**Kompetenzkatalog für RDP für 2016**

**HLW Prüfungsgebiet 6–Marketing - BWL**

Ich kann

* die Zielgruppe für ein bestimmtes Produkt anhand von selbst gewählten Segmentierungskriterien festlegen
* die USP erklären diese für einen konkreten Sachverhalt bestimmen
* die 4 Instrumente des Marketings, die den Marketingmix eines Unternehmens bilden, nennen und definieren
* die Aufgaben der Marktforschung nennen sowie zwischen primärer und sekundärer Marktforschung unterscheiden
* einem Produkt Grund- und Zusatznutzen zuordnen
* Produktlebenszyklus / Portfolio Analyse entwerfen, diese evaluieren und beurteilen, welche Maßnahmen bezüglich des Sortiments daraus folgen
* anhand eines konkreten Sachverhalts Möglichkeiten für Produktinnovation, -differenzierung und Relaunch aufzeigen
* die Marktchancen für ein Produkt einschätzen
* die Einflussfaktoren auf den Preis eines Produktes erkennen
* die verschiedenen Strategien im Rahmen der Preispolitik auf einen konkreten Sachverhalt anwenden
* Absatzwege direkt und indirekt unterscheiden (Franchising)
* den Begriff Corporate Identity definieren und mögliche Maßnahmen erläutern
* geeignete Werbemittel und Werbeträger für einen konkreten Sachverhalt auswählen
* verkaufsfördernde Maßnahmen entwickeln

erstellt von:

Johanna Vogl, St. Josef

Geändert und beschlossen am 30.4.15 durch WIPÄD-ARGE