

Lehrveranstaltungen

- Universität Trier:

Seminare, Hauptstudium:

- Funktionaler Handel im Internet: Die Entwicklung funktionierender Geschäftsmodelle in verschiedenen Branchen – WS 2012/2013
- Die Rolle des Web 2.0 (Social Media) in der Markenführung – SS 2011
- Entwicklung eines Marken-Marketing-Konzepts zur deutlichen Steigerung des Blutspende-Aufkommens in der Blutspendezentrale der Uniklinik Köln (unter Beachtung und Wahrung ethischer (standesrechtlicher) und gesetzlicher Bestimmungen). – SS2010
- Store-Brand Entwicklung am Beispiel der HANDELSHOF AG – SS 2008
- Entwicklung einer Markenstrategie für CHRIST – Uhren und Schmuck, WS 2006/2007
- Entwicklung eines Marketingkonzeptes am Beispiel einer Neuprodukteinführung der Sektkellerei Schloß Wachenheim, WS 2005 / 2006
- Der Einfluss der Art und der Anzahl der beworbenen Artikel auf den Erfolg von Prospektwerbung (in Kooperation mit der Universität zu Köln, Prof. Dr. L. Müller-Hagedorn), WS 2003/2004
- Blickregistrierung als Methode der Werbewirkungsforschung, SS 2003
- Erfolgreiche Geschäftsmodelle, WS 2001/2002
- Die Entwicklung eines Internet-Portals, SS 2001
- Die Grundstruktur der Kommunikationspolitik des FB IV, WS 98/99
- Kommunikationskonzepte, WS 95/96
- Business to Business Kommunikation, WS 94/95
- Werbeforschung in der Praxis, SS 1994
- Werbewirkungsanalyse, SS 1993
- Konsumgüterwerbung, SS 1992

- Investitionsgütermarketing, WS 91/92
- Marketingkommunikation, SS 1991
- Kaufentscheidungsprozesse
- Marketing in der Fremdenverkehrswirtschaft
- Betriebliche Werbepolitik

Vorlesungen:

- Einführung in die Technik des betrieblichen Rechnungswesens (Finanzbuchhaltung)
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Geographen, I
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Geographen, II
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Juristen
- Werbewirkungsanalyse
- Betriebswirtschaftliche Probleme aus Absatz-Markt-Konsum
- Einführung in die betriebswirtschaftlichen Probleme des Schwerpunktes Absatz-Markt-Konsum
- Handelsmarketing

Vorlesung mit Übung:

- Einführung in SPSS
- Entscheidungstheorie und -verhalten
- Werbeplanung

Übungen:

- Betriebswirtschaftliche Probleme aus Absatz-Markt-Konsum
- Marktforschung
- Methoden der Marktforschung
- Marketingpolitik

Praxisbezogene Studienformen (Forschungspraktika):

- Die Betriebstypenpräferenz verschiedener Konsumententypen
5 h/Woche, Grundstudium
- Verhaltenswissenschaftliche Entscheidungsforschung
5 h/Woche, Grundstudium, 2 Semester
- Möglichkeiten der Außendarstellung des Fachbereich IV bzw. der Universität Trier
2 h/Woche bzw. 5 h/Woche, Grundstudium, 2 Semester

- Unternehmenskonzentration in der BR Deutschland
2 h/Woche bzw. 5 h/Woche, Grundstudium, 2 Semester
- Möglichkeiten einer nachfrageorientierten Gestaltung von Parkhäusern.
2 h/Woche bzw. 5 h/Woche, Grundstudium, 2 Semester
- Die Gedächtniswirkung einstellungsrelevanter Werbung
6 h/Woche, Hauptstudium, 2 Semester
- Marketing in Klein- und Mittelbetrieben
6 h/Woche, Hauptstudium, 2 Semester
- Informationsverhalten von Konsumenten
6 h/Woche, Hauptstudium, 2 Semester

Proseminare:

- Ausgewählte Methoden im Marketing
- Planspiel zur Unternehmensführung: OPEX
- Fallstudien zur Unternehmensführung
- Fallstudien zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre

- Universität Mainz

- Einführung in das Marketing
Vorlesung, 2 h/Woche, Hauptstudium
- Übung zum Marketing
Übung, 2 h/Woche, Hauptstudium
- Methoden und Techniken der Marketingplanung
Vorlesung, 2 h/Woche, Hauptstudium
- Neuere Entwicklungen im Marketing
Seminar, 2 h/Woche, Hauptstudium

- Universität zu Köln

Hauptseminar

- Ausgewählte Aspekte der Werbeforschung, SS 1993

- Fachhochschule des Landes Rheinland-Pfalz, Abteilung Trier

- Grundlagen des Marketing, Teil 1
Vorlesung, 2 h/Woche, Hauptstudium
- Grundlagen des Marketing, Teil 2
Vorlesung, 2 h/Woche, Hauptstudium

- Ausgewählte Probleme des Marketing, Teil 1
Seminar, 2 h/Woche
- Ausgewählte Probleme des Marketing, Teil 2
Seminar, 2 h/Woche

- Wirtschaftsakademie

Staatlich anerkannte Ergänzungsschule, Fachschule für Wirtschaft, Betriebstechnik und Datenverarbeitung, Blieskastel

- Betriebsorganisation Vorlesung, 6 h/Woche

- EBC Hochschule, Campus Düsseldorf

- Vorlesung Marketing 2014