



# Anwendungsorientierte Beispiele marktorientierter Unternehmensführung

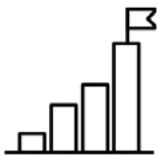
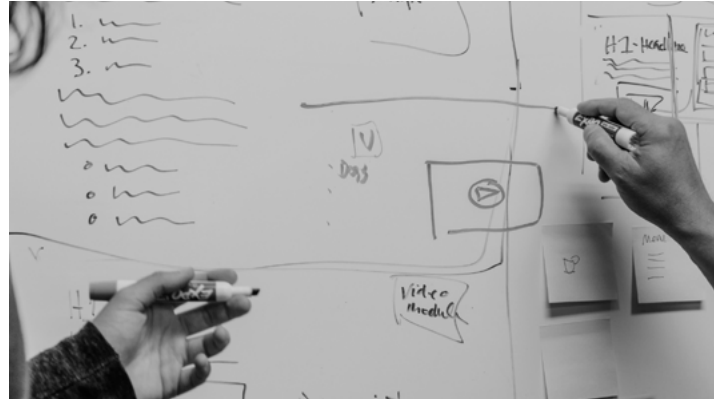
[Univ.-Prof. Dr. Thomas Foscht](#)



+43 (0)316 380 7200



[thomas.foscht@uni-graz.at](mailto:thomas.foscht@uni-graz.at)



## Lernziel

Studierende sind in der Lage, das Kaufverhalten von KonsumentInnen, Unternehmen und Institutionen in Zusammenhang mit verschiedenen Touchpoints zu analysieren, die Rolle einzelner Instrumente des Marketing-Mix im Rahmen der Customer Journey zu erklären, Marketingentscheidungen zu implementieren und deren Erfolgswirkungen mittels Marketingcontrolling zu erfassen, zu bewerten und zu reflektieren.



## Wichtigsten Inhalte

- Optimierung der Kundenwahrnehmung durch integrierte Kommunikation
- Plattform-Management
- Internetbasierte Geschäftsmodelle: Subscription-Management
- Marktorientierte Unternehmensführung aus Branchenperspektive
- Touchpoint-Ansatz und die Customer Journey
- Expertenvorträge



## Lernziel-Überprüfung

Im Fokus steht neben einer aktiven Mitarbeit die intensive Auseinandersetzung mit einem ausgewählten Unternehmen anhand der besprochenen Inhalte (Situationsanalyse, Umsetzung des Marketing Mix in Hinblick auf die Customer Experience, Communication Touchpoints, Customer Journey).