



**fachhochschule**  
stralsund  
university of  
applied  
sciences

fachbereich  
wirtschaft school of  
business studies

Prof. Dr. Ingomar Kloss  
Fachgebiet Marketing

## **Werbecontrolling**

2. Sem, 2 SWS

### **1. Grundlagen**

- 1.1 Werbung und Controlling
- 1.2 Zur Lage der Werbung in Deutschland
- 1.3 Mögliche Fehlerquellen in der Werbeplanung

### **2. Werbung und Werbewirkung**

- 2.1 Effizienz und Effektivität von Werbung
- 2.2 Kommunikations- und Marktbedingungen
- 2.3 Wie wirkt Werbung?
- 2.4 Positionierung

### **3. Grundgedanken des Werbecontrolling**

- 3.1 Werbung und Controlling
- 3.2 Operatives und strategisches Werbecontrolling
- 3.3 Regelkreis des Werbecontrolling
- 3.4 Besonderheiten des Werbecontrolling

### **4. Werbekonzeption – Konzept des Werbecontrolling**

- 4.1 Die Doppelfunktion der Werbekonzeption
- 4.2 Konzeptionsbereiche des Werbecontrolling

### **5. Instrumente des Werbecontrolling**

- 5.1 Instrumente und Kennzahlen des operativen Werbecontrolling
- 5.2 Instrumente des strategischen Werbecontrolling