

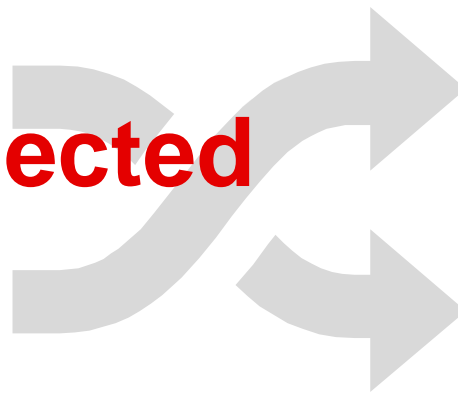


Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer, Sprecher d. Vorstands FGM e.V.
Christoph Rutka, Geschäftsführer FGM e.V.

FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.

Eines der größten Marketingnetzwerke Deutschlands

...get connected



FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.

Die FGM als Praxissäule des LMU Institut für Marketing

Profitieren Sie von einem institutionalisierten Theorie-Praxis-Transfer



FGM – Unsere Idee

Eines der größten Marketingnetzwerke Deutschlands

Die **FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.** ist ein Netzwerk aus Unternehmen, Organisationen, Marketing-Professionals, Wissenschaftlern, Absolventen und Studierenden, die die **Leidenschaft und Begeisterung für Marketing und Vertrieb verbindet.**

Mit über **400 persönlichen Mitgliedern** und **52 Firmenmitgliedern** ist die FGM Fördergesellschaft Marketing e.V. eines der aktivsten und traditionsreichsten Marketingnetzwerke Deutschlands.

Bereits vor mehr als 40 Jahren gegründet und von Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer weitergeführt und -entwickelt, verfolgt die FGM das Ziel, **Wissenschaft und Forschung** sowie Aus- und Weiterbildung in allen Feldern des Marketing am Institut für Marketing an der Ludwig-Maximilians-Universität München zu fördern.

Unterstützt und beraten wird die FGM durch das **hochkarätige FGM-Kuratorium**, das sich aus 18 anerkannten Persönlichkeiten aus der Wirtschaft zusammensetzt.



FGM – Ihre Vorteile

Networking, Recruiting, Learning und Research

Recruiting

- Praktikumsbörse
- Jobbörse
- Workshops
- Fallstudienseminare
- Gastvorträge



Networking

- FGM VIP-Mail
- FGM Get Connected
- Exkursionen
- Kamingespräche
- Mitgliederverzeichnis
- Absolventenfeier



Research

- Praxis-Abschlussarbeiten
- Projektkurse
- Forschungsprojekte
- Beratungsprojekte

Learning

- Münchener Marketing-Symposium
- M-Excellence
- Soft-Skill Workshops
- Projektkurse



FGM – Unser Netzwerk

Von B2B bis B2C, von Absolvent bis Vorstand

18 hochkarätige Kuratoren über **50** Firmenmitglieder über **400** persönliche Mitglieder



FGM Mitgliedschaft

Nutzen Sie die Vorteile einer FGM-Firmenmitgliedschaft

- ✓ Akquisition qualifizierter **Praktikanten und Absolventen**
- ✓ **Kooperation im Rahmen von Lehrveranstaltungen** (z.B. über Case Studies, Gastvorträge) und Veranstaltungen (z.B. Sponsoring Absolventenfeier)
- ✓ Unterstützung bei **wissenschaftlichen/empirischen Untersuchung** einer aktuellen Fragestellung
- ✓ Möglichkeiten zum **intensiven Networking** mit anderen Unternehmen und Studierenden (insbesondere den Studierenden unserer Excellence-Initiative)
- ✓ **Regelmäßige Information über Wissenswertes** aus Forschung und Praxis mit Ihrer persönlichen FGM VIP-Mail, unserem FGM Jahresbericht und aktuellen Veröffentlichungen im Marketing
- ✓ Vergünstigte Teilnahme am jährlich stattfindenden **Münchener Marketing-Symposium**
- ✓ **Unterstützung einer praxisnahen Marketing-Ausbildung** zukünftiger Marketingspezialisten und Führungskräfte



FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.

Projektkurse mit Kooperationspartnern - Beispiele

Kooperationspartner:
Eddie Bauer Japan, Inc



Zielsetzung:

Entwicklung einer differenzierten Multi-Channel Lösung aus Unternehmens- und Kundenperspektive

Vorgehen/Methoden:

Literaturrecherche, Benchmarking Analyse, Fokusgruppen, multifaktorielles Experiment, großzahlige Online Erhebung

Direkter Ansprech- und Austauschpartner:

Matthias Engel (*Representative Director, President and CEO*)

FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.

Projektkurse mit Kooperationspartnern - Beispiele

Kooperationspartner:

Thomas Cook AG



Zielsetzung:

Entwicklung einer Typologie von Internetusern bezüglich deren electronic Word-of-Mouth (eWOM) behavior

Vorgehen/Methoden:

Literaturrecherche, Netnographie, Ethnographie, großzahlige Userbefragung

Direkter Ansprech- und Austauschpartner:

Dr. Klaus-Ulrich Sperl (*Vice President Destination Management*)

FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.

Projektkurse mit Kooperationspartnern - Beispiele

Kooperationspartner:

WMF AG



Zielsetzung:

Entwicklung von Maßnahmen zur Erhöhung der Frequenz und Conversion-Rate in WMF Filialen

Vorgehen/Methoden:

Literaturrecherche, Benchmarking Analyse, Kreativmethoden, Mystery Shopping, Kunden- und Mitarbeiterbefragung

Direkte Ansprech- und Austauschpartner:

Arnold van Bebber (*Sprecher Geschäftsbereichsleitung Filialen*)

Bernd Lietke (*Leiter Marketing, Geschäftsbereich Filialen*)

FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.

Haben Sie Fragen oder Anregungen?

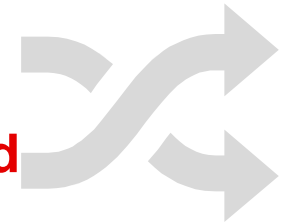
FGM Fördergesellschaft Marketing e.V.

c/o Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer, Institut für Marketing

Ludwigstraße 28 RG

80539 München

**...get
connected**



Geschäftsführer FGM e.V.

Christoph Rutka, M.Sc.

Tel. 089/2180-3345

Fax 089/2180-3322

fgm@bwl.lmu.de

*Ausführliche Informationen zur FGM sowie Satzung der FGM unter
www.marketingworld.de*