

Name des Moduls: WP2 – Marketing Operations		
Prüfung: WP2 Marketing Operations	LV.-Nr.:	ECTS-Punkte: 5 CP
Empfohlene Einordnung: 4. oder 5. Semester	Pflichtkennzeichen: [Wahl]	Lehrveranstaltungssprache: deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Holger Buxel	Modulturnus: Nur unregelmäßig	Information zur Anmeldung:
Lehrende: Prof. Dr. Holger Buxel		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> • sich ausgewählte Fragestellungen und Methoden des Marketings erarbeiten • ausgewählte Methoden des Marketings anwenden • ausgewählte Fragestellungen und Methoden des Marketings kritisch reflektieren 	
Prüfungsform- und umfang	Siehe aktuelle Prüfungstermin- und Prüfungsformliste.	
Lehrform	Seminar (3 SWS) Übung (1 SWS) Genauere Lehrform und der Ablauf werden in Abhängigkeit der aktuellen Themenstellungen zu Beginn der Veranstaltung genannt.	
Lehrinhalte	Bearbeitung ausgewählter Fragestellungen des Marketings aus den Bereichen <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Marketing • Produktpolitik • Preispolitik • Kommunikationspolitik • Distributionspolitik • Konsumentenverhalten 	
Workload	Präsenzveranstaltung: Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 90 h 150 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Module Marketing (G 11) und Marktforschung (SL 4) sollten vorher besucht worden sein.	
Formale Voraussetzungen	Keine.	
Literaturempfehlungen	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	