

BWLM6069: Marketing für kleine und mittlere Unternehmen

Im Modul Mittelstandsmarketing lernen Sie die Besonderheiten und Herausforderungen kennen, die aufgrund der strukturellen Merkmale kleiner und mittlerer Unternehmen ein angepasstes Marketing-Management erforderlich machen. Sie lernen die Methoden und Instrumente der Marketing-Planung kennen und wenden diese in Fallstudien und Übungen an. Es werden die wesentlichen Facetten eines ganzheitlichen Marketing beleuchtet. Weitere Informationen zur Lehrveranstaltung sowie Downloads von Lehrmaterialien finden Sie im e-Learning Center ILIAS.

KW	Vorlesungszeit: 19.10.2020 (KW43) - 29.01.2021 (KW4)
43	Die Rolle des Marketing in der Betriebswirtschaftslehre; Grundlagen des Marketing
44	Merkmale und Besonderheiten von KMU: Herausforderungen an das Marketing
45	Die Metaebene des Marketing
46	Strategische Marketinganalyse
47	Methoden der Marktforschung
48	Strategisches Marketing I
49	Strategisches Marketing II
50	Marketing-Mix I
51	Marketing-Mix II
52	Marketing-Mix für Dienstleistungen
53	vorlesungsfrei
1	Marketing-Controlling
2	Spezielles Marketing I
3	Spezielles Marketing II
4	FAQ, Feedback und Evaluierung