

<b>Modultitel</b>	<b>Modulcode</b>
Einführung in das Agrar- und Ernährungsmarketing	ökAEF021-01a
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Prof. Dr. Ulrich Orth	
<b>Veranstalter</b>	
Institut für Agrarökonomie - Agribusiness und Food Marketing	
<b>Fakultät</b>	
Agrar- und Ernährungswissenschaftliche Fakultät	
<b>Prüfungsamt</b>	
Prüfungsamt Agrar- und Ernährungswissenschaftliche Fakultät	

<b>Leistungspunkte</b>	6
<b>Bewertung</b>	Benotet
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Findet nur im Wintersemester statt
<b>Arbeitsaufwand pro Leistungspunkt</b>	30 Stunden
<b>Arbeitsaufwand insgesamt</b>	180 Stunden
<b>Präsenzstudium</b>	60 Stunden
<b>Selbststudium</b>	120 Stunden
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch

<b>Zugangsvoraussetzung laut Prüfungsordnung</b>			
Bestandene Module der Propädeutika			
<b>Empfohlene Voraussetzung</b>			
Grundkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre			
<b>Modulveranstaltung(en)</b>			
<b>Veranstaltungsart</b>	<b>Lehrveranstaltungstitel</b>	<b>Pflicht/Wahl</b>	<b>SWS</b>
Vorlesung	Einführung in das Agrar- und Ernährungsmarketing	Pflicht	2
Praktische Übung	Projektarbeit Marketingstrategie und -management	Pflicht	2
<b>Voraussetzungen für die Zulassung zu der/den Prüfung(en) (Vorleistungen)</b>			

<b>Prüfung(en)</b>				
<b>Prüfungstitel</b>	<b>Prüfungsform</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Pflicht/Wahl</b>	<b>Gewicht</b>
Klausur: Einführung in das Agrar- und Ernährungsmarketing	Klausur	Benotet	Pflicht	100
<b>Weitere Bemerkungen zu der/den Prüfung(en)</b>				
1. + 2. Prüfungszeitraum im Wintersemester 1. Prüfungszeitraum im Sommersemester QIS: Konto 14801 mit PNR 14810				

<b>Lehrinhalte</b>
Marketinginstrumente: Produktpolitik, Preispolitik, Distribution, Kommunikation, Werbung, Verkaufsförderung, Public Relations, Verbraucherverhalten, Kognitionen, Emotionen, Motivationen, Einstellungen, Wahrnehmung, Lernen, Gedächtnis, Verbraucherentscheidungen, Markenmanagement, Management von Kundenbeziehungen.
<b>Lernziele</b>
Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte des Marketings und des Konsumentenverhaltens. Sie können diese auf realistische Situationen anwenden und die Eignung möglicher Optionen vergleichend und kritisch diskutieren. Sie sind in der Lage, selbst Marketingkonzeptionen für unterschiedliche Anwendungsfälle in der Land- und Ernährungswirtschaft zu entwickeln. Durch das praktische Anwenden der gelernten Konzepte in Kleingruppen am Beispiel eines selbst gewählten Unternehmens erwerben sie zusätzliche soziale Kompetenzen.
<b>Literatur</b>
Vorlesungsunterlagen: Strecker, Reichert, Pottebaum „Marketing in der Agrar- und Ernährungswirtschaft“ 3. Aufl., Frankfurt 1996 Kotler, Keller, Opresnik „Marketing-Management“ 14. Auflage, Pearson, 2015

<b>Verwendung</b>	<b>Pflicht/Wahl</b>	<b>Fachsemester</b>
Bachelor, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Fachrichtung Agrarökonomie und Agribusiness, (Version 2013)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Fachrichtung Nutzpflanzenwissenschaften, (Version 2013)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Fachrichtung Nutztierwissenschaften, (Version 2013)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Fachrichtung Umweltwissenschaften, (Version 2013)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Betriebswirtschaftslehre, (Version 2014)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Betriebswirtschaftslehre, (Version 2007)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Chemie, (Version 2016)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Chemie, (Version 2007)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Elektrotechnik und Informationstechnik, (Version 2017)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Elektrotechnik und Informationstechnik, (Version 2016)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Elektrotechnik und Informationstechnik, (Version 2015)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Elektrotechnik und Informationstechnik, (Version 2014)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Elektrotechnik und Informationstechnik, (Version 2010)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Geowissenschaften, (Version 2007)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Materialwissenschaft/Materials Science and Engineering, (Version 2014)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Materialwissenschaft/Materials Science and Engineering, (Version 2011)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Ökotrophologie, Fachrichtung Ernährungs- und Gesundheitsökonomie, (Version 2013)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Sozio-Ökonomik, (Version 2016)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Volkswirtschaftslehre, (Version 2014)	Wahl	5.
Bachelor, 1-Fach, Volkswirtschaftslehre, (Version 2007)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Wirtschaftschemie, (Version 2017)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Wirtschaftschemie, (Version 2014)	Pflicht	5.
Bachelor, 1-Fach, Wirtschaftschemie, (Version 2008)	Pflicht	5.
Bachelor, 2-Fächer-, Profil Fachergänzung, Anglistik/Nordamerikanistik, (Version 2007)	Wahl	

Master, 1-Fach, Materialwissenschaft/Materials Science and Engineering, (Version 2018)	Wahl	5.
--	------	----