

Modulname <i>Untertitel</i>	Marketing im Bezugs- und Absatzgeschäft		
<i>Modulcode</i>	AW-PM35	<i>ECTS Credits</i>	6
<i>Studiengang</i>	Agrarwirtschaft		
<i>Regelsemester</i>	6	<i>Modulbeginn (WS/SS)</i>	SS
<i>Anbietende Einrichtung</i>	FB 1	<i>Kurzname</i>	BMAR
<i>Modulverantwortliche(r)</i>	Prof. Dr. K. Hoff	<i>Modultyp (P/WP/W)</i>	P
<i>Voraussetzungen</i>			
<i>Veranstaltungen</i>	Marketing im Bezugs- und Absatzgeschäft		
<i>Lehrende(r)</i>	Hoff		
<i>Lern- und Qualifikationsziele</i>	Die Studierenden beherrschen nach Absolvieren des Moduls die Methoden des Bezugs- und Absatzgeschäftes im Agrarmarketing und sind fähig, das Marketing im Bezugs- und Absatzgeschäft zu gestalten.		
<i>Lehrinhalte</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Besonderheiten des Investitionsgütermarketing - Diskussion der Investitionsgütermärkte nach dem Commodity Approach - Anwendung der Erkenntnisse des Investitionsgütermarketing auf die Bezugs- und Absatzprobleme im Agrarmarketing - Besonderheiten der Ökonomik der Be- und Verarbeitung von Agrarprodukten - Struktur und Organisation des Lebensmittelhandels - Methoden und Verfahren im Handelsmarketing 		
<i>Lehrformen</i>	Vorlesung mit integrierten Übungen (100%)		
<i>Literatur/Unterlagen</i>	Vorlesungsunterlagen		
<i>Arbeitsaufwand</i>	60 h Präsenzzeit; 120 h Nachbereitung bzw. Prüfungsvorbereitung		
<i>Studienleistungen und Prüfungen</i>	Schriftliche Prüfung		
<i>Verwendbarkeit</i>	Pflichtmodul in Studienphase B für die Vertiefungsrichtung Agrarmanagement		
<i>Bemerkungen</i>			