

### *Typographisches in der Reklame*

In diesem Kurs werden die Studenten geübt in der Wahl typographischer und zeichnerischer Gruppierung für Reklamezwecke und zwar so, daß sie aus enger Zusammenarbeit mit dem Drucker die größten Vorteile ziehen.

### *Das Wichtigste vom Drucken*

Dieser Kursus handelt besonders von den wichtigsten Druckverfahren, Hoch-, Flach- und Tiefdruck; Anordnung und Vorbereitung des Satzes für den Setzer. Drucktype und Typographie; Korrekturlesen. Farbe und Papier; Druckarbeit, Buchbinderarbeit; Voranschläge und Kosten; wie diese verschiedenen Faktoren sich gegenseitig beeinflussen.

### *Reklamefeldzüge*

In diesem Kurs werden wirksame Reklamefeldzüge ausgearbeitet; besonders handelt es sich um Marktuntersuchungen, Absatzkanäle, Absatzmittel, Preispolitik, Garantien, Preishaltung und die Anpassung der Reklame an diese verschiedenen Faktoren und an die Verkaufspläne.

### *Insertion*

Dieser Kurs behandelt die Probleme des Inseratenteils der Zeitungen, Magazine und Zeitschriften. Die Arbeit des Leiters, des Akquisiteurs und der Inseratenabteilung wird sorgfältig klargelegt. Die Inseratliteratur, die von den leitenden Stellen herausgegeben worden ist, wird besonders behandelt.

### *Verkaufskorrespondenz und Verkaufssysteme*

Typische Verkaufsprobleme werden zergliedert, und Abfassung und Aufmachung von Werbebriefen, Broschüren, Katalogen und anderen Drucksachen werden geübt.

### *Verkaufsgrundsätze und Praxis*

Dieser Kurs behandelt die Grundsätze und Methoden, auf denen jeder Verkauf aufgebaut ist. Die dabei behandelten Fragen sind: Verkauf und die ganze Geschäftsorganisation. Verkäufe und Umsatz. Verkauf und Reklame; Vorbereitung eines Verkaufsgesprächs; wie wird man vorgehen; der persönliche Verkaufsvorgang; wie sichert man sich Beachtung; wie erregt man das Interesse; wie weckt man den Wunsch; wie macht man einen erfolgreichen Abschluß. Es wird von den Studenten gefordert, daß sie all dies schriftlich und auch praktisch ausführen.

### *Verkaufsleitung*

In diesem Kurs handelt es sich um den Aufbau von Verkaufsorganisationen, Auswahl und Erziehung von Verkäufern, Heranbildung von Detailverkäufern, Aufbau und Anwendung eines

### *Marketing campaigns*

In this course, actual advertising campaigns are studied, particularly covering such subjects as marketing investigations, channels of distribution, mediums, price policies, guarantees, exclusive agencies, price maintenance, and the adaptation of the advertising to these various factors and to the sales' plans.

### *Advertising media*

This course studies the problems of the advertising departments of newspapers, magazines and periodicals. The work of the manager, the solicitor, and the service department is carefully analyzed. Special investigation is made of the advertising literature issued by the leading publications.

### *Sales correspondence and selling systems*

Typical sales problems are analyzed and practice is given in the composition and make-up of follow-up letters, booklets, catalogues and other mailing pieces.

### *Salesmanship principles and practice*

This course covers the basic principles and methods which underlie all selling. Among the subjects treated are: sales and the whole business organization; sales and marketing; sales and advertising; preparing a sales talk; obtaining the interview; the personal sales process; viz., securing attention, arousing interest, creating desire, making a successful close. Students are required to do these things both on paper and in actual practice.

### *Sales management*

This course deals with building a selling organization, selecting and training salesmen, the training of retail sales people, the building and use of a selling talk, devising selling methods, planning sales equipment, building a sales manual, methods of compensating salesmen, etc.

### *Direct advertising (advanced)*

The planning and execution of all forms of direct advertising: letters — form, printed, multi-page, die-cut booklets, folders, mailing cards, blotters, enclosures, package inserts, broadsides, catalogues, portfolios, poster stamps, almanacs, printed novelties; the effective use of color and type, selection of engravings and paper stock, costs, methods of reproduction.

### *Retail advertising*

The special problems of advertising a retail establishment are here analyzed.

### *Marketing research*

The collection and use of data in a marketing