

BA-WM I - S 110 - Digitales Marketing

BA-WM I - S 110 - Digital Marketing

General information	
Module Code	BA-WM I - S 110
Unique Identifier	
Module Leader(s)	Prof. Dr. Hardiman, Marco (marco.hardiman@haw-kiel.de)
Lecturer(s)	Hamurcuoglu, Ufukhan (ufukhan.hamurcuoglu@haw-kiel.de)
Offered in Semester	Wintersemester 2021/22
Module duration	1 Semester
Occurrence frequency	Regular
Module occurrence	In der Regel jedes Semester
Language	Deutsch
Recommended for international students	Yes
Can be attended with different study programme	Yes

Curricular relevance (according to examination regulations)
Study Subject: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (letzte Aufnahme SoSe 2024) Module type: Wahlmodul Semester: 4, 5, 7
Study Subject: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (Regelstudienzeit 6 Semester) Module type: Wahlmodul Semester: 5
Study Subject: B.A. - BWL Online - Betriebswirtschaftslehre Online Module type: Wahlmodul Semester: 5
Study Subject: B.A. - BWL Online TZ - Betriebswirtschaftslehre Online Teilzeit Module type: Wahlmodul Semester: 10, 9
Study Subject: B.Sc. - WINF - Wirtschaftsinformatik (6 Sem.) Module type: Wahlmodul Semester: 5
Study Subject: B.Sc. - WINF Online - Wirtschaftsinformatik Online Module type: Wahlmodul Semester: 5

Qualification outcome
<i>Areas of Competence: Knowledge and Understanding; Use, application and generation of knowledge; Communication and cooperation; Scientific self-understanding / professionalism.</i>
Absolvent*innen... <ul style="list-style-type: none"> • können die wichtigsten Begriffe, Instrumente, Methoden, sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren im Digitalen Marketing erklären.

<p>Absolvent*innen...</p> <ul style="list-style-type: none"> • können das erlernte Fachwissen im Digitalen Marketing in konkreten, praxisnahen Fallstudien anwenden. • können (betriebliche) Anforderungen im Digitalen Marketing erkennen, erläutern sowie beschreiben und lösen. • können analytische Methoden des Digitalen Marketing in realen Praxisfällen sowie zur Erarbeitung eines operativen digitalen Marketingplans anwenden. • können fachbezogene Daten des Digitalen Marketing bewerten, interpretieren und daraus zielgruppenspezifische Erkenntnisse gewinnen. • können kleinere Projekte im Digitalen Marketing selbstständig managen.
<p>Absolvent*innen...</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Arbeit in einer Gruppe und deren Arbeitsumgebung selbstständig mitgestalten und unterstützen. • die erarbeiteten Abläufe und Ergebnisse präsentieren.
<p>Absolvent*innen können...</p> <ul style="list-style-type: none"> • selbstständig Lern- und Arbeitsziele setzen, reflektieren und verantworten. • das eigene Handeln einschätzen. • auch in weniger bekannten Kontexten eigenständig lernen und arbeiten. • selbstständig analytische Methoden anwenden sowie Analysen durchführen, auswerten und interpretieren.

Content information	
Content	<p>Der Fokus der Veranstaltung liegt auf dem digitalen Marketing für digitale Geschäftsmodelle. Auf folgende Inhalte wird Bezug genommen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Einführung in das digitale Marketing <ol style="list-style-type: none"> a) Digitalisierung und Disruption b) Digitale Geschäftsmodelle; E-Business c) Merkmale digitaler Marketingstrategien d) Makroumgebung – Technologieumfeld 2) Mikroumgebung des digitalen Marketings – analysieren und interpretieren (Markt, die Kunden, Zulieferer und die Konkurrenz) 3) Marketing-Strategien und der Marketing-Mix für digitale Geschäftsmodelle / E-Business 4) Erfolgreiches Relationship-Marketing unter den Einbezug von... <ol style="list-style-type: none"> a) Daten (Big-Data), b) Sozialen Plattformen, c) CRM-Systemen, d) Künstlicher Intelligenz. 5) Kampagnen für digitale Medien <ol style="list-style-type: none"> a) Digitale Kundenerlebnisse b) Kampagnen-PDCA 6) Digitale Medienkanäle <ol style="list-style-type: none"> a) Übersicht b) Bewertung und Optimierung
Literature	<ul style="list-style-type: none"> - Chaffey/Ellis-Chadwick – Digital Marketing - Eckardt/Stegemann/Hardiman: Marketing. Grundlagen und Praxis - weitere aktuelle Hinweise (z.B. Blogs) werden im Laufe des Kurses bekannt gegeben

Teaching formats of the courses	
Teaching format	SWS

Lehrvortrag + Übung	4
---------------------	---

Workload	
Number of SWS	4 SWS
Credits	5,00 Credits
Contact hours	48 Hours
Self study	102 Hours

Module Examination	
Examination prerequisites according to exam regulations	None
BA-WM I - S 110 - Präsentation	Method of Examination: Präsentation Weighting: 30% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No Graded: Yes
BA-WM I - S 110 - Hausarbeit	Method of Examination: Hausarbeit Weighting: 70% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No Graded: Yes

Miscellaneous	
Recommended Prerequisites	Bestandenes Modul "Marketing"