

Sommersemester 2009

Bachelor (B 11)

Modul : Vertiefende BWL

Bezeichnung der Kurseinheit: Spezielle Aspekte des Marketings

| | |
|-----------------------|----|
| Semester | |
| Semesterwochenstunden | 2 |
| Kontaktzeit | 32 |
| Selbststudium | 29 |

| | |
|--------------------------|---------|
| Lehrsprache | deutsch |
| Vorgesehene Gruppengröße | max. 50 |
| Leistungspunkte (ECTS) | 3 |

Dozent/in: Prof. Dr. Breidenbach

Kurzbeschreibung der Veranstaltung

Lernziel: Durch die vertiefende Auseinandersetzung mit aktuellen Fragen des Marketings erweitern die Studierenden ihre Handlungskompetenzen im betrieblichen Funktionsbereich Marketing. Sie sollen in die Lage versetzt werden, bei der Entwicklung des Leistungsangebots sowie der Ausgestaltung und Umsetzung betrieblicher Marketingaktivitäten/-kampagnen mitzuwirken.

Inhalte: In dieser Kurseinheit sind ausgewählte Aufgaben und Instrumente im Kontext des Marketingmanagementprozesses ebenso relevant wie zeitaktuelle Themen wie das einer identitätsorientierten Markenführung. Hinzu kommen spezielle Fragestellungen aus den jeweiligen Branchen. Des Weiteren werden Grundlagen der Werbung, der Trendforschung sowie Erfolgsfaktoren von Marketingevents thematisiert.

Methode: Fragend-entwickelnder Unterricht, Fallbeispiele aus den jeweiligen beruflichen Handlungsfeldern.
Praktische Übungen.

Vermittelte Schlüsselqualifikationen: Analytisches und systematisches Denken, Sach- und Methodenkompetenz

Empfehlung: keine

Bewertung*: **Differenzierte Kurseinheitsprüfung: Prüfungsleistung in Form einer Hausarbeit (Term-Paper).**

Literatur: Folien, die in MyStudy zum Download zur Verfügung gestellt werden. Weitere Literaturhinweise auf Wunsch.

Erstellungsdatum: April 2009