

M23 b: Projekt Marketing					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 b	300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Projekt Marketing	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • das im Modul Projektmanagement erworbene Methodenwissen sowie das in den Core-Modulen erworbene Fachwissen eigenständig in ganzheitlichen Anwendungssituationen (Projekten) umzusetzen, • am Beispiel ganzheitlicher, komplexer und marketingspezifischer Aufgabenstellungen sich in Projekten zu organisieren und zielgerichtete Problemlösungen zu finden, aufzubereiten, ergebnisorientiert zu dokumentieren und entscheidungsorientiert zu präsentieren, • ihr eigenes Lehr-/Lernverhalten im Gruppenprozess zu erfahren und zu reflektieren. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Projekte werden zu Beginn des Semesters durch den Dozenten und/oder Praktiker (Praxisprojekte) vorgestellt und es erfolgt eine Gruppenbildung für die Bearbeitung der Projekte in Kleingruppen. Die Struktur der Lehrveranstaltung orientiert sich an den Phasen der durch die Studierenden zu erstellenden Projektpläne. Der Dozent wirkt fallweise auf die Steuerung der Projekte ein und stellt sicher, dass der Projektfortschritt in der Gruppe sowie gruppenübergreifend transparent wird (Meilensteinsitzungen) sowie gruppenspezifische Prozesse und mögliche Konflikte thematisiert und reflektiert werden. Die Ergebnisse der Projektarbeit werden am Ende der Veranstaltung präsentiert sowie durch die Gesamtgruppe und möglicherweise durch Praktiker bewertet und reflektiert.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Projektorientierte Kleingruppenarbeiten mit Betreuung und Moderation durch den Dozenten.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits</p> <p>Inhaltlich: Empfohlen: Teilnahme an mindestens einer der Marketingspezialisierungsmodulen (Marktforschung und Käuferverhalten, Marketingmanagement und Marketinginstrumente 1 oder 2).</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Projektdokumentation</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>keine</p>				

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragte: Prof. Dr. Heidi Straßburger, Prof. Dr. Regine Kalka Wintersemester: Prof. Dr. Heidi Straßburger (Lehrende) Sommersemester: Prof. Dr. Regine Kalka und Prof. Dr. Nikola Ziehe (Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur wird im Hinblick auf die Projektthemen semesterweise bereitgestellt.