

Name des Moduls: G11 Marketing		
Prüfung: G11 Marketing	LV.-Nr.:	ECTS-Punkte: 5 CP
Empfohlene Einordnung: 2. Semester	Pflichtkennzeichen: [PF]	Lehrveranstaltungssprache: deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Holger Buxel	Modulturnus: Jedes SoSe	Information zur Anmeldung: LSF
Lehrende: Prof. Dr. Holger Buxel		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> • marktorientiert denken und handeln (Oberziel) • grundlegende Marketing-Modelle beschreiben und anwenden • grundlegende Fachtermini des Marketings erklären und anwenden • grundlegende Methoden der Marketing-Strategieentwicklung, Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik erklären und anwenden 	
Prüfungsform- und umfang	Modulprüfung: Klausur (60 Minuten)	
Lehrform	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung • Übung 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Marketings (Ziele, Aufgaben, usw.) • Strategisches Marketing • Produktpolitik • Preispolitik • Kommunikationspolitik • Distributionspolitik 	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 90 h 150 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Keine	
Formale Voraussetzungen	Keine	
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Homburg, C., Krohmer, H., (2009), Marketingmanagement, Gabler-Verlag, Wiesbaden (aktuellste Ausgabe) • Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., (2011), Marketing, Gabler-Verlag, Wiesbaden (aktuellste Ausgabe) 	