

Modul: Grundlagen des Marketing

| | | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|-----|
| Niveau | Master | Kürzel | GM |
| Modulname englisch | Principles of Marketing | | |
| Modulverantwortliche | Opresnik, Marc, Prof. Dr. Dipl.-Kfm. | | |
| Fachbereich | Angewandte Naturwissenschaften | | |
| Studiengang | Regulatory Affairs, Master | | |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht | ECTS-Leistungspunkte | 2,5 |
| Fachsemester | 3 | Semesterwochenstunden | 2 |
| Dauer in Semestern | 1 | Arbeitsaufwand in Stunden | 75 |
| Angebotshäufigkeit | SoSe und WiSe | Präsenzstunden | |
| Lehrsprache | Deutsch | Selbststudiumsstunden | 75 |

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

| | | | |
|---------------------------------|--|----------------------------|--------------|
| Prüfungsleistung | Studienarbeit | Prüfungsprache | Deutsch |
| Dauer PL in Minuten | | Bewertungssystem PL | Drittelnoten |
| Lernergebnisse | Im Rahmen dieser Veranstaltung lernen die Studierenden die wichtigsten praktischen Werkzeuge, Vorgehensweisen und Methoden aus dem Bereich Marketing kennen. Im Rahmen von Fallstudien haben die Studierenden Gelegenheit, marketing- und absatzbezogene Werkzeuge, Konzepte und Strategien auf ein konkretes Fallbeispiel praktisch anzuwenden. | | |
| Teilnahmevoraussetzungen | Keine | | |

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

| | |
|--|--|
| Berücksichtigung von Gender- und Diversity-Aspekten | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verwendung geschlechtergerechter Sprache (THL-Standard) ✓ Zielgruppengerechte Anpassung der didaktischen Methoden ✓ Sichtbarmachen von Vielfalt im Fach (Forscherinnen, Kulturen etc.) |
| Verwendbarkeit | Aufgrund seiner Ausrichtung kann das Modul in allen Studiengängen eingesetzt werden (siehe Bemerkungen). |
| Bemerkungen | Marketing -Kenntnisse sind für alle Studierenden, welche in ihrem späteren Berufsleben oder als Unternehmer Führungsverantwortung übernehmen wollen, unerlässlich. |

Lehrveranstaltung: Grundlagen des Marketing

(zu Modul: Grundlagen des Marketing)

| | | | |
|------------------------------|------------------------------|----------------------------------|----------------|
| Lehrveranstaltungsart | Online- Lehrveranstaltung | Lernform | Online betreut |
| LV-Name englisch | Principles of Marketing | | |
| Anwesenheitspflicht | nein | ECTS-Leistungspunkte | 2,5 |
| Teilnahmebeschränkung | | Semesterwochenstunden | 2 |
| Gruppengröße | | Arbeitsaufwand in Stunden | 75 |
| Lehrsprache | Deutsch | Präsenzstunden | 0 |
| Studienleistung | | Selbststudiumsstunden | 75 |
| Dauer SL in Minuten | | Bewertungssystem SL | Drittelnoten |

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

| | | | |
|---------------------------------|--|----------------------------|--|
| Prüfungsleistung | | Prüfsprache | |
| Dauer PL in Minuten | | Bewertungssystem PL | |
| Lernergebnisse | | | |
| Teilnahmevoraussetzungen | | | |

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

| | |
|--------------------|---|
| Lehrinhalte | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Grundlagen des Marketing • 2 Analyse und Verständnis der Marktsituation I • 3 Analyse und Verständnis der Marktsituation II • 4 Grundlagen und Methoden der Marktforschung • 5 Formulierung der Marketingstrategien • 6. Produktpolitik • 7 Preispolitik • 8 Distributionspolitik <p>9 Kommunikationspolitik</p> |
| Literatur | <ul style="list-style-type: none"> • Opresnik, M. / Hollensen, S.: Marketing: Grundlagen und Praxis: Ein managementorientierter Ansatz, 2018 • Kotler, P., Keller, K., Opresnik, M.: Marketing Management, 15. Aufl., Pearson, München, 2017 |
| Bemerkungen | Marketing-Kenntnisse sind für alle Studierenden, welche in ihrem späteren Berufsleben oder als Unternehmer Führungsverantwortung übernehmen wollen, unerlässlich. |