



**Studentische Praxisprojekte am Lehrstuhl für Mikroökonomie
ab 2011**

**Neuromarketing: Strategie und Umsetzungsmaßnahmen für den
europäischen Heimwerker-Markt**
Winter/Frühjahr 2011

Seite 2

Standortanalyse und Präsentation der Stadt Nanning (China)
Winter/Frühjahr 2011

Seite 3

Neuromarketing: Strategie und Umsetzungsmaßnahmen für den europäischen Heimwerker-Markt

Semester: Winter/Frühjahr

Jahr: 2011

Partner:

Scintilla AG Schweiz

Lehrstuhl für Mikroökonomie

Projektbeschreibung:

Das Neuromarketing ist bereits weit verbreitet in der FMCG-Branche (schnell drehende Konsumgüter). Bis jetzt wurde jedoch noch keine detaillierte Forschung durchgeführt, und es existieren auch noch keine Best Practice-Vorbilder für den Bereich „Elektrowerkzeuge und Zubehör“ bzw. für den europäischen Möbelhaus-Markt.

Ziel:

Basierend auf gründlicher Recherche (Internet, Studien, Marktforschung, Fachliteratur, Befragung aller Beteiligten in der Branche, d. h. Anwender, Kunden, Mitbewerber, sowie der Bosch-Abteilungen Marketing, Verkauf und Zubehör) wird das Studententeam folgende Aufgaben bearbeiten:

- eine Neuromarketing-Strategie für Elektrogeräte in der Europäischen Heimwerkerbranche entwickeln
- einen detaillierten Plan zur Strategieumsetzung erarbeiten (Maßnahmen, Zeitplan, Budget)
- eine Schätzung der Kapitalrendite (ROI)
- einen Aktionsplan für die empfohlenen Maßnahmen aufstellen

Standortanalyse und Präsentation der Stadt Nanning (China)

Semester: Winter/Frühjahr

Jahr: 2011

Partner:

City Marketing Nanning (Guangxi, China)

Lehrstuhl für Mikroökonomie

Projektbeschreibung:

- Analyse des Standortes und des Marktes des Stadtgebietes von Nanning
- Identifizierung von Faktoren und Potenzialen des Stadtgebietes von Nanning
- Potenzialanalyse als Investitions- und Produktionsstandort
- Erstellung einer Präsentation nach internationalen Standards
- Schulung zu Präsentationstechniken

Projektziele:

- Gestaltung einer professionellen Präsentation nach internationalen Standards, ausgerichtet auf potenzielle Investoren als Hauptzielgruppe
- Förderung des internationalen Austauschs