Marketing  Marketing		Modulnummer:				
Bachelor Pflicht/Wahl ⊠ Wahl □ Basis □ Ergänzung □ Sonderfall □	Zugeordnet zu Masterprofil Sicherheit und Qualität (SQ) KI, Kognition, Robotik (KIKR) Digitale Medien und Interaktion (DMI)					
Modulbereich: Mathematik und Theoretische Informatik						
Modulteilbereich: (keine Angabe)						
Anzahl der SWS 2V+2UE+2Tut	Kreditpunkte: 6	Turnus jährlich (SoSe)				
Formale Voraussetzungen: Keine						
Inhaltliche Voraussetzungen: -						
Vorgesehenes Semester: ab 1. Semester						
Sprache: Deutsch						
Ziele: Die Studierenden sollen am Ende des Kurses ein solides Grundwissen im Marketing haben und dieses anwenden können. Dazu zählt Wissen über konzeptionelle Grundlagen, Rahmenbedingungen, strategische Entscheidungen, Marketinginstrumente sowie deren Koordination. Entscheidungsprobleme im Rahmen des Marketings sollen systematisiert und mit Hilfe der erworbenen methodischen Fähigkeiten gelöst werden können.						
Inhalte:  • Konzeptionelle Grundlagen des Marketings  • Umwelt und Markt der Unternehmung  • Marketingentscheidung und Marketingkonzeption  • Marktsegmentierung  • Produkt- und programmpolitische Entscheidungen  • Preispolitische Entscheidungen  • Kommunikationspolitische Entscheidungen  • Distributionspolitische Entscheidungen  • Strategisches Marketing  • Markenpolitische Entscheidungen  • Marketingkoordination						
Unterlagen (Skripte, Literatur, Programme usw.):  • Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred: Marketing Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11.						
<ul> <li>Aufl., Gabler-Verlag, Wiesbaden 2011.</li> <li>Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred: Marketing Arbeitsbuch Aufgaben Fallstudien Lösungen, 10. Aufl., Gabler-Verlag, Wiesbaden 2009.</li> <li>Alternativen zur Pflichtlektüre:</li> <li>Homburg, C./Krohmer, H.: Marketingmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden 2009.</li> <li>Kotler, P., et al.: Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln, 12. aktualisierte Aufl., München 2010.</li> </ul>						
Form der Prüfung: Mögliche Prüfungsformen: Klausur (K), e-Klausur (e-K), Referat (R), Hausarbeit (H), mündliche Prüfung (M) oder Portfolio (Po)						
i.d.R. e-K 60 min						

Arbeitsaufwand	Vorlesung Übung Tutorium Vor- und Nachbereitung	28 h 28 h 28 h 32 h		
	Selbstlernstudium Prüfungsvorbereitung	32 h 32 h		
	Summe	180 h		
Lehrende: Prof. Dr. M. Eisenbeiß	1		Verantwortlich: Prof. Dr. M. Eisenbeiß	