

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Internationale Wirtschaft mit dem Abschluss Bachelor of Science**Vertiefungsmodul**

Modulnummer	261032-201 (Version 02)
Modulname	Marketingmanagement
Modulverantwortlich	Professur BWL – Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<u>Inhalte:</u> • Marketing als Managementaufgabe • Paradigmenwechsel im Marketing hin zum Beziehungsmarketing • Management von Kundenbeziehungen • Marketingperspektive auf Kundenzufriedenheit und -loyalität • Kundenwert und Bewertung von Kunden (insbesondere Customer Lifetime Value) • Loyalität und Mundpropaganda im Marketingmanagement • Messmethoden im Marketingmanagement • Quantitative Auswertungsmethoden im Marketingmanagement (z. B. Segmentierung, Klassifikation) <u>Qualifikationsziele:</u> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studenten in der Lage, Ziele und Aufgaben des Marketingmanagements zu benennen und zu erklären. Sie können Entscheidungsoptionen des Marketingmanagements in verschiedenen Unternehmenskontexten vergleichen und bewerten. Sie können sich selbstständig neue Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich Marketing, bspw. durch Heranziehen wissenschaftlicher Publikationsmedien im Marketingmanagement, erschließen und diese auf Probleme des Marketingmanagements anwenden.
Lehrformen	Lehrform des Moduls ist die Vorlesung. • V: Marketingmanagement (2 LVS) Die Lehrveranstaltung kann durch englischsprachige Inhalte ergänzt werden.
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	siehe aktuelle Literaturliste der Veranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist für alle Studiengänge mit wirtschaftswissenschaftlicher Ausrichtung geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung: • 60-minütige Klausur zu Marketingmanagement (Prüfungsnummer: 61307) Die Prüfungsleistung ist in deutscher Sprache zu erbringen.
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 5 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 150 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.