

<b>Veranstaltungskommentar *</b>	
<b>Titel:</b>	<b>Marketing - AM 2</b>
<b>Nummer, Art:</b>	<b>2.04.074, Seminar</b>
<b>Lehrende/r:</b>	<b>Frank-Michael Henn</b>
<b>Semester:</b>	<b>Wintersemester 2013/2014</b>

<b>Inhaltliche Erläuterung:</b>	<p><b>Ziele der Veranstaltung</b> Die Zielsetzung der Veranstaltung besteht darin, einen umfassenden Einblick in die verschiedenen Bereiche des Marketings zu geben und mittels Beispielen aus der Praxis die aktuelle Relevanz des Themas innerhalb des Studienbereichs Unternehmen aufzuzeigen.</p> <p><b>Inhalte der Veranstaltung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konzeptionelle Grundlagen des Marketing</li> <li>- Märkte und Umwelt der Unternehmung</li> <li>- Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketing</li> <li>- Marketingentscheidung</li> <li>- Marketinginstrumente</li> <li>- ausgewählte Marketingausrichtungen</li> </ul>
<b>Durchführung:</b>	Die Veranstaltung ist als Seminar angelegt.
<b>Art der Modulprüfung:</b>	Portfolio mit bis zu sechs Teilleistungen.
<b>Literatur:</b>	<p><b>Basisliteratur:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Burmann, Christoph; Meffert, Heribert; Kirchgeorg, Manfred (2008): Marketing, 10. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>- Weis, Hans Christian (2009): Marketing, 26. Aufl., Ludwigshafen.</li> </ul> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben</li> </ul>
<b>Weiteres:</b>	

\* Grundlage ist das Verzeichnis des Lehrangebots unter <http://www.uni-oldenburg.de/studium/lehrveranstaltungen/>