

VL	Strategisches Marketing, Marketingstratégia, Marketing Strategy	
Veranstalter ¹	Judit Simon	
Zeit	BLOCK	
Ort	Andrássy Universität	
Anrechnungscode	WIWI033	
Kreditpunkte	3	
Kontaktstunde	n.V.	
Prüfungsanmeldung	über das elektronische Studienverwaltungssystem (ETN)	
Inhalt und Ziele		
Kursbeschreibung:		
Kursraster		
Termin	Thema	Literatur
KW 6	Grundlagen Märkte als Bezugs- und Zielobjekte des Marketing	Homburg, Ch.: Marketingmanagement 6. Auflage, SpringerGabler Einleitung
KW 7	Theoriebezogene Perspektive: Das Verhalten des Konsumenten,	Teil I
KW 8	Das Verhalten organisationaler Kunden	Teil I
KW 9	Strategiebezogene Perspektive: Analyse der strategischen Ausgangssituation	Teil III
KW 10	Formulierung, Bewertung und Auswahl von Marketingstrategien	Teil III
KW 11 15.03. Nationalfeiertag	Instrumentelle Perspektive Produktpolitik	Teil IV
KW 12	Preispolitik	Teil IV
KW 13	Kommunikationspolitik, Vertriebspolitik	Teil IV
KW 14	Institutionelle Perspektive: Dienstleistungsmarketing, Handelsmarketing	Teil V
KW 15	Karwoche	
KW 16 17.04. Ostermontag	Implementationsbezogene Perspektive Marketing- und Vertriebsorganisation, Marktorientierung	Teil VI
KW 17	Informationsbezogene Perspektive: Grundlagen	Teil II
KW 18 01.05. Tag der Arbeit	Prozess der Marktforschung	Teil II
KW 19	Datenanalyse und -interpretation	Teil II
KW 20	Zusammenfassung	
Bewertung		
Form und Umfang der zu erbringenden Leistungen: 1 Klausur		

¹ Die Namen der Veranstalter sind ohne Titel aufzuführen.