



Marketing

Prof. Dr. Rese // Prof. Dr. Wieseke

Im Schwerpunkt bzw. Wahlfach verpflichtend zu erreichen (gemäß DPO 2002):
15 Credit Points (max. 21 CPs)

Für Diplomstudierende gelten folgende Regelungen:

- Die Einteilung der abzudeckenden **Pflicht-Veranstaltungsbereiche** (Core, Theory, Method) für die spezielle Betriebswirtschaftslehre Marketing ist seit dem WiSe 2010/2011 **aufgehoben**.
- Fortan ist die einzige **Pflichtveranstaltung** das **Modul Marketing Research Methods**.*
- Sofern die **Diplomarbeit** im Bereich Marketing geschrieben werden soll, ist zusätzlich die erfolgreiche Teilnahme an einem der angebotenen **Marketing Seminare** Pflicht.
- **Studierende, die bereits Teilleistungen in Marketing** erbracht haben, bitten wir, die Hinweise zu den Übergangsregelungen auf den folgenden Seiten zu beachten.

Pflicht-SWS	SWS
Marketing Research Methods*	6

Wahlmöglichkeiten		Credit Points
Pflicht	Marketing Research Methods*	9,0
Wahl	Marketing Management	9,0
	Dienstleistungs- & Vertriebsmarketing	3,0
	Marketing Theorie	3,0
	Business-to-Business Marketing & Marketing Accounting**	9,0
	Luxusgütermarketing	3,0
	Marketing Communications	3,0
	Strategic Business (Anrechnung Jun.-Prof. Dr. Salge)	3,0
	Electronic Marketing (Anrechnung Prof. Dr. Gabriel)	3,0
Marketing Seminare	Advanced Empirical Marketing Seminar	6,0
	Marketing Seminar	3,0
	Empirisches Marketing Seminar	3,0

* Die bislang für Diplomstudierende angebotene Veranstaltung „Marketingforschung“ (4 SWS) gilt als Äquivalent. Studierende, die bereits Marketingforschung abgedeckt haben, haben den Pflichtbereich damit abgedeckt. Das Master Modul Marketing Research Methods darf in diesem Fall nicht mehr belegt werden.

** Aufgrund der Beurlaubung von Prof. Dr. Mario Rese von der Lehre kann nicht gewährleistet werden, dass dieses Modul angeboten wird. Diese Veranstaltung wird nur unter dem Vorbehalt stattfinden, dass kurzfristig eine Lehrstuhlvertretung gefunden wird. Wir bitten daher, auf aktuelle Ankündigungen auf der Homepage des Lehrstuhls zu achten.

Bachelor	<p>Marketing Management → CPs: 9 4 SWS Marketing Management Decisions (Vorlesung + Übung) 2 SWS Marketing Research Das Modul setzt sich für Diplomer aus zwei Teilen zusammen, die jedoch innerhalb einer Klausur abgeprüft werden. Zu den Anmeldeformalitäten im Flex Now beachtet bitte die angefügte Tabelle „Anmeldung im Flex Now“!</p> <p>Marketing Communications → CPs: 3 Blockveranstaltung: 13.01. + 14.01., 20.01. + 21.01.2012; jeweils 10-18 Uhr im GC 04/614 Für die Teilnahme ist eine vorherige Bewerbung erforderlich. Bewerbungen mit Lebenslauf, Motivationsschreiben und Notenübersicht bitte bis zum 15.11.2011 an sascha.alavi@rub.de.</p>
Master	<p>Business-to-Business Marketing und Marketing Accounting** → CPs: 9 4 SWS Business-to-Business Marketing (Vorlesung + Übung) 2 SWS Marketing Accounting Das Modul setzt sich für Diplomer aus zwei Teilen zusammen, die jedoch innerhalb einer Klausur abgeprüft werden. Zu den Anmeldeformalitäten im Flex Now beachtet bitte die angefügte Tabelle „Anmeldung im Flex Now“!</p> <p>Marketing Research Methods → CPs: 9 4 SWS Vorlesung + Hörsaalübung 2 SWS SPSS-Übung Das Modul setzt sich für Diplomer aus zwei Teilen zusammen, die jedoch innerhalb einer Klausur abgeprüft werden. Zu den Anmeldeformalitäten im Flex Now beachtet bitte die angefügte Tabelle „Anmeldung im Flex Now“!</p> <p>Dienstleistungs- und Vertriebsmarketing → CPs: 3 2 SWS Vorlesung Fallstudien-Blockseminar (zum Sammeln von Vorpunkten für die Klausur) Das Fallstudienseminar ist kein Ersatz für das Verfassen einer Seminararbeit. Blockveranstaltung: Ort und Zeit wird noch bekannt gegeben.</p> <p>Luxusgütermarketing → CPs: 3 2 SWS Vorlesung Findet voraussichtlich wieder im Sommersemester 2012 statt.</p>

Master	<p>Marketing Theorie → CPs: 3 2 SWS Vorlesung Findet voraussichtlich wieder im Sommersemester 2012 statt.</p> <p>Advanced Empirical Marketing Seminar → CPs: 6 Blockveranstaltung: Seminararbeit und Präsentation Anmerkung: teilnahmebeschränkt.</p> <p>Marketing Seminar → CPs: 3 Blockveranstaltung: Seminararbeit und Präsentation Anmerkung: teilnahmebeschränkt.</p> <p>Empirisches Marketing Seminar → CPs: 3 Blockveranstaltung: Seminararbeit und Präsentation Anmerkung: teilnahmebeschränkt.</p>
--------	---

** Aufgrund der Beurlaubung von Prof. Dr. Mario Rese von der Lehre kann nicht gewährleistet werden, dass dieses Modul angeboten wird. Diese Veranstaltung wird nur unter dem Vorbehalt stattfinden, dass kurzfristig eine Lehrstuhlvertretung gefunden wird. Wir bitten daher, auf aktuelle Ankündigungen auf der Homepage des Lehrstuhls zu achten.

Anmeldungen im Flex Now

Da sich die Namen der Veranstaltungen im Rahmen der Bachelor- / Mastereinführung teilweise geändert haben, stimmen Name der Veranstaltung im Stundenplan und Name der Veranstaltung im Flex Now nicht immer überein.

Im Folgenden findet ihr zu jeder Veranstaltung die Entsprechungen im Flex Now, für die ihr euch anmelden müsst.

Name der Veranstaltung im Stundenplan / Name der Klausur	Name der Veranstaltung(en), für die ihr euch entsprechend im Flex Now anmelden müsst
Marketing Research Methods (9 CPs)***	1) Marketingforschung (6 CPs) 2) Angewandte Marketingforschung (3 CPs)
Marketing Management (9 CPs)***	1) Business-to-Consumer Marketing (6 CPs) 2) Basics in Marketing Research (3 CPs)
Dienstleistungs- & Vertriebsmarketing (3 CPs)	Dienstleistungs- & Vertriebsmarketing (3 CPs)
Marketing Theorie (3 CPs)	Marketing Theorie (3 CPs)
Business-to-Business Marketing & Marketing Accounting (9 CPs)***	1) Business-to-Business Marketing (6 CPs) 2) Marketing Accounting (3 CPs)
Luxusgütermarketing (3 CPs)	Luxusgütermarketing (3 CPs)
Marketing Communications (3 CPs)	Marketing Communications (3 CPs)
Advanced Empirical Marketing Seminar (6 CPs)	Advanced Empirical Marketing Seminar (6 CPs)
Marketing Seminar (3 CPs)	Marketing Seminar (3 CPs)
Empirisches Marketing Seminar (3 CPs)	Empirisches Marketing Seminar (3 CPs)

*** bitte beachtet: Diese Module können nur komplett geschrieben und angerechnet werden. Die Anmeldung für zwei separate Veranstaltungen im Flex Now ist rein formaler Natur.

Informationen für Diplomstudierende, die bereits vor dem WiSe 2010/2011 Marketingprüfungen abgelegt haben, gelten folgende Hinweise:

Aufgrund einer Beurlaubung von Prof. Dr. Mario Rese von der Lehre ist es dem Marketing Department nur bedingt möglich, die gewohnten Veranstaltungen im regelmäßigen Turnus zu gewährleisten. Um die Studienbedingungen für Diplomstudierende zu vereinfachen, hat sich das Marketing Department daher zu einer konsequenten Vereinfachung der Regelungen für die SBWL entschieden.

Das Marketing Department bittet diejenigen Studierenden, die bereits VOR dem WiSe 2010/2011 ihren Schwerpunkt Marketing aufgenommen haben, um Verständnis dafür, dass die Struktur der Lehre erneut umgestellt wurde.

Die Neuregelungen bedeuten für diese Studierenden keinen Mehraufwand. Insgesamt ermöglicht die Neureglung mehr Wahlmöglichkeiten und mehr Flexibilität in der SBWL.

Folgende Änderungen sind zu beachten:

- Die Einteilung der abzudeckenden **Pflicht-Veranstaltungsbereiche** (Core, Theory, Method) für die spezielle Betriebswirtschaftslehre Marketing wird ab dem WiSe 2010/2011 **aufgehoben**.

Pflicht sind nur noch die folgenden Veranstaltungen:

- Fortan ist die einzige **Pflichtveranstaltung das Modul Marketing Research Methods**.*
- Sofern die **Diplomarbeit** im Bereich Marketing geschrieben werden soll, ist zusätzlich die erfolgreiche Teilnahme an einem **Marketing Seminar** Pflicht.
- Die Module können ab dem WiSe 2010/2011 nur noch als komplette Module geschrieben und angerechnet werden. Die Nachschreibeklausuren aus dem SoSe 2010 werden noch wie gewohnt im WiSe 2010/2011 angeboten.

Folgende Regelungen sind zu beachten (nur für Studierende, die VOR dem WiSe 2010/2011 ihren Schwerpunkt Marketing aufgenommen und bereits Teilleistungen erbracht haben.)

Fall 1: Bereits erbrachte Leistung: ehemaliges Master Modul Theoriegeleitete Marketingforschung

Problem: es fehlen 3 CPs Marketingforschung, um den Pflichtbereich abzudecken

Lösung: Komplettes Modul Marketing Management schreiben (Marketing Management Decisions & Marketing Research)

Anmelden im Flex Now: Business-to-Consumer Marketing, Marketingforschung

- ➔ Alle anderen Fächer sind frei wählbar, ausgeschlossen die Kombinationen unter **Fall 3**.

Fall 2: Bereits erbrachte Leistung: Bachelor Modul Marketing Management (inkl. Marketing Research)

Problem: es fehlen 3 CPs Marketingforschung, um den Pflichtbereich abzudecken

Lösung: Vorlesung des Master Moduls Marketing Research Methods

- Die Klausur zur Vorlesung Marketing Research Methods wird nur noch als Modulklausur (9 CP) angeboten.
- Leider ist es uns nicht mehr möglich, separate Klausuren zu den einzelnen Teilen des Moduls anzubieten.
- Studierende, auf die dieser Fall zutrifft, melden sich bitte per Email an anika.kolberg@rub.de oder judith.gesing@rub.de.

Anmelden im Flex Now: Marketingforschung, Angewandte Marketingforschung

- ➔ Alle anderen Fächer sind frei wählbar, ausgeschlossen die Kombinationen unter **Fall 3**.

Fall 3: Bei allen anderen bereits erbrachten Leistungen sind weitere Leistungen frei wählbar (es gilt jedoch die Beachtung des Pflichtbereiches Marketingforschung bzw. Marketing Research Methods). Allerdings sind folgende Kombinationen NICHT zulässig, da sonst Fächer doppelt belegt werden:

- **Marketing Research Methods** darf **nicht** belegt werden, sofern **Marketingforschung** (6 CPs) bereits im FlexNow erfasst ist.
- **Marketing Management** darf **nicht** belegt werden, sofern **Business-to-Consumer Marketing** (6 CPs) bereits im FlexNow erfasst ist.

Bei Unklarheiten stehen Anika Kolberg und Judith Gesing gerne zur Verfügung. Kontaktdaten und Sprechstundenzeiten findet ihr auf der Homepage des Marketing Departments.

Marketing im Stundenplan WS 11/12:

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
08 - 10					
10 - 12	Modul Business-to-Business Marketing and Marketing Accounting Marketing Accounting Vorlesung 074 132 N.N. 10-12 HGC 50				
12 - 14	Modul Business-to-Business Marketing and Marketing Accounting Business-to-Business Vorlesung 074 130 N.N. 12-14 HGB 50			Modul Business-to-Business Marketing and Marketing Accounting Übung 074 131 N.N. 12-14 NA 6/99	Modul Marketing Research Methods Vorlesung 074 141 Wieseke/Ass. 12-14 HGC 50
14 - 16					Modul Marketing Research Methods Übung 074 142 Wieseke/Ass. 14-16 HGC 50
16 - 18			Modul Dienstleistungs- und Vertriebsmarketing Vorlesung 074 135 Wieseke/Ass. 16-18 GBCF 04/411		Modul Marketing Research Methods Computer-Übung 074 143 Wieseke/Ass. 16-18 CIP-Raum

Kraus 072 215	Modul Marketing Communications (Englisch) Vorlesung mit Übung	Blockveranstaltung 13.01. + 14.01; 20.01. + 21.01.2011	10-18 Uhr GBCF 04/614
Wieseke/Ass. 074 137	Modul Dienstleistungs- und Vertriebsmarketing Fallstudienseminar	Blockveranstaltung	wird noch bekannt gegeben

Starttermine der Vorlesungen und Übungen

Veranstaltung	Art der Veranstaltung	Starttermin
Marketing Research Methods	Vorlesung	14.10.2011
Marketing Research Methods	Übung	14.10.2011
Marketing Research Methods	PC-Übung	14.10.2011

Nachschreibtermine WS 11/12

Zu den Prüfungen aus der Prüfungsperiode SS 2011 werden im WS 11/12 Nachholtermine angeboten.

Die Nachholklausuren werden zu Beginn des Wintersemesters stattfinden.

Achten Sie auf Informationen und Ankündigungen des Lehrstuhls.

Fragen und Antworten

Muss ich als Diplomstudent künftig die Modulklausuren mitschreiben?

Ja. (Ausnahmeregelung für Studierende, die noch nach alter Übergangsregelung begonnen haben: siehe Fall 1-3)

Was ist zu tun, falls ich das (nicht mehr angebotene) Modul Theoriegeleitete Marketingforschung geschrieben habe und mir nun noch 3 CPs Marketingforschung fehlen?

- 1) *Dann solltest du unbedingt die im WiSe 2010/2011 angebotene Nachschreibeklausur der Sonderklausur Marketingforschung (bestehend nur aus der Vorlesung zu Marketing Research Methods, 2 SWS, 3 CPs) mitschreiben, um die Punkte abzudecken.*
- 2) *Sollte es dir aus zwingenden Gründen (Krankheitsfall, Auslandssemester...) nicht möglich sein, an diesem Termin im WiSe 2010/2011 teilzunehmen, wird noch einmalig ein außerordentlicher Prüfungstermin angeboten. In einem solchen Fall musst du dem Lehrstuhl spätestens bis zum 31.12.2010 deine Situation gemeldet haben.)*

Muss ich eine bestimmte Reihenfolge beachten bei der Auswahl der Veranstaltungen? Gibt es Veranstaltungen, die aufeinander aufbauen?

Nein.

Kann ich mir die Marketing Veranstaltungen auch im ABWL-Bereich anrechnen lassen?

Ja.

Die Teilnahme an einem Seminar ist Pflicht, falls ich meine Diplomarbeit am Marketing-Lehrstuhl schreiben möchte. Besteht die Möglichkeit das Seminar andernfalls auch mit einer Klausur abzuschließen?

Nein, das ist bei uns nicht möglich. Voraussetzung für die Diplomarbeit ist das Bestehen des regulären Marketing Seminars, des Empirischen Marketing Seminars oder des Advanced Empirical Marketing Seminars.

Ich habe Marketing als SBWL belegt und bereits Marketingforschung (alte Veranstaltung, 6 CPs) bestanden. Habe ich damit meinen Pflichtbereich tatsächlich schon abgedeckt?

Ja. Die alte Veranstaltung Marketingforschung gilt als Äquivalent für die Pflichtveranstaltung Marketing Research Methods. (Beachte aber, dass du, sofern du beabsichtigst, deine Diplomarbeit am Marketinglehrstuhl zu schreiben, zusätzlich ein Marketing Seminar bestanden haben musst)