

**Studiengang: B.Sc. BWL**  
**Bereich: Vertiefungswissen**

<b>Modul</b> B32 - Marketing-Management			
<b>Art d. Verantst.</b>	<b>Titel</b>	<b>SWS</b>	<b>LP</b>
Vorlesung	B321: Strategisches Marketing-Management	2	4
<b>Dozent</b> Prof. Dr. Ingo Balderjahn			
<b>Tag</b>	<b>Uhrzeit</b>	<b>Ort</b>	
Dienstag	10.00 – 12.00 Uhr	3.06.H 04	
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Klausur in B211 bzw. B21; Klausuranmeldung über PULS im Mai 2010			
<b>Inhalt</b> Das Modul B32 umfasst die Veranstaltungen B321 Strategisches Marketing-Management, B322 Internationales Marketing-Management und B323 Nachhaltigkeits-Marketingmanagement. Es müssen zwei Veranstaltungen gewählt werden (8 LP). Diese Vorlesung beinhaltet sowohl die grundlegende Vorgehensweise als auch die Methoden der strategischen Marketingplanung. Darüber hinaus werden Problemstellungen der Marketing-Organisation sowie des Marketing-Controlling aufgegriffen. Im Rahmen der Veranstaltung wird die Bearbeitung einer Fallstudie angeboten, die auf die Klausurleistung angerechnet werden kann.			
Inhalt			
A Strategische Marketingplanung			
- Märkte und Geschäftsfelder			
- SWOT-Analyse			
- Methoden der strategischen Analyse			
- Ziele im Strategischen Marketing			
- Strategieplanung im Marketing			
B Marketing-Organisation			
C Marketing-Controlling			
<b>Literatur</b>			
- Kuß, A.; Tomczak, T.; Reinecke, S.: Marketingplanung, 5. Aufl., Wiesbaden 2007			
- Ergänzende Liste der Fachaufsätze zur Pflichtliteratur			
- Skript zur Veranstaltung (ist als „download“ auf der Homepage des Lehrstuhls vorhanden: Benutzername: student; Kennwort: Noraa)			
- Weitere Literaturangaben erfolgen in der Vorlesung			
<b>Zu erbringende Leistungen</b> Die Klausur B32 umfasst zwei der Teilgebiete B321, B322, B323 (90 Min.)			

**Studiengang: B.Sc. BWL**  
**Bereich: Vertiefungswissen**

<b>Modul</b> B32 - Marketing-Management			
<b>Art d. Veransth.</b>	<b>Titel</b>	<b>SWS</b>	<b>LP</b>
Vorlesung	B322: Internationales Marketing-Management	2	4
<b>Dozent</b> Prof. Dr. Ingo Balderjahn			
<b>Tag</b>	<b>Uhrzeit</b>	<b>Ort</b>	
Dienstag	14.00 – 16.00 Uhr	3.06. H 04	
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Klausur in B211 bzw. B21; Klausuranmeldung über PULS im Mai 2010			
<b>Inhalt</b> Das Modul B32 umfasst die Veranstaltungen B321 Strategisches Marketing-Management, B322 Internationales Marketing-Management und B323 Nachhaltigkeits-Marketingmanagement. Es müssen zwei Veranstaltungen gewählt werden (8 LP). Die Vorlesung setzt sich mit den Besonderheiten des Marketing in der globalen Wirtschaft auseinander. Im Rahmen dieser Veranstaltung wird die Bearbeitung einer Fallstudie angeboten, die auf die Klausurleistung angerechnet werden kann.			
Inhalt			
A Problemstellung			
B Rahmenbedingungen			
C Internationale Marktforschung			
D Internationale Marktsegmentierung und Marktauswahl			
E Internationale Markteintrittsstrategien			
F Internationale Marktbearbeitungsstrategien			
G Internationale Marketing-Politik			
H Implementierung des Internationalen Marketing			
<b>Literatur</b>			
- Berndt, R; Altobelli, C. F.; Sander, M.: Internationales Marketing-Management, 3. Aufl., Berlin u. a. 2005			
- Welge, M.K.; Holtbrügge, D.: Internationales Management, 4. Aufl., Stuttgart 2006			
- Ergänzende Liste der Fachaufsätze zur Pflichtliteratur			
- Skript zur Veranstaltung (ist als „download“ auf der Homepage des Lehrstuhls vorhanden: Benutzername: student; Kennwort: Noraa)			
- Weitere Literaturangaben erfolgen in der Vorlesung			
<b>Zu erbringende Leistungen</b> Die Klausur B32 umfasst zwei der Teilgebiete B321, B322, B323 (90 Min.)			

**Studiengang: B.Sc. BWL**  
**Bereich: Bachelorfach**

<b>Modul</b>			
<b>Art d. Veransth.</b>	<b>Titel</b>	<b>SWS</b>	<b>LP</b>
	Bachelorkolloquium Marketing		
<b>Dozent</b>			
Prof. Dr. Ingo Balderjahn/ Dipl.-Kffr. Alexandra Glöckner/Dipl.-Kfm. Max Beuchel/ Dipl.-Kfm. Mathias Peyer			
<b>Tag</b>	<b>Uhrzeit</b>	<b>Ort</b>	
<i>Einführungsveranstaltung</i>			
Mi 14.04.2010	16.00-18.00 Uhr	3.06.S26	
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>			
Mindestens 150 erreichte LP im Erstfach-Bachelor BWL (alte Prüfungsordnung)			
Mindestens 118 erreichte LP im Erstfach-Bachelor BWL (neue Prüfungsordnung, Immatrikulation ab WS 09/10)			
Mindestens 120 erreichte LP im Ein-Fach-Bachelor BWL			
<b>Inhalt</b>			
Dieses Kolloquium richtet sich an die Studierenden, die am Lehrstuhl Marketing in diesem Semester eine Bachelorarbeit schreiben, und dient zur Vorbereitung auf die Abfassung der Bachelorarbeit im Fach Marketing. An einer Bachelorarbeit interessierte Studenten können sich im Zeitraum vom 01.04. bis 12.04.2010 für eine Bachelorarbeit verbindlich und persönlich am Lehrstuhl Marketing anmelden. Dazu sind das Anmeldeformular für Bachelorarbeiten auszufüllen (Lehrstuhl-Website) und ein Nachweis über die bisher erworbenen Leistungspunkte (PULS-Ausdruck) einzureichen.			
Weitere Hinweise zur Betreuung, zur Themenvergabe sowie der zeitliche Ablauf werden in der Einführungsveranstaltung bzw. auf der Website bekannt gegeben.			
<b>Zu erbringende Leistungen</b>			
Der Erwerb der Leistungspunkte (14 LP - alte Prüfungsordnung, im Erstfach-Bachelor BWL, 10 LP - neue Prüfungsordnung ab WS 09/10, im Erstfach-Bachelor BWL, und 10 LP – Ein-Fach-Bachelor) ist gebunden an die Abfassung einer ca. 25seitigen Hausarbeit sowie die Teilnahme an allen angegebenen Veranstaltungsterminen.			