

Veranstaltungskommentar *	
Titel:	Marketing - AM 2
Nummer, Art:	2.04.072, Seminar
Lehrende/r:	Frank-Michael Henn
Semester:	Wintersemester 2012/2013

Inhaltliche Erläuterung:	<p>Ziele der Veranstaltung 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>Inhalte der Veranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeptionelle Grundlagen des Marketing - Märkte und Umwelt der Unternehmung - Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketing - Marketingentscheidung - Marketinginstrumente - Marketing-Mix - Marketing-Controlling
Durchführung:	Die Veranstaltung wird als Vorlesung durchgeführt.
Art der Modulprüfung:	Für die Veranstaltungen „Betrieblicher Leistungsprozess und „Marketing“ wird eine gemeinsame Modulprüfung angeboten.
Literatur:	<p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Burmann, Christoph; Meffert, Heribert; Kirchgeorg, Manfred (2008): Marketing, 10. Aufl., Wiesbaden. - Weis, Hans Christian (2009): Marketing, 26. Aufl., Ludwigshafen. <p>Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben
Weiteres:	

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