

**Humboldt-Universität zu Berlin**  
**Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät**

**Prof. Dr. Daniel Klapper & Prof. Dr. Stefan Lessmann & Alaa El-Gayar**

**Marketing & E-Business**

**Syllabus WS 2020/21**

**Kurszeiten:**

Dienstag, 14:15 Uhr – 17:45 Uhr, digital,  
Übungstermine siehe Tabelle weiter unten

**Kursbeschreibung und Kursziele:**

Die Veranstaltung wird als digitale Vorlesung und Übung angeboten! Die Vorlesungsinhalte sind vorproduziert. Die Übungen werden via zoom angeboten. Die Informationen dazu werden auf Moodle bekanntgegeben.

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. Das Buch „Grundlagen des Marketingmanagements“ von Homburg (2017) ist am nächsten an den Marketing-Vorlesungsinhalten dran. Es ist nicht erforderlich, eines dieser Lehrbücher zu kaufen.

1. Bruhn, M. (2019), Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, SpringerGabler Verlag, 14.Auflage.
2. Homburg, C. (2017), Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, SpringerGabler Verlag, 5. Auflage.
3. Homburg, C. (2017), Übungsbuch Marketingmanagement; Aufgaben und Lösungen, SpringerGabler Verlag, 2. Auflage.
4. Kollmann, T. (2019), E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler Verlag, 7. 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. Die Termine der schriftlichen Prüfung werden durch das Prüfungsamt bekannt gemacht.

## Integrierte Vorlesungs- und Übungstermine:

Die relevanten Zoom-Links werden auf Moodle veröffentlicht.

KW	Datum	Zeit/Format	Lehrende r	Typ	Kursinhalte
45	Nov 03	Pre-Recording + Zoom Sprechstunde Start 14:30 Uhr	Klapper	VL	Einführung in die Veranstaltung Kapitel 1: Grundbegriffe und –konzepte des Marketing
46	Nov 10	Pre-Recording + Zoom Sprechstunde Start 14:30 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 2: Entwicklung von Marketingstrategien
47	Nov 17	Pre-Recording + Zoom Sprechstunde Start 14:30 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 3: Kaufverhalten von Marktteilnehmern
48	Nov 24	Pre-Recording + Zoom Sprechstunde Start 14:30 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 4: Marktforschung und Marktprognose
49	Dez 01	Pre-Recording + Zoom Sprechstunde Start 14:30 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 5: Produktpolitik
50	Dez 08	Pre-Recording + Zoom Sprechstunde Start 14:30 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 6: Preispolitik
51	Dez 15	Pre-Recording + Zoom Sprechstunde Start 14:30 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 7: Kommunikationspolitik
01	Jan 04 Jan 05 Jan 07	12:15-15:45 14:15-17:45 08:30-12:00 Zoom-Übung	El-Gayar	UE	Entwicklung von Marketingstrategien

02	Jan 11 Jan 12 Jan 14	12:15-15:45 14:15-17:45 08:30-12:00 Zoom-Übung	El-Gayar	UE	Konsumentenverhalten und Marketingstrategie und Marktforschung
03	Jan 18 Jan 19 Jan 21	12:15-15:45 14:15-17:45 08:30-12:00 Zoom-Übung	El-Gayar	UE	Marktforschung und Produktpolitik
04	Jan 25 Jan 26 Jan 28	12:15-15:45 14:15-17:45 08:30-12:00 Zoom-Übung	El-Gayar	UE	Preispolitik
05	Feb 02		Lessmann	VL	Kapitel 8: Grundbegriffe und –konzepte von
06	Feb 09		Lessmann	VL	Kapitel 9: Instrumente des digitalen Marketings
07	Feb 16				
08	Feb 23		Lessmann	VL	Kapitel 10: Web Controlling und Analytics

KW = Kalenderwoche