

Modul: Marketing

Fakultät Management, Soziale Arbeit, Bauen

Zuordnung und Inanspruchnahme in Studiengängen gem. Studienverlaufsplan
Lehr-/Lernziele – zu erwerbende Kompetenzen

Die Studierenden

- sollen Begriff und grundlegende Inhalte des modernen Marketings wissenschaftlich erwerben sowie Bedeutung und Zusammenhänge der Marketingziele, der Marketingsituationen und der Wirkung der absatzpolitischen Instrumente verstehen. Dabei sollen die Studierenden auch die Bedeutung der Dienstleistung in der Immobilienwirtschaft und die Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings erkennen und verstehen.
- Durch Praxisbeispiele, Aufgabenstellungen und Fallstudien soll auf Marketingprobleme aufmerksam gemacht und das erworbene Wissen vertieft und angewendet werden. Dabei sind die jeweiligen Marketingproblemstellungen zu analysieren, zu werten und Lösungsansätze zu erarbeiten.

Lehr- Lerninhalte
Grundlagen des Marketings

- Begriff und Inhalt des Marketing
- Unternehmung und Absatzmarkt
 - Arten von Absatzmärkten
 - Abgrenzung von Märkten
 - Marktsegmentierung
- Informationsgrundlagen für Marketing – Entscheidungen
 - Marktforschung: Methoden und Instrumente
 - Kauf- und Beschaffungsverhalten
 - Marketing - Informationssystem
- Die Marketinginstrumente
- Produkt- und Leistungs politik
- Preis- und Entgeltpolitik
- Kommunikationspolitik
- Vertriebs- und Distributionspolitik
- Kombination der Marketinginstrumente: Marketing – Mix

Dienstleistungsmarketing mit immobilienwirtschaftlichen Aspekten

- Dimensionen und Begriff von Dienstleistungen
- Marketingrelevante Auswirkungen der Dienstleistungseigenschaften
- Besonderheiten der Leistungs politik im Dienstleistungsbereich
- Besonderheiten der Distributionspolitik im Dienstleistungsbereich
- Besonderheiten der Funktion des Preises und der Preispolitik im Dienstleistungsbereich
- Besonderheiten der Kommunikationspolitik im Dienstleistungsbereich
- Marketing – Controlling

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jens Oeljeschlager

Kontakt (LVS)	Selbststudium	Prüfung	Leistungs- punkte
60	120	Klausur (K2) Voraussetzung für	4 (PL)
davon Labor	davon begleitet	Prüfungsleistung: Studienarbeit (S)	2 (SL)

Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Gemäß Studienverlaufsplan des jeweiligen Studiengangs
Angebot im Semester	Gemäß Studienverlaufsplan des jeweiligen Studiengangs
Sprache	deutsch
Lehr- / Lernformen	Vorlesung
Veranstaltungsrhythmus	wöchentlich
Veranstaltungsort	Seminar- oder Vorlesungsraum