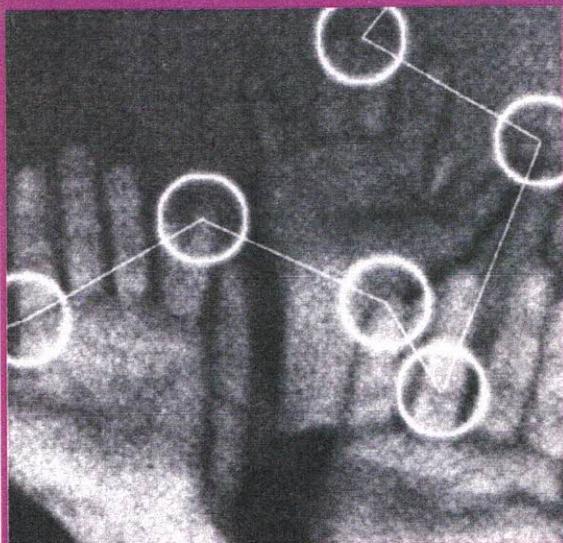


**Michael Schrader  
(Hrsg.)**

# **Marketing praktisch**

**II**



**Angewandtes  
Marketing in sozialen  
Organisationen**

**Beispiele  
und Bewertungen**

## **INHALT**

- I. Einleitung Michael Schrader Marketing praktisch** Seite 4
- II. Marketingkreislauf: Situationsanalyse, Strategieentwicklung und Marketing-Mix (4p)**
- Jahnke, Eltje** Seite 32  
Den KiB als Organisation zukunftsfähig machen – Anwendung des Marketing-Mix auf die KiB-Kindertagesstätten für Drei- bis Sechsjährige
- Brunert, Michael** Seite 66  
Eine Situationsanalyse des Vereins der Angehörigen psychisch Kranker in Münster e.V.
- Möller, Sven** Seite 82  
Marketingentwicklungsprozesse – am Beispiel einer speziellen Diversifikationsmaßnahme innerhalb der „In der Gemeinde leben gGmbH“
- König, Christiane** Seite 106  
„mischen is possible“- Eine Marketing-Strategie für den Gender-Parcour der Fachstelle Gender NRW
- Beusing-Terhorst, Julia** Seite 122  
Die „4P“ des Marketing-Mixes und die Kundenorientierung im Rehabilitationswesen
- Weber, Julia** Seite 148  
„Wo hakt es denn?“ – Eine Analyse der Jungen-WG-Nachtfalke – Kommunikationspolitik als Instrument von Sozialmarketing

### **III. Vertiefungen: Marktforschung (Trends), Kundenbegriff, Social Media**

**Krause, Lennart** Seite 166

Trends im Kontext des Demografischen Wandels – (auch) eine Marketing-Herausforderung für Anbieter sozialer Dienstleistungen

**Daniel, Maren** Seite 182

Marketing im Non-Profit-Bereich – Eine Analyse des Kundenbegriffs

**Erz, Michael** Seite 200

Social Media Marketing in Organisationen Sozialer Arbeit

### **IV. Personalmarketing**

**Reckendress, Stefanie** Seite 222

Personalmarketing – Begriffsbestimmung, Analyse und Möglichkeiten am Beispiel der Wohneinrichtungen der Behindertenhilfe St. Vincenz Gesellschaft mbH

**Marx, Anne** Seite 242

Personalmarketing in der Pflege

**Overesch, Birgit** Seite 260

Elder-Care: Betriebliche Maßnahmen zur Unterstützung von Beschäftigten mit pflegebedürftigen Angehörigen im Sinne eines gezielten Personalmarketings

**Literatur** Seite 278

**Impressum** Seite 292

## **Marketing praktisch II**

### **Angewandtes Marketing in sozialen Organisationen**

Die hier zusammengestellten Beiträge entstanden zwischen 2008 und 2012 als Hausarbeiten im weiterbildenden Master-Studiengang Sozialmanagement an der staatlichen Fachhochschule in Münster und sind der zweite Band von Marketing praktisch. Sie dokumentieren die Aneignung von Marketing-Theorie und deren praktische Anwendung durch die nebenberuflich Studierenden, die alle gleichzeitig im Beruf stehen und sich mit dem Studium für Führungspositionen in Sozialorganisationen qualifizieren.

**Hrsg.: Michael Schrader  
pragma gmbh bochum  
[www.pragma-bo.de](http://www.pragma-bo.de)**

**Marketing praktisch II**

**Druck: BoD 2012**

**ISBN-13: 978-3-8482-2772-3**

**Marketing praktisch I**

**Druck: BoD 2007**

**ISBN-13: 978-3-8370-0799-2**

**pragma**  
COACHING · BERATUNG · ENTWICKLUNG · FORTBILDUNG



**9 783848 227723**