

Hochschule Emden/ Leer Studiengang: Betriebswirtschaft Dual				
Modulbezeichnung: Marketing				
Semester/ Turnus	Dauer SWS	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelas- tung
3/ jährlich	1 Sem 4 SWS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 40 h, Selbststudium: 110 h.
Voraussetzun- gen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lern- methoden	Modul-verantwort- liche(r)
Keine	Betriebswirtschaft-li- che Bachelor-Studi- engänge	Klausur 2 h	Vorlesung Übung Fallbeispiele	Gündling, Hummels
Kompetenzziele				
Die Studierenden erwerben ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Marketings und werden in die Lage versetzt, marketingrelevante Sachverhalte einzuordnen und zu beurteilen und grundlegende Instrumente, wie z.B. die strategische Produkt-Markt-Matrix oder das BCG Produktportfolio-Modell auf unbekannte Fragestellungen anzuwenden und Problemlösungen zu erarbeiten. Das Wissen entspricht dem Stand der Fachliteratur und vertieft ausgewählte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung. Im Vordergrund steht der Erwerb von fachlichen Kompetenzen, die teilweise um analytische und interdisziplinäre Kompetenzen ergänzt werden. Die Studierenden können sich zu Themen des Marketings adäquat austauschen und weiterführende Lernprozesse selbstständig gestalten.				
Lehrinhalte				
Inhaltlich umfasst das Modul die Einordnung des Marketings in das Unternehmen, eine Einführung in Konsumentenverhalten und Marktforschung sowie die Grundlagen der Marketingkonzeption- und -strategie und die Ausgestaltung des Marketingmix'. Ein Überblick über die Grundsätze der Marketingorganisation und -kontrolle rundet das Modul inhaltlich ab. Alle Inhalte werden durch aktuelle Praxisbeispiele illustriert. Die Anwendung der erlernten Inhalte auf die Praxis erfolgt durch die Bearbeitung und Diskussion von Aufgaben, die den Charakter kleinerer Fallstudien haben.				
Literatur in der neuesten Auflage				
Bruhn, M.: Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis. Gabler				