

Modulbezeichnung: Content Marketing			
Modulkürzel	w.BA.XX.WPM-CM.XX		
ECTS Credits	3		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Beschreibung des Moduls	<p>Content Marketing spielt eine zentrale Rolle in der modernen Unternehmenskommunikation. Durch die Erstellung von relevanten, informativen und unterhaltsamen Inhalten, die den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprechen und strategisch platziert werden, können Unternehmen ihre Reichweite erhöhen, Kundenbeziehungen stärken und ihre Marke nachhaltig aufbauen. In diesem Modul erlernen die Studierenden die Grundlagen und die Bedeutung von Content Marketing sowie die Planung und Umsetzung einer effektiven Content Marketing Strategie. Sie setzen das Erlernte um, indem sie Inhalte für verschiedene Content-Formate wie Blogartikel, Social Media Beiträge oder Newsletter konzipieren. In einer Schreibwerkstatt wird zusätzlich geübt, wie man zielgerichtete und wirkungsvolle Texte erstellt. Der Leistungsnachweis besteht darin, dass die Studierenden eine umfassende Content Marketing Strategie für ein Unternehmen entwickeln und ihr Konzept im Rahmen einer Präsentation vorstellen.</p>		
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management		
Modulverantwortung	Nadine Stahl		
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Wahlpflichtmodul (Siehe Modultafel) 		
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	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">Modultyp Wahlpflichtmodul</td> <td style="width: 40%;">Studienabschnitt Hauptstudium</td> </tr> </table>	Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium		
Spezifische Vorkenntnisse	-		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz 		

Modulbezeichnung: Content Marketing

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
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> • verstehen, was Content Marketing ist und können das Content Marketing strategisch sinnvoll einsetzen. • können die Kundenperspektive in ihre strategischen Planungen integrieren und Leistungen kreieren, die den Kunden einen konkreten Mehrwert bieten. • können eine Content Marketing Strategie konzipieren. • wissen, wie man Storytelling betreibt und wie man journalistisch recherchiert. • können geeignete Massnahmen auswählen und priorisieren. • können eigenverantwortliches Lernen durch autonomes und begleitetes Selbststudium fördern. • können ihre Arbeit vor einem Publikum präsentieren und verteidigen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Content Marketings • Planung, Umsetzung und Evaluation des Content Marketings • Zielgruppengerechte Ansprache im Content Marketing • Praktische Beispiele von Content Marketing • Storytelling und journalistische Recherche • Schreibwerkstatt: Konzeption einer Content Marketing Strategie, Informationsbeschaffung, Content-Formate (Blogartikel, Social Media Beiträge, Newsletter etc.), Formale Aspekte der Content Marketing Strategie, Schreibtechniken
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf: <ul style="list-style-type: none"> • w.BA.XX.2MT.XX • w.BA.XX.2AMark.XX • w.BA.XX.2Mark.XX
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Reader • Lehrvideos • Peer-Review Prozesse
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendungsaufgaben • Projektarbeit • Übungen • Problemorientierter Unterricht • Lehrvortrag <div style="border-left: 1px solid black; padding-left: 10px; margin-left: 20px;"> Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> • Einzelarbeit • Gruppenarbeit </div>

Modulbezeichnung: Content Marketing

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	
	Grossklasse	-	-		
	Kleinklasse	-	-		
	Gruppenunterricht	18 h	17 h		
	Praktikum	-	-		
	Seminar	-	-		
	Total	18 h	17 h	55 h	
Leistungsnachweise	Modulendprüfung		Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	-				
	Hilfsmittel				
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Schriftliche Arbeit	Note	Gruppenarbeit	0	50.00
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	50.00	
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	<p>Andere</p> <p>Eine kontinuierliche Anwesenheitspflicht ist generell erwünscht. Pflicht zur Anwesenheit besteht insbesondere bei den Peer-Feedbacks und den Gruppenpräsentationen.</p>				
Pfichtliteratur					
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none"> Hilker, C. (2017). Content Marketing in der Praxis. Ein Leitfaden – Strategie, Konzepte und Praxisbeispiele für B2B- und B2C-Unternehmen. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-13882-0. 				
Bemerkungen	-				