

## Stichwortverzeichnis

### – A –

Ablauforganisation .....	195
Absatzprozesse .....	215
Activity-based Costing .....	223
Adoptergruppe .....	62
Adoptionsprozeß .....	62
After-Sales-Phase .....	128, 136
After-Sales-Service .....	55
Akquisitionsaktivität .....	113
Akquisitionsprozeß .....	199
Anbieterinformation .....	125
Anbieterprozesse .....	27
– kundenbezogene Steuerung .....	28
Anlagengeschäft .....	47
Anlagenvielfalt .....	219
Anwender führender .....	22
Anwendungsproblem .....	127
Arbeitsteilung .....	195
Aufbauorganisation .....	195
Auftragserfolg .....	217
Auftragsfertigung .....	197
Auftragsmanagement .....	206

### – B –

Backstage-Prozesse .....	79
Barrieren der Kundenorientierung .....	188
– inhaltlich-konzeptionelle .....	181
– organisatorisch-strukturelle .....	182
– personell-kulturelle .....	185
Basistechnologie .....	25, 144
Baukastenprinzip .....	131
Benchmarking .....	205
Beratungsgeschäft .....	47
Beschwerdemanagement .....	55
Blueprinting .....	12, 76, 199
– Formen .....	201
– concept blueprint .....	200
– detailed blueprint .....	200
Branchenanalyse .....	109
Build-Operate-Transfer-Geschäfte .....	38
Business Process Analysis .....	75
Business Reengineering .....	195
Business-to-Business-Nachfrager .....	37
Business-value-added Aktivitäten .....	95
Buying-Center .....	109

### – C –

Clusteranalyse .....	85
Commodity-Geschäft .....	45
Core Process Redesign .....	195
Corporate Design .....	131
Cost Driver .....	224
cross-functional teams .....	59
Customer Integration .....	11, 112, 127
– Geschäft .....	49
Cycle-Time-Analyse .....	92

### – D –

Datenbanksysteme .....	134
Design, interaktives .....	58
Dienstleistungsmarketing .....	197
Differenzierung .....	165
Differenzierungsgrad .....	152
Diffusionstheorie .....	62
Diskriminanzanalyse .....	85

### – E –

Entlohnungssysteme, kundenorientierte .....	176
Entwicklungsprozeß .....	150
Episodeninformationen .....	11
Erfolgskontrolle .....	185
explicit knowledge .....	58
externe Faktoren .....	8

### – F –

Fachkompetenz .....	52
Fachwissen .....	52
Facility-Prozesse .....	79
Failure Mode and Effect Analysis .....	155
Faktorenanalyse .....	85
Fehler-Möglichkeiten- und Einflußanalyse .....	155
Flexibilität des Anbieters .....	215
Follower .....	146
Frontloading .....	149
Funktionsanalyse, prozeßorientierte .....	82
Funktionsbereiche .....	167
Funktionsstammbaum .....	85

## – G –

Gap-Modell .....	13
Gemeinkosten .....	217
Gemeinkostenverrechnung .....	226
Geschäftsbeziehung .....	16, 128
Geschäftsbeziehungsmanagement .....	41
Geschäftsbeziehungsprozesse .....	16
Globalisierung .....	105

## – H –

Hauptprozeßkostensatz .....	226
Hub 114 .....	
Hypertext-Organisation .....	136

## – I –

Imitationswettbewerb .....	105
Informationen	
– Beschaffung .....	126
– Nutzung .....	11
– Übermittlung von .....	134
Informationsbedarf des Nachfragers .....	125
Informationssystem .....	215
Infrastruktur .....	61
Innovation .....	57, 143
Innovationspotential .....	24
Innovationsprozesse .....	20
Innovator .....	21, 62
Instrumentarium,	
kundenorientiertes .....	168
Integralqualität .....	46
Integrationsprozesse .....	6
Interaktionsprozesse .....	6

## – K –

Kaufentscheidung,	
ökonomische Motive .....	39
Kaufprozeß, Phasen .....	129
Kerngeschäftsfelder .....	115
Kernkompetenzen .....	51, 147, 172
Key-Account-Management .....	107
Know-how-Transfer .....	60
Kommunikation	
– Organisation der .....	134
– prozeßspezifische .....	131
– prozeßübergreifende .....	129
– Budget .....	124
– Management, prozeßorientiertes .....	125
– Politik .....	123
– Prozesse .....	123
– Ziele .....	124, 125
Kompetenz der Nachfrager .....	51
Komplementärleistungen .....	60
Komplexität .....	215

– Kosten .....	221
Konzeptentwicklung .....	152
Konzeptwettbewerb .....	155
Kooperation mit Anwendern .....	23
Kooperation, vertikale .....	20
Koordinationsaufwand .....	44
Koproduktion von Problemlösungen .....	47
Kosten, direkte .....	17
Kostenartenrechnung .....	223
Kostenstellenrechnung .....	223
Kostenträgerrechnung .....	222
Kostentreiber .....	223, 224
Kriterien, personell-kulturelle .....	185
Kunden, interne .....	173
Kundenanalyse .....	110
Kundenbedürfnisse .....	167
Kundenintegration .....	40, 197
– Prozeß .....	199
Kunden-Lieferanten-Beziehungen .....	172
Kundenmitwirkung .....	12
Kundennähe .....	215
Kundennutzenanalyse .....	94
Kundenorientierung .....	37, 165, 170
Kundenorientierung .....	37
– Implementierung .....	166
Kundenprozesse .....	27, 79
Kundenvielfalt .....	218

## – L –

Lastenheft .....	128
Lead User-Konzept .....	21
Lead User-Kooperationen .....	62
Leistungsergebnis .....	10
Leistungserstellung .....	9
Leistungserstellungsprozeß .....	218
– integrativer .....	10
Leistungsindividualisierung .....	215
Leistungspotential .....	9, 219
Leistungsvielfalt .....	218
Lieferanten-Coaching .....	155
Lieferantenvielfalt .....	219
Line of Implementation .....	77, 200
Line of Interaction .....	77, 199
Line of Internal Interaction .....	77, 199, 200
Line of Visibility .....	77, 199
Lösungskonzeption .....	47, 58

## – M –

Marketing, internes .....	173
Marktanalyse .....	150
Markteinführung .....	145
Marktorientierung des	
Rechnungswesens .....	216
Marktpionier .....	146
Marktprozesse .....	19, 60

- Markttransparenz ..... 43  
 Maschinenvielfalt ..... 219  
 Mass-customization ..... 12  
 Materialvielfalt ..... 219  
 means-end-chains ..... 56  
 Mitarbeiterorientierung ..... 176  
 Modul ..... 147  
 moments of truth ..... 197
- N –**
- Nachfrager ..... 22  
 Nachkaufmarketing ..... 55  
 Non-Sales-Phase ..... 125, 136  
 Non-value-added Aktivitäten ..... 95  
 Nutzer ..... 22  
 Nutzungskonzeption ..... 38  
 Nutzungsprozesse ..... 27, 37, 105
- O –**
- Onstage-Prozesse ..... 79  
 Opportunitätskosten ..... 17, 132  
   – der Zeit ..... 146  
 Organisationsprinzip ..... 184  
 Organisationsstruktur ..... 195  
   – prozeßorientierte ..... 171
- P –**
- Patenschaften ..... 155  
 Planprozeßkostensatz ..... 225  
 Potentialinformationen ..... 10  
 Pre-Sales-Phase ..... 126, 136  
 Problemdefinition ..... 47, 58  
 Problemerkennungs-Know-how ..... 52  
 Problemlösungs-Know-how ..... 52  
 Problemlösungskompetenz ..... 52  
 Problemlösungsprozesse ..... 27, 172  
 Process Value Analysis ..... 91  
 Produktinnovation ..... 19  
 Produktlebenszyklus ..... 20, 144  
 Produktmodul ..... 111  
 Projektgeschäft ..... 47, 134  
 Projektmanagement ..... 109  
 Prozesse des Technischen Vertriebs ..... 5  
 Prozeß  
   – leistungsmengeninduzierter ..... 224  
   – leistungsmengenneutraler ..... 224  
 Prozeßanalyse ..... 73, 206, 223  
 Prozeßdefinition ..... 130  
 Prozeßdokumentation ..... 202, 206  
 Prozeßevidenz ..... 15, 107  
 Prozeßgestaltung ..... 179  
 Prozeßinnovation ..... 19  
 Prozeß-Know-how ..... 226  
 Prozeßkompetenz ..... 51
- Prozeßkoordination ..... 106  
 Prozeßkosten ..... 203  
 Prozeßkostenanalyse ..... 226  
   – funktionspezifische ..... 87  
 Prozeßkostenbewertung ..... 96  
 Prozeßkostenmanagement ..... 73, 223  
 Prozeßkostenrechnung ..... 204, 223  
 Prozeßkostensatz ..... 223  
 Prozeßmanagement ..... 37, 171, 223  
   – Maßnahmen ..... 174  
 Prozeßmengenplanung ..... 223  
 Prozeßoptimierung ..... 181  
 Prozeßorganisation ..... 183  
 Prozeßphase ..... 125  
 Prozeßwertanalyse ..... 91, 204  
 Prozeßzeiten ..... 92  
 Prozeßziele ..... 125
- Q –**
- Querschnittsanwendung ..... 64
- R –**
- Real-value-added Aktivitäten ..... 95  
 Rechnungswesen ..... 215  
 Referenzanlage ..... 24  
 Referenzpotential ..... 24, 63  
 Reorganisation ..... 180  
 Resident Engineers ..... 156  
 Risk-Sharing-Konfigurationen ..... 156
- S –**
- Sales-Phase ..... 127, 136  
 Schlüsselprozeß ..... 172  
 Schlüsseltechnologie ..... 25, 144  
 Schnittstellenmanager ..... 175  
 Schnittstellenproblematik ..... 175  
 Schrittmachertechnologie ..... 25  
 Selling-Center ..... 109  
 Serienentwicklung ..... 153  
 Serienvorbereitung ..... 154  
 Simultaneous Engineering ..... 154, 156  
 single sourcing ..... 49  
 Single-Source-Modelllaufzeit-Verträge ..... 157  
 Sortimentskomplexität ..... 218  
 Spot-Markt ..... 43  
 Standards ..... 43  
 Substitutionstechnologie ..... 144  
 sunk costs ..... 17  
 Support-Prozesse ..... 79  
 Systemangebot ..... 112  
 Systemarchitektur ..... 50  
 Systemgeschäft ..... 50  
 Systemlieferung ..... 147

**– T –**

tacit knowledge .....	58
Target Costing .....	82, 157, 204
Target Pricing .....	204
Technologieentwicklung .....	57
Technologielebenszyklus .....	25
Technologietypen .....	25
Teilevielfalt .....	219
Teilkostenrechnung .....	217
Teilprozesse .....	87
– Automatisierung .....	203
Teilprozeßkosten .....	87
Telekommunikation .....	106
Time-Based-Management .....	205
Transaktionskosten .....	44

**– U –**

Umfeldprozesse .....	25
Unternehmensprozeß .....	217

**– V –**

Value Analysis .....	157
Value Engineering .....	154, 157
Variantevielfalt .....	215, 218
Verhalten, kundenorientiertes .....	166
Vertrauenswürdigkeit .....	127
Vertrieb .....	215
Vollkostenrechnung .....	217

**– W –**

Wechselkosten .....	16
– direkte .....	17
Wertanalyse .....	157
Wertkette .....	6
– Verknüpfung .....	8
Wertrelation .....	89
Wertschöpfungsaktivität .....	147, 219
Wertschöpfungspartnerschaft .....	49, 155
Wertschöpfungsprozeß .....	40, 169
Wertschöpfungsvielfalt .....	219
Wettbewerb .....	105
Wettbewerbsvorteil .....	168
Wiederholungskauf .....	16
Wissen	
– komplementäres .....	60
– T-förmiges .....	51
Wissensentstehung .....	11

**– Z –**

Zukunftsmärkte .....	22
Zukunftstechnologien .....	25
Zusammenarbeit, prozeßbezogene .....	149, 154

# Marketing-Studium für Ingenieure



**Das Weiterbildende Studium Technischer Vertrieb  
bietet jährlich 40 Studienplätze an.**

## **Studienschwerpunkte (Auszug):**

- ▶ Grundlagen des Business-to-Business-Marketing
- ▶ Strategische Marketingplanung
- ▶ Industrielles Kaufverhalten
- ▶ Kundenbezogene Informationsgewinnung
- ▶ Programm-, Preis-, Kommunikations- und Distributionsentscheidungen
- ▶ Key Account Management
- ▶ Internationales Marketing
- ▶ Vertriebsmanagement
- ▶ Projekt- und Auftragsmanagement
- ▶ Financial Engineering

## **Studienmethodik:**

- ▶ Fernstudium mit Präsenzseminaren
- ▶ Berufsbegleitend und praxisorientiert
- ▶ Zeitliche und inhaltliche Flexibilität
- ▶ Intensivbetreuung und wissenschaftliche Fundierung
- ▶ Interdisziplinäre und integrative Ausrichtung

## **Studiendauer:**

Oktober bis September

Weitere Informationen  
und Bewerbungsunterlagen sind erhältlich bei:

**Weiterbildendes Studium Technischer Vertrieb  
Freie Universität Berlin  
Altensteinstraße 48  
14195 Berlin**

**Tel.: +49 -30 -838-24 94**

**Fax.: +49 -30 -832-57 46**

**E-Mail: [wstv@wiwiss.fu-berlin.de](mailto:wstv@wiwiss.fu-berlin.de)**

**Internet: <http://www.wstv.fu-berlin.de>**