



MARMARA UNIVERSITÄT - Fakultät für Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftslehre (in Deutscher Sprache)

SYLLABUS

2022-2023 Wintersemester

Vorlesungscode	Name der Vorlesung	Vorlesungs- typ	Vorlesungsgruppe * für Wahlfächer	Semesterwo- nstunden (SWS)		ECTS	Voraussetzungsveranstaltung mindestnote in Buchstaben-format
				T	P		
MRK3031.1	Marketing Management	Pflichtfach		3	0	5	
Voraussetzung		Mindestnote in Buchstaben-format				Note	
Veranstaltungssprache							
Vortragende/-r							
Lehrinhalt	Die Veranstaltung behandelt das strategische Marketing und vertiefend die einzelnen Marketing-Mix-Instrumente Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik.						
Lernziele der Vorlesung	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden vertiefende Kenntnisse über die Entwicklung des Marketings, des Marketingumfeldes, des Konsumentenverhaltens, der Zielgruppenbestimmung, der Produktentwicklung, der Preisgestaltung, der Distributions- und Kommunikationsstrategien zu vermitteln und eine Basis für strategische Entscheidungen zu schaffen.						
Empfohlene oder Pflichtliteratur	1.	Kotler, P., Grundlagen des Marketing, 5. Auflage, München 2011.					
		Meffert, H., Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11.					
Lernergebnisse	1.	Kennen die Besonderheiten und institutionellen Rahmenbedingungen von spezifischen Branchen und Märkten.					
	2.	Können marketingspezifische Problemstellungen strukturiert analysieren und Lösungsansätze kontextsensitiv erarbeiten.					
	3.	Entwickeln die Fähigkeit, strategische Handlungsoptionen zu identifizieren und auf die Ausgestaltung der Marketing-MixInstrumente zu übertragen.					
	4.	Einen kritischen Blick auf die Aufgaben des modernen Marketingmanagements werfen können.					
	5.	Die Instrumente des modernen Marketingmanagements kritisch beurteilen können.					
Geplante Lernaktivitäten und Lehrmethoden							
WOCHE	Datum	Veranstaltungsinhalt					
Woche 1		Strategische Marketingplanung : Verständnis des Marketings als strategisches Konzept, Verständnis des Zusammenwirkens von Zielen					
Woche 2		Strategische Marketingplanung : Strategien und Instrumenten; Kenntnis von Methoden der Situationsanalyse als Grundlage der Strategischen Planung					
Woche 3		Strategische Marketingplanung : Kenntnis wichtiger Strategiebereiche und -alternativen					
Woche 4		Produkt- und Programmpolitik : Grundlagen der Produktpolitik, Programmgestaltung					
Woche 5		Produkt- und Programmpolitik : Produktgestaltung, Markenpolitik					
Woche 6		Produkt- und Programmpolitik : Produktinnovation					
Woche 7		Preispolitik : Ansatzpunkte zur Bestimmung des optimalen Angebotspreises, Preisdifferenzierung					
Woche 8		Zwischenprüfung/-en					
Woche 9		Preispolitik : Preisfestsetzung bei der Einführung neuer Produkte, Konditionenpolitik					
Woche 10		Distributionspolitik : Grundlegende Aspekte der Kommunikationspolitik					
Woche 11		Distributionspolitik : Instrumente der Kommunikationspolitik					
Woche 12		Distributionspolitik : Planungs- und Entscheidungsprozess einer Werbekampagne					
Woche 13		Kommunikationspolitik : Grundlegende Aspekte der Distributionspolitik					
Woche 14		Kommunikationspolitik : Akquisitorische Distribution					
Woche 15		Kommunikationspolitik : Physische Distribution					
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	21	21,0
Praxis	0,0	0,0		Hausaufgaben		
Labor	0,0	0,0		Projekt	0	0,0
Selbststudium vor der Veranstaltung				Forschung und Präsentation		
Selbststudium nach der Veranstaltung				Seminar		
Selbststudium nach der Bewertung				Feldstudie		
Borbereitung für die Klausur & Zwischenprüfung	21	21,0		Werkstatt		
Vorbereitung für die Klausur & Finalprüfung	31	31,0		Sonstige		
SUMME :					76,0	115,0
Empfohlene ECTS -Punkte (Gesamtstunden / 25) :						5