

1	<b>AWB.22.613</b>	<b>Agribusiness</b>	
2	Modultitel (englisch)	Agricultural and food marketing	
3	Verantwortlichkeiten	Prof. Dr. agr. Michael Harth	
4	Credits	5	
5	Studiengänge	AWB Bachelor Agrarwirtschaft Wahlpflichtmodul im 6. Semester	2022
		AWD Bachelor Agrarwirtschaft dual Wahlpflichtmodul im 8. Semester	2022
6	Turnus und Dauer	startet jedes zweite Sommersemester über ein Semester im Wechsel mit dem Modul „Soziale Landwirtschaft“	
7	Voraussetzung	Grundlegende Kenntnisse in Agrar- und Lebensmittelmarketing empfohlen.	
<hr/>			
8	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
9	Benotung und Berechnung	Das Modul wird benotet. Die Berücksichtigung der Modulnote in der Gesamtnotenberechnung ist dem jeweiligen Prüfungsplan zu entnehmen.	
10	Prüfungsleistung	I AP 20 Präsentation der Zwischenergebnisse des Seminars im Umfang von 20 Minuten innerhalb der Lehrveranstaltung (Gewichtung: 20 %) und II M 15 Mündliche Prüfung oder AP 15 Präsentation im Umfang von 15 Minuten innerhalb der Lehrveranstaltung (Gewichtung 30 %) und III AHA 10 Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10 Seiten (Gewichtung 50 %)  Die*der Prüfer*in gibt die Art und den Umfang der Prüfungsleistung in Abhängigkeit der thematischen Schwerpunktsetzung zu Beginn des Semesters bekannt.	
11	Prüfungsvorleistung	keine	
<hr/>			
12	<b>Veranstaltungen und Arbeitsaufwand</b>		
	I AWB.16.613.10	Agribusiness Seminar, 4 SWS	64 h
	II	Eigenständige Vor- und Nachbereitung/ Literaturstudium/Prüfungsvorbereitung	86 h
			Gesamt: 150 h
<hr/>			
13	Lehrende/r	Prof. Dr. agr. Michael Harth	
14	Unterrichtssprache	Deutsch	
15	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung des Agribusiness in Deutschland</li> <li>- Institutionenökonomische Betrachtung der Akteure des Agribusiness.</li> <li>- Darstellung der Wertschöpfungskette für konkrete Agrarprodukte (Schwerpunktsetzung im Semester).</li> <li>- Ermittlung der Wertschöpfung einzelner Agrarprodukte auf verschiedenen Ebenen des Agribusiness.</li> <li>- Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette für Lebensmittel.</li> <li>- Berücksichtigung aktueller Themen wie Tierwohl, Regionalität/ Herkunft usw.</li> </ul>	
16	Lernziele/-ergebnisse	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Bedeutung und die Strukturen des Agribusiness zu erfassen und einzuordnen.</li> </ul>	

- die Wertschöpfung einzelner Agrarprodukte auf den verschiedenen Ebenen des Agribusiness darzustellen.
  - Erfolgsfaktoren kooperativer Formen in der Vermarktung von Agrarprodukten bzw. Lebensmitteln zwischen verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette herauszuarbeiten.
- 17 Lehr-/Lernformen\* Seminar mit Diskussion, Gruppenarbeit, Hausarbeit, Präsentationen, Postererstellung
- 18 Literatur\*
- Harth, M. (2022): Agrarmarketing - Anforderungen an eine qualitätsorientierte Vermarktung von Agrargütern. 1. Auflage. Stuttgart: utb-Verlag.
  - Strecker, O.; Strecker, O.A.; Elles, A.; Weschke, H.-D.; Kliebisch, Ch. (2010): Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte. Frankfurt: DLG-Verlag.
  - Aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften und Unternehmensdarstellungen.
- 19 Weitere Informationen\*
- Zu Beginn des Semesters wird ein fachlicher Schwerpunkt festgelegt. Die schriftliche Hausarbeit sollte in Form eines Fachartikels bzw. -beitrags für eine wissenschaftliche Zeitschrift bzw. Veröffentlichung der Agrar-/Ernährungswirtschaft angefertigt werden.