

Modulnummer	79 nach alter PO wird 250 nach neuer PO
Modulname	Agrar- und Ernährungsmarketing III: Modelle, Strategien, Seminar
Studiengang und -abschnitt	MSc Agrarwissenschaften, Ökotrophologie, Kernfachmodul
Häufigkeit des Angebots	Jährlich im SS
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Orth
Studienberatung zum Modul	Prof. Dr. Orth
Lehrveranstaltungen und Dozenten	Vorlesung: Agrar- und Ernährungsmarketing III, Prof. Dr. Orth Seminar: Agrar- und Ernährungsmarketing III, Prof. Dr. Orth mit N.N.
Vorkenntnisse	Grundkenntnisse in Konsumtheorie, Marketinginstrumente, Befragungsmethoden
Sprache	Deutsch
Plätze	ca. 30 Plätze, kann nach Bedarf erhöht werden, die Vergabe der Plätze regelt der Modulverantwortliche
Lehrformen (Präsenzstunden / Workload)	Vorlesungen (30h/90h); Seminar (15h/90h); Gesamt (45/180 h)
Ablauf	Wöchentlich in der Vorlesungszeit
Art und Gewichtung der Prüfungsleistungen	Mündliche Prüfung 50 % - Orth Referat und Hausarbeit 50 % - Orth
Ausweis	Zur Prüfung nicht erforderlich
European Credit Points des Moduls	6
Ziele des Moduls	Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über markt- und absatzbezogene Probleme der Unternehmensführung und -beratung. Sie üben die Anfertigung und Präsentation von wissenschaftlichen Arbeiten und können komplexe Zusammenhänge verstehen, einordnen und bewerten.
Inhalte des Moduls	Vorlesung: Käuferverhalten und -psychologie in der Land- und Ernährungswirtschaft Seminar: Seminar zu einem Schwerpunktthema; Unternehmensführung und -beratung
Vermittelte Kompetenzen	Methoden-, Lern- und Schlüsselkompetenz
Studienhilfsmittel	Material zum jeweiligen Problem bzw. Thema Vorlesungsunterlagen; 12 Zeitschriftenartikel