

## **Gliederung Vorlesung „ Vertriebsplanung und Vertriebscontrolling“**

- 1. Grundlagen Marketing, Distributionspolitik und Grundszenario**
- 2. Die Konfliktkonstellationen zwischen Hersteller und Handel**
- 3. Einige Aspekte der Distributionspolitik beim Hersteller**
- 4. Die verschiedenen Kundengruppen: Kaufverhalten, Segmentierungen**
  1. Endverbraucher
  2. B2B-Kunden
  3. Handel - Einkäufer
- 5. Wesentliche Aspekte des deutschen Handels / Absatzkanalstruktur**
- 6. Der Absatzweg als Gegenstand der Distributionspolitik**
  1. Definition und Aufgaben des Handels
  2. Betriebsformen des Handels
  3. Online-Handel
- 7. Der Handel für Fast Moving Consumer Goods**
  1. Der Einzelhandel und seine Analyse als Informationsgrundlage der Distributionspolitik
  2. Zunehmende Discountorientierung
  3. Weitere Absatzkanäle
  4. Versandhandel
  5. Franchising
  6. Online-Handel
  7. Internationalisierung des Handels
  8. Das Marketing-Mix im Handel
- 8. Distributionspolitik beim Hersteller dinglicher Produkte**
- 9. Organisation des Vertriebes**
- 10. Vertriebsplanung**
  1. Funktionen der Vertriebsplanung - Vertriebssteuerung
  2. Kundenplanung
  3. Vertriebsmitarbeiter
  4. Konditionenpolitik
- 11. Methodeneinsatz im Vertrieb (ECR, CRM etc.)**
- 12. E-Commerce in Deutschland**
- 13. Distributionspolitik bei Dienstleistungen**
- 14. Vertriebscontrolling. Aufgaben und Instrumente des Vertriebscontrolling**
- 15. Distributionspolitik in der Zukunft**