



Fach: Modul Schwerpunkt „Internationales Management“ (International Management)
Veranstaltung: Internationales Marketing (International Marketing)

Zuständiger Professor: Prof. Dr. Sigmar Roehr

Zielgruppe: 5. Semester

Lernumfang: 2 SWS

Lernziele: Die Veranstaltung soll einen Überblick über die Besonderheiten des Internationalen Marketing vermitteln. Dabei sollen Studierende erkennen, dass die Erforschung internationaler Märkte zusätzliche Fragestellungen (z.B. kulturelle Unterschiede) und Probleme aufwirft und, dass im Internationalen Marketing neben der Differenzierung die Standardisierung von Marketing-Strategien und -Instrumenten große Bedeutung einnimmt.

Lerninhalt:

- 1.1 Grundbegriffe des Marketing
- 1.2 Internationalisierung als Herausforderung an das Marketing
- 2 Internationale Marktforschung
 - 2.1 Umweltanalyse als zentrale Aufgabe
 - 2.2 Marktforschungsverfahren
- 3 Strategische Internationales Marketing
 - 3.1 Internationalisierungs- vs. Internationale Marketing-Strategien
 - 3.2 Differenzierung vs. Standardisierung
 - 3.3 Segmentierung
 - 3.4 Zielgruppenauswahl
 - 3.5 Positionierung
- 4 Internationales Marketing-Mix
 - 4.1 Internationale Produkt- und Markenpolitik
 - 4.2 Internationale Vertriebspolitik
 - 4.3 Internationale Kontrahierungspolitik
 - 4.4 Internationale Kommunikationspolitik
 - 4.5 Internationale Distributionspolitik

Lernmethode: Seminaristischer Unterricht, Diskussion von Fallbeispielen

Leistungsnachweis: Abschlussklausur (Teil der Klausur Internationales Management)

Literaturhinweise:

- Meffert/Bolz: Internationales Marketing Management, 1998
- Backhaus/Voeth: Internationales Marketing, 2001
- Backhaus, Klaus: Industriegütermarketing, 1999
- Berndt/Fantapie Altobelli/Sander: Internationale Marketingpolitik, 1997
- Jeannet/Hennessey: Global Marketing Strategies, 1998
- Kotabe/Helsen: Global Marketing Management, 1998
- Perlitz, Manfred: Internationales Management, 2000



Unterrichtssprache: Englisch

Geplante Case Studies: Siehe Veranstaltung Fallstudien zum Internationalen Management