

<b>Modulname</b> <i>Untertitel</i>	<b>Agrarmarketing</b>		
<i>Modulcode</i>	AW-PM23	<i>ECTS Credits</i>	3
<i>Studiengang</i>	Agrarwirtschaft		
<i>Regelsemester</i>	5	<i>Modulbeginn (WS/SS)</i>	WS
<i>Anbietende Einrichtung</i>	FB 1	<i>Kurzname</i>	AMAR
<i>Modulverantwortliche(r)</i>	Prof. Dr. K. Hoff	<i>Modultyp (P/WP/W)</i>	P
<i>Voraussetzungen</i>			
<i>Veranstaltungen</i>	Agrarmarketing (Vorlesung)		
<i>Lehrende(r)</i>	Hoff		
<i>Lern- und Qualifikationsziele</i>	Die Studierenden sind fähig zur konzeptionellen Gestaltung und Optimierung des Agrarmarketing in einem mehrstufigen Produktions- und Absatzsystem		
<i>Lehrinhalte</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instrumente des Agrarmarketing und Abgrenzung zur sektoralen Agrarmarktpolitik</li> <li>- Optimalitätsbedingungen für die Instrumente des Agrarmarketing in unterschiedlichen Marktformen</li> <li>- Analyse des Entscheidungsverhaltens bei der Etablierung kooperativer Marketinginstrumente</li> <li>- Analyse der Instrumente des kooperativen Marketing, der horizontalen und vertikalen Integration und des Gemeinschaftsmarketing</li> </ul>		
<i>Lehrformen</i>	Vorlesung (100%)		
<i>Literatur/Unterlagen</i>			
<i>Arbeitsaufwand</i>	30 h Präsenzzeit, 60 h Nachbereitung bzw. Prüfungsvorbereitung		
<i>Studienleistungen und Prüfungen</i>	Schriftliche Prüfung		
<i>Verwendbarkeit</i>	Studienphase B		
<i>Bemerkungen</i>			