

Voraussetzungen	Das Modul steht allen Personen offen, welche sich für Marketing in der Landwirtschaft interessieren und die über Kompetenzen auf Stufe Landwirtin/Landwirt EFZ verfügen.
Lernziele	Nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> • haben Sie einen Einblick in wichtige Analyse- und Planungsmethoden im Bereich des Marketings • sind Sie in der Lage, den Einsatz einzelner Marketinginstrumente zu planen • können Sie selbständig ein einfaches Marketingkonzept entwerfen und umsetzen • sind Sie sensibilisiert für Zusammenhänge rund um Marktfragen, beobachten das Marktgeschehen und gesellschaftliche Trends aufmerksamer und leiten daraus direkte Folgen auf die Landwirtschaft ab.
Inhalte	Marketingdenken: Marketingdenken im Wandel der Zeit, von der Produktorientierung zur Nachfrageorientierung, grundsätzliche Marketingphilosophien Marketingstrategien: Marktdurchdringung, Marktentwicklung, Produktentwicklung, Diversifikation, Lebenszyklus eines Produktes, Kern- und Zusatznutzen Marketinginstrumente: Marktforschung, Produktgestaltung (Qualitätssicherung, Produkthaftpflicht, Lebensmittelrecht, AOC, GGA), Sortimentsgestaltung, Preisgestaltung, Kommunikation (PR, Werbung, Verkaufsförderung), Distribution Marketingkonzepte: von der Idee zum Konzept (Grundlagen der Marketingkonzepte), planen und umsetzen von Marketingkonzepten
Niveau	Höhere Fachprüfung / Meisterprüfung
Lernzeit	Das Modul umfasst 60 Stunden Lernzeit, wovon ca. 40 Stunden Veranstaltungen im Plenum und in Kleingruppen und ca. 20 Stunden individuelle Arbeiten
Angebotsform	Je nach Anbieter, Block- oder Tageskurse
Lernzielkontrolle	Die TeilnehmerInnen präsentieren und begründen das von Ihnen vorgängig erarbeitete Marketingkonzept für ein Fallbeispiel und beantworten schriftlich oder mündlich Fragen aus dem Gebiet des Marketings.
Anerkennung	Die erfolgreiche Lernzielkontrolle wird als Teilabschluss für die Meisterprüfung Landwirtschaft / verschiedene landwirtschaftliche Spezialberufe und für die höhere Fachprüfung der Bäuerinnen anerkannt.
Anbieter	Landwirtschaftliche Bildungszentren
Gültigkeitsdauer	5 Jahre ab Bestehen der Lernzielkontrolle
Laufzeit	Anpassung nach Bedarf
Bemerkungen	keine

Bildungsziel

Die Kursabsolventen und -absolventinnen haben fachliche Kenntnisse und methodische Hilfsmittel, welche es ihnen erlauben für ein kleineres Unternehmen angepasste Marketingmassnahmen zu planen und umzusetzen. Sie sind zudem in der Lage grössere Marketingkonzepte zu verstehen und die daraus folgenden Auswirkungen abzuschätzen.

Lernziele/Kompetenzen

Der Kursabsolvent/die Kursabsolventin soll ... können	FaK	MeK	SeK	SoK
1. ... die Entwicklung von der Produktions- zur Marketingorientierung und deren Folgen aufzeigen (K3)	X			
2. ... verschiedene grundsätzliche Marketingstrategien anschaulich darstellen (K2)	X	X		
3. ... den Lebenszyklus eines Produktes an Hand konkreter Beispiele erklären (K2)	X			
4. ... verschiedene Grundsätze der Marktforschung beschreiben und an einfachen Beispielen anwenden (K3)	X	X	X	
5. ... wichtige Grundsätze der Produkt- und Sortimentsgestaltung erläutern und deren Umsetzung für ein Beispiel aus ihrem Erfahrungsbereich skizzieren (K3)	X	X	X	
6. ...den Wert von Marken und Labels aufzeigen und die Bedeutung einer Marke im Marketing aufzeigen	X		X	
7. ... die notwendigen und gesetzlich vorgeschriebenen Schritte zur Qualitätssicherung aufzählen und die Bedeutung der geschützten Ursprungsbezeichnung (AOC) und der geschützten geografischen Angabe (GGA) erläutern	X			
8. ... an konkreten Beispielen aufzeigen, nach welchen Kriterien Preise festgesetzt werden (K4)	X	X		
9. ... für konkrete Produkte und Dienstleistungen geeignete Kommunikationsmassnahmen vorschlagen (K5)	X	X	X	X
10. ... die Multifunktionalität als Dienstleistung der Landwirtschaft kommunizieren	X	X	X	
11. ... die verschiedenen Kommunikationsinstrumente erklären, klar unterscheiden und für eine konkretes Beispiel gezielt anwenden (K5)	X	X	X	
12. ... verschiedene Distributionswege beschreiben und für vorgegebene Produkte konkrete Möglichkeiten skizzieren (K5)	X	X	X	
13. ... unter Einbezug verschiedener Marketinginstrumente ein Marketingkonzept entwerfen und umsetzen (K5)	X	X	X	X
14. ... wichtige Elemente und Vorgehensschritte an Hand eines Fallbeispielles erklären und mit Hilfe des Projektmanagements umsetzen (K3)	X	X	X	X