

Marketing

Lehrende	Prof. Dr. Thorsten Raabe Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Marketing hat sich von einer betrieblichen Funktion zu einem Leitkonzept der Unternehmensführung entwickelt. Kunden- und Marktorientierung stellen die zentrale Maxime eines ganzheitlichen Managementansatzes dar, der die konsequente Orientierung aller Unternehmenstätigkeiten am "Engpass Markt" fordert.</p> <p>Das Modul Marketing greift die Grundlagen des Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung auf, indem Philosophie, theoretische Zusammenhänge als auch das notwendige analytische und methodische Wissen verknüpft mit konkreten Beispielaufgaben vermittelt werden. Implikationen für mittlere Unternehmen werden an gegebenen Stellen ebenfalls herausgestellt.</p> <p>Folgende Inhalte werden thematisiert: Marketing-Managementkonzept, verhaltenstheoretische Orientierung und Grundlagen, Marketinginstrumente und Marketing-Mix, Markenpolitik, Institutionelle Marketingansätze.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung von Einblicken in die Denkweise und Aufgaben des Marketings. • Identifikation und Abgrenzung von Märkten. • Auseinandersetzung mit einem systematischen Entscheidungsverhalten. • Erkennung neuer Entwicklungen im Marketing. • Kennenlernen der institutionellen Besonderheiten des Marketings.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen.
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende.
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich BWL.
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> • regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzphasen • Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben, projektbezogene Prüfungsleistung
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von in der Regel zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.)
Dauer	ca. 25 Wochen
Termine	<p>Modulbeginn (online): 23.02.2017</p> <p>Präsenzphase I: 24./25.03.2017 (Fr. 13.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h)</p> <p>Präsenzphase II: 09./10.06.2017 (Fr. 13.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h)</p> <p>Nachbereitungsphase und Modulabschluss bis: 04.07.2017</p>
Gebühren	750,00 Euro