

Marktforschung und Marketingstatistik



Ihr Dozent: Herr Jürgen Bruns

Persönliches Vorwort

Liebe Lehrgangsteilnehmerinnen und Lehrgangsteilnehmer,
herzlich willkommen im Lehrgang „Marktforschung und Marketingstatistik“.

Die Zeiten, in denen mit Schulabschluss und Ausbildungsabschluss das Lernen für den Rest des Lebens vorbei war, liegen lange zurück. Heute gehört lebenslanges Lernen zu den Grundvoraussetzungen, um im Beruf und auch im privaten Leben erfolgreich zu sein. Lernen weitet die Augen und macht die Welt des Einzelnen größer.

Ihre richtige Entscheidung an diesem Lehrgang teilzunehmen zeigt, dass Sie dies erkannt haben. Aber Sie wissen auch, dass Lernen wie eine Bergwanderung Anstrengung und Ausdauer erfordert. Umso größer ist die Freude, Zufriedenheit und auch der Stolz, wenn am Ende der selbst erarbeitete Erfolg steht.

Meine Aufgabe ist es, Sie auf dieser Bergwanderung zu begleiten, Sie zu unterstützen, Ihnen Hilfestellung zu geben und Sie aufzumuntern, falls Ihnen ein Teilstück zunächst zu schwierig erscheint. Ich weiß wovon ich spreche, denn ich habe schon viele Gruppen auf diesem Weg begleitet.

Nach meinem Wirtschaftsstudium habe ich viele Jahre als Marketingleiter in zwei Großunternehmen gearbeitet. Ich war anschließend an einer Hochschule Professor für Betriebswirtschaft, insbesondere Marketing. Seit mehr als 20 Jahren bin ich auch im Ausschuss für die Erstellung der Marketingklausuren für die schriftlichen Prüfungen und in Prüfungsausschüssen für die mündlichen IHK Marketing-Prüfungen.

In diesem Lehrgang „Marktforschung und Marketingstatistik“ lernen Sie, Informationen zu beschaffen, aufzubereiten und zu interpretieren. Sie werden schnell merken, egal in welcher Branche und in welcher Funktion Sie arbeiten, dass Sie nur dann überlegte Entscheidungen treffen können, wenn die Entscheidungen nicht „aus dem Bauch heraus“ getroffen werden, sondern wenn ihnen Informationen zugrunde liegen.

Sie betreiben wahrscheinlich bereits Marktforschung –ohne dass Ihnen das bewusst ist –,

wenn Sie Urlaubsziele auswählen, wenn Sie Preise in einem Supermarkt oder TV-Programme vergleichen. Es ist also nur noch ein Schritt, die Werkzeuge der Marktforschung kennen zu lernen und sie, teilweise mit Hilfe der Statistik, systematisch einzusetzen.

Ich freue mich darauf, mich mit Ihnen gemeinsam auf den Weg zu machen.

Mit freundlichen Grüßen
Jürgen Bruns