

MODUL: ONLINE & INTERNATIONALES MARKETING

NR.	3.13
KÜRZEL	OIM_HA, OIM_PRÄ
STUDIUM	MBA / Diplomlehrgang
MODULART	Spezifikationsmodul (Marketing)
PRÜFUNGSART	Hausarbeit, Präsentation
ECTS	10
SPRACHE	Deutsch

MODULBESCHREIBUNG

Dieses Modul vermittelt den Studierenden einen wissenschaftlich fundierten Zugang zum Internationalen Marketing in Verbindung mit Online Marketing und E-Business aus einer theoretischen, informationsbezogen-analytischen, strategischen, instrumentellen, implementations- und führungsbezogenen Perspektive.

LEHRINHALTE

- Theorien und Managementperspektiven im Internationalen Marketing
- Internationale Marktforschung
- Einflussfaktoren des Internationalen Marketing
- Ziele des Internationalen Marketing
- Grundorientierungen und Basisoptionen im Internationalen Marketing
- Markteintritt und Marktaustritt
- Marktsegmentierung und Marktselektion
- Betätigungsformen auf ausländischen Märkten: Export, Lizenzierung, Franchising, Management-Contracting, Joint Ventures, Tochtergesellschaften
- E-Business Geschäftsmodelle (E-Procurement, E-Shop, E-Marketplace- E-Community und E-Company)
- Internationaler Marketing-Mix: Internationale Produktpolitik, Internationale Preis- und Konditionenpolitik, Internationale Kommunikationspolitik, Internationale Distributionspolitik
- Online Marketing-Mix: Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social-Media-Marketing, Online-PR
- Organisation, Unternehmenskultur und Human Resource Management im Internationalen Marketing