

Studiengang: M.Sc. BWL**Bereich: Masterfach**

Modul M11 Marketing-Management				
Art d. Veranstalt.	Modul	Titel	SWS	LP
V/Ü	M 111	Dienstleistungs- und Innovationsmarketing	4	10
Dozent V: Prof. Dr. Ingo Balderjahn Ü: Dipl.-Kfm. Max Beuchel				
Tag	Uhrzeit			Ort
V: Donnerstag,	10.00 – 12.00 Uhr			3.06.H 02
Ü: Mittwoch,	14.00 – 16.00 Uhr			3.06.H 06
Teilnahmevoraussetzungen Keine, Anmeldung zur Klausur über PULS im Mai 2010				
Inhalt Das Modul M11 umfasst die Pflichtmodule M111 Dienstleistungs- und Innovationsmarketing (10 LP, 4 SWS), M112 Konsumentenverhalten und Marketingstrategie (10 LP, 4 SWS) und M113 Marktforschung (12 LP, 4 SWS). Zusätzlich zu den Pflichtmodulen ist <u>ein</u> Marketingseminar aus den Angeboten M114 bis M116 (Marketingseminar, Marketingprojekt oder Marktforschungsprojekt 8 LP, 2 SWS) zu belegen. M111 ist eine integrierte Veranstaltung mit Vorlesung (2 SWS) und Übung (2 SWS). Die Übung ergänzt die Inhalte der Vorlesung. Im Rahmen von Fallstudien und ausgewählten Beispielen sollen die in der Vorlesung vermittelten Lehrinhalte auf konkrete Problemstellungen übertragen und angewendet werden. Gliederung der Veranstaltung A Grundlagen B Innovationsmarketing - Innovationsbegriff und Bedeutung von Innovationen - Prozess der Neuproduktplanung - Markteinführung und Life Cycle-Management C Dienstleistungsmarketing - Der Dienstleistungsbegriff - Strategische Analyse und Ziele des Dienstleistungsmarketing (Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Kundenwert) - Strategien im Dienstleistungsmarketing - Instrumente des Dienstleistungsmarketing (Leistungs-, Kommunikations-, Beschwerde-, Preis- und Distributionspolitik)				

Literatur

- Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, 6. Aufl., Wiesbaden 2009 (eBook)
- Vahs, D.; Burmester, R.: Innovationsmanagement, 3. Aufl., Stuttgart 2005
- Ergänzende Liste der Fachbeiträge für Marketing III (wird in der Vorlesung bekannt gegeben)
- Skript zur Veranstaltung (ist als „download“ auf der Homepage des Lehrstuhls vorhanden, Benutzername: student; Kennwort: Noraa)

Zu erbringende Leistungen

Klausur M111 (90 Minuten) über die Inhalte von Vorlesung und Übung

Studiengang: M.Sc. BWL

Bereich: Masterfach

Modul M11 – Marketing-Management			
Art d. Veransth. Seminar	Titel M116: Marktforschungsprojekt	SWS 2	LP 8
Dozent Prof. Dr. Ingo Balderjahn/Dipl.-Kffr. Alexandra Glöckner			
Tag Mi	Uhrzeit 16-20 Uhr	Ort 3.06.S27	
Bitte beachten Sie auch die Terminplanung mit den entsprechenden Raumangaben			
Teilnahmevoraussetzungen An einer Seminarteilnahme interessierte Studenten können sich vom 25.01.-05.02.2010 für das Marktforschungsprojekt verbindlich anmelden. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 30 Seminarteilnehmer/innen begrenzt. An dem Marktforschungsprojekt kann nur teilnehmen, wer den Marketingkurs M113 (Marktforschung) durch eine Klausur erfolgreich abgeschlossen hat. Bei mehr als 30 Anmeldungen findet eine Auswahl nach Leistungskriterien (Klausurnote M113) statt. Außerdem werden Kenntnisse in SPSS begünstigend berücksichtigt. Die Belegung eines "SPSS für WINDOWS"-Kurses in der ZEIK wird <u>ausdrücklich</u> empfohlen.			
Inhalt Das Thema des Marktforschungsprojekts entnehmen Sie bitte den Ankündigungen auf der Homepage des Lehrstuhls. Die Veranstaltung dient der praktischen Umsetzung der in der Vorlesung M113 (Marktforschung) vermittelten Lehrinhalte anhand eines empirischen Projektes. Hierbei sollen die wichtigsten Schritte der Planung und Durchführung einer empirischen Marktforschungsstudie eingeübt werden. <ul style="list-style-type: none">• Formulierung der forschungsleitenden Fragestellung• Entwicklung eines einsatzfähigen Fragebogens• Datenerhebung• Datenaufbereitung• Datenanalyse• Präsentation der Ergebnisse• Erstellung einer Abschlussdokumentation.			
Literatur Wird im Seminar bekannt gegeben			
Zu erbringende Leistungen Benotete Seminarleistung aus Anwesenheitspflicht, Abfassung mehrerer Präsentationen im Team, das Halten mindestens einer Präsentation, engagierte Mitarbeit sowie Beteiligung an der Abfassung einer Abschlussdokumentation.			

Studiengang: M.Sc. BWL
Bereich: Masterfach

Modul				
Art d. Veranstalt.	Modul	Titel	SWS	LP
		Masterkolloquium Marketing		
Dozent				
Prof. Dr. Ingo Balderjahn/Dipl.-Kffr. Alexandra Glöckner/Dipl.-Kfm. Max Beuchel/ Dipl.-Kfm. Mathias Peyer				
Tag	Uhrzeit			Ort
<i>Einführungsveranstaltung</i> Do 15.04.2010		13.00 Uhr (s.t)		Ort: <i>Lehrstuhl</i>
Teilnahmevoraussetzungen				
Mindestens 90 erreichte Leistungspunkte im Master- sowie Wahlbereich				
Inhalt				
<p>Dieses Kolloquium richtet sich an die Studierenden, die am Lehrstuhl einen Platz zur Abfassung der Masterarbeit bekommen haben, und dient zur Vorbereitung auf die Abfassung der Masterarbeit im Fach Marketing An einer Masterarbeit interessierte Studenten können sich im Zeitraum vom 01.04.-13.04.2010 für eine Masterarbeit verbindlich am Lehrstuhl Marketing anmelden. Die Anmeldung erfolgt persönlich über den Lehrstuhl. Dazu sind das Anmeldeformular für Masterarbeiten auszufüllen (Lehrstuhl-Website) und ein Nachweis über die bisher erworbenen Leistungspunkte (PULS-Ausdruck) zu erbringen.</p> <p>Weitere Angaben zur Betreuung sowie der zeitliche Ablauf werden in der Einführungsveranstaltung bekannt gegeben.</p>				
Zu erbringende Leistungen				
Der Erwerb der Leistungspunkte (30 LP – alte Prüfungsordnung, 20 LP – neue Prüfungsordnung (bei Immatrikulation ab WS 09/10) ist gebunden an die Abfassung einer 50seitigen Thesis und deren Verteidigung.				