W1074 Marketingmanagement

Modulcode FB: IBW 4.1, IBW 3.4	**Englische Modulbezeichnung:** Marketing Management			
Arbeitsaufwand: 150 h, davon 72 h Präsenzzeit 78 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5 ECTS	**Studiensemester:** 4. Semester: IBW PO 2019 3. Semester: IBW PO 2014	**Häufigkeit des Angebots:** Winter-/Sommersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Bachelor	**Verwendbarkeit des Moduls:** Wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden definieren Ansatz, Methoden und Techniken des Marketing und beschreiben den Marketingmanagement-Prozess (Analyse der Marketingsituation, Strategische Marketingplanung und Zielbildung, Umsetzung des Marketing-Mix, Kontrolle). Die für diesen Prozess notwendigen Marketing-Methoden werden in der Vorlesung eingeführt. Sie stellen den Marketing-Mix (Produkt, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) und deren effizientes und effektives Zusammenwirken dar und setzen sich darüber hinaus mit aktuellen Themen aus Marketing und Vertrieb kritisch auseinander (u. a. Online-Marketing, Customer-Relationship-Management Neuromarketing).
2	**Inhalte des Moduls:** • Marketing als Unternehmensphilosophie • Zielbildung und Strategieentwicklung im Marketing • Strategischer und taktischer Einsatz der Marketing-Instrumente (Marketing-Mix) • Grundlagen der Marktforschung und des Konsumentenverhaltens • Entwicklung und Umsetzung des Marketing-Mix • Verständnis der budgetären und organisatorischen Grundlagen bei der Umsetzung von Aktivitäten • Praxisrelevante Problemstellungen im Marketing
3	**Lehr- und Lernmethoden:** 3 SWS seminaristischer Unterricht 1 SWS Übung
4	**Sprache:** Deutsch oder Englisch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: IBW PO 2019: Module W1152, W1156 IBW PO 2014: Module W1152, W1156, W1157
6	**Form der Prüfung:** Klausur
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Keine