

Markus Volk



Dienstleistungsmarketing

Produktpolitik und didaktische
Gestaltung in der Erwachsenenbildung am
Beispiel eines Projektmanagement-Trainings

Volk, Markus: Dienstleistungsmarketing. Produktpolitik und didaktische Gestaltung in der Erwachsenenbildung am Beispiel eines Projektmanagement-Trainings, Hamburg, Bachelor + Master Publishing 2017

Originaltitel der Arbeit: Bildungsmarketing: Produktpolitik und didaktische Gestaltung in der Erwachsenenbildung

Buch-ISBN: 978-3-95993-043-7

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95993-543-2

Druck/Herstellung: Bachelor + Master Publishing, Hamburg, 2017

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Bachelor + Master Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH

Hermannstal 119k, 22119 Hamburg

<http://www.bachelor-master-publishing.de>, Hamburg 2017

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
1.1 Vorgehen	3
1.2 Eingrenzung und Zielsetzung	4
2. Produktpolitische Entwicklung	5
2.1 Marketingstrategie	6
2.2 Zielgruppendefinition	8
2.3 Nutzenversprechen und Zielgruppenansprache	9
2.4 Grundannahmen der Preispolitik	10
2.5 Produktgestaltung	11
3. Didaktische Gestaltung	13
3.1 Gestaltung von Lernumgebung und Didaktik.....	13
3.2 Qualität.....	15
3.3 Kompetenzentwicklung als Nutzen-Orientierung.....	16
4. Umsetzung für Projektmanagement-Training	19
4.1 Produktgestaltung	19
4.2 Didaktische Gestaltung für Projektmanagement	21
4.3 Inhalte	22
4.4 Möglichkeiten der Modifikation des Trainings.....	23
5. Fazit	26
Literatur	27
Anhang 1	37
Anhang 2	38
Anhang 3	39
Anhang 4.....	40
Anhang 5.....	41

Abkürzungsverzeichnis

4P	place, price, product and promotion
CI	Corporate Identity
CRM	Customer Relationship Management
DIN	Deutsche Industrie Norm
EPK	Ereignisgesteuerte Prozess-Ketten
ITIL	IT Infrastructure Library
ITIL-Framework	Rahmenstruktur von ITIL
TQM	Total Quality Management

1. Einleitung

Bildungsmarketing und Didaktik werden im Rahmen der Erwachsenenbildung weitgehend getrennt betrachtet. Beide bringen sehr unterschiedliche Sichtweisen mit. Die sozialwissenschaftliche Didaktik trifft auf das betriebswirtschaftlich geprägte Bildungsmarketing. In Zeiten zunehmenden Rückzuges des Staates und Ökonomisierung der Rahmenbedingungen von Bildung, ergeben sich automatische Wechselwirkungen zwischen den beiden Bereichen.¹ Es stellt sich somit die weitgehend bisher nicht gestellte Frage für das Bildungsmarketing: Welche Auswirkungen hat die Produktpolitik auf die didaktische Planung?

Das Spannungsfeld didaktischer Zielsetzungen und der Absetzbarkeit des Angebotes einer Bildungsdienstleistung in Präsenz kann in vielfacher Art wirken. Produktpolitik richtet sich darauf aus, etwas marktfähig zu machen. Didaktik will Lernerfolg sichern. Einerseits wird die Didaktik mit ihren Erfolgszielen das Produkt prägen, andererseits schränken Kundenansprache und Zielgruppendefinition auch die Didaktik ein. Primär wird die Betrachtung erfolgen, wo Produktentwicklung und Marketing die Didaktik beeinflussen. Hinzu kommt die Fragestellung nach den Auswirkungen der Didaktik auf die Produktgestaltung.

1.1 Vorgehen

Zunächst wird die Sicht des Marketings auf Bildungsangebote beleuchtet. Dabei erfolgt der Übergang von allgemeinen Marketinggrundlagen zu geeigneten Definitionen und Vorgehensweisen in der Produktpolitik, für die Anwendung auf Bildungsangebote. Die Zielgruppen und der Nutzen werden spezifisch für Bildungsprodukte betrachtet. Welche Rahmenbedingungen des Marktauftrittes eines Bildungsangebots zu Anfang festgelegt werden müssen, rückt dabei in den Mittelpunkt. Im Anschluss wird die didaktische Gestaltung erarbeitet. Hierzu bildet das Angebot am Markt, die Vorgaben und Einschränkungen. Form, Vorgehen, Grenzen und Möglichkeiten zur Modifikation die Kernpunkte der Betrachtung.

¹ Vgl. Reich-Classen, Weiterbildung und soziale Milieus, Seite 4