240

HAWK Fakultät Management, Soziale Arbeit, Bauen Holzminden

Modul: Immobilienmarketing und -vertrieb

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 Immobilienmarketings und -vertriebs bewusst werden. Ferner sollen sie Bedeutung und Zusammenhänge der Ziele, der Situationen und der Wirkung der absatzpolitischen Instrumente im Immobilienmarketing verstehen. Dabei sollen die Studierenden insbesondere auch die Bedeutung des Immobilienvertriebs und seine Besonderheiten erkennen und verstehen.
- Durch Praxisbeispiele, Aufgabenstellungen und Fallstudien soll auf Probleme des Immobilien-marketings und -vertriebs 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

- Markt- und Immobilienanalysen
- Kundenorientierung und Kundenmanagement im Kundenkontaktkreislauf
- Database-Marketing
- Distributionspolitik im Immobilienmarketing
  - Kriterien zur Wahl der Absatzmethode
  - Absatzmittler im Immobilienvertrieb
  - Entscheidung zwischen Eigen- und Fremdvertrieb
  - Art des Verkaufs
  - Key Account Management
  - Aufgabenfelder des Immobilienvertriebs
- Kontrahierungspolitik im Immobilienmarketing und –vertrieb
- Vertriebssteuerung- und -Kontrolle
- Formen der Immobilienwerbung
- Aktuelle Entwicklungen-CRM

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jens Oeljeschlager

Kontakt (LVS)	Selbststudium	Prüfung	Leistungs-punkte
60	120	Entweder Klausur (K1,5) und Referat (R) oder Präsentation (P) oder Referat (R) oder Präsentation (P) und Referat (R) oder Präsentation (P) Referat für WiSe 2017/2018	6 (PL)
davon Labor	davon begleitet		

Voraussetzung für Teilnahme	Teilnahme an Modul Marketing
Verwendbarkeit des Moduls	Gemäß Studienverlaufsplan des jeweiligen Studiengangs
Angebot im Semester	Gemäß Studienverlaufsplan des jeweiligen Studiengangs
Sprache	deutsch
Lehr- / Lernformen	Vorlesung, E-Learning bzw. Blended Learning; verpflichtende und / oder fakultative Exkursion/-en ist / sind möglich
Veranstaltungsrhythmus	14-tägig; wöchentlich
Veranstaltungsort	Seminar- oder Vorlesungsraum