

Mündliche Abschlussprüfung in der Kernfachkombination Marketing

Anmeldemodalitäten:

- Einreichung der Unterlagen für die **Zulassung beim Prüfungsamt** (Bearbeitungsdauer ca. 2 Wochen).
- Nach Erhalt der schriftlichen Zulassung ist mit Vorlage derselben eine **persönliche Anmeldung im Sekretariat des Lehrstuhls für Marketing** bis 1 Woche vor dem Prüfungstermin möglich. Das Zulassungsdokument verbleibt in der Zwischenzeit beim Lehrstuhl.
- Nach der Prüfung erhält der Student nach Eintragung der Note das Zulassungsdokument zurück und übergibt dieses bei positiver Beurteilung dem Prüfungsamt. **Bei negativer Beurteilung ist für eine weitere Prüfungsanmeldung die neuerliche Zulassung durch das Prüfungsamt notwendig.** (Ein Wechsel zwischen den beiden absolvierten Kernfachkombinationen ist möglich, es sind insgesamt allerdings maximal 5 Antritte zulässig!)

Prüfungstoff:

- **Grundlagenwissen im Marketing auf Basis Kotler: Marketing Management, ab Millenium-Edition, 2000**
- **sowie die Inhalte der Module**
 - **A (Marktforschung),**
 - **B (Kaufverhalten) und**
 - **C je nachdem welches Modul absolviert wurde:**
 - **C1: Marketing Modelle**
 - **C3: Produktmanagement**
(Prüfungsliteratur: Gary Lilien, Arvind Rangaswamy, „Marketing Engineering“, Addison Wesley, 1997 (Kapitel 3-7))
 - **C4: Marketingkommunikation**
(Prüfungsliteratur: Fill (2001): Marketing-Kommunikation, 2. Aufl., Pearson Studium)
 - **C5: Marketing Theorie**
 - Grönroos, Christian (2006): “On Defining Marketing: Finding a New Roadmap for Marketing“, in Marketing Theory, Vol. 6 (4), S. 395-417
 - Bartels, Robert (1968): “The General Theory of Marketing“, in: Journal of Marketing, Vol. 32, S. 29–33
 - Wilkie, William L./Moore, Elizabeth S. (2003): “Scholarly Research in Marketing: Exploring the “4 Eras” of Thought Development“, in: Journal of Public Policy & Marketing, Vol. 22 (2), S. 116-146
 - Roth, Stefan/Gmür, Markus (2004): “Strukturen und Entwicklungslinien der Marketingforschung: Ergebnisse einer Zitations- und Kozitationsanalyse nordamerikanischer Marketing-Journals“, in: Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis, 26. Jg. (2), S 141–158
 - Baumgartner, Hans/Pieters, Rik (2003): „The Structural Influence of Marketing Journals: A Citation Analysis of the Discipline and Its Subareas over Time“, in: Journal of Marketing, Vol. 67 (April), S. 123-139
 - Tomczak, Torsten (1992): “Forschungsmethoden in der Marketingwissenschaft: Ein Plädoyer für den qualitativen Forschungsansatz“, in: Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis (2), S. 77-87.

Empfohlene Literatur als Ergänzung: Christian Homburg, Harley Krohmer, „Marketingmanagement“, Gabler Verlag, 2003

Zur Vereinbarung eines Prüfungstermins für die mündliche Abschlussprüfung zur KFK Marketing bei Herrn Prof. Wagner kontaktieren Sie bitte das Sekretariat (maria.eder@univie.ac.at, 01/4277-38012).