



**UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN**

Universitätsbibliothek Paderborn

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

Universität Paderborn / Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Paderborn, Nachgewiesen SS 1998 - SS 2002

II.BWL.2.3 Marketing

urn:nbn:de:hbz:466:1-8675



II.BWL.2.3 Marketing

052501	Marktforschung			
	V2	Fr 11-12.30	H1	Bekmeier- Feuerhahn

<i>Zuordnung des Faches:</i>	Marketing
<i>Erforderliche Vorkenntnisse:</i>	Abgeschlossenes Grundstudium
<i>Prüfung:</i>	keine Angabe

Kommentar:

Die Veranstaltung gibt einen Überblick über die wesentlichen Inhalte der Marktforschung, insbesondere die psychologische Marktforschung, multivariate Analysemethoden, Beobachtungsverfahren, Befragungen und Anwendungsbeispiele.

Grundlegende Literatur:

Backhaus (u.a.): Multivariate Analysemethoden; 8. Aufl. (1996), Berlin usw.
Green (u.a.): Methoden und Techniken der Marketingforschung; 4. Aufl. (1982), Stuttgart
Hammann (u.a.): Marktforschung; 3. Aufl. (1994), Stuttgart
Kein Semesterapparat



051510	Marketingphilosophie			
	V/Ü2	Mo 16-18	B1	Rosenthal

Zuordnung des Faches: Marketing
Beziehungen zu anderen Fächern: Marketing-Planung, Industrial Marketing
Erforderliche Vorkenntnisse: abgeschlossenes Grundstudium
Prüfung: keine Angabe

Kommentar:

Eine Dogmengeschichte und Analyse der Genese der Wissenschaften auf der einen Seite und der Dominanz der Ökonomie auf der anderen Seite offenbart für angehende Manager wie Wissenschaftler: Marketing = (ist) Philosophie. Diesen Gedankengang zu verstehen, zu vertiefen und zu begründen, ist Aufgabe dieser kombinierten Übung/Vorlesung.

Grundlegende Literatur:

Rock/Rosenthal: "Marketing = Philosophie", Frankfurt, 1986.
Rosenthal: "Die Gleichursprünglichkeit v. Ökonomie und Wissenschaft", Spardorf, 1986.
Wieland: "Die Entdeckung der Ökonomie", Bern, 1989.
Semesterapparat ist vorhanden.



051511	Kommunikationsmanagement
V/Ü2 Mo 14-16	C5.206 Rosenthal

Zuordnung des Faches:	Marketing
Beziehungen zu anderen Fächern:	Industrial Marketing
Erforderliche Vorkenntnisse:	abgeschlossenes Grundstudium
Prüfung:	keine Angabe

Kommentar:

Vor dem Hintergrund der Internationalisierung und Globalisierung des Marktgeschehens einerseits und fortschreitender Diffusion von Informationstechnik andererseits gewinnt Kommunikation jenseits des instrumental ausgerichteten "Kommunikationsmix" zunehmende Bedeutung für den Unternehmenserfolg. In der Veranstaltung sollen verschiedene Aspekte von Kommunikation als Basis für die Ermöglichung und Gestaltung interaktiver Marktprozesse beleuchtet und nachvollzogen werden.

Grundlegende Literatur:

Semesterliteratur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. Semesterapparat ist vorhanden.



051512	Industrial Marketing			
	V/Ü2 Di 9-11	B1	Rosenthal	

Zuordnung des Faches:	Marketing
Beziehungen zu anderen Fächern:	Marketing-Planung, Kommunikationsmanagement
Erforderliche Vorkenntnisse:	abgeschlossenes Grundstudium
Prüfung:	keine Angabe

Kommentar:

Für die Beherrschung praktischer Probleme im Investitionsgütermarkt war schon in der Vergangenheit eine Modifikation des Marketingverständnisses erforderlich. In der Veranstaltung werden anhand aktueller Zeitschriftenartikel die aktuellen Probleme des Industrial Marketing erörtert, um sie dann in Bezug zu wissenschaftlichen Erörterungen der Gegenwart und der Vergangenheit zu setzen. Praktische Beispiele und Vorträge runden diese Konzeption ab.

Grundlegende Literatur:

Backhaus: "Investitionsgütermarketing", München, 1992.
Gutenberg: "Grundlagen der BWL - Der Absatz", Berlin, 1972
Töpfer/Sommerlatte: "Technologie-Marketing", Landsberg, 1991
Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekanntgegeben. Semesterapparat ist vorhanden.



052511	Marketing-Seminar				
	S2	Di 16-18	H7.321	Rosenthal	

- Zuordnung des Faches:** Marketing
- Beziehungen zu anderen Fächern:** Marketing-Planung, Industrial Marketing, Kommunikationsmanagement, Marketing-Philosophie
- Erforderliche Vorkenntnisse:** abgeschlossenes Grundstudium
- Vorbesprechung/Themenvergabe:** ja, siehe Aushang

Kommentar:

Im Rahmen des Seminars werden ein oder mehrerer Themenschwerpunkte der Bereiche Marketing, Philosophie, Industrial Marketing, Marketing-Planung, und Kommunikationsmanagement vertieft. Dazu werden Themenstellungen vergeben, die schriftlich als Hausarbeit aufzuarbeiten sind. Im Verlauf der Seminarveranstaltungen ist der Fortschritt bei der inhaltlichen Durchdringung der Themenstellungen zu präsentieren und mit den Teilnehmern zu diskutieren.

Grundlegende Literatur:

Wird jeweils bekanntgegeben. Semesterapparat ist vorhanden.



052517	Marketing-Seminar		
	S2	Nach Ankündigung	Bekmeier- Feuerhahn

Zuordnung des Faches:	Marketing
Beziehungen zu anderen Fächern:	Absatztheorie
Erforderliche Vorkenntnisse:	abgeschlossenes Grundstudium, Vorlesung: Absatztheorie
Vorbesprechung/Themenvergabe:	ja, Ende SS 98 - Bitte die Aushänge beachten
Prüfung:	Seminararbeit

Kommentar:

Dieser Veranstaltung liegt entweder ein Thema oder mehrere Themenschwerpunkte der Bereiche Marketing und Konsumentenverhalten zugrunde (bspw. Werteforschung, Marketing und Ökologie).

Hierzu werden Themenstellungen vorgegeben, die von den Studierenden im Rahmen einer Hausarbeit (Umfang 15-20 Seiten) zu bearbeiten sind.

Der Inhalt der schriftlichen Ausarbeitung ist im Laufe des Semesters vorzutragen. Anschließend wird über das Thema in der Veranstaltung diskutiert.

Das Ziel der Veranstaltung liegt darin, die wissenschaftliche Qualifikation der Studierenden durch selbständiges Arbeiten zu fördern. Aktuelle bzw. neue Forschungsansätze sollen im Rahmen eines Seminars vertieft werden.

Grundlegende Literatur:

Vgl. Literaturangaben zu den Veranstaltungen: Absatztheorie, Entscheidungsverhalten, Marktforschung, Kommunikation

052512	Doktorandenseminar		
	S2	nach Ankünd.	Rosenthal

Zuordnung des Faches:	Marketing
------------------------------	-----------

Kommentar:

Keine Angaben