

VL	Strategisches Marketing (Strategic Marketing, Stratégiai marketing)	
Veranstalter ¹	Judit Simon	
Zeit	BLOCK 22.-23.02. und 12.-13.04 (donnerstags 13:45-17:15, freitags 8-17)	
Ort	HS 2 und HS 5	
Anrechnungscode	WIWI033	
Kreditpunkte	3	
Kontaktstunde	nach Vereinbarung	
Prüfungsanmeldung	über das elektronische Studienverwaltungssystem (ETN)	
Kursraster		
Termin	Thema	Literatur
KW 7		
KW 8	Einführung, Grundlagen Informationsbezogene Perspektive: Prozess der Marktforschung und Fallbesispiele, Datenanalyse und -interpretation Theoriebezogene Perspektive: Das Verhalten des Konsumenten Das Verhalten organisationaler Kunden Strategiebezogene Perspektive: Analyse der strategischen Ausgangssituation	Homburg, Ch.: Marketingmanagement 6. Auflage, SpringerGabler Einleitun Teil II und Script Teil I Teil III
KW 15	Strategiebezogene Perspektive: Formulierung, Bewertung und Auswahl von Marketingstrategien Instrumentelle Perspektive Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Vertriebspolitik Institutionelle Perspektive: Dienstleistungsmarketing, Handelsmarketing Implementationsbezogene Perspektive Marketing- und Vertriebsorganisation, Marktorientierung Präsentation der Hausarbeit	Teil IV, Teil V, Teil VI
Bewertung		
Form und Umfang der zu erbringenden Leistungen: Gruppenarbeit schriftlich+Präsentation (35%+15%), Klausur (50%)		

¹ Die Namen der Veranstalter sind ohne Titel aufzuführen