

Univ.-Prof. Dr.
Christoph Teller
Institutsvorstand

Institut für Handel, Absatz und
Marketing

Sekretariat:
Birgit Falkner
DW 7033
marketing@jku.at

FACHPRÜFUNG

MARKETING UND INTERNATIONALES MARKETING



Informationen zur Fachprüfung und
zur Prüfungsliteratur

Stand: Februar 2022

Informationen zur Fachprüfung

Die Fachprüfung „Marketing und Internationales Marketing“ wird als Closed-Book-Klausur in Präsenz abgehalten.

Die Fachprüfung dauert eine Stunde und beinhaltet vier offene Fragen, aus denen Sie drei Fragen auswählen und beantworten müssen.

Prüfungsliteratur

Bücher und Buchkapitel:

Kotler, P., Armstrong, G, Harries, L., Piercy, N. (2019): Grundlagen des Marketing, 7. Auflage.

Kapitel 1: Kundennutzen und Kundenbindung schaffen

Kapitel 2: Strategisches Marketing

Kapitel 3: Analyse des Marktumfeldes

Kapitel 4: Marktforschung

Kapitel 5: Das Kaufverhalten der Konsumenten

Kapitel 7: Marktsegmentierung und Positionierung

Kapitel 8: Produkte, Dienstleistungen und Marken

Kapitel 9: Entwicklung neuer Produkte und Produktlebenszyklusstrategien

Kapitel 10: Grundsatzüberlegungen und Einflussgrößen der Preissetzung

Kapitel 11: Strategien der Preispolitik

Kapitel 12: Distribution und Logistik

Kapitel 13.2: Einzelhandel

Kapitel 14: Integrierte Marketingkommunikation

Kapitel 15: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Kapitel 16: Persönlicher Verkauf und Verkaufsförderung

Kapitel 17: Direktmarketing und digitales Marketing

Kapitel 18: Wettbewerbsvorteile schaffen

Kapitel 20: Marketing und Gesellschaft: gesellschaftliche Verantwortung und Ethik im Marketing

Artikel:

Kotler, Ph.; Pfoertsch, W.; Sponholz, U. (2021): The Current State of Marketing; in: Kotler, Ph., Pfoertsch, W.; Sponholz (Eds.); H2H Marketing. The Genesis of Human-to-Human Marketing, Cham: Springer, pp. 1-28

Levitt, Theodore (1960): Marketing Myopia. Harvard Business Review. July-August, pp. 45-56

Sheth, J.N. (2021): New areas of research in marketing strategy, consumer behavior, and marketing analytics: the future is bright. The Journal of Marketing Theory and Practice, Vol. 29, No.1, pp. 3-12

Vargo, S. L.; Lusch, R. F. (2004): Evolving to a new dominant logic for marketing. Journal of Marketing, 68 (January), pp. 1-17.

Besuch der LV Praxisdialog (Marketing):

Es wird der Besuch des Praxisdialogs ausdrücklich empfohlen, da sich eine Anwendungsfrage aus dem Bereich Marketing auf diese LV beziehen wird. Es wird dabei immer auf die letzten drei Praxisdialoge vor der jeweiligen Prüfung Bezug genommen.

Die Unterlagen zur den Praxisdialogen (241.053) werden im Moodle zur Verfügung gestellt und Sie können sich selbst auch ohne LV-Teilnahme für den Moodle-Kurs einschreiben:

<https://moodle.jku.at/jku/enrol/index.php?id=20133>.