

Verkaufsgesprächs, Ersinnen von Verkaufsmethoden, Verkaufspläne, Führung eines Manuals, Bezahlung der Verkäufer.

Direkte Reklame (erweitert)

Entwurf und Ausführung aller Arten von direkter Reklame: Briefe — Form, Druck, Prägung; Broschüren, Umschläge, Postkarten, Tintenlöscher, Briefeinlagen, Prospektblätter, Kataloge, Mappen, Reklamemarken, Almanache, Druckneuheiten; die wirkungsvolle Verwendung von Farbe und Type, Auswahl des Drucks und des Papiers, Kosten, Reproduktionsmethoden.

Reklame für den Detailverkauf

Hier werden die besonderen Probleme der Reklame für das Detailgeschäft dargelegt.

Marktuntersuchung

Sammeln und Gebrauch von Zahlenmaterial für einen Reklamefeldzug werden zum Gegenstand eingehenden Studiums gemacht. Materialquellen, genaue Untersuchungsmethoden, eingehende Fragebogen, Aufstellung von Statistiken, Prüfungsmethoden usw. werden auseinandergesetzt und angewandt. Der Schlußschritt ist die Nutzbarmachung der fraglichen Daten, um daraus die zu wählende Reklame oder den Verkaufsvorgang abzuleiten.

Erweiterte Marktprobleme

Es findet ein Studium der grundlegenden Politik der Reklame- und Verkaufsfeldzüge und aller mit dieser Politik zusammenhängenden Probleme statt. Erweiterte Fragen der allgemeinen Umsatzpolitik, Marktanalysen, Preispolitik usw. werden aufgeworfen. Untersuchungsobjekte werden dem Studenten zugewiesen.

Schaufenster- und Ladenausstattung

Dieser Kurs umfaßt die grundlegenden Fragen der Ausstattung in ihrer Verwendung bei Schaufenster- und Ladendekoration. Die hier behandelten Dinge sind: Farbenharmonie und Kontraste, Wichtigkeit der richtigen Beleuchtung, Wahl des Hintergrunds; Anordnung, Schaufensterschrift, gemeinsame Wirkung. Anwendung von graphischen Mitteln zur Ausstattung des Schaufensters. Betrachtung zeitgemäßer Ausstattungen.

Außenreklame

Dieser Kurs zeigt den Wert und die Wirkung von gemalten Reklameflächen, Plakaten, Straßenbahnreklamen, Lichtreklamen usw., die den Kauf beeinflussen, den Verkauf steigern, den Umsatz sichern. Die Auswahl des geeigneten Ortes, erfolgreiche Arten des Appells, Behandlung von Text und Farben werden untersucht.

campaign are made the subject of detailed study. Sources of material, sound methods of investigation, devising questionnaires, compilation of statistics, methods of testing, etc., are analyzed and applied. The final step is the proper utilization of the data in determining the advertising or sales procedure to be used.

Advanced marketing problems

A study is made of the fundamental policies of advertising and selling campaigns and the problems correlating these policies. Advanced problems in general marketing policy, departmental relations, market analyses, price policies, etc., are taken up. Research subjects will be assigned.

Window and store display

This course covers the fundamental principles of display in their application to window and store decoration. Topics considered are color harmony and contrast, importance of proper lighting, choice of background, window demonstrations, fixtures, show-card lettering, co-operative displays, proper use of lithograph display material, and the consideration of seasonable displays.

Outdoor advertising

This course shows the value and the proper and effective use of painted bulletins, billboards, posters, streetcar cards, electric signs, etc., in influencing buying habits, intensifying sales, and securing distribution. The selection of locations, successful types of appeals, color and copy treatment are fully considered.

Business paper advertising

In this course an intensive study is made of the use of advertising in selling products from industry to industry and from manufacturer to jobber, wholesaler, and retailer. The preparation of advertisement for technical (production) papers and trade (merchandizing) papers receive chief attention.

Seminar in Marketing

The marketing seminar is open only to graduate students. Candidates for the degree of master of commercial science whose theses are in the field of advertising and marketing, will be expected to take this course. This seminar will be devoted to a study of the economics of advertising and marketing. A critical analysis of typical marketing campaigns will be made to determine their benefits, not only to the individual, but to society as a whole.

Other departments of the School of Commerce of New York University are similarly organized, with many courses in each department, each tak-