

**STUDIENGANG WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN  
MODULBESCHREIBUNG**

Details zum Modul					
<b>Code</b>				<b>Studienjahr</b>	<b>Studiensemester</b>
BE019				2021-2022	Wahlfach
<b>Bezeichnung</b>	<b>VL</b>	<b>UE</b>	<b>LU</b>	<b>ECTS</b>	
Anwendungen im Strategische Marketing	3	1	0	10	
<b>Sprache</b>	Englisch				
<b>Studium</b>	<b>Master</b>		<b>Doktorat</b>	<b>X</b>	
<b>Studiengang</b>	PhD Wirtschaftswissenschaften				
<b>Lehr- und Lernformen</b>	Präsenzvorlesung				
<b>Modultyp</b>	<b>Pflichtfach</b>		<b>Wahlfach</b>	<b>X</b>	
<b>Lernziele</b>	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden zu ermöglichen, Kenntnisse auf die Theorien und Probleme des strategischen Marketing zu erwerben. Theorien, die die Grundlage für die klassische und aktuelle Forschung im Bereich strategischen Marketing bilden, werden durch wöchentliche Lektüre untersucht. Lehrveranstaltungen werden durch eingehende Diskussionen und Vergleiche von Artikeln, die in indextierten Zeitschriften veröffentlicht wurden, sowie durch Untersuchung methodischer Ansätze in den Artikeln durchgeführt.				
<b>Lerninhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketingstrategie- und Marketingplanungsprozess</li> <li>- Klassische und aktuelle Theorien der Marketingstrategie</li> <li>- Fallstudien zu Marketing-Strategien</li> </ul>				
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	-				
<b>Koordination</b>	-				
<b>Vortragende(r)</b>	-				
<b>Mitwirkende(r)</b>	-				
<b>Praktikumsstatus</b>	Keine				
Fachliteratur					
<b>Bücher / Skripte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chernev, A. (2019). Strategic marketing management: Theory and practice. Cerebellum Press.</li> <li>- Abratt, R., &amp; Bendixen, M. (2018). Strategic marketing: concepts and cases. Routledge.</li> </ul>				
<b>Weitere Quellen</b>	-				
Lernmaterialien					

**STUDIENGANG WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN**  
**MODULBESCHREIBUNG**

Dokumente	-	Wissenschaftliche Artikeln
Hausaufgaben	-	
Prüfungen	-	

**Zusammensetzung des Moduls**

Sozialwissenschaften		100%
Erziehungswissenschaften		%
Naturwissenschaften		%
Gesundheitswissenschaften		%
Fachkenntnis		%

**Bewertungssystem**

Aktivität	Anzahl	Gewichtung in Endnote (%)
Zwischenprüfungen		
Quiz		
Hausaufgaben	2	40
Anwesenheit	Anwesenheitspflicht min. 60% (9 SWS)	0
Übung		
Präsentationen	2	60
Projekte		
Abschlussprüfung		
<b>Summe</b>		<b>100</b>

**ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand**

Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	4	56
Selbststudium	14	4	56
Hausaufgaben	2	28	56
Präsentation / Seminarvorbereitung	2	56	112
Zwischenprüfungen			
Übung			
Labor			
Projekte			
Abschlussprüfung			
<b>Summe Arbeitsaufwand</b>			<b>280</b>
<b>ECTS Punkte (Gesamtaufwand / 28)</b>			<b>10</b>

**Lernergebnisse**

**STUDIENGANG WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN**  
**MODULBESCHREIBUNG**

1	Erkenntnisgewinnung über die früheren Studien und die aktuellen Forschungsfragen im Bereich des strategischen Marketing.
2	Erkenntnisgewinnung über die Theorien des strategischen Marketing.
3	Entwicklung der Fähigkeit zur kritischen Analyse methodischer Ansätzen in wissenschaftlichen Zeitschriftartikeln.
4	In der Lage sein, eigene Forschungsfragen zu erstellen.

**Wöchentliche Themenverteilung**

1	Einführung in das Strategische Marketing
2	Einführung in das Strategische Marketing
3	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
4	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
5	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
6	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
7	Studenten-Präsentationen
8	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
9	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
10	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
11	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
12	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
13	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
14	Lektüre zur Strategischen Marketing-Theorie
15	Studenten-Präsentationen

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

Lernergebnisse	P1	P2	P3
1	5	4	3
2	5	4	3
3	5	5	3
4	5	5	3

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

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progLearnOutcomes.aspx?lang=en&curSunit=5926>

**Erstellt von:** Fachbereich Produktionsmanagement und Marketing

**Datum der Aktualisierung:** 09.09.2021

**STUDIENGANG WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN  
MODULBESCHREIBUNG**