

<b>Modulbezeichnung (eng.)</b>	<b>Projektarbeit - Marketing ()</b>	
<b>Semester</b>	5	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	5 (1 Semester)	
<b>Art</b>	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt Marketing und Vertrieb	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut BPO)</b>	Marketing Grundlagen	
<b>Empf. Voraussetzungen</b>	Marketing Grundlagen	
<b>Verwendbarkeit</b>	BaBWL, BaIBA, BaBWL, BaIBA, BaIBS, BaWP	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Projektbericht und Präsentation	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Projekt	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Hummels, Gündling	
<b>Qualifikationsziele</b>		
<p>Die Studierenden werden befähigt, sich eigenständig und schnell vertieftes Wissen für unbekannte und komplexe Fragestellungen aus Marketing und Vertrieb und für die Projektabwicklung anzueignen. Dazu bedienen Sie sich eines breiten Spektrums an wissenschaftlichen Methoden für die Recherche, Wissensvertiefung, Analyse und Problemlösung. Sie definieren die notwendigen Arbeitsprozesse und gestalten diese selbstständig aus. Sie entwickeln neue Lösungen und wägen unterschiedliche Aspekte und Perspektiven gegeneinander ab. Sie vertreten Ihre Lösungsvorschläge gegenüber hochschulinterne(n) und -externen Experten. Sie arbeiten in einem Expertenteam verantwortlich zusammen und verbessern dabei soziale und persönliche Kompetenzen wie Selbst- und Zeitmanagement, Team- und Konfliktfähigkeit und die Interaktion mit externen Kunden.</p>		
<b>Lehrinhalte</b>		
<p>Gegenstand des Moduls sind konkrete praktische Projektaufträge von Unternehmen von innerhalb und außerhalb der Region, die in Gruppen bearbeitet werden. Die Projektaufträge entstammen der gesamten Bandbreite von Marketingfragestellungen in unterschiedlichen Branchen und Unternehmen. Auf Basis einer strukturierten Recherche und Anwendung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse zum Thema erfolgt die Erarbeitung von Lösungsalternativen und Handlungsempfehlungen. Dies erfolgt in enger Abstimmung mit den externen Auftraggebern, deren Grundlagen in einer gemeinsamen Auftaktveranstaltung gelegt werden und deren Abschluss aus einer Präsentation beim Auftraggeber besteht. Neben fachlichen Inhalten werden somit auch Kenntnisse im Projektmanagement angewandt und praktisch vertieft. Die Verantwortung für den Projekterfolg liegt bei den Studierenden.</p>		
<b>Literatur</b>		
<p>Kotler, P./ Keller, K.: Marketing-Management. Pearson, 14. Auflage, 2015. Niedereichholz: Unternehmensberatung Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. Oldenbourg, 6. Auflage 2013. Fachliteratur je nach Themenschwerpunkt</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Hummels, Gündling	Projektarbeit - Marketing	4