

BABWLP-MARK - Marketing

BABWLP-MARK - Principles of Marketing

General information	
Module Code	BABWLP-MARK
Unique Identifier	MarkC-01-BA-M
Module Leader	Prof. Dr. Stehmann, Julia (julia.stehmann@haw-kiel.de)
Lecturer(s)	
Offered in Semester	Wintersemester 2025/26
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	No

Curricular relevance (according to examination regulations)
Study Subject: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (letzte Aufnahme SoSe 2024) Module type: Pflichtmodul Semester: 1

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... ...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.

Content information

Content	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
Literature	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./Burmans, 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.

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
BABWLP-MARK - Portfolioprüfung	Method of Examination: Portfolioprüfung Weighting: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No Graded: Yes