

Modulbezeichnung	Marketing	
Semester	3	
Dauer	1 Semester	
Art	Pflichtfach	
ECTS-Punkte	5	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BaIBS	
Prüfungsform und -dauer	2-stündige Klausur	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit integrierten Übungen	
Modulverantwortlicher	H. Hummels	
Qualifikationsziele	Verständnis der Inhalte des modernen Marketings und den damit verbundenen Fragestellungen. Die Studenten sind nach Abschluss des Moduls befähigt. Sachverhalte einzuordnen und folgerichtig zu beurteilen.	
Lehrinhalte	Einordnung des Marketing in das Unternehmen. Einführung in Konsumentenverhalten und Marktforschung. Grundlagen der Marketingstrategie und der Elemente des Marketingmix. Überblick über Marketingorganisation und -kontrolle. Erwerb fachlicher Kompetenzen, die teilweise um analytische und interdisziplinäre Kompetenzen ergänzt werden	
Literatur	Bruhn, M.: Marketing - Grundlagen für Studium und Praxis. Gabler, 9. Auflage, 2008	
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
H. Hummels	Marketing	4