

Demo-Modul

Marketingmanagement im Agribusiness

Prof. Dr. Achim Spiller
Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte
Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
Universität Göttingen



☐ Willkommen im Modul Marketingmanagement

Videos

- ☐ Willkommen im Modul
- ☐ Regeln guter wissenschaftlicher Praxis

Zusatzmaterialien

- ☐ Spiller A (2019) Marketing Basics

Sonstiges

- ☐ Willkommens-Kurs
- ☐ Modulablaufplan
- ☐ Portfolio der Studien- und Prüfungsleistungen
- ☐ Modulbeschreibung

☐ Einführung und Methoden der Marktforschung [W 1]

Videos

- ☐ Abschnittsüberblick

E-Lectures

- ☐ Marketing ist mehr als Werbung
- ☐ Methoden der Marktforschung

Lernkarten

- ☐ Marketing ist mehr als Werbung
- ☐ Methoden der Marktforschung

Selbstlerntest

- ☐ Marketing ist mehr als Werbung
- ☐ Methoden der Marktforschung

Webinar 1

- ☐ Präsentation zu Fragebogengestaltung

Zusatzmaterialien

- ☐ Spiller A (2019) Marketing Basics: Kapitel 1.1, 1.2 und 2.3

☐ Marketingplanung [W 2]

Videos

- ☐ Abschnittsüberblick (s. W 1)

E-Lectures

- ☐ Der Marketing-Entscheidungsprozess

- ☐ Analyse der strategischen Ausgangslage: Unternehmensanalyse
- ☐ Analyse der strategischen Ausgangslage: Marktanalyse
- ☐ Käuferanalyse
 - ☐ Käuferanalyse: Klassische ökonomische Ansätze
 - ☐ Käuferanalyse: Zeitökonomische Analysen
 - ☐ Käuferanalyse: Neue Institutionenökonomie
- ☐ Käuferanalyse: Psychologische Ansätze
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Wahrnehmungskonstrukte
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Markenkenntnis und Motive
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Lernkonstrukt: Emotionen
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Lernkonstrukt: Einstellungen
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Lernkonstrukt: Images und innere Bilder
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Lernkonstrukt: Wahrgenommenes Kaufrisiko
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Lernkonstrukt: Involvement u. Schlüsselinfos
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Lernkonstrukt: Kaufzufriedenheit und Variety Seeking
 - ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell – Lernkonstrukt: Reaktanz und kognitive Dissonanz
- ☐ Käuferanalyse: S-O-R-Modell - Outputvariablen: Kaufentscheidungen
 - ☐ Käuferanalyse: Soziologische Ansätze
- ☐ Käuferanalyse: Mikrosoziologie I
 - ☐ Käuferanalyse: Mikrosoziologie II
- ☐ Käuferanalyse: Makrosoziologie I
 - ☐ Käuferanalyse: Makrosoziologie II
- ☐ Käuferanalyse: Überblick soziologische Ansätze
- ☐ Analyse der strategischen Ausgangslage: Umfeldanalyse - Umfeldbedingungen und strategische Frühaufklärung
- ☐ Umfeldanalyse: Stakeholderanalyse
- ☐ Medienanalyse I
- ☐ Medienanalyse II
- ☐ Portfolioanalyse
- ☐ Prognose und Projektion

Lernkarten

- ☐ Entscheidungsgrundlagen der Marketingplanung I
 - ☐ Entscheidungsgrundlagen der Marketingplanung II
 - ☐ Umgang des Management mit Informationen

Selbstlerntest

- ☐ Marketingplanung I
- ☐ Marketingplanung II

Zusatzmaterialien

- ☐ Spiller A (2019) Marketing Basics: Kapitel 2.1 - 2.1.3.6, 2.1.4 - 2.2 und 2.4

☐ Strategisches Marketing Teil I [W 3]

Videos

- ☐ Abschnittsüberblick

Lernkarten

- ☐ Strategisches Marketing I

Selbstlerntests

- ☐ Strategisches Marketing I

Webinar 2

- ☐ Trendforschung

Zusatzmaterialien

- ☐ Web-Links/ Bücherempfehlungen zu Guerilla-Marketing, Marketingstrategien, etc.
- ☐ Spiller A (2019) Marketing Basics: Kapitel 3.1 - 3.2.3

☐ Strategisches Marketing Teil II [W 4]

Videos

- ☐ Abschnittsüberblick (s. W 3)

Lernkarten

- ☐ Strategisches Marketing II

Selbstlerntests

- ☐ Strategisches Marketing II

Zusatzmaterialien

- ☐ Spiller A (2019) Marketing Basics: Kapitel 3.2.4 - 3.2.9

Übung: Case Study 1 „Positionierung“

- ☐ Aufgabenbeschreibung
- ☐ Screen Cast zu Positionierung

☐ Marketing-Instrumentarium: Produktpolitik und Preispolitik [W 5]

Videos

- ☐ Abschnittsüberblick

Lernkarten

- ☐ Marketing-Instrumentarium: Preispolitik
- ☐ Marketing-Instrumentarium: Produktpolitik

Webinar 3

- ☐ Besprechung Fallstudie 1

Selbstlerntests

- ☐ Preispolitik
- ☐ Produktpolitik

Zusatzmaterialien

- ☐ Spiller A (2019) Marketing Basics: Kapitel 4.1 und 4.2

Übung: Case Study 2 „Handelsmarke“

- ☐ Aufgabenbeschreibung

☐ Marketing-Instrumentarium: Distributionspolitik und Kommunikationspolitik [W 6/ 7]

Videos

- ☐ Abschnittsüberblick (s. W 5)

Lernkarten

- ☐ Marketing-Instrumentarium: Distributionspolitik
- ☐ Marketing-Instrumentarium: Kommunikationspolitik

Selbstlerntests

- ☐ Distributionspolitik
- ☐ Kommunikationspolitik

Zusatzmaterialien

- ☐ Spiller A (2019) Marketing Basics: Kapitel 4.3 und 4.4

Webinar 4

- ☐ Besprechung Fallstudie 2 (eigentlich in Woche 7)

☐ Präsenzwochenende

Material

- ☐ gekürzte Agenda

Das Demo-Modul wurde im Rahmen des Projekts AgriCareerNet erstellt.
Dieses Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16OH 22020 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

