

Working in the Marketing Department

Jahrgangsstufen	12 (Internationale Wirtschaft), 12/13 (andere Ausbildungsrichtungen)
Fach	International Business Studies
Übergreifende Bildungs- und Erziehungsziele	Berufliche Orientierung, interkulturelle Bildung, Medienbildung/digitale Bildung
Zeitrahmen	Ca. 20 Unterrichtsstunden
Benötigtes Material	PC mit Internetzugang, Arbeitsblätter

Kompetenzerwartungen

Die Schülerinnen und Schüler ...

- analysieren die bestehende Produktpalette eines international operierenden Unternehmens unter Berücksichtigung aktueller Markttrends, um gezielt Rückschlüsse für dessen zukünftige Produktstrategie zu ziehen.
- formulieren auf der Basis von aktuellen Marktforschungsergebnissen konkrete Marketingziele für ein neues/bereits existierendes Produkt auf einem internationalen Markt.
- planen die konkrete Einführung eines neuen/bereits existierenden Produkts auf einem internationalen bzw. bestimmten Markt. Hierfür gestalten sie ein Marketingkonzept unter Berücksichtigung von landestypischen Besonderheiten, z.B. geographische Gegebenheiten, politische Rahmenbedingungen, gesetzliche Bestimmungen oder religiöse Sitten und Bräuche.
- stellen ein Marketingkonzept mit Hilfe geeigneter Präsentationstechniken situations- und adressatengerecht vor.

Situation:

Over the last six months you have been working as an intern in the Human Resources department of *Brain & Comp Inc.*, a small consultancy that supports other businesses with strategic advice on specific topics. As your boss, Mr Wood, was very happy with your work, he asked you whether you would like to go on for another six months. Due to your positive experience, you decided to stay longer. In order to deepen your insights, Mr Wood has offered you to work in the marketing department.

To begin with, you are assigned to Mr Mercy who is responsible for customers on the European retail market, amongst others for an international corporation that produces and sells a variety of beverages. Lately, this customer has been experiencing declining sales revenues. In order to help the customer to return to profitability, Mr Mercy wants you and some other international interns to work together in a team. He asks you to create **a detailed marketing strategy** for one of the customer's existing products or a product innovation considering in detail the famous 4Ps of marketing. In the end, you are supposed to introduce your marketing strategy at the customer's headquarters with the help of a professional PowerPoint presentation including every single step of your research.

Outcomes:

- marketing handbook
- detailed marketing strategy for one of the customer's products including
 - product decisions
 - pricing strategies
 - promotion strategies
 - place decisions

TASK I

As Mr Mercy has seen your puzzled faces, he asks you to start out by getting informed about the **4Ps** of marketing. In order to get an overview and to share the workload each of you focuses on one aspect.

- a) Every intern searches the web for information on one of the following:
 - **p**roduct decisions
 - **p**ricing strategies
 - **p**romotion strategies
 - **p**lace decisions
- b) Summarize the **key aspects** and visualize your findings in a short presentation as well as in an informative handbook. This handbook can be used during the entire project.
- c) Present your results to the other interns.

Optional Task:

As English is not your mother tongue, you want to make sure that you understand and use the marketing terminology correctly. Therefore, you decide to compile an English/German glossary of terms for every aspect of your marketing strategy.


TASK II

Now that you are well-informed, Mr Mercy wants you to carry out some primary market research to figure out what the beverage company's customers like or dislike and to analyse their wants, needs and expectations regarding the products.

- a) Develop a questionnaire. Before you start, make sure you know who the potential customers are (the target market). **Please note:** Search the web for more information about primary market research. Add your findings about market research to your handbook.
- b) Choose a sample of at least 30 people to interview from the appropriate group (e.g. females aged 14-18).
- c) Set out your findings in a market research report. For each of the questions you ask, illustrate the data using an appropriate chart or graph.
- d) Present your results to Mr Mercy.

TASK III

After your presentation, you receive the following email from Mr Mercy:

 Reply	From	mr_mercy@brain-comp.uk
	To...	interns@brain-comp.uk
	Subject	Your market research report

Dear interns

Thanks a lot for your interesting results! Now you know a lot more about the customers' wants and needs. However, in order to be able to make a profound decision, you also have to analyse the lifecycles of the products in question.

Based on your product life cycle analysis as well as your market research results, I would like you to discuss your findings and decide whether you want to modify or replace one of the products. Also, come up with some ideas and suggestions for potential modifications for a specific product or product innovation.

Kind regards


Mr Mercy

Marketing Director
Brain & Comp Inc.

- Consult your handbook for information about product lifecycles and possible extension strategies. In addition, search the web and add your findings to your handbook.
- Identify the current position of each product in its individual life cycle.
- Analyse and discuss your findings regarding the product life cycles as well as those gathered in the primary research in detail.
- Decide which of the products should be modified or replaced by a product innovation. Give reasons for your decision.
- Come up with ideas and suggestions for potential product modifications for a specific product or product innovation keeping in mind the information provided in your handbook dealing with product decisions. Give reasons for your choice.
- Present your results to Mr Mercy.

TASK IV

Situation update:

 Reply	From	mr_mercy@brain-comp.uk
	To...	interns@brain-comp.uk
	Subject	Pricing strategy

Dear interns

Thank you for your profound work so far. I really liked your suggestions regarding the product decisions!

Another important buying criterion is the price of a product. Therefore, it is crucial to develop a pricing strategy which is tailored to your product decisions. Maybe you start out by visiting a local retail store in order to compare the prices for competing products.

Never forget: The **4Ps** of marketing are interrelated! You cannot plan one without considering the others.

Kind regards

Mr Mercy

Marketing Director
Brain & Comp Inc.

- Visit a local retail store and compare the prices of competing products.
- Identify the different pricing strategies.
- Decide on a suitable pricing strategy for your product keeping in mind the information provided in your handbook dealing with pricing strategies.
- Present your pricing strategy in your next team meeting with Mr Mercy.


TASK V

Mr Mercy was really happy with your latest suggestions. Now he wants you to come up with ideas how to promote the modified/new product.

- Develop a suitable promotion strategy for your modified/new product keeping in mind the information provided in your handbook dealing with promotion strategies.
- Present your promotion strategy to Mr Mercy.

TASK VI

Situation update:

 Reply	From	mr_mercy@brain-comp.uk
	To...	interns@brain-comp.uk
	Subject	Distribution channels

Dear interns

I really liked your promotion strategy.

Last but not least, we have to decide where and how to sell the product. Find out what channels of distribution are typically used for these kinds of products and choose one or two appropriate channels of distribution.

Kind regards

Mr Mercy

Marketing Director
Brain & Comp Inc.

- Find out what channels of distribution are typically used for your product. Also consult your handbook.
- Choose one or two appropriate channels of distribution. Give reasons for your choice.
- Present your results to Mr Mercy.

TASK VII

As your marketing campaign has proved to be successful on the European market, Brain & Comp's customer is more than satisfied. Therefore, the company is planning to expand its business to Asia. In this context, Mr Mercy asks you to find out about potential challenges of entering the Asian market. Based on your findings, he wants you to figure out to what extent these challenges are significant for the marketing strategy.

- a) Search the web for information on challenges when entering Asian markets.
- b) In your team, decide which aspects of your findings are the most relevant. Discuss if and how the marketing strategy must be adapted.
- c) Present your results to Mr Mercy.

Evaluation

Evaluate your learning progress during your work in the marketing department with the help of the Feedback Burger.

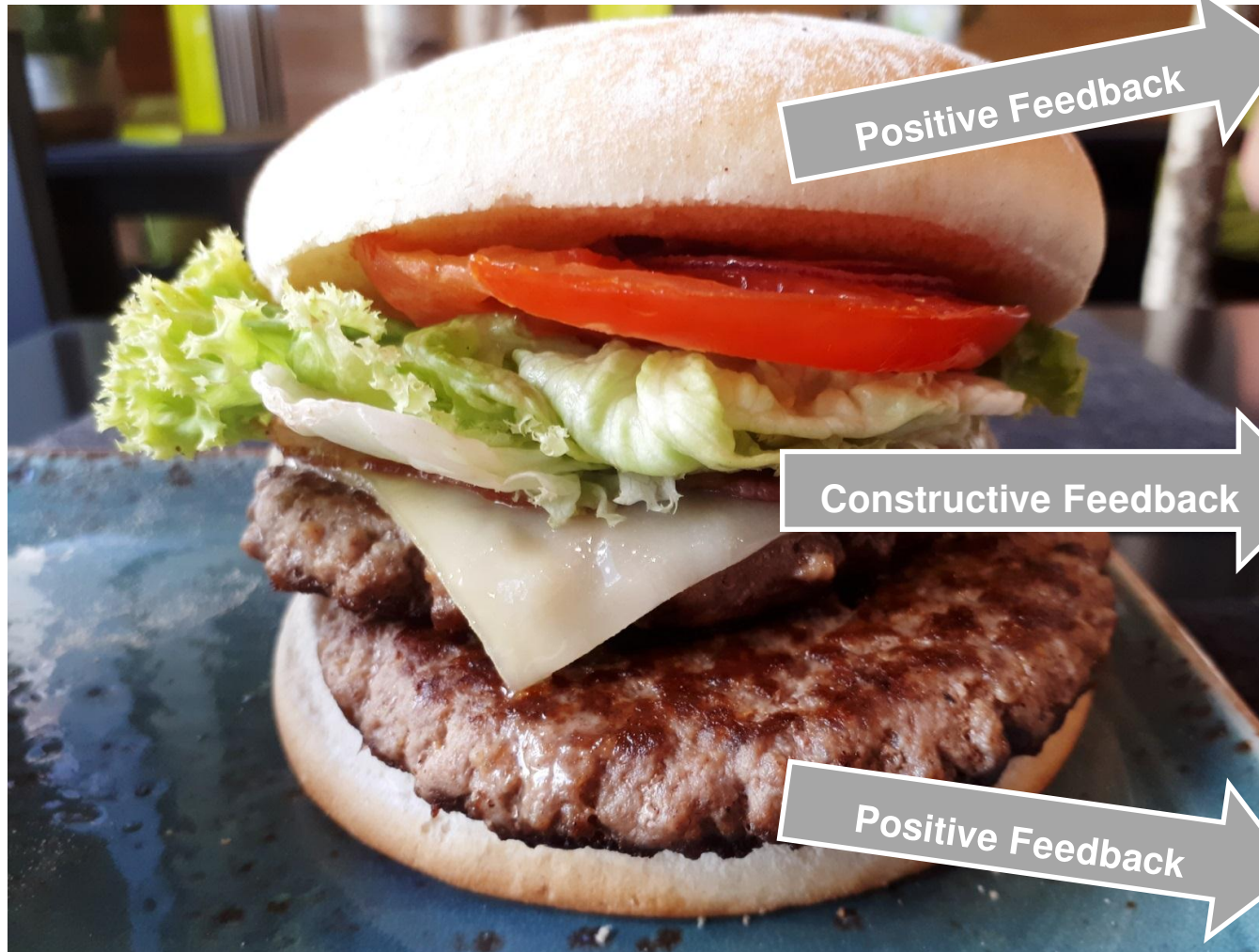
The Feedback Burger:

Like a burger effective feedback consists of different layers.

- 1) It's always important to start off with **positive feedback**. In the bottom layer of the burger, point out at least one thing that was really good.
- 2) The next layer is giving **constructive feedback** by telling ...
 - a) ... what needs to be improved.
 - b) ... why it needs to be improved.
 - c) ... how to improve it.
- 3) Finally, the top layer should give some more **positive feedback**.

Think about the following aspects:

- teamwork
- project organization
- material
- effort
- etc.



Quellen- und Literaturangaben

Bildquelle „Burger“: ISB

Hinweise zum Unterricht

Inhalt/ Handlungen/ mögliche Handlungsprodukte	Sozialform/ Methode	Material	Bemerkung
<p>Situation wird kurz thematisiert und erläutert.</p> <p>5 Minuten</p>	UG	Arbeitsblatt mit Handlungssituation	<p>SuS versetzen sich in die neue Handlungssituation und erkennen, dass als komplexes Handlungsprodukt ein neues Marketingkonzept für einen Getränkehersteller entstehen soll. Hierbei sollen sie die 4Ps berücksichtigen.</p> <p>Bei dem Getränkehersteller handelt es sich lediglich um ein mögliches Beispiel. Dieses kann durch andere (fiktive oder reale) Unternehmen ersetzt oder beliebig um andere Firmen erweitert werden, die von den Schülern dann in arbeitsteiligen Gruppen bearbeitet werden.</p>
<p>SuS erarbeiten arbeitsteilig die 4Ps des Marketingmix. Sie erstellen hierzu eine PPT und ein Handbuch. SuS präsentieren sich anschließend gegenseitig ihre Ergebnisse im Plenum.</p> <p>Zeitumfang: 2-3 Doppelstunden</p> <p>Zur Gewährleistung der terminologischen Zweisprachigkeit besteht die Option, zusätzlich zum Handbuch ein sog. "glossary of terms" in englischer und deutscher Sprache zu erstellen.</p>	EA/SV	Task I Computer/ Laptop/ Tablet	<p>Alternativ kann die Erarbeitung mittels der STEX-Methode (Mischung und Austausch Stammexpertengruppe) erfolgen. Das Handbuch soll bei der Erstellung des Marketingkonzeptes immer wieder herangezogen bzw. erweitert werden.</p> <p>Art und Umfang des Handbuchs wird von der Lehrkraft festgelegt, dementsprechend muss auch die Zeitschiene angepasst werden.</p>

<p>SuS entwickeln einen Fragebogen über die Produkte des Getränkeherstellers. Dieser richtet sich an dessen Kunden. Anschließend führen die SuS eine Marktforschungsstudie durch und fassen die Ergebnisse in einem Bericht zusammen und präsentieren diesen.</p> <p>Zeitumfang: ca. 2 Doppelstunden</p>	<p>GA/SV</p>	<p>Task II</p>	<p>Die SuS können die Fragebögen z. B. von Mitschülern beantworten lassen oder gegebenenfalls im Rahmen eines Unterrichtsgangs Daten erheben.</p> <p>Optional kann die Arbeit mit Statistiken an dieser Stelle zusätzlich vertieft werden.</p> <p>Den SuS sollte an dieser Stelle nochmals verdeutlicht werden, dass der Ergebnisbericht sowie alle folgenden Teilergebnisse Bestandteil der Abschlusspräsentation sein werden.</p> <p>Aus Zeitgründen und um Redundanzen zu vermeiden, ist es allerdings nicht notwendig, die abschließende Präsentation als Ganzes nochmals durchzuführen. Bei leistungsstarken Klassen hingegen könnte auf die Präsentation von Zwischenergebnissen verzichtet werden und der Fokus auf eine Abschlusspräsentation gelegt werden.</p>
<p>Die SuS nutzen die Informationen in ihrem Handbuch oder recherchieren ggf. im Internet den typischen Verlauf eines Produktlebenszyklus und potentielle Verlängerungsstrategien. Sie analysieren die jeweiligen Lebenszyklen und die derzeitige Position der verschiedenen Produkte.</p> <p>Anschließend diskutieren die SuS die Ergebnisse und wählen ein Produkt aus, das große Schwächen aufweist und entweder verbessert oder ersetzt werden soll. Dabei berücksichtigen sie auch die Ergebnisse der Kundenbefragung.</p> <p>Zeitumfang: ca. 2 Doppelstunden</p>	<p>GA</p>	<p>E-Mail TASK III: a – c Handbuch Internet</p>	

<p>Die SuS entwickeln abhängig von der vorhergehenden Entscheidung entweder ein neues Produktkonzept oder überarbeiten ein bestehendes. Die Ergebnisse werden in einer Präsentation zusammengefasst.</p> <p>Zeitumfang: ca. 2 Doppelstunden</p>	GA	TASK III: d - e Handbuch	Wichtig ist, die SuS darauf hinzuweisen, dass alle 4Ps aufeinander abgestimmt werden müssen.
<p>Die SuS entwickeln basierend auf dem Produktkonzept eine passende Preisstrategie. Sie präsentieren im Anschluss ihre Ergebnisse.</p> <p>Zeitumfang: ca. 2 Doppelstunden</p>	GA/SV	E-Mail Task IV Handbuch	Es besteht die Möglichkeit, dass die SuS z. B. in einem Supermarkt ähnliche Produkte vergleichen, um Rückschlüsse auf mögliche Preisstrategien zu ziehen.
<p>Die SuS entwickeln als Nächstes die passende Kommunikationspolitik für das Produkt. Sie präsentieren im Anschluss ihre Ergebnisse.</p> <p>Zeitumfang: ca. 2 Doppelstunden</p>	GA	Task V Handbuch	
<p>Die SuS entwickeln abschließend die passende Distributionspolitik für das Produkt. Sie präsentieren im Anschluss ihre Ergebnisse.</p> <p>Zeitumfang: ca. 2 Doppelstunden</p>	GA	Task VI Handbuch	An dieser Stelle müsste ggf. die Abschlusspräsentation erfolgen, da nun alle Bestandteile des Marketingkonzepts erarbeitet wurden.
<p>Die SuS recherchieren Herausforderungen der Expansion in den asiatischen Markt und passen das Marketingkonzept entsprechend an.</p> <p>Zeitumfang: ca. 2 Doppelstunden</p>		Task VII	Der Schwerpunkt liegt hier bei der Förderung der interkulturellen Kompetenz.
<p>Evaluation: Rückmeldung zur inhaltlichen und methodischen Gestaltung der Unterrichtssequenz mit anschließendem Gedankenaustausch</p>	EA UG	Feedback- burger	SuS geben mithilfe des „Feedbackburgers“ Rückmeldung zur Unterrichtssequenz.