

MW36: Marketing Management und Digitale Transformation				Studiengang:	M
Modultyp:	ECTS-Punkte:	Workload:	Studiensemester:	Dauer des Moduls:	
Wahlpflicht	8	240	1. oder 3.	ein Semester	
Lehrveranstaltungen:			Kontaktzeit:	Selbststudium:	Geplante Gruppengröße:
<u>Studierende wählen zwei der folgenden Kurse individuell aus:</u> Kurs 1: Customer Relationship Management (2 SWS) Kurs 2: Innovationsmarketing und -management (2 SWS) Kurs 3: Fashion und Luxury Marketing (2 SWS)			Pro Kurs 30h, bei zwei Kursen nach Wahl = 60h	Pro Kurs 90h, bei zwei Kursen nach Wahl = 180h	100 je Kurs
Lernziele und Kompetenzen:					
Studierende sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> - die mit den jeweiligen Kursen verbundenen Begriffe, Theorien, Systematiken, Phänomene und Methoden zu kennen, diskutieren und insbesondere anwenden zu können; - gemäß des Leitbildes des „generalistischen Marketingmanagers“ auf breites methodisches Wissen zurückzugreifen, um dieses nicht nur in betrieblichen Kontexten anzuwenden sondern auch um wissenschaftlich anschlussfähig zu sein. 					
Schlüsselkompetenzen:					
<ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftliches Arbeiten - Analytische Fähigkeiten - Entscheidungsfähigkeit - Fähigkeit, Wissen zu transferieren - Mündliche und schriftliche Ausdrucksfähigkeit - Kommunikationsfähigkeit - Diskussionsbereitschaft 					
Inhalte:					
Kurs 1: Customer Relationship Management 1. Grundlagen des Relationship Marketing 2. Theoretische Fundierung des Relationship Marketing 3. Konzeptionierung des Relationship Marketing 4. Relationship Marketing im digitalen Kontext 5. Ergebnisse und Methoden der CRM-Forschung 6. Erste Ergebnisse der Consumer Neuroscience im CRM-Kontext					
Kurs 2: Innovationsmarketing und -management					

1. Grundlagen und Besonderheiten des Innovationsmanagementprozesses
2. Unterscheidung und Bewertung von Innovationsarten
3. Ableitung von Innovationsstrategien auf Produkt- und Unternehmensebene
4. Charakterisierung und Optimierung von Innovationsportfolios von Unternehmen
5. Entwicklung und Markteinführung differenzierter Produkte
6. Analyse der Innovationsfähigkeit und -leistung von Unternehmen

Kurs 3: Fashion und Luxury Marketing

1. Grundlagen des Modesektors und Modemarketing
2. Die Wertschöpfungskette im Modesektor
3. Charakterisierung von Geschäftsmodellen im Modesektor
4. Analyse von Besonderheiten des Modemarketing
5. Der Marketing-Mix im Modesektor
6. Grundlagen und Besonderheiten des Luxusmarketing
7. Analyse aktueller Entwicklungen im Modemarketing

Sprache:

Kursprache ist Deutsch.

Lehrformen:

Lehrvortrag, Gruppenarbeit, Selbststudium, Blockveranstaltungen, ggf. ergänzt durch ausgewählte Gastvorträge (z.B. aus der betrieblichen Praxis).

Verwendbarkeit des Moduls:

M.Sc. BWL, M.Sc. VWL, M.Sc. Wirtschaftschemie, M.A. Kunstvermittlung und Kulturmanagement.

Teilnahmevoraussetzungen:

Zulassung zu den Masterstudiengängen „Betriebswirtschaftslehre“, „Volkswirtschaftslehre“, „Wirtschaftschemie“ oder „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“. Für alle Kurse sollten die Teilnehmer vertiefte Kenntnisse des Marketing-Verständnisses und Handelns besitzen.

Prüfungsformen:

Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich zum Ende des Wintersemesters in Form einer Klausur (90 Minuten). Der Studierende darf dabei aus 2 der 3 Veranstaltungen wählen.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

Erfolgreich abgelegte Modulabschlussprüfung. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.

Häufigkeit des Angebots:

Die Kurse des Moduls MW36 finden i.d.R. im Wintersemester statt.

Stellenwert der Note für die Endnote:

Dieser Kurs wird benotet und bei der Berechnung der Gesamtnote Ihres Masterabschlusses berücksichtigt. Genauere Informationen zur Berechnung der Gesamtnote entnehmen Sie der für Sie geltenden Prüfungsordnung Ihres jeweiligen Studienganges.

Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Peter Kenning, wissenschaftliche MitarbeiterInnen und Lehrbeauftragte des Lehrstuhls.

Sonstige Informationen:

Aktuelle Informationen finden Sie auf der Internetseite des Modulbeauftragten. Es ist möglich, im Rahmen dieses Wahlpflichtmoduls eine Projektarbeit (MQ04, MQ05, MQV01) zu schreiben.

Stand: 31.03.2022