

Modulbezeichnung	RW 10: Vertiefende Aspekte der Wirtschaftsförderung	
Ausbildungsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis der wichtigsten Theorien des Regional- und Stadtmarketings - Kenntnis der relevanten Standorttheorien und aktuellen Entwicklungen in der kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderung - Analyse des endogenen Potenzials der Region und seine Verankerung in Marketingstrategien und strukturpolitische Konzepte - Anwendung von modernen Instrumenten der Wirtschaftsförderung - Erarbeitung von regionalen Strategien und Konzepten 	
Lehrinhalte	<p>Regional- und Stadtmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Besonderheiten des Regional-, Stadt- und Citymarketing - Institutionalisierung des Regional-, Stadt- und Citymarketing - Stadtwerbung/Tourismusmarketing - Integrierte und partizipative Konzepte - Marketing vor Ort <p>Strategische Wirtschaftsförderung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktuelle Herausforderungen und Themen der regionalen und überregionalen Wirtschaftsförderung - Standorttheorien und Branchenstrukturen - Clustertheorien und -konzepte / Standortentwicklung - Erfolgsmessung und -kontrolle in der Wirtschaftsförderung - Zukunft(ssstrategien) der Wirtschaftsförderung 	
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht, Übungen	
Voraussetzungen	Empfohlen wird der vorherige Besuch des Moduls 8	
Prüfungsleistung	Klausur 2 h	
Kreditpunkte	10	
Arbeitsaufwand	Präsenzzeiten	90
	Selbststudium	210
Schwerpunkte im Selbststudium	<ul style="list-style-type: none"> - Bearbeitung von bereitgestellten Übungsaufgaben - Literaturstudium 	
Angebot des Moduls	Wintersemester	
Status des Moduls	Pflichtmodul	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Lahner	