

Humboldt-Universität zu Berlin
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Prof. Dr. Daniel Klapper & Prof. Dr. Stefan Lessmann

Marketing & E-Business

Syllabus WS 2019/20

Kurszeiten:

Dienstag, 14:15 Uhr – 17:45 Uhr, SPA 1, 201

Kursbeschreibung und Kursziele:

Die Veranstaltung wird teilweise als integrierte Vorlesung und Übung angeboten!

Theoretische Grundlagen und Aufgaben des Marketings werden vorgestellt, insbesondere Theorien zum Verhalten der Marktteilnehmer, die Generierung von Marktinformationen, grundlegende Ansätze zur Sammlung und Nutzung von Marketinginformationen. Außerdem wird ein Überblick über die Marketinginstrumente (Marketing-Mix) gegeben.

Der E-Business Teil behandelt das Zusammenspiel von elektronischen Geschäftsmodellen und IT. Im Fokus stehen durch digitale Medien induzierte Transformationsprozesse und Abbildung des Marketing-Mix auf elektronische Kanäle.

Teilnahmevoraussetzungen:

Dieser Kurs ist Teil der Pflichtveranstaltungen des BWL und VWL Bachelorstudiums. Eine Registrierung zur Vorlesung ist nicht erforderlich. Bitte beachten Sie die Angaben des Prüfungsamtes zur Zulassung zur schriftlichen Prüfung.

Kurs Web Page:

Das Kursmaterial sowie ergänzendes Material wird über das Moodle-System der Humboldt-Universität zu Berlin verfügbar gemacht.

Kursmaterialien:

Die Vorlesungsmaterialien sind als pdf Dokumente über das Moodle-System verfügbar.

Dieser Vorlesung liegt kein explizites Lehrbuch zu Grunde. Die folgenden Lehrbücher geben aber einen guten Überblick zu wesentlichen Teilen der Vorlesung. Es ist nicht erforderlich, eines dieser Lehrbücher zu kaufen.

1. Bruhn, M. (2019), Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Springer Gabler Verlag, 14. Auflage.
2. Esch, F.-R., Herrmann, A., Sattler, H. (2017), Marketing: Eine managementorientierte Einführung, Vahlen Verlag, 5. Auflage.
3. Kollmann, T. (2019), E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler Verlag, 7. Auflage.
4. Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L.C., Piercy, N. (2016), Grundlagen des Marketing, Pearson Studium, 6. Auflage.

Erlangung eines Leistungsnachweises:

Ihre Leistungen im Fachgebiet Marketing & E-Business werden über eine 90 minütige Klausur abgeprüft. Diese Klausur umfasst sowohl Richtig/Falsch-Fragen, Rechenaufgaben und Textaufgaben. Bitte beachten Sie, dass in der Vergangenheit große Teile der Inhalte dieser Veranstaltung in den Vorlesungen „Absatztheorie“ sowie „Wirtschaftsinformatik I“ angeboten wurden. Die Termine der schriftlichen Prüfung werden durch das Prüfungsamt bekannt gemacht.

Integrierte Vorlesungs- und Übungstermine:

Termin: Dienstag, 14:15 Uhr – 15:45 Uhr, SPA 1, 201
16:15 Uhr – 17:45 Uhr, SPA 1, 201

KW	Datum	Lehrender	Typ	Kursinhalte
42	Okt 15	Klapper	VL	Einführung in die Veranstaltung Kapitel 1: Grundbegriffe und –konzepte des Marketing
43	Okt 22	Klapper	VL	Kapitel 2: Entwicklung von Marketingstrategien
44	Okt 29	Klapper	VL	Kapitel 3: Kaufverhalten von Marktteilnehmern
45	Nov 05	Klapper	VL	Kapitel 4: Marktforschung und Marktprognose
46	Nov 12	Klapper	VL	Kapitel 5: Produktpolitik
47	Nov 19	Klapper	VL	Kapitel 6: Preispolitik
48	Nov 26	El-Gayar Klapper	UE/VL	Entwicklung von Marketingstrategien Kapitel 7: Kommunikationspolitik
49	Dez 03	K. Staudt	VL/UE	Google Zukunftswerkstatt: Einführung Onlinemarketing & Suchmaschinenoptimierung
50	Dez 10	El-Gayar	UE	Entwicklung von Marketingstrategien
51	Dez 17	El-Gayar	UE	Konsumentenverhalten und Marketingstrategie und Marktforschung
02	Jan 07	El-Gayar	UE	Marktforschung und Produktpolitik
03	Jan 14	El-Gayar	UE	Preispolitik
04	Jan 21	Lessmann	VL/UE	Kapitel 8: Grundbegriffe und –konzepte von E-Business
05	Jan 28	Lessmann	VL/UE	Kapitel 9: E-Business Strategie und –infrastruktur
06	Feb 04	Lessmann	VL/UE	Kapitel 10: Online Marketing Kapitel 11: Web Controlling und Analytics
07	Feb 11	Klapper / Lessmann		Q&A Session

KW = Kalenderwoche