
Sommersemester 2005

GSL 122 Marketing

Termin/Uhrzeit:	siehe Vorlesungsplan
Raum:	siehe Vorlesungsplan
Semesterwochenstunden:	2
Semester:	1.
Dozent/-in:	Prof. Dr. Joachim Birzele Wissenschaftlicher Mitarbeiter Mike Maisack

Kurzbeschreibung der Veranstaltung

Lernziel:	Nach erfolgreichem Abschluss dieser Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, die wichtigsten Konzepte des Marketing zu identifizieren und zu erklären. Im Einzelnen sollen sie die strategischen und operativen Marketingkonzepte in Wirtschaft und in Organisationen anwenden, die Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen Produkt- und Dienstleistungsmarketing erklären sowie die Rolle des Marketing für Non-Profit Organisationen beschreiben können.
Inhalte:	Inhaltliche Schwerpunkte der Veranstaltung sind: Grundlagen, Marktforschung, Analyse des Absatzmarktes, Analyse des Kundenbestands mit Datenbasemarketing, Marketingorganisation, Marketing in einzelnen Bereichen, Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Marketingkonzeption, rechtliche Aspekte.
Voraussetzungen:	Eingeschriebener Studierender am RheinAhrCampus im Fachbereich Betriebs- und Sozialwirtschaft.
Methode:	Vorlesung mit Anteilen eines fragend-entwickelnden Unterrichts.
Bewertung:	Am Ende der Veranstaltung wird eine Klausur (90 min.) geschrieben, die mit 100% Bewertungsanteil in die Vordiplomsnote eingeht.
Material:	Folienskripte vom Dozenten. Diese liegen zum downloaden bereit.
Literatur:	Grundlegend: Ramme, Iris: Marketing. Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen. 2. Auflage. Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2004.

Prof. Dr. Joachim Birzele, Mike Maisack