

Humboldt-Universität zu Berlin
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

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

Marketing & E-Business

Syllabus WS 2021/22

Kurszeiten:

Siehe Tabelle unten, teilweise digital und Präsenzveranstaltungen

Kursbeschreibung und Kursziele:

Die Veranstaltung wird als digitale und in Präsenz Vorlesung und Übung angeboten! Die Vorlesungsinhalte sind vorproduziert. Die Übungen werden via Zoom angeboten. Die Informationen dazu werden auf Moodle bekanntgegeben. Es finden Sprechstunden zu den Vorlesungseinhalten in Präsenz und digital statt. Die Termine werden in Moodle bekannt gegeben.

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 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 (2020) 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, Springer Gabler Verlag, 14.Auflage.
2. Homburg, C. (2020), Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Springer Gabler Verlag, 6. Auflage.
3. Homburg, C. (2017), Übungsbuch Marketingmanagement; Aufgaben und Lösungen, Springer Gabler 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 Prüfungen werden durch das Prüfungsamt bekannt gemacht.

Integrierte Vorlesungs- und Übungstermine:

Die relevanten Zoom-Links werden auf Moodle veröffentlicht.

KW	Datum	Zeit/Format	Lehrender	Typ	Kursinhalte
45	Oct 19	Pre-Recording + Präsenzsprechstunde 14:15 - 15:45 Uhr (SPA, 201), Zoom-Online-Sprechstunde 16:15-17:45 Uhr	Klapper	VL	Einführung in die Veranstaltung Kapitel 1: Grundbegriffe und – konzepte des Marketing
46	Oct 26	Pre-Recording	Klapper	VL	Kapitel 2:Entwicklung von Marketingstrategien
47	Nov 02	Pre-Recording + Präsenzsprechstunde 14:15 - 15:45 Uhr (SPA, 201), Zoom-Online-Sprechstunde 16:15-17:45 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 3: Kaufverhalten von Marktteilnehmern
48	Nov 09	Pre-Recording + Präsenzsprechstunde 14:15 - 15:45 Uhr (SPA, 201), Zoom-Online-Sprechstunde 16:15-17:45 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 4: Marktforschung und Marktprognose
49	Nov 16	Pre-Recording	Klapper	VL	Kapitel 5: Produktpolitik
50	Nov 23	Pre-Recording + Präsenzsprechstunde 14:15 - 15:45 Uhr (SPA, 201), Zoom-Online-Sprechstunde 16:15-17:45 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 6: Preispolitik
51	Nov 30	Pre-Recording + Präsenzsprechstunde 14:15 - 15:45 Uhr (SPA, 201), Zoom-Online-Sprechstunde 16:15-17:45 Uhr	Klapper	VL	Kapitel 7: Kommunikationspolitik
01	Dec 06 Dec 08 Dec 09	16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 203) 16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 201) 08:30-12:00 Uhr (digital)	El-Gayar	UE	Entwicklung von Marketingstrategien

02	Dec 13 Dec 15 Dec 16	16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 203) 16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 201) 08:30-12:00 Uhr (digital)	El-Gayar	UE	Konsumentenverhalten und Marketingstrategie und Marktforschung
03	Jan 03 Jan 05 Jan 06	16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 203) 16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 201) 08:30-12:00 Uhr (digital)	El-Gayar	UE	Marktforschung und Produktpolitik
04	Jan 10 Jan 12 Jan 13	16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 203) 16:15-19:45 Uhr (SPA 1, 201) 08:30-12:00 Uhr (digital)	El-Gayar	UE	Preispolitik
05	Jan 18	Pre-Recording + Sprechstunde: 14:30-18:00 (SPA 1, 201 oder digital)	Lessmann	VL	Kapitel 8: Grundbegriffe und – konzepte von E-Business
06	Jan 25		Lessmann	VL	Kapitel 9: Instrumente des digitalen Marketings
07	Feb 01				
08	Feb 08		Lessmann	VL	Kapitel 10: Web Controlling und Analytics
	Feb 15	Sprechstunde: 14:30-18:00 (SPA 1, 201 oder digital)	Klapper / Lessmann	VL/ E	Fragen zur Klausur

KW = Kalenderwoche