

## MARKETING - GRUNDLAGEN

---

<b>Studienprogramm</b>	BSc
<b>ECTS Punkte</b>	10 ECTS / 250 Stunden (ca. 9 Stunden Vorlesungen, ca. 4 Stunden live Modulsitzungen, ca. 235 Stunden Selbstlernphase)
<b>Abschnitt</b>	1
<b>Level</b>	4 / Bachelorstudium
<b>Module Leader</b>	Dr. Thomas Angerer
<b>Kontakt</b>	studienberatung@kmuakademie.ac.at

### Modulziel

---

Den Studierenden wird ein Überblick über wichtige Marketingkonzepte und Techniken geboten. Das Modul vermittelt den Studierenden ein Verständnis des marktorientierten Denkens und Handelns. Konkret zielt das Modul darauf ab, bei Studierenden das Wissen und Verständnis für die zentrale Bedeutung der Vermarktung aus einer theoretischen, strategischen, organisatorischen und instrumentellen Perspektive zu entwickeln.

### Lernziele

---

#### Wissen

Studierende sollen nach Abschluss des Moduls:

1. die umfassende Bedeutung und die Wichtigkeit von Marketing beschreiben können, unter Berücksichtigung ethischer und sozialer Aspekte
2. Schlüsselfaktoren im Käuferverhalten und den Kundeneinfluss auf den Marketing-Mix identifizieren können
3. Die Phasen der Marketingplanung, Ziele und Strategien auflisten können
4. Marketingtheorien beschreiben können
5. Alternative Marketingstrategien erklären und deren Eignung in vorgegeben Situationen bestimmen können

#### Fähigkeiten/Fertigkeiten

Nach Abschluss des Moduls sollten Studierende in der Lage sein:

6. Marketing-Theorien, Konzepte und Techniken anwenden zu können
7. Analytische Fähigkeiten in Bezug auf Marketingkonzepte und -methoden einzusetzen

### Studieninhalte

---

- Theoretische Perspektiven
- Grundlagen des Marketing
- Kundenverhalten
- Marktforschung
- Strategisches Marketing
- Produkt-und Service-Politik, Kommunikation, Preispolitik, Verteilungspolitik
- Marketing-Organisation
- Marketing-Controlling
- Unternehmenskultur und internes Marketing