

Humboldt-Universität zu Berlin
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

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

Marketing & E-Business

Syllabus WS 2025/26

Kurszeiten:

Dienstag, 14:15 Uhr – 15:45 Uhr, SPA 1, 201
Donnerstag 12:15 Uhr – 13:45 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 Bachelorstudiums und des Wahlbereichs im VWL Bachelorstudium. 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. Der Marketing Teil basiert allerdings zu größeren Teilen auf den unten aufgeführten Lehrbüchern von Bruhn und Esch et al. Es ist nicht erforderlich, eines dieser Lehrbücher zu kaufen. Eine digitale Version steht über die UB der HU zur Verfügung.

Auch für den E-Business Teil gibt es kein zugrundeliegendes Lehrbuch. Studierende, welche die Vorlesung durch das Studium von Sekundärliteratur ergänzen möchten sei Kollmann (2022) empfohlen. Dieses Werk bietet einen umfänglichen Überblick über das Thema, geht dabei allerdings weit über den Stoff des E-Business Teils hinaus. Aus dem Netzwerk der Humboldt-Universität zu Berlin können Sie es kostenfrei herunterladen.

1. Bruhn, M. (2024), Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Springer Gabler Verlag, 16.Auflage.
2. Esch, F.R., Herrmann, A. und Sattler, H. (2017), Marketing: Eine anwendungsorientierte Einführung, Vahlen Verlag, 5. Auflage.
3. Kollmann, T. (2022), Digital Business: Grundlagen von Geschäftsmodellen und -prozessen in der Digitalen Wirtschaft, Springer Verlag, 8. Auflage.
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-37069-5>

Erlangung eines Leistungsnachweises:

Ihre Leistungen im Fachgebiet Marketing & E-Business werden über eine 90-minütige Klausur abgeprüft. Diese Klausur kann sowohl Richtig/Falsch-Fragen, Rechenaufgaben und Textaufgaben umfassen. Die Termine der Prüfungen werden durch das Prüfungsamt bekannt gemacht.

Integrierte Vorlesungs- und Übungstermine:

KW	Datum	Zeit/Format	Lehrender	Typ	Kursinhalte
42	Okt 14	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Einführung in die Veranstaltung Kapitel 1: Grundbegriffe und – konzepte des Marketings
42	Okt 16	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 1: Grundbegriffe und – konzepte des Marketings
43	Okt 21	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	VL	Kapitel 2:Entwicklung von Marketingstrategien
43	Okt 23	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 2:Entwicklung von Marketingstrategien
44	Okt 28	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Entwicklung von Marketingstrategien
44	Okt 30	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Entwicklung von Marketingstrategien
45	Nov 04	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 3: Kaufverhalten von Marktteilnehmern
45	Nov 06	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 3: Kaufverhalten von Marktteilnehmern
46	Nov 11	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 4: Marktforschung und Marktprognose
46	Nov 13	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 4: Marktforschung und Marktprognose
47	Nov 18	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Konsumentenverhalten und Marketingstrategie und Marktforschung
47	Nov 20	12:15 -12:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Konsumentenverhalten und Marketingstrategie und Marktforschung
48	Nov 25	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 5: Produktpolitik
48	Nov 27	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 5: Produktpolitik
49	Dec 02	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 6: Preispolitik
49	Dec 04	14:15 -17:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 6: Preispolitik
50	Dec 09	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 7: Kommunikationspolitik
50	Dec 11	12:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper	VL	Kapitel 7: Kommunikationspolitik

51	Dec 17	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Marktforschung und Produktpolitik
51	Dec 18	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Marktforschung und Produktpolitik
02	Jan 06	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Elgayar	UE	Preispolitik
02	Jan 08	12:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 21A)	Elgayar	UE	Preispolitik
03	Jan 13	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 8: Grundbegriffe und – konzepte von E-Business
03	Jan 15	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 8: Grundbegriffe und – konzepte von E-Business
03	Jan 20	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 9: Instrumente des digitalen Marketings
03	Jan 22	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 9: Instrumente des digitalen Marketings
03	Jan 27	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 9: Instrumente des digitalen Marketings
03	Jan 29	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 9: Instrumente des digitalen Marketings
03	Feb 03	14:15 -15:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 10: Web Controlling und Analytics
03	Feb 05	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Lessmann	VL	Kapitel 10: Web Controlling und Analytics
07	Feb 12	12:15 -13:45 Uhr (SPA 1, 201)	Klapper / Lessmann		Fragen zur Veranstaltung

KW = Kalenderwoche