

FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFTSINGENIEURWESEN
MODULBESCHREIBUNG

Details zum Modul					
Code		Studienjahr		Studiensemester	
WIN309		3		WiSe	
Bezeichnung		VL	UE	LU	ECTS
Marketing		2	2	0	6
Sprache	Deutsch				
Studium	Bachelor	X	Master	Doktor	
Studiengang					
Lehr- und Lernformen					
Modultyp	Pflichtfach		Wahlfach	X	
Lernziele	Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden die wichtigsten Teile des Marketingmanagements näher zu bringen. Darüber hinaus sollen die Grundlagen von Marketinginformationen (z. B. das Konsumentenverhalten) vermittelt und die grundlegenden Marketingstrategien erläutert werden.				
Lerninhalte	Die Veranstaltung konzentriert sich auf folgende Themen: (1) Marketing als Unternehmensfunktion und Führungsmodell (2) Informationsgrundlagen des Marketings: Konsumentenverhalten und Marketing (3) Strategische Marketingentscheidungen (4) Operative Marketingentscheidungen: Schlüsselinstrumente des Marketing-Mix				
Teilnahmevoraussetzungen					
Koordination					
Vortragende(r)	Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ				
Mitwirkende(r)					
Praktikumsstatus					
Fachliteratur					
Bücher / Skripte	Vorlesungsskripte				
Weitere Quellen	<p>Meffert, H., Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2015), Marketing Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele, 12. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.</p> <p>Kuss, A., Kleinaltenkamp, M. (2016), Marketing-Einführung: Grundlagen - Überblick - Beispiele, 7. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L.C., Piercy, N. (2016), Grundlagen des Marketing, Pearson Studium - Economic BWL. Kotler, P., Armstrong., Çeviri Editörü A. Ercan Gegez, (2018), Pazarlama İlkeleri, Beta Yayıncılık.</p> <p>Erdoğan, Z. (2014), Pazarlama İlkeleri ve Yönetim, Ekin Basın ve Yayıncılık</p> <p>Koç, E. (2013), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri Global Yerel Yaklaşımlar, Seçkin Yayıncılık.</p>				
Lernmaterialien					
Dokumente	Vorlesungsskripte				

**FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFTSINGENIEURWESEN
MODULBESCHREIBUNG**

Hausaufgaben	Fallbeispielen		
Prüfungen	Zwischenprüfung und Finalprüfung		
Zusammensetzung des Moduls			
Mathematik und Grundlagenwissenschaften			%
Ingenieurwesen			%
Konstruktionsdesign			%
Sozialwissenschaften	100		%
Erziehungswissenschaften			%
Naturwissenschaften			%
Gesundheitswissenschaften			%
Fachkenntnis			%
Bewertungssystem			
Aktivität	Anzahl		Gewichtung in Endnote (%)
Zwischenprüfungen	1		40
Quiz			
Hausaufgaben			
Anwesenheit			
Übung			
Projekte			
Abschlussprüfung	1		60
		Summe	100
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand			
Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	2	28
Selbststudium	3	4	12
Hausaufgaben	2	5	10
Präsentation / Seminarvorbereitung			
Zwischenprüfungen	1	40	40
Übung			
Labor			
Projekte			
Abschlussprüfung	1	60	60
		Summe Arbeitsaufwand	150
		ECTS Punkte (Gesamtaufwand / Stunden)	5
Lernergebnisse			

FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFTSINGENIEURWESEN
MODULBESCHREIBUNG

1	Definition und Verständnis von modernem Marketing
2	Kenntnis des Konsumentenverhaltens
3	Kenntnisse der Marketingstrategie
4	Kenntnis des traditionellen Marketing-Mix: Produkt, Preis, Kommunikaiton und Distribution
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Wöchentliche Themenverteilung

1	Marketing als Unternehmensfunktion und Führungsmodell: Theoretischer Rahmen
2	Konsumentenverhalten: Rolle des Verbraucherverhaltens in der Marketingstrategie
3	Konsumentenverhalten: Individuelle Einflüsse der Reaktion auf Produktstimuli
4	Umwelteinflüsse auf das Konsumentenverhalten
5	Consumer Decision Making & Fallstudie
6	Strategische Marketingentscheidungen 1
7	Strategic Marketing Desicions 2 & Fallstudie
8	Schlüsseltools von Marketing Mix: Produkt
9	Hauptinstrumente des Marketing Mix: Preisgestaltung 1
10	Schlüsselwerkzeuge des Marketing Mix: Pricing 2 & Case Study
11	Schlüsselinstrumente des Marketing Mix: Kommunikation 1
12	Schlüsselinstrumente des Marketing Mix: Kommunikation 2 & Fallstudie
13	Schlüsselwerkzeuge des Marketing Mix: Distribution
14	Neue Trends im Marketing
15	

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	5	3	3	2	2	2	2
2	3	5	5	2	1	3	2
3	4	4	4	3	2	3	2

FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFTSINGENIEURWESEN
MODULBESCHREIBUNG

4	4	4	5	2	2	3	3
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

Beitragsgrad: 1: Sehr Niedrig 2: Niedrig 3: Mittel 4: Hoch 5: Sehr Hoch

Erstellt von:	Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ
Datum der Aktualisierung:	21.08.2019