

Marketing (PF)

Modulnummer	Workload	Credits
2061	150 h	5
Studiensemester	Häufigkeit des Angebot	Dauer
6. Semester	jährlich / nach Bedarf	1 Semester
Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium
a) Vorlesung	4 SWS / 60 h	90 h
geplante Gruppengröße	Kurzzeichen	Prüfungsnummer
a) 70 Studierende	MK	1090
1	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Bearbeitung von Fallstudien	
2	Inhalte Grundlagen der Marketing-Konzeption, der Marketing-Prognose, der Marktsegmentierung und der Marktforschung, Marketing-Instrumente: Produktpolitik, Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik; Marketingmix Unternehmensplanspiel: Durchführung eines Unternehmensplanspiels, um die ökonomischen Zusammenhänge einer Firma kennenzulernen	
3	Lehrformen Vorlesung, Übung	
4	Teilnahmevoraussetzungen Bestehen der Sperrfächer (§24)	
5	Prüfungsformen § 16 Klausurarbeit b) § 19 Präsentation	
6	Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulprüfung	
7	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Integrierter Studiengang: Produktion und Wirtschaft FB 7	
8	Stellenwert der Note für die Endnote Credit(s) *Note/210	
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. rer. pol. Ingo Kracht	
10	Sonstige Information / Literatur	