

BWA 402 Grundlagen Marketing und Vertrieb

| | | | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------|------------------|----------------------|
| Studiengang | Betriebswirtschaft (BW) | | | | | |
| Akademischer Grad | B.A. | | | | | |
| Modulbezeichnung lt. SPO | Grundlagen des Marketing / Vertriebs | | | | | |
| Modulbezeichnung engl. | Principles of Marketing and Sales | | | | | |
| Modul Nr. | BWA 402 | | | | | |
| Modul Gruppe | Funktionen | | | | | |
| Veranstaltungssprache | deutsch | | | | | |
| Modulverantwortliche(r) | Prof. Dr. Sandra Gronover | | | | | |
| Dozent(in) | Prof. Dr. Michael Bürker | | | | | |
| Studienabschnitt | 2. Studienjahr | | | | | |
| Semester | 4. Semester | | | | | |
| Häufigkeit des Angebotes | Sommersemester | | | | | |
| Dauer | 1 Semester | | | | | |
| Modultyp | Pflichtmodul | | | | | |
| Credits nach ECTS | 5 ECTS | | | | | |
| Arbeitsaufwand (h) | Gesamt | Lehrveranstaltung | Selbststudium | geplante Gruppengröße | | |
| | 150 Stunden | 60 Stunden | 90 Stunden | 2 Gruppen à ca. 60 - 90 Studierende; | | |
| Lehrformen (SWS) | Gesamt | Seminaristischer Unterricht | Seminar | Übung | Praktikum | Projektarbeit |
| | 4 SWS | 4 SWS | - | - | - | - |
| Teilnahmevoraussetzungen | Formal: keine | | | | | |
| | Inhaltlich: keine | | | | | |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Prüfung, 60 min. | | | | | |
| Prüfungsvorleistung | keine | | | | | |
| Bewertung der Prüfungsleistung | endnotenbildend | | | | | |
| Bestehenserblich | ja | | | | | |

| | |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse</p> | <p>Die Studierenden kennen und beherrschen die grundlegenden Elemente, Methoden und Prozesse in Marketing und Vertrieb. Im Mittelpunkt sollen die theoretischen Grundlagen von Marketing und Vertrieb stehen; ausgerichtet am Konzept der 4 P (Leistungsprogrammpolitik, Konditionenpolitik, Vertriebspolitik, Kommunikationspolitik). Auch die Studierenden, die sich später im Hauptstudium nicht für das Kompetenzmodul Marketing und Vertriebsmanagement entscheiden, werden befähigt, in ihrem späteren Beruf kundenorientiert zu denken und in Marketing- und Vertriebsprozessen qualifiziert mitzuarbeiten. Ziel ist die Vermittlung von 80 % Fachkompetenz und 20 % Methodenkompetenz</p> |
| <p>Inhalte</p> | <p>Grundelemente des Marketing, Käufer und Käuferverhalten, Kaufverhaltensforschung / Marktforschung, Grundlagen Vertriebs-/ Marketingplanung; Grundlagen Vertriebs- / Marketingorganisation, Führung in Vertrieb und Marketing, Grundlagen Vertriebscontrolling, Grundlagen Leistungsprogrammpolitik, Grundlagen Konditionenpolitik, Grundlagen Vertriebspolitik, Grundlagen Kommunikationspolitik inkl. Markenpolitik, ganzheitlicher Blick auf die marktorientierte Unternehmensführung</p> |
| <p>Medien</p> | <p>Laptop, Beamer, Pinnwand, Info-Austausch über Twitter</p> |
| <p>Literatur</p> | <p>Zentrales Arbeitsbuch: Winkelmann, P. (2013): Marketing und Vertrieb, 8. Auflage.</p> <p>Ergänzende Grundlagen-Literatur: Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2015): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. 12. Auflage.</p> <p>Daneben ergänzende Literatur passend zum jeweiligen Lernbereich.</p> |