

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Projekt</b>	
<b>Semester</b>	3	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	5 (1 Semester)	
<b>Art</b>	Projektseminar, Wahlpflichtmodul	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut MPO)</b>		
<b>Empf. Voraussetzungen</b>	Marketing Grundlagen	
<b>Verwendbarkeit</b>	MBM	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Projektbericht mit Abschlusspräsentation	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Seminar, Projektarbeit. ACHTUNG: Begrenzte Teilnehmerzahl!	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Hummels	
<b>Qualifikationsziele</b>		
Die Studierenden sind in der Lage, marketing- und/oder vertriebsbezogene Problemstellungen eines Unternehmens zu analysieren, Lösungsvorschläge zu erarbeiten und zu priorisieren und die Implementierung zu begleiten. Sie sind dabei in der Lage, Prinzipien des Projektmanagements anzuwenden und ein Projekt zielführend zu planen und durchzuführen.		
<b>Lehrinhalte</b>		
Gegenstand des Projektseminars "Marketingberatung" ist die theoriegestützte Bearbeitung eines praktischen Beratungsprojekts im Bereich Marketing und/oder Vertrieb in selbstorganisierten und eigenverantwortlichen Teams. Im regelmäßigen Dialog mit dem Dozenten werden die projektspezifisch notwendigen theoretischen Inhalte er- bzw. aufgearbeitet. Die Vorgehensweise und Ergebnisse im Projekt werden kontinuierlich mit dem Dozenten und Kunden diskutiert sowie am Ende mündlich und als Bericht schriftlich präsentiert.		
Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können eine komplexe Problemstellung aus der Marketing- und / oder Vertriebspraxis analysieren. Sie können unter Berücksichtigung aller relevanten unternehmensinternen und -externen Einflussfaktoren eine methodisch fundierte Vorgehensweise zur Problemlösung definieren. Sie können ein Beratungsprojekt im Bereich Marketing/ Vertrieb unter Berücksichtigung notwendiger Kommunikation mit dem Kunden durchführen und zum Abschluss bringen.		
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden können das notwendige Marketing- und/oder Vertriebswissen unter Anleitung identifizieren, sich erschließen und auf die Problemstellung des Projekts anwenden. Sie erweitern ihre Kenntnisse und Fähigkeiten im Projektmanagement, insbesondere den Umgang mit kritischen Situationen. Sie kennen die Besonderheiten der Marketing- und/oder Vertriebsberatung und können diese in Projekten berücksichtigen.		
<b>Literatur</b>		
Grundlagenwerk: Hummels (2021): Marketingberatung - Allgemeingut oder Spezialdisziplin? In: Deelmann (Hrsg.): Handbuch der Unternehmensberatung. Im Druck. Je nach Themenbereich aktuelle deutsch- und englischsprachige Fachliteratur. Basisliteratur umfasst z.B. Homburg: Marketingmanagement, Springer Gabler, aktuelle Auflage. Kotler et al. (2017 bzw. 2021): Marketing 4.0 bzw. Marketing 5.0. Campus.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Hummels	Marketingberatung	4