

Gültig ab 2024.HS

Modulbezeichnung: Marketing			
Modulkürzel	w.BA.XX.2Mark.XX		
ECTS Credits	6		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden verfügen über ein Grundlagen-Wissen im Bereich Marketing und sind befähigt, die in der Praxis aktuell angewandten Methoden und Konzepte anzuwenden. Sie können marketingrelevante Informationen zusammenstellen, bewerten und interpretieren. Sie sind in der Lage, anwendungsorientierte Marketingprojekte und -teilaufgaben selbstständig zu bearbeiten.		
Verantwortliche OE	IMM Ltg.		
Modulverantwortung	Marcus Zimmer		
Modulverantwortung Stellvertretung	Rainer Fuchs		
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebsökonomie - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing • Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance • Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design • Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics • Betriebsökonomie - Vertiefung in Financial Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing • Betriebsökonomie - Vertiefung in Politics and Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in Risk and Insurance 		
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009		
Modulkategorie	Modultyp Pflichtmodul <table border="1" style="float: right; margin-left: 10px;"> <tr> <td>Studienabschnitt</td> </tr> <tr> <td>Assessment</td> </tr> </table>	Studienabschnitt	Assessment
Studienabschnitt			
Assessment			
Spezifische Vorkenntnisse	Modul „Skills“, Modul „Einführung BWL“		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	Fachkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz 		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Problemlösung & Kritisches Denken • Wissenschaftliche Methoden • Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren • Nutzung von Informationen • Kreativität & Innovation Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation • Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten • Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Selbstmanagement & Selbstreflexion • Ethische & Soziale Verantwortung • Lernen & Veränderung 		

Modulbezeichnung: Marketing

Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysieren die grundlegenden Zusammenhänge im klassischen Marketing • entwickeln ein problem- und praxisgerechtes Konzept auf der Basis systematisch gewonnener Informationen über den Absatzmarkt • erläutern das Zusammenspiel und die Wechselwirkungen der verschiedenen Marketinginstrumente 																												
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Strukturierter Aufbau eines Marketing-Konzeptes, das im Wesentlichen die folgenden Schritte beinhaltet: • Erfassen und beschreiben des Marktgeschehens, • Analyse der Ist-Situation, Erfassen der relevanten Bedürfnisse, Kompetenzen und Kundensegmente. • Erarbeiten der längerfristigen Marketing-Strategie, insbesondere Entscheide bezüglich der Markenführung, Definition der Positionierung sowie Festlegen des Verhaltens gegenüber den einzelnen Stakeholdergruppen. • Umsetzung einer Marketingstrategie durch in den vier Aufgabenfelder des Marketings: 1) Customer Experience Mngt. (CEM), 2) Customer Relationship Mngt. (CRM) und über die 7 Ps (analog und digital). • Denken im Marketing Dialog Modell – Total Marketing Integration (Abstimmung der vier Aufgabenfelder im Marketing) 																												
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:																												
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Reader • Lehrvideos • Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) • Fallstudien (inkl. Lösungen) • (Multiple-Choice)-Tests 																												
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Fallstudien • Anwendungsaufgaben • Lehrgespräch • Literaturstudium • Übungen • Lehrvortrag <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> • Einzelarbeit • Gruppenarbeit • Partnerarbeit </div>																												
Unterrichtsgliederung	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Kontaktstudium</th> <th>Begleitetes Studium</th> <th>Autonomes Selbststudium</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grossklasse</td><td>28 h</td><td>8 h</td><td></td></tr> <tr> <td>Kleinklasse</td><td>28 h</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Gruppenunterricht</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Praktikum</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Seminar</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Total</td><td>56 h</td><td>8 h</td><td>116 h</td></tr> </tbody> </table>		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	Grossklasse	28 h	8 h		Kleinklasse	28 h	-		Gruppenunterricht	-	-		Praktikum	-	-		Seminar	-	-		Total	56 h	8 h	116 h
	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium																										
Grossklasse	28 h	8 h																											
Kleinklasse	28 h	-																											
Gruppenunterricht	-	-																											
Praktikum	-	-																											
Seminar	-	-																											
Total	56 h	8 h	116 h																										
Leistungsnachweise	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Modulendprüfung</th> <th>Form</th> <th>Dauer (Min.)</th> <th>Gewichtung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Schriftliche Prüfung</td><td>closed book</td><td>90</td><td>100</td></tr> <tr> <td>Hilfsmittel</td><td>spez. Taschenrechner gem. Merkblatt "Hilfsmittel"</td><td>Mit Dictionär</td><td></td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Andere</th> <th>Bewertung</th> <th>Dauer (Min.)</th> <th>Gewichtung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr> </tbody> </table>	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung	Schriftliche Prüfung	closed book	90	100	Hilfsmittel	spez. Taschenrechner gem. Merkblatt "Hilfsmittel"	Mit Dictionär		Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung	-	-	-	-								
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung																										
Schriftliche Prüfung	closed book	90	100																										
Hilfsmittel	spez. Taschenrechner gem. Merkblatt "Hilfsmittel"	Mit Dictionär																											
Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung																										
-	-	-	-																										
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine Es gibt keine Präsenzverpflichtung.																												

Modulbezeichnung: Marketing

Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none">• Rüeger, B., Merdzanovic, A. & Wyss, S. (2022). Marketingmanagement. Running and Building the Business. Mit Marketing Unternehmen transformieren. 1. Auflage. Zürich: Versus. ISBN 978-3-8006-6839-7.
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Wird auf Moodle jeweils hochgeladen
Bemerkungen	