

Kurs: e-Marketing

Dozent(in)	Michael Nowak
Veranstaltungssprache	Englisch
Teilnahmevoraussetzungen	Formal: keine
	Inhaltlich: regelmäßiger Besuch der Veranstaltung erforderlich; gute Englischkenntnisse
Prüfungsleistung	ELN (Präsentation (30 %); Projektarbeit & Präsentation (70 %) – Sprache Englisch)
Prüfungsvorleistung	-
Geht in die Endnote ein	ja
Bestehenserblich	ja
Lernergebnisse / Kompetenzen	<p>Der Kurs vermittelt Studierenden fundierte Kenntnisse im Bereich Marketing in der digitalen Welt. Darunter fallen die Bereiche Online-Marketing, Mobile-Marketing und Social Media Marketing;</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden haben spezifisches Wissen über das Thema digitales Marketing. Es werden die grundlegenden aktuellen technischen Möglichkeiten aufgezeigt und Grenzen dargestellt. Dabei liegt der Fokus auf den Teildisziplinen Online-Marketing, Mobile Marketing und Social Media Marketing. Im Rahmen des Kurses erhalten die Studierenden die Möglichkeit die klassischen Marketing-Elemente auf die digitale Welt zu übertragen und entsprechendes Wissen zu erwerben.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Studenten sind in der Lage, die Besonderheiten der digitalen Welt und insbesondere des digitalen Marketing & Vertriebs einzuordnen und zu bewerten. Die Inhalte des Kurses werden durch Fallstudien praktisch angewendet und Studierende zeigen, dass sie eigene Lösungsansätze entwickeln können.</p>
Learning outcomes / competencies	<p>Within the course eMarketing students are going to learn how the digital world needs adapting classical marketing concepts. The course covers elements of online-marketing, mobile marketing and social media marketing.</p> <p><u>Knowledge and understanding:</u></p> <p>Students have a specific knowledge in digital marketing. Students know the current state of art on available technical tools within digital marketing and their boundaries. Focus is on online-marketing, mobile marketing and social media. Students are able to transfer and to adapt classical marketing models towards the digital world.</p>

	<p><u>Abilities/Transfer:</u></p> <p>Students have a deep understanding on differences and similarities between the digital and the classic marketing world and an ability to evaluate these differences. The content of this course is applied through several case studies and students can develop own solutions after this course.</p>
<p>Inhalte</p> <p>Contents</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung & Begriffsdefinitionen • Technische Entwicklungen und Trends im e-Marketing • Online-Kaufverhalten & Kundenstrukturen • Übertrag des Marketing-Mix auf den Bereich des digitalen Marketing & Vertrieb • Gestaltung von Web-Seiten und digitalen Angeboten • Rechtliche Regelungen im digitalen Marketingumfeld • Introduction and definitions • State of the art for technical tools and current trends • Online customer buying behaviour and customer structure • Transfer the classic marketing mix to the online world – what has to be adapted (like online pricing, sales logistics etc.) • Best practices on how to structure web sites and further digital offerings • Online marketing legal issues
Medien	Tafel, Beamer mit Laptop, Pinnwand, Flipchart
Literatur / Literature	<p>Chauffey, D., Ellis-Chadwick, F., Johnston, K., Mayer, R.: Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 5th ed, Prentice Hall, 2012</p> <p>Lammenett, E. (2015): Praxiswissen Online-Marketing - Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR, Springer</p> <p>Zusätzliche wissenschaftliche Artikel als verpflichtende Lektüre während des Semesters</p> <p>Additionally: Selected scientific articles given as compulsory reading during the semester.</p>