

Moduldetails

TEN2410: Marketing und Projekte

| | |
|------------------------------|---|
| Modulname | Marketing und Projekte |
| Modulnummer | TEN2410 |
| Modultyp | Lokales Profilmodul |
| ECTS Creditpoints | 6 |
| Studienjahr | 2 |
| Dauer | 1 Studienhalbjahr |
| Semesterwochenstunden | 8 |
| Workload Präsenz (h) | 96 h |
| Workload Selbststudium (h) | 78 h |
| Lehrveranstaltungen (Units) | Unit 2410.1: Projektmanagement Unit 2410.2: Marketing |
| Prüfungsleistungen benotet | 1 |
| Prüfungsleistungen unbenotet | 0 |
| Lernziele | Verstehen des Systems Markt-Kunde. Erkennen der Möglichkeiten die eigene Marktposition zu analysieren. Verstehen der Gestaltungsräume in den Märkten und das Potential entsprechender Strategien. Marketing als ganzheitliches Projekt begreifen. Begreifen des Prozess und Projektgedankens. |
| Lerninhalte | Strategisches Marketing mit Analysetechniken, Zielsetzungen, Portfolio-Konzept, Positionierung etc. Taktisches Marketing mit den Themen Produkt, Preis, Distribution, Kommunikation und Marketingplanung. Aufgaben und Ziele des Projektmanagements. Projektphasen wie Initiierungsphase, Planungsphase, Durchführung, Kontrolle und Abschluss. Projektinstrumente wie Portfoliotechnik, kritischer Pfad, Affinitätsdiagramm etc. |

Zu den Modultypen:

Kernmodul

Pflichtfach für diesen Studiengang (an allen Standorten)

Allgemeines Profilmodul

Pflichtfach für diesen Studiengang in der speziellen Vertiefung / Schwerpunkt an allen Standorten

Lokales Profilmodul

Pflichtfach für diesen Studiengang in der speziellen Vertiefung / Schwerpunkt am gewählten Standort

Die Änderungen der neuen Prüfungssatzung sind hier nur teilweise abgebildet. Für detaillierte Informationen wenden Sie sich bitte an Ihren Studiengangsleiter.