

<b>Veranstaltungskommentar *</b>	
<b>Titel:</b>	<b>Marketing - AM 2</b>
<b>Nummer, Art:</b>	<b>2.04.064, Seminar</b>
<b>Lehrende/r:</b>	<b>Frank-Michael Henn</b>
<b>Semester:</b>	<b>Sommersemester 2012</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>- Marketing-Mix</li> </ul>
<b>Durchführung:</b>	Die Veranstaltung ist als Seminar angelegt; ausgewählte Inhalte werden von den Teilnehmenden referiert. Zusätzlich ist eine Betriebserkundung zu absolvieren.
<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> </ul>
<b>Weiteres:</b>	

\* Grundlage ist das Verzeichnis des Lehrangebots unter <http://www.studium.uni-oldenburg.de/lvstudip.php?zeige=ioeb>