

Grundlagen des Marketing

Basics of Marketing

Allgemeine Informationen

General information

Kurs-ID 012

Course number

Lehrperson Diplom-Kaufmann Holger Enge

Lecturer

Art der Lehrveranstaltung Allgemeinwissenschaftliches

Type of course

Wahlpflichtfach (AWP)

Elective (AWP) course

Studiengang Für alle Studiengänge, außer WP-B, BW-B,

Degree programme MGSR-B und WIW-B, im Rahmen von AWP

Available for all degree programmes, except

WP-B, BW-B, MGSR-B und WIW-B as an

elective (AWP) course

SWS 2

Semester hours per week

Unterrichtseinheiten (UE) 30 UE

Teaching units (TU) 30 TU

ECTS 2

ECTS (Credits)

Art der Prüfung 60-minütige, schriftliche Prüfung

Type of examination 60-minute written examination

Unterrichtssprache Deutsch

Language of tuition German

Ziele des Kurses

Course objectives

Die Teilnehmer werden in die Grundlagen des Marketing eingeführt, wie es sich entwickelt hat, wie es auf unser Verhalten wirkt, und welche Möglichkeiten die Marketing-Kommunikation bietet.

Sie lernen die wichtigsten Instrumente des Marketing kennen.

Ziel ist es, den Studierenden einen Überblick über die Materie zu geben, ihr Interesse am Marketing zu wecken und die Wichtigkeit zu verdeutlichen, sich mit Marketing und den Wechselwirkungen auseinanderzusetzen.

Students are introduced to the basics of marketing, how it has developed, how it affects our behaviour and what opportunities marketing communication offers.

They are taught the most important marketing tools.

The aim is to give students an overview of the subject matter, to arouse their interest in marketing and to emphasise the importance of dealing with marketing and its interactions.

Inhalte des Kurses

Course content

- Einführung in die Begrifflichkeiten des Marketing
- Abriss über die relevante Verhaltenspsychologie
- Verdeutlichung der Instrumente des Marketing
- Kommunikation und Kommunikationspolitik
- Corporate Identity
- Introduction to the key marketing terms
- Outline of the relevant behavioural psychology
- Clarification of the marketing instruments
- Communication and communication policy
- Corporate identity

Lehrmethoden

Teaching methods

Vorlesung, Lehrgespräch

Lecture, classroom discussion

Lehrbuch

Textbook

Veranstaltungsbegleitend gibt es ein Skript, das in iLearn als PDF zur Verfügung gestellt wird.

There is a course script, which will be made available as a PDF file in iLearn.

Empfohlene Literatur

Recommended reading

Kotler, P., Armstrong, G., Harris C.N., Piercy N.: Grundlagen des Marketing; 8. Auflage, Pearson, München, 2022

Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M.O.: Marketing-Management – Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien; 15. Auflage.; Pearson; München; 2017

Eine ergänzende Liste aktueller Fachliteratur wird mit dem Skript bereitgestellt.
A supplementary list of current subject literature is provided with the script.

Besonderes

Remarks

Die 60-minütige, schriftliche Prüfung besteht aus offenen Fragen die unterschiedlich gewertet werden. Die zu erreichenden Punkte sind angegeben, was die Gewichtung der einzelnen Fragen verdeutlicht.

The 60-minute written examination consists of open questions which are weighted differently. The points to be achieved are indicated, which clarifies the weighting of the individual questions.