

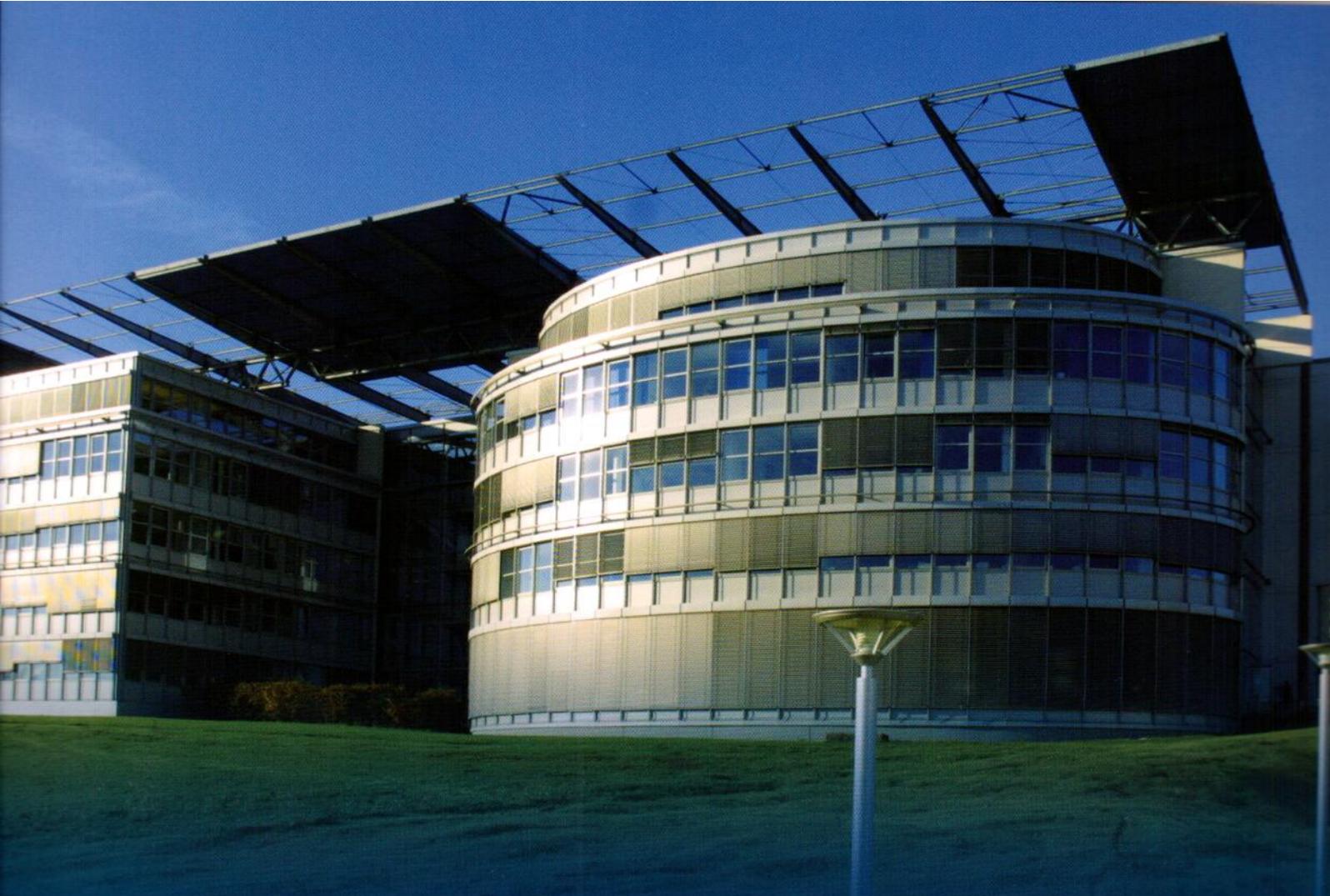
MAR

KET

ING

10 Jahre Lehrstuhl für Marketing  
der  FernUniversität in Hagen





**Marketing ist mittlerweile ein gesellschaftliches Phänomen geworden, das heute in vielen unterschiedlichen Klischees (z. B. die häufige Verwechslung mit der Werbung) und in den unterschiedlichsten sozialen Institutionen auftaucht und propagiert wird (Sport-, Event-, Kirchenmarketing, etc.). Eigentlich bedeutet Marketing für Unternehmen vereinfacht die Auswahl und Bearbeitung lukrativer Märkte. Hier kann auch die Werbung eine zentrale Rolle spielen – dies muss aber nicht zwingend so sein.**

**Ein solches Verständnis des Marketing beeinflusst entscheidend die Forschungstätigkeit des Lehrstuhls, die wiederum Grundlage aller weiteren Aktivitäten ist, sei es nun die grundständige Lehre, das Engagement in der universitären Weiterbildung oder die Beratung von Unternehmen, politischen und öffentlichen Einrichtungen.**

**Insbesondere die Herausforderungen des Konsumgüter- und Handelsmarketing als auch des Marketing-Controlling bilden hier den Schwerpunkt für Forschungsprojekte und für die daraus erwachsenden Publikationen.**

**Einen Einblick in die nicht immer leicht zu erkennenden Aufgaben und vielschichtigen Bereiche der Tätigkeit des Lehrstuhls für Marketing gewinnt der Leser mit dieser Broschüre.**