

**Kursbeschreibung**  
Course description

# Grundlagen des Marketing

## Basics of Marketing

### Allgemeine Informationen

General information

**Kurs-ID**

Course number

012

**Lehrperson**

Lecturer

Diplom-Kaufmann Holger Enge

**Art der Lehrveranstaltung**

Type of course

Allgemeinwissenschaftliches

Wahlpflichtfach (AWP)

Elective (AWP) course

**Studiengang**

Degree programme

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

Semester hours per week

2

**Unterrichtseinheiten (UE)**

Teaching units (TU)

30 UE

30 TU

**ECTS**

ECTS (Credits)

2

**Art der Prüfung**

Type of examination

60-minütige, schriftliche Prüfung

60-minute written examination

**Unterrichtssprache**

Language of tuition

Deutsch

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.