

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

**Prof. Dr. Daniel Klapper & Prof. Dr. Stefan Lessmann & Alaa Elgayar**

**Marketing & E-Business**

**Syllabus WS 2022/23**

**Kurszeiten:**

Siehe Tabelle unten. Zum derzeitigen Stand 31.08.2022 finden Präsenzveranstaltungen statt. Änderungen werden rechtzeitig bekannt gegeben.

**Kursbeschreibung und Kursziele:**

Die Veranstaltung wird als Vorlesung und Übung in Präsenz angeboten! Die Vorlesungsinhalte sind vorproduziert. 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
42	Oct 18	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201),	Klapper	VL	Einführung in die Veranstaltung Kapitel 1: Grundbegriffe und – konzepte des Marketing
43	Oct 25	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201),	Klapper	VL	Kapitel 2:Entwicklung von Marketingstrategien
44	Nov 01	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201),	Elgayar	UE	Entwicklung von Marketingstrategien
45	Nov 08	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 3: Kaufverhalten von Marktteilnehmern
46	Nov 15	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 4: Marktforschung und Marktprognose
47	Nov 22	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201),	Elgayar	UE	Konsumentenverhalten und Marketingstrategie und Marktforschung
48	Nov 29	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 5: Produktpolitik
49	Dec 06	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 6: Preispolitik

50	Dec 13	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Marktforschung und Produktpolitik
01	Jan 03	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 7: Kommunikationspolitik
02	Jan 10	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Preispolitik
03	Jan 17	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 8: Grundbegriffe und – konzepte von E-Business
04	Jan 24		Lessmann	VL	Kapitel 9: Instrumente des digitalen Marketings
05	Jan 31				
06	Feb 07		Lessmann	VL	Kapitel 10: Web Controlling und Analytics
07	Feb 14	Sprechstunde: 14:30-18:00 (SPA 1, 201)	Klapper / Lessmann	VL/ E	Fragen zur Klausur

KW = Kalenderwoche