

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Landwirtschaftliche Märkte und Marketing
Code der Lehrveranstaltung	40154
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung	AGR/01
Studiengang	Bachelor in Agricultural and Agro-environmental Sciences
Semester	1°
Studienjahr	3°
Jahr	2018/19
Kreditpunkte	6
Modular	nein

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	36
Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden	-
Gesamtzahl der Übungsstunden	24
Anwesenheit	Empfohlen
Voraussetzungen	Keine
Link zur Lehrveranstaltung	

Spezifische Bildungsziele	<p>Der Kurs behandelt die Grundzüge des Marketings mit einem Schwerpunkt auf Lebensmittel und Agrarprodukte sowie die Märkte für Lebensmittel- und Agrarprodukte. Begleitend dazu werden Methoden der Marktforschung vermittelt. Am Ende des Kurses werden die Studierenden in der Lage sein, Marketingstrategien in unterschiedlichen Märkten zu verstehen und zu entwerfen, sowie kleinere Marktforschungsstudien zu planen.</p> <p>Ziel des Kurses ist die Vermittlung von Wissen und Fertigkeiten auf dem Gebiet des landwirtschaftlichen Marketings.</p>
----------------------------------	---

Wissenschaftlicher Mitarbeiter (wenn vorgesehen)	keiner
Sprechzeiten	Nach Vereinbarung
Auflistung der behandelten Themen	Grundlagen des Agrar- und Lebensmittelmarketings Grundlagen des Konsumentenverhaltens Einführung in die Marktforschung Grundlagen landwirtschaftlicher Märkte
Unterrichtsform	Vorlesungen, Übungen, Projektarbeit

Erwartete Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Studierenden in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die grundsätzlichen Konzepte und Theorien des Marketings und Konsumentenverhaltens wiederzugeben und kritisch zu diskutieren (Wissen, Verstehen und Bewerten) • Marketingstrategien zu entwerfen und empirisch zu untermauern (Anwenden)
Art der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Prüfung und Projektarbeit: Schriftliche Prüfung mit Prüfungsfragen (70% der Kursnote) und schriftliche (20% der Kursnote) sowie mündliche Präsentation der Projektarbeit (10% der Kursnote)
Prüfungssprache	Deutsch
Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung	<p>Die schriftliche Prüfung wird anhand der Klarheit und Richtigkeit der Antworten sowie den Fähigkeiten der Studierenden Inhalte zu verknüpfen und kritisch zu diskutieren, bewertet.</p> <p>Die Projektarbeit wird anhand des Inhaltes und Formates, des Engagements sowie der Qualität der Präsentation bewertet.</p>
Pfichtliteratur	Vorlesungsfolien und Materialien
Weiterführende Literatur	<p>Spiller, A. (2010). Marketing Basics. Ein Online-Lehrbuch.</p> <p>Froböse, M. und Thurm, M. (2016). Marketing. Studienwissen kompakt. Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Köster, U. (2010) Grundzüge der landwirtschaftlichen Marktlehre. 4. Auflage. Verlag Vahlen, München.</p>

Syllabus Course description

Course title	Agricultural Markets and Marketing
Course code	40154
Scientific sector	AGR/01
Degree	Bachelor in Agricultural and Agro-environmental Sciences
Semester	Bachelor in Agricultural and Agro-environmental Sciences
Year	3rd year
Academic year	2018/19

Credits	6
Modular	No
Total lecturing hours	36
Total lab hours	-
Total exercise hours	24
Attendance	Recommended
Prerequisites	None
Course page	https://www.unibz.it/en/faculties/sciencetechnology/academic-staff/person/36431-gesa-busch
Specific educational objectives	The course deals with the fundamentals of agricultural and food marketing as well as markets for such products. In addition, methods of marketing research are introduced. At the end of the course, students will be able to plan and evaluate marketing strategies in different markets as well as to conduct small market research projects. Aim of the course is to transfer knowledge and skills in the field of marketing.
Module 1	
Lecturer	Gesa Busch, K 1.11, gesa.busch@unibz.it , +39 0471-017117, https://www.unibz.it/en/faculties/sciencetechnology/academic-staff/person/36431-gesa-busch
Scientific sector of the lecturer	AGR/01
Teaching language	German
Office hours	On appointment
Teaching assistant (if any)	-
Office hours	-
List of topics covered	Fundamentals of Agricultural Products and Food Marketing Fundamentals of Consumer Behavior Introduction to Market Research Fundamentals of Agricultural Markets
Teaching format	Lectures, exercises, project work
Learning outcomes	Upon successful completion of the course the students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> - Explain and critically discuss the concepts of Marketing and Consumer Behavior (Knowledge, Understanding, Judging) - Plan marketing strategies and underpin them empirically (Applying)
Assessment	- Written Exam and project work: written exam (70%), written project work (20%), presentation of project work (10%)
Assessment language	German

Evaluation criteria and criteria for awarding marks	<p>The written exam will be assessed according to the correctness and clarity of answers as well as on the skills of students to connect topics and discuss them critically. The project work will be assessed according to content and format, engagement and quality of the presentation.</p>
Required readings	<p>Lecture slides and material</p>
Supplementary readings	<p>Spiller, A. (2010). Marketing Basics. Ein Online-Lehrbuch. Froböse, M. und Thurm, M. (2016). Marketing. Studienwissen kompakt. Springer Gabler, Wiesbaden. Köster, U. (2010) Grundzüge der landwirtschaftlichen Marktlehre. 4. Auflage. Verlag Vahlen, München.</p>