

Zertifikat Marketing und Vertrieb im Agribusiness



Marketing und Vertrieb nehmen in Unternehmen des Agribusiness eine Schlüsselfunktion ein. Die Aufgaben reichen von der Kundensegmentierung über die Erstellung geeigneter Werbekonzepte bis zur Beratung der landwirtschaftlichen Kunden. Wachsende Ansprüche von Großkunden, neue Vertriebskanäle und digitale Kommunikationskonzepte sind einige der aktuellen Herausforderungen. Nur eine herausragende strategische Ausrichtung des Marketing- und Vertriebsmanagements sichert Unternehmen des Agribusiness die Position im Wettbewerb und hat damit entscheidenden Einfluss auf den Unternehmenserfolg.

Das Zertifikat Marketing und Vertrieb im Agribusiness vereint Grundlagen und aktuelle Entwicklungen dieser beiden Schlüsseldisziplinen und kombiniert diese mit ausgewählten Fallstudien des strategischen Managements im Agribusiness. In drei Modulen lernen Sie die neuesten Ansätze einer marktorientierten Unternehmensführung kennen.

Die Dozentinnen und Dozenten stammen aus den renommierten Abteilungen Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte sowie Betriebswirtschaftslehre des Agribusiness an der Georg-August-Universität Göttingen.

ECTS
sind voll
anrechenbar!

Ablaufplan:

Marketing
Management

6 CP

Vertriebs-
management

6 CP

Strategisches
Management

6 CP

Dauer: Die Module haben eine Dauer von sieben Wochen, in denen regelmäßige Webinare und ein Präsenzwochenende in Göttingen stattfinden (Freitag 15 Uhr bis Samstag 17 Uhr).

ECTS: Insgesamt 18 ECTS, voll anrechenbar im Studiengang MBA Agribusiness

Preis: 4900 Euro für das gesamte Zertifikat zuzüglich Semesterbeiträge der Universität Göttingen

Zugangsvoraussetzung: Masterabschluss bzw. Bachelorabschluss (oder gleichwertig, z.B. Diplom, Magister) und mindestens zwei Jahre qualifizierte Berufserfahrung im Agribusiness nach dem Studienabschluss.

Bewerbung an:

Georg-August-Universität Göttingen
Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
MBA Agribusiness
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
E-Mail: mba-agribusiness@uni-goettingen.de

Zertifikat Marketing und Vertrieb im Agribusiness

Modul: Marketingmanagement im Agribusiness (7. Oktober 2019 bis 24. November 2019)

Grundlagen des Moduls sind ein Online-Lehrbuch und Fallstudien. Gegenstand sind die Kernfragen des Marketings und sowie aktuelle Herausforderungen und Entwicklungen des Marketings. Das Modul baut auf den Stufen einer Marketingentscheidung auf, von der Analyse- und Zielfindungsphase über Strategien und Anwendungen von Instrumenten bis zu Organisation und Kontrolle. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Verständnis für die Komplexität des Verbraucherverhaltens bei Lebensmitteln.

Marketingmanagement im Agribusiness

- Marketingplanung
- Grundlagen und Analysemethoden der Markt und Konsumforschung
- Strategisches Marketing
- Marketing-Instrumentarium

Dozent: Prof. Dr. Achim Spiller

Abteilung Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Universität Göttingen

Modul: Vertriebsmanagement im Agribusiness (25. November 2019 bis 26. Januar 2020)

Zentraler Gegenstand sind das grundlegende Wissen und die aktuellen Rahmenbedingungen des Vertriebsmanagements im Agribusiness. Diese werden anhand relevanter Daten, Fakten, Konzepte und Definitionen erarbeitet. Das Marketing und der Einkauf des eigenen Unternehmens werden aus der Perspektive der Kunden durch unterschiedliche Theorien und Konzepte analysiert. Kundensegmentierung und -priorisierung, Vertriebsorganisation, verschiedene Verkaufssysteme, Preiskompetenz sowie Verhandlungsstrategien sind weitere zentrale Bestandteile des Moduls. Diese werden durch Beispiele aus der Praxis vertieft. Abschließend wird ein Blick auf verschiedene Vertriebsmanagementsysteme geworfen sowie deren Anwendung und Potenziale in der Praxis diskutiert. Zudem steht ein kurzer Ausblick über die Herausforderungen des Vertriebsmanagements im Agribusiness an.

Vertriebsmanagement im Agribusiness

- Vertrieb als Schaltstelle des Agribusiness
- Rahmenbedingungen des Vertriebs
- Vertriebsmanagement
- Herausforderungen des Vertriebs

Dozent: Prof. Dr. Achim Spiller

Abteilung Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Universität Göttingen

Modul: Strategisches Management im Agribusiness (27. Januar 2020 bis 15. März 2020)

Dieses Modul ist als Fallstudienkurs konzipiert, der die online-basierte selbstständige Erarbeitung der Grundlagen der strategischen Unternehmensplanung mit der Bearbeitung von Fallstudien in der Gruppe kombiniert. Im E-Learning-Teil des Moduls werden Grundlagen einschlägiger Literatur selbstständig erarbeitet und in die konzeptionellen Grundlagen des strategischen Managements im Agribusiness (Umfeldanalyse, Unternehmensanalyse, Unternehmens-, Wettbewerbs- und Funktionalstrategien, Bewertung strategischer Handlungsalternativen) überführt. In den Präsenzzeiten werden ausgewählte Fallstudien zu verschiedenen Aspekten des strategischen Managements im Agribusiness bearbeitet.

Strategisches Management im Agribusiness

- Umfeldanalyse
- Strategische Fähigkeiten
- Unternehmensstrategien
- Wettbewerbsstrategien

Dozentin: Dr. Verena Otter

Abteilung für Betriebswirtschaftslehre des Agribusiness, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Universität Göttingen