

ABW.18.010**Marketing**

2	alternative Modulnummer	M10
3	Modultitel (englisch)	Marketing
4	Verantwortlichkeiten	Prof. Dr. Michael Harth
5	Credits	5

5	Studiengänge	ABW	BA „Angewandte BWL“ (berufsbegleitend) Pflichtmodul im 3. Semester	Version 2016
6	Turnus und Dauer	startet jedes 3. Semester über ein Semester		
7	Voraussetzung	I	keine formalen Teilnahmevoraussetzungen	
		II	keine speziellen Kenntnisse erforderlich	

8 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

9	Benotung und Berechnung	Das Modul wird benotet. Die Berücksichtigung der Modulnote in der Gesamtnotenberechnung ist dem jeweiligen Prüfungsplan zu entnehmen.		
10	Prüfungsleistung	SCH	Klausur im Umfang von 90 Minuten <u>oder</u>	
		AHA	Hausarbeit im Umfang von mind. 10 Seiten	
		Der Prüfer gibt die Art der Prüfungsleistung zu Beginn des Semesters bekannt.		
11	Prüfungsvorleistung	keine		

12 Veranstaltungen und Arbeitsaufwand

I	ABW.18.010.10	Marketing Seminaristischer Unterricht, 1,5 SWS	24 h
II		Selbststudium	126 h
			Gesamt: 150 h

13	Lehrende/r	Prof. Dr. Michael Harth		
14	Unterrichtssprache	Deutsch		
15	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen des Marketing - Unterscheidung B2B- und B2C-Marketing - Konsumentenverhalten - Marketingziele und Marketingstrategien - Marketing-Mix mit Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik - Marketing-Controlling Anhand von Fallstudien werden praxisbezogene Problemstellungen erarbeitet.		
16	Lernziele/-ergebnisse	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage Marketing als marktorientierte Unternehmensführung zu verstehen und einzuordnen. Sie kennen das Marketinginstrumentarium und können diese auf einfache unternehmensrelevante Aufgabenstellungen und Marktsituationen anwenden.		
17	Lehr-/Lernformen	Präsenzstudium: Seminar, Dozentenvortrag und Einsatz aktivierender Lehr- und Lernformen, z. B. Gruppenarbeit und Präsentation, Diskussion, Fallstudien Selbststudium: Bearbeitung von veranstaltungsbegleitenden Studienbriefen und -materialien, Lösen von modulspezifischen Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit über die E-Learning-Plattform, (Virtuelle) Lerngruppen zur Besprechung theoretischer und praktischer Probleme sowie multimediale Möglichkeiten der Dozentensprechstunde (E-Mail, Chat, etc.)		
18	Literatur	Studienbriefe, Arbeitsmaterialien und Literaturlisten werden über die E-Learning-Plattform bereitgestellt. An externer Literatur kann besonders empfohlen werden: <ul style="list-style-type: none"> - Scharf, Andreas; Schubert, Bernd; Hehn, Patrick (2012): Marketing. Einführung in Theorie und Praxis. 5. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. 		

- Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred (2012): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele. 11. Aufl. Wiesbaden: Gabler (Meffert-Marketing-Edition).