

<b>Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen Lebensmittelindustrie (B. Eng.)</b>				
<i>Program: Business administration and engineering food industry (B.Eng.)</i>				
157	<b>Modul: Grundlagen des Marketings</b>			<b>Deutsch</b>
	<i>Module: Fundamentals of Marketing</i>			<i>German</i>
	<b>Fach-Nr.</b> <i>Course number</i>	<b>Semester</b> <i>Semester</i>	<b>Dauer</b> <i>Duration</i>	<b>Status</b> <i>Status</i>
		4. Semester	1 Semester	Pflichtfach
				<b>Turnus</b> <i>Regular cycle</i>
				jährlich
	<b>Kreditpunkte</b> <i>Credits</i>	<b>Aufwand</b> <i>Workload</i>	<b>Kontaktzeit</b> <i>Contact-hours</i>	<b>Selbststudium</b> <i>Student's efforts</i>
	5 ECTS	150 h	4 SWS = 60h Vorlesung	45h Vor-/ Nachbereitung 45h Prüfungsvorbereitung.
158	<b>Beschreibung</b> <i>Description</i>			
	Es werden Grundlagen der marktorientierten Unternehmensführung, des strategischen und operativen Marketing, der Absatzwirtschaft und der Markt- und Marketingforschung vermittelt.			
159	<b>Lernergebnisse</b> <i>Learning Outcomes</i>			
	Fähigkeiten und Fertigkeiten in der Methode und im Transfer zur Lösung marketingspezifischer Aufgabenstellungen:			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategische Planung</li> <li>• Marketing Management</li> <li>• operative Planung, Marketing Mix</li> <li>• Marketing Controlling</li> <li>• Markt- und Marketingforschung</li> </ul>			
160	<b>Schlüsselqualifikationen</b> <i>Key qualifications</i>			
	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Selbstkompetenz / Personenkompetenz	Interkulturelle Kompetenz
		X	X	
161	<b>Lehrveranstaltung/ -methoden</b> <i>Course type and methods</i>			
	<b>Vorlesung</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> </ul>			
162	<b>Vorbedingungen / Vorkenntnisse</b> <i>Prerequisites</i>			
	<b>Dringend empfohlen:</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Rechnungswesen (Kostenrechnung)</li> </ul>			
163	<b>Arbeitsmittel / Literatur</b> <i>Required material / Literature</i>			
	Literatur, Vorlesungsskripte, Statistiksoftware			
	- Kotler/Bliemel "Marketing Management", Schaefer-Poeschel-Verlag, aktuelle Auflage			
	- Meffert "Marketing", Gabler-verlag, aktuelle Auflage			
	- Weiss "Marketing", Kiehl-Verlag, aktuelle Auflage			
	- Weiss/Steinmetz "Marktforschung", Kiehl-Verlag, aktuelle Auflage			

## Detailinformationen

164	<b>Inhalte</b> <i>Course topics</i>																			
<b>Grundlagen des Marketing, einschlägige Methoden und Anwendungen</b>																				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Wissenschaftshistorie des Marketings</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Entwicklung des Marketing</li> <li>○ Aktueller Stand der Wissenschaft und Ausblick</li> </ul> </li>   <li>• <b>Prinzipien marktorientierter Unternehmensführung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Marketing als Führungsinstrument</li> </ul> </li>   <li>• <b>Strategische Marketingplanung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Marktauswahlentscheidungen</li> <li>○ strategische Ausrichtungen</li> <li>○ Marktsegmentierung</li> <li>○ Zielplanung</li> </ul> </li>   <li>• <b>Operative Marketingplanung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Produktpolitik</li> <li>○ Preispolitik</li> <li>○ Distributionspolitik</li> <li>○ Kommunikationspolitik</li> </ul> </li>   <li>• <b>Mixübergreifende Themen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dienstleistungsmarketing</li> <li>○ Markenbildung und -führung</li> </ul> </li>   <li>• <b>Absatzwirtschaft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Handelmarketing</li> <li>○ Verkaufsmanagement</li> </ul> </li>   <li>• <b>Marktforschung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Planung und Konzeption</li> <li>○ Datenerhebungsverfahren</li> <li>○ Datenauswertungsverfahren</li> <li>○ Evaluation</li> </ul> </li>   <li>• <b>Marketingorganisation und -controlling</b></li>   <li>• <b>Grundzüge des internationalen Marketings</b></li> </ul>																				
165	<b>Prüfungsform</b> <i>Assessment</i>																			
Modulprüfung: Klausur (120 Minuten)																				
166	<b>Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten</b> <i>Requirements for granting of credits</i>																			
Erfolgreiches Bestehen der einzelnen Prüfungsteile gemäß Zeile 9 „Prüfungsform“																				
167	<b>Weiterführende Veranstaltungen</b> <i>Related courses</i>																			
168	<b>Zuordnung</b> <i>Classification</i>																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 14.28%;">Mathematik &amp; Naturwissenschaft</th> <th style="width: 14.28%;">Ingenieurwissenschaften</th> <th style="width: 14.28%;">Ingenieur-anwendungen</th> <th style="width: 14.28%;">Informationstechnik (IT)</th> <th style="width: 14.28%;">Lebensmittel-Chemie</th> <th style="width: 14.28%;">Wirtschaft, Management, Sprachen</th> <th style="width: 14.28%;">Anderes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>							Mathematik & Naturwissenschaft	Ingenieurwissenschaften	Ingenieur-anwendungen	Informationstechnik (IT)	Lebensmittel-Chemie	Wirtschaft, Management, Sprachen	Anderes			X			X	X
Mathematik & Naturwissenschaft	Ingenieurwissenschaften	Ingenieur-anwendungen	Informationstechnik (IT)	Lebensmittel-Chemie	Wirtschaft, Management, Sprachen	Anderes														
		X			X	X														
169	<b>Modulbeauftragter / Lehrpersonen</b> <i>Responsible person / Lecturers</i>																			
Prof. Dipl.-Ing. Dr. med. Rentzsch / Prof. Dipl.-Ing. Dr. med. Rentzsch																				