



MARMARA UNIVERSITÄT - Fakultät für Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftslehre (in Deutscher Sprache)

SYLLABUS

Vorlesungscode	Name der Vorlesung	Vorlesungstyp	Vorlesungsgruppe * für Wahlfächer	Semesterwochenstunden (SWS)		ECTS	Voraussetzungsveranstaltung mindestnote in Buchstaben-format
				T	P		
MRK4012	Internationales Marketing	Schwerpunkt Pflichtfach		3	0	5	
Voraussetzung		Mindestnote in Buchstaben-format				Note	
Veranstaltungssprache							
Vortragende/-r							
Lehrinhalt	Es vermittelt dem Studenten das Wissen und die Werkzeuge zur Bewertung und Analyse internationaler Marktchancen und -bedrohungen sowie die Fähigkeit, Marketingstrategien und -programme mit globaler Perspektive zu formulieren. Es präsentiert das Zusammenspiel dynamischer Antriebskräfte im globalen Geschäftsumfeld, die schnelle wirtschaftliche Integration der Welt und wie sich diese Faktoren auf die Formulierung und Umsetzung internationaler Marketingstrategien auswirken						
Lernziele der Vorlesung	Der Kurs konzentriert sich auf den konzeptionellen Rahmen für internationales Marketing und das Geschäftsumfeld (wirtschaftlich, soziokulturell, politisch, rechtlich und regulatorisch), in dem globale Unternehmen agieren müssen.						
Empfohlene oder Pflichtliteratur	1.	Kollmann, T. (2019), E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler Verlag, 7. Auflage					
Lernergebnisse	1.	Der Student hat: Ein tieferes und breiteres Verständnis der Marketingfunktion, wie sie in einem internationalen Umfeld ausgeführt wird;					
	2.	Der Student verfügt über: Die Fähigkeit, universelle Marketingkonzepte, -prinzipien und -prozesse zu synthetisieren und anzuwenden, die du					
	3.	Der Student verfügt über: Fundiertes Wissen über das globale Geschäftsumfeld und die Schlüsselkräfte, die den internationalen Marketingerf					
	4.	Der Student verfügt über: Die Eignung und die Fähigkeiten, die erforderlich sind, um wettbewerbsfähige Business Intelligence zu entwickeln,					
	5.	Der Student hat: Eine bessere Einschätzung der Möglichkeiten auf dem globalen Markt, sei es als aufstrebender Unternehmer oder als Marke					
Geplante Lernaktivitäten und Lehrmethoden							
WOCHE	Datum	Veranstaltungsinhalt					
Woche 1		Einführung in das globale Marketing					
Woche 2		Das globale wirtschaftliche Umfeld					
Woche 3		Das globale Handelsumfeld					
Woche 4		Soziale und kulturelle Umgebungen					
Woche 5		Das politische, rechtliche und regulatorische Umfeld des globalen Marketings					
Woche 6		Globale Informationssysteme und Marktforschung					
Woche 7		Segmentierung, Targeting und Positionierung					
Woche 8		Zwischenprüfung/-en					
Woche 9		Importieren, Exportieren und Sourcing					
Woche 10		Globale Markteintrittsstrategien: Lizenzierung, Investition und Strategische Allianzen					
Woche 11		Produkt- und Markenentscheidungen					
Woche 12		Preisentscheidungen					
Woche 13		Globale Marketingkanäle und physischer Vertrieb					
Woche 14		Globale Marketingkommunikation					
Woche 15		Die digitale Revolution und der globale e-Marketplace					
Woche 16		Studienwoche					
Woche 17		Finalprüfung					
Aktivitäten und Kriterien		Aktivitäten	Anzahl	Dauer		Gewichtung im (%)	Gewichtung in der Semester Bewertung (%)
		Finalprüfung	1			50	0
		Wiederholungsprüfung	1			50	0
		Semester Bewertung				50	100
		Zwischenprüfung/-en	1			50	100.0
		Quiz					
		Projekt/-e					

		Aufgabe/-n					
		Labor					
		Sonstige					
*** ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand ***							
Bewertungsinstrument	Stunden/Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand		Bewertungsinstrument	Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand	
Theorie	3.0	42.0		Quiz & Vorbereitung	10	10.0	
Praxis	0.0	0.0		Hausaufgaben			
Labor	2.0	28.0		Projekt	5	5.0	
Selbststudium vor der Veranstaltung				Forschung und Präsentation			
Selbststudium nach der Veranstaltung				Seminar			
Selbststudium nach der Bewertung				Feldstudie			
Borbereitung für die Klausur & Zwischenprüfung	10	10.0		Werkstatt			
Vorbereitung für die Klausur & Finalprüfung	20	20.0		Sonstige			
SUMME :					50.0	115.0	
Empfohlene ECTS -Punkte (Gesamtstunden / 25) :						5	