

Modulbezeichnung: Marketing		
Modulkürzel	w.BA.XX.WPM-MA-BL.XX	
ECTS Credits	3	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten im Wahlpflichtmodul Marketing einen Überblick über eine der wichtigsten und spannendsten wirtschaftlichen Vertiefungsrichtungen. Im Modul lernen die Studierenden die Grundlagen und -begriffe des Marketings kennen und können die wichtigsten Marketinginstrumente anhand des Marketingmix beurteilen, auswählen und einsetzen. In einer Gruppenarbeit wird ein innovatives Marketingkonzept für ein reales Unternehmen oder eine Non-Profit-Organisation ausgearbeitet, in dem die Lerninhalte praxisorientiert angewandt werden.</p>	
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management	
Modulverantwortung	Marcus Zimmer	
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	Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Spezifische Vorkenntnisse	BWL Grundlagen & Strategie	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz Methodenkompetenz Sozialkompetenz Selbstkompetenz 	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Problemlösung & Kritisches Denken Wissenschaftliche Methoden Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren Nutzung von Informationen Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation Mündliche Kommunikation Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <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"> • können die grundlegenden Zusammenhänge des Marketings wiedergeben. • können das Zusammenspiel der verschiedenen Marketinginstrumente und deren Auswirkungen im definierten Markt beurteilen. • können Marketingprobleme analysieren und Lösungsvorschläge auf der Basis von Literatur und eigenen Konzeptideen erarbeiten. • können erworbenes Wissen zielgruppenadäquat aufbereiten und präsentieren. • können einen Standpunkt vertreten und argumentieren und konstruktiv Feedback geben. • können in Gruppen zielgerichtet zusammenarbeiten. 																																												
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Marketing: historische Entwicklung des Marketings, zentrale Begriffe, Konzepte und Aufgaben • Marktanalyse: Makro- und Mikroumfeld, PESTEL-, Five-Forces-, SWOT-Analyse. Marktforschung • Entwicklung/Aufbau und Pflege von Leistungen und Kundenbeziehungen • Definition von Zielmärkten: Segmentierung, Targeting, Positionierung • Markenführung und- Kommunikation • Operatives Marketing anhand der 7P (Produkt, Preis, Promotion, Vertrieb, Prozesse, Personal, physische Umgebung) • Digitales Marketing 																																												
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:																																												
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Reader 																																												
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrgespräch • Lehrvortrag • Projektarbeit • Anwendungsaufgaben • Forschendes Lernen 	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit 																																											
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>14 h</td><td></td></tr> <tr> <td>Vorlesung</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Übung</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Kleinklasse</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Gruppenunterricht</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Projektarbeit</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>Seminar</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Total</td><td>28 h</td><td>14 h</td><td>48 h</td></tr> </tbody> </table>		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	Grossklasse	28 h	14 h		Vorlesung	-	-		Übung	-	-		Kleinklasse	-	-		Gruppenunterricht	-	-		Projektarbeit	-	-		Praktikum	-	-		Seminar	-	-		Seminar	-	-		Total	28 h	14 h	48 h
	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium																																										
Grossklasse	28 h	14 h																																											
Vorlesung	-	-																																											
Übung	-	-																																											
Kleinklasse	-	-																																											
Gruppenunterricht	-	-																																											
Projektarbeit	-	-																																											
Praktikum	-	-																																											
Seminar	-	-																																											
Seminar	-	-																																											
Total	28 h	14 h	48 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>-</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Hilfsmittel</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Andere</th><th>Bewertung</th><th>Format</th><th>Dauer (Min.)</th><th>Gewichtung</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Schriftliche Arbeit</td><td>Note</td><td>Gruppenarbeit</td><td>0</td><td>25.00</td></tr> <tr> <td>Referat/mündliche Präsentation</td><td>Note</td><td>Gruppenarbeit</td><td>15</td><td>75.00</td></tr> </tbody> </table>	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung	-				Hilfsmittel				Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung	Schriftliche Arbeit	Note	Gruppenarbeit	0	25.00	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	75.00																	
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung																																										
-																																													
Hilfsmittel																																													
Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung																																									
Schriftliche Arbeit	Note	Gruppenarbeit	0	25.00																																									
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	75.00																																									

Modulbezeichnung: Marketing

Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine
Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none">• Rüeger, B., Merdzanovic, A. & Wyss, S. (2022). Marketingmanagement: Building and Running the Business. Mit Marketing Unternehmen transformieren. Zürich: Versus. ISBN 978-3-03909-356-4.
Ergänzende Literatur	
Bemerkungen	