



**UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN**

Universitätsbibliothek Paderborn

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

Universität Paderborn / Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Paderborn, Nachgewiesen SS 1998 - SS 2002

Marketing

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



Marketing

051512	Industrial Marketing				
	SBmk, Slmm, SPam, Wmk	VÜ2	Di 9-11	B1	Rosenthal

<i>Zuordnung des Faches:</i>	Marketing Pool I
<i>Erforderliche Vorkenntnisse:</i>	abgeschlossenes Grundstudium
<i>Prüfung:</i>	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.



051511	Kommunikationsmanagement			
	SBmk, Slmm, VÜ2	Mo 14-16	C5.206	Rosenthal
	SPam, Wmk			

Zuordnung des Faches:	Marketing Pool III
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.



051510	Marketing-Philosophie
SBmk, Slmm, SPam, Wmk	VÜ2 Mo 16-18 B1 Rosenthal

Zuordnung des Faches: Marketing Pool I
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.

052505	Marktprozeß und Marketing-Theorie (Pool 1)
SBmk, Slmm, SPam, Wmk	V2 Nach Ankündigung Rese

Zuordnung des Faches: Marketing Pool I
Erforderliche Vorkenntnisse:
Prüfung: Klausur
Kommentar:
Grundlegende Literatur:



052506	Marketingforschung (Pool 2)		
SBmk, Slmm, SPam, Wmk	V2	Nach Ankündigung	Rese

Zuordnung des Faches: Marketing Pool II

Prüfung: Klausur

Kommentar:

Grundlegende Literatur:

Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

052509	Übung zu Marketing-Entscheidungen (Pool 3)		
SBmk, Slmm, SPam, Wmk	Ü2	Nach Ankündigung	Rese

Zuordnung des Faches: Marketing Pool III

Prüfung: Klausur

Kommentar:

Grundlegende Literatur:



052504	Entscheidungsverhalten				
	SBmk, Slmm, V2 SPam, Wmk	Do 11 – 12.30	H 1	Bekmeier - Feuerhahn	

Zuordnung des Faches: Marketing Pool I
Erforderliche Vorkenntnisse: Abgeschlossenes Grundstudium
Prüfung: Wird bekanntgegeben

Kommentar:

Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen:
Aktivierung des Entscheidungsverhaltens
Steuerung des Entscheidungsverhaltens
Soziale Determinanten des Entscheidungsverhaltens
Individuelle Entscheidungen
Das Konzept der Entscheidungstypologien
Das Involvement-Konzept
Der Informatiosökonomische Ansatz
Kollektive Entscheidungen

Grundlegende Literatur:

Backhaus: Investitionsgütermarketing , 2. Aufl. (1990) München
Kroeber-Riel/Weinberg: Konsumentenverhalten, 6. Aufl., 1996
Weinberg: Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten; 1981, Paderborn



052520	Absatz-Kommunikation			
	SBmk, Slmm, V2 Do 14 – 16	H 1	Bekmeier – Feuerhahn	
	SPam, Wmk			

Zuordnung des Faches: Marketing Pool III
Erforderliche Vorkenntnisse: Vorlesung: Entscheidungsverhalten
Prüfung: Wird bekanntgegeben

Kommentar:

1. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen
2. Psychologie der Beeinflussung
3. Instrumente der Kommunikation

Grundlegende Literatur:

Kroeber-Riel: Strategie und Technik der Werbung; 2. Aufl., Stuttgart 1990
Schweiger-Schnattenecker: Werbung: Eine Einführung; 4. Aufl., Stuttgart 1995
Weinberg: Erlebnismarketing; München 1992



052121	Empirische Sozialforschung: Methoden der Datenerhebung und -analyse
SBmk, Slmm, SPam, SPpe, Slpm, Wmk, Wper	Ü2 Mi 14 - 16 H 4.238 Kabst für Matiaske

Zuordnung des Faches: Personalwirtschaft, Marketing Pool II

Erforderliche Vorkenntnisse:

Prüfung: Klausur

Kommentar:

Grundlegende Literatur:

054160	Multivariate Statistik: Faktoren-, Diskriminanz- und Clusteranalyse (Multivariate Statistik I)
SBmk, Slmm, SPam, Wmk, Wste	Ü2 Do 14-16 C 3.203 Harff

Zuordnung des Faches: Statistik - Entscheidungstheorie, Marketing Pool II

Erforderliche Vorkenntnisse: Statistik A, B

Prüfung:

Kommentar:

Faktorenanalyse, Clusteranalyse, Diskriminanzanalyse, Varianzanalyse
Beispielrechnungen mit SPSS

Grundlegende Literatur:

Backhaus u.a.: Multivariate Analysemethoden.



054161	Multivariate Statistik: Regressionsmodelle (Ökonometrie I)
SBmk, Slmm, SPam, Wmk, Wste	Ü2 Mo 14-16 C 3.232 Kraft

Zuordnung des Faches: Statistik - Entscheidungstheorie, Marketing
Pool II

Erforderliche Vorkenntnisse: Statistik A, B

Prüfung: Klausur

Kommentar:

Eingleichungs-Regressionsmodelle: Schätzen und Hypothesentests
Verletzungen der Annahmen des klassischen Modells
Wird jeweils im WS gelesen.

Grundlegende Literatur:

Hübler: Ökonometrie.
Bamberg, Schittko: Einführung in die Ökonometrie.
Maddala: Econometrics.
Gujarati: Basic Econometrics.

052511	Marketing-Seminar
SBmk, Slmm, SPam, Wmk	S2 Di 12-14 D1.303 Rosenthal / Mahr Di 14-16

Zuordnung des Faches: Marketing

Erforderliche Vorkenntnisse: abgeschlossenes Grundstudium

Kommentar:

Im Rahmen des Seminars werden 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 zu diskutieren.

Grundlegende Literatur:

Literatur wird in der Veranstaltung je nach Themenschwerpunkt bekanntgegeben.



052510	Marketing-Seminar (Pool 3)	
SBmk, Slmm, SPam, Wmk	S2 Nach Ankündigung	Rese

Zuordnung des Faches: Pool III

052512	Diplomanden - Kolloquium		
K2	Mi 13 - 16	N 2.228	Rosenthal / Mahr

Zuordnung des Faches: Marketing

Erforderliche Vorkenntnisse: Teilnehmer sollten am Ende des Hauptstudiums stehen und aktiv an ihrer Diplomarbeit im Fach Marketing am Lehrstuhl Rosenthal arbeiten.

Kommentar:

Teilnehmer stellen die im Rahmen ihrer Diplomarbeit bearbeiteten Themen vor, präsentieren ihren aktuellen Erkenntnisstand und diskutieren ihn im Plenum.

Grundlegende Literatur: Themenspezifisch

052512	Doktorandenseminar	
S2	Nach Ankündigung	Rosenthal

Zuordnung des Faches: Marketing

Erforderliche Vorkenntnisse: abgeschlossenes Hauptstudium / Zulassung zur Promotion am Lehrstuhl von Prof. Dr. Klaus Rosenthal

Kommentar: Keine Angaben