

BABWLP-MARK - Marketing

BABWLP-MARK - Principles of Marketing

Allgemeine Informationen	
Modulkürzel oder Nummer	BABWLP-MARK
Eindeutige Bezeichnung	MarkC-01-BA-M
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stehmann, Julia (julia.stehmann@haw-kiel.de)
Lehrperson(en)	
Wird angeboten zum	Wintersemester 2025/26
Moduldauer	1 Fachsemester
Angebotsfrequenz	Regelmäßig
Angebotsturnus	In der Regel jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Empfohlen für internationale Studierende	Ja
Ist als Wahlmodul auch für andere Studiengänge freigegeben (ggf. Interdisziplinäres Modulangebot - IDL)	Nein

Studiengänge und Art des Moduls (gemäß Prüfungsordnung)
Studiengang: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (letzte Aufnahme SoSe 2024) Modulart: Pflichtmodul Fachsemester: 1

Kompetenzen / Lernergebnisse
<i>Kompetenzbereiche: Wissen und Verstehen; Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen; Kommunikation und Kooperation; Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität.</i>
Absolvent*innen... ...kennen die grundlegenden Begriffe sowie konzeptionelle Ansätze, Konzepte und Verfahren des Marketing und der empirischen Sozialforschung. ...sind in der Lage, Vor- und Nachteile sowie Grenzen und Möglichkeiten verschiedener Konzepte zu benennen und auf neue Fragestellungen anzuwenden.
Absolvent*innen... ...können die grundlegenden Begriffe, Konzepte, Ansätze und Methoden des Marketing und der empirischen Sozialforschung auf Case Studies bzw. realitätsnahe Situationen im Unternehmen übertragen, anwenden und kritisch reflektieren. ...können für praktische Fragestellungen unter Anwendung fachwissenschaftlicher Methoden und der Grundregeln wissenschaftlichen Arbeitens begründete Empfehlungen erarbeiten - für eigene Marktanalysen, - für (strategische) Marketingkonzeptionen und - für (operative) Umsetzungen im Rahmen des Marketing-Mix. ...können ihren Lern- und Arbeitsprozess reflektieren und daraus Schlussfolgerungen für ihre Handlungsweisen ziehen.
Absolvent*innen... ...können in Unterrichtsbeiträgen komplexe fachbezogene Probleme des Marketing erläutern, theoretisch und methodisch fundierte Argumentationen für eigene Lösungsvorschläge aufbauen sowie diese in der Gruppe argumentativ vertreten.

Absolvent*innen...
 ...erkennen mittels offener Aufgabenstellungen ihre eigenen Fähigkeiten und Interessen bzgl. grundlegender Fragestellungen des Marketing und der Sozialforschung.
 ...reflektieren eigenes fachbezogenes Handeln und eigene Kompetenzen mit theoretischem und methodischem Wissen auf der Grundlage von Rahmendaten und ausgewählten Konzepten des Marketing.
 ...reflektieren die eigenen Einstellungen/Werte/Überzeugungen und Haltungen zu gesellschaftlichen Themen, Konsumverhalten und Marketingaktivitäten von Unternehmen.

Angaben zum Inhalt

Lehrinhalte	1. Marketing und Marktorientierung 2. Marketingstrategien 3. Analyse der Marktsituation 4. Kaufverhalten in B2C- und B2B-Märkten 5. Marktforschung 6. Marketing-Mix 6a. Produktpolitik und Markenmanagement 6b. Preispolitik 6c. Distributionspolitik 6d. Kommunikationspolitik 7. Digitales Marketing #markt #marktabgrenzung #marketingmanagementprozess #analyseinstrumente #konsumentenverhalten #stimulusorganismusresponsemodell #marktforschung #fragebogen #marketingstrategien #brand #markenmanagement #innovation #produktprogramm #preisbildung #preisstrategie #distributionssystem #logistik #kommunikationsmodell #kommunikationsinstrumente #digitalmarketing
Literatur	Bruhn, M. (2024): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 16. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler. Eckardt, G. H./Hardiman, M./Stegemann, M. (2018): Marketing., 3. Auflage, Göttingen: GHS. Eckardt, G. H./Hardiman, M. (2012): Marketing. Workbook, Göttingen: GHS. Meffert, H./Burmam, C./Kirchgeorg, M./Eisenbeiß, M. (2024): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 14. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler. Scharf, A./Schubert, B./Hehn, P. (2022): Marketing: Einführung in Theorie und Praxis, 7. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Arbeitsaufwand

Anzahl der SWS	4 SWS
Leistungspunkte	5,00 Leistungspunkte
Präsenzzeit	48 Stunden
Selbststudium	102 Stunden

Modulprüfungsleistung

Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung gemäß PO	Keine
BABWLP-MARK - Portfolioprfung	Prüfungsform: Portfolioprfung Gewichtung: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein Benotet: Ja