



Marketing

Prof. Rese // Prof. Wieseke // Jun.-Prof. Pick

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 wird ab 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*	9,0

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
	Negotiation Management	3,0
	Strategic Business (Jun.-Prof. Dr. Salge)	3,0
	Innovation Management (Jun.-Prof. Dr. Salge)	3,0
Marketing Seminare	Advanced Empirical Marketing Seminar	6,0
	Marketing Seminar	3,0
	Empirisches Marketing Seminar	3,0
	Empirical Innovation Research (Jun.-Prof. Dr. Salge)	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.

		WS 12/13
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>	
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>	X
	<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>	X
	<p>Dienstleistungs- und Vertriebsmarketing → CPs: 3 2 SWS Vorlesung Fallstudien-Blockseminar (zum Sammeln von Vorkursen für die Klausur) Das Fallstudienseminar ist kein Ersatz für das Verfassen einer Seminararbeit.</p>	X
	<p>Luxusgütermarketing → CPs: 3</p>	
	<p>Negotiation Management → CPs: 3 Termine: Siehe Ankündigungen auf der Homepage, Blockveranstaltung Anmerkung: teilnahmebeschränkt. Bewerbung erforderlich.</p>	X
	<p>Marketing Theorie → CPs: 3 2 SWS Vorlesung</p>	
	<p>Advanced Empirical Marketing Seminar → CPs: 6 Blockveranstaltung: Seminararbeit und Präsentation Anmerkung: teilnahmebeschränkt. Bewerbung erforderlich.</p>	X
<p>Marketing Seminar → CPs: 3 Blockveranstaltung: Seminararbeit und Präsentation Anmerkung: teilnahmebeschränkt. Bewerbung erforderlich.</p>	X	
<p>Empirisches Marketing Seminar → CPs: 3 Blockveranstaltung: Seminararbeit und Präsentation Anmerkung: teilnahmebeschränkt. Bewerbung erforderlich.</p>	X	

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)
Negotiation Management (3 CPs)	Negotiation Management (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.

Änderungen in der Lehre und den ÜR seit dem SS 2012

Das Modul Marketing Communications wird nicht mehr angeboten.

Nachschreibtermine

Zu den Prüfungen aus dem SS 2012 werden im WS 12/13 Nachholtermine angeboten. Die Nachholtermine werden zu Beginn des Semesters stattfinden.

Achten Sie auf Ankündigungen des Lehstuhls!

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

Um die Studienbedingungen für Diplomstudierende zu vereinfachen, hat sich das Marketing Department 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 Neuordnung 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.

Studierende die VOR dem WiSe 2010/2011 bereits Teilleistungen erbracht haben melden sich bitte bei Judith Gesing oder Anika Kolberg.

Fragen und Antworten

Muss ich als Diplomstudent künftig die Modulklausuren mitschreiben?

Ja.

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

Du solltest dich so schnell wie möglich mit Anika Kolberg oder Judith Gesing in Verbindung setzen.

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.)