

Modulnummer	78 nach alter PO wird 245 nach neuer PO
Modulname	Agrar- und Ernährungsmarketing II: Modelle, Strategien, Projektarbeit
Studiengang und -abschnitt	MSc Agrarwissenschaften, Kernfachmodul BSc Ökotrophologie, Hauptstudium
Häufigkeit des Angebots	Jährlich im WS
Modulverantwortlicher	Dr. M. Bruhn
Studienberatung zum Modul	Dr. M. Bruhn
Lehrveranstaltungen und Dozenten	Vorlesung: Methoden der Marktforschung, Prof. Dr. M. Bruhn Übung: Projektarbeit Befragungsmethoden, Prof. Dr. M. Bruhn
Vorkenntnisse	Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre und der Konsumtheorie
Sprache	Deutsch
Plätze	Unbegrenzt
Lehrformen (Präsenzstunden / Workload)	Vorlesung (30h/90h); Übungen: (30h/90h)
Ablauf	Wöchentlich in der Vorlesungszeit
Art und Gewichtung der Prüfungsleistungen	Mündliche Prüfung 100 % - Dr. M. Bruhn
Ausweis	Zur Prüfung erforderlich
European Credit Points des Moduls	6
Ziele des Moduls	Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über methodische Grundlagen der systematischen Analyse des Konsumentenverhaltens und der praktischen Umsetzung im Rahmen eines Befragungsprojektes
Inhalte des Moduls	Vorlesung: Qualitative und quantitative Marktforschungsverfahren; Zugehörige Auswertungsverfahren werden an Fallbeispielen demonstriert Projektarbeit: Vorbereitung und Durchführung einer Verbraucherbefragung in Kleingruppenarbeit
Vermittelte Kompetenzen	Fach-, Methoden- und Anwendungskompetenz
Studienhilfsmittel	Becker „Marketing-Konzeption“ 6. Aufl., München 1998. Hüttner und Schwarting „Grundzüge der Marktforschung“ 7. Aufl., München 2002 Backhaus et.al. „Multivariate Analysemethoden“ 8. Aufl., Berlin 1996 Kroeber-Riel, Weinberg „Konsumentenverhalten“ 8. Aufl., München 2003 Nieschlag et al. „Marketing“ 17. Auflage Berlin, 1994 Vorlesungsunterlagen