unternehmen? Wie gestaltet sich das Produktportfolio, welche Kommunikationsmaßnahmen werden genutzt, wie formieren sich die Distribution und der Preis?
- Welche Marketingstrategie verwendet der gewählte Luxusuhrenhersteller? Verdeutlichen Sie diese anhand eines selbst gewählten Produktbeispiels.
- Vergleichen Sie die Marketingstrategie des gewählten Unternehmens mit den bedeutsamsten Wettbewerbern.
- Welche zukünftige Entwicklung prognostizieren Sie für das Unternehmen und dessen Marketingstrategie?

Dauer: 20 Minuten, alle Gruppenmitglieder müssen präsentieren