

Pflichtmodul Teilmärkte – Akquise im GalaBau						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
9033		125 h	5	7. Semester	WiSe	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Vorlesung		1 SWS / 15 h	15 h	20 Studierende	
	b) Seminar		2 SWS / 30 h	30 h		
	c) andere		1 SWS / 15 h	20 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen • Aufbauend auf dem Modul ‚Marketingprozesse‘ lernen die Studierenden, die Besonderheiten verschiedener Teilmärkte für Leistungen des Garten- und Landschaftsbaues zu identifizieren. • Sie können daraus unterschiedliche Vorgehensweisen bei der Beschaffung von Aufträgen öffentlicher, gewerblicher und privater Auftraggeber entwickeln und umsetzen. • Besonderer Wert wird dabei auf angemessene Präsentations- und Visualisierungstechniken und auf die Methoden und persönlichen Voraussetzungen zielgruppenbezogener Verhandlungsführung gelegt.					
3	Inhalte • Grundlagen der Akquisition • Vertiefende Grundzüge der allgemeinen Marktlehre • Distributionspolitik in den Teilmärkten • Kommunikationspolitik in den Teilmärkten (Schwerpunkt CRM) • Aufbau der Akquisition in den Teilmärkten (Vorfeld-, Auftrags-, Nachakquisition) • Auftragsplanung und Auftragsvorratssteuerung • Personal in den Teilmärkten • Organisation der Akquise in den Teilmärkten					
4	Lehrformen Vorlesung, seminaristischer Unterricht, Übungen zu ausgewählten Themenaspekten					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine / Inhaltlich: keine					
6	Vorgeschlagene Prüfungsform Mündliche Prüfung (§18 BPO Landschaftsbau und Grünflächenmanagement)					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					

	bestandene Prüfung
8	Verwendung des Moduls B.Eng. Landschaftsbau und Grünflächenmanagement
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/175
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragte(r): Prof. Dr.-Ing. Felix Möhring
11	Sonstige Informationen