

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Marketingberatung</b>	
<b>Semester</b>	1-3	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	5 (3 Semester)	
<b>Art</b>		
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	60 h Kontaktzeit + 120 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut MPO)</b>		
<b>Empf. Voraussetzungen</b>	Marketing Grundlagen	
<b>Verwendbarkeit</b>	MaMC	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Projektbericht, Abschlusspräsentation	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Seminar, Projektarbeit	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Hummels	
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden sind in der Lage, marketing- und vertriebsbezogene Problemstellungen eines Unternehmens zu analysieren, Lösungsvorschläge zu erarbeiten und zu priorisieren und die Implementierung zu begleiten. Sie sind dabei in der Lage, Prinzipien des Projektmanagements anzuwenden und ein Projekt zielführend zu planen und durchzuführen.	
<b>Lehrinhalte</b>	<p>Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können eine komplexe Problemstellung aus der Marketing- und / oder Vertriebspraxis analysieren Sie können unter Berücksichtigung aller relevanten unternehmensinternen und -externen Einflussfaktoren eine methodisch fundierte Vorgehensweise zur Problemlösung definieren. Sie können ein Beratungsprojekt im Bereich Marketing/ Vertrieb unter Berücksichtigung notwendiger Kommunikation mit dem Kunden durchführen und zum Abschluss bringen</p> <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden können die notwendigen Marketing- und oder Vertriebswissen identifizieren, sich selbstständig erschließen und auf die Problemstellung des Projekts anwenden. Sie erweitern ihre Kenntnisse und Fähigkeiten im Projektmanagement, insbesondere den Umgang mit kritischen Situationen. Sie kennen die Besonderheiten der Marketing- und / oder Vertriebsberatung und können diese in Projekten berücksichtigen</p>	
<b>Literatur</b>	Je nach Themenbereich deutsch- und englischsprachige Literatur auf Basis einschlägiger Lehrbücher und Fachartikel. Grundlegende Literatur umfasst z.B. Backhaus/ Schneider: Strategisches Marketing, Schäffer-Pöschel. Becker: Marketing-Konzeption, Vahlen. Hofbauer/ Hellwig: Professionelles Vertriebsmanagement. Publicis. Homburg/ Schäfer/ Schneider: Sales Excellence. Gabler.	
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Hummels	Marketingberatung	4