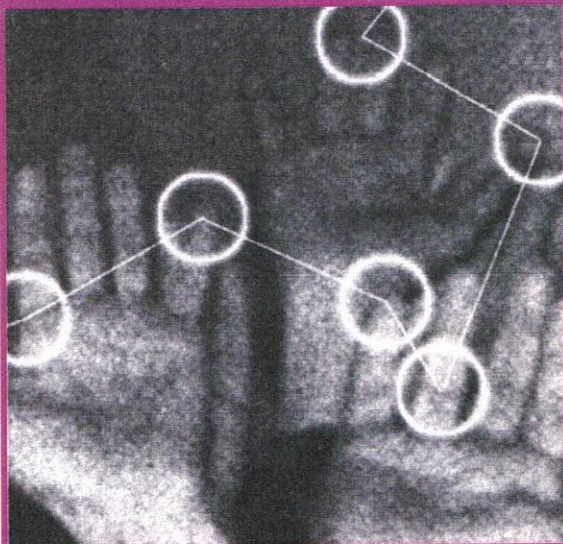


Michael Schrader
(Hrsg.)

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
---------------------	-----------------

Marketingentwicklungsprozesses – 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

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