

Modulübersicht

des Hochschulzertifikats
Marketingökonom (FH)

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Ihres Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Sie bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Ihnen umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern Ihres Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Sie im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien können Sie sich interaktiv mit Ihren Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Sie je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeiten, lernen Sie, wie Sie Ihr theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen können. In unserem Online-Campus haben Sie die Möglichkeit, sich mit Ihren Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder sich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die Ihnen wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Ihren Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Grundlagen der BWL (6 Credit Points)

- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin
- Grundlagen des Wirtschaftens
- Konstitutive Entscheidungen
- Grundlagen der Materialwirtschaft
- Produktion
- Einführung in die Finanzwirtschaft

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Marketing – Grundlagen und Strategien (4 Credit Points)

- Grundlagen des Marketings und des Marketingmanagements
- Informationsgrundlagen des Marketings
- Grundlagen der Marktforschung
- Marketingzielsetzung
- Strategische Marketingplanung
- Methoden und Modelle der strategischen Marketingplanung
- Operative Marketingplanung
- Elemente des Marketing-Mix

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Konsumentenverhalten und Marktforschung (6 Credit Points)

■ Konsumentenverhalten

- ▶ Methodologische Einführung
- ▶ Aktiviertheit/Involvement
- ▶ Gefühle/Emotionen
- ▶ Wissen/Kognition
- ▶ Motive/Bedürfnisse
- ▶ Einstellungen/Images/Werte/Normen
- ▶ Lebensstile/Persönlichkeit
- ▶ Informationserwerb, Informationsverarbeitung und -speicherung
- ▶ Kaufentscheidungsprozesse
- ▶ Kaufverhalten von Organisationen (Buying Center)

■ Marktforschung

- ▶ Phasen des Marktforschungsprozesses:
 - Problemformulierung und Wahl des Forschungsdesigns
 - Bestimmung der Informationsquellen und Erhebungsmethoden
 - Operationalisierung und Messung der einbezogenen Variablen
 - Durchführung der Erhebung („Feldarbeit“)
 - Vorbereitung der Datenauswertung
 - Datenauswertung und Ergebnisinterpretation
 - Erstellen des Forschungsberichts und Präsentation der Ergebnisse
- ▶ Gütekriterien (Wahrheits- und Nützlichkeitskriterien)
- ▶ Primärforschung (Befragung, Beobachtung, Experiment, Panel)
- ▶ Sekundärforschung (innerbetriebliche und außerbetriebliche Informationsquellen)
- ▶ Online-Marktforschung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Advanced Marketing – Ideen- und Innovationsmanagement (5 Credit Points)

- Innovationen – Markt und Wettbewerb
- Technologiemanagement und Innovation
- Innovationsmanagement in der Dienstleistung
- Voraussetzungen für ein erfolgreiches Ideen- und Innovationsmanagement
- Methoden und Werkzeuge zur Verbesserung von Dienstleistungen und Produkten
- Management von Innovationsprozessen im Unternehmen
- Beispiele für Ideenmanagement in der Praxis

Prüfungsleistung: Hausarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Mikroökonomie (4 Credit Points)

- Einführung in die Volkswirtschaftslehre
- Einführung in die Angebots- und Nachfragetheorie
- Preisbildung auf Märkten bei vollkommener Konkurrenz
- Wirtschaftspolitische Eingriffe in Marktprozesse
- Theorie der Unternehmung
- Theorie des Marktversagens

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Grundlagen Online-Marketing und Social Media (5 Credit Points)

- Online-Marketing
 - ▶ Usability – Benutzerfreundliche Corporate Websites
 - ▶ Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Suchmaschinen-Marketing (SEM)
 - ▶ Online-Werbung
 - ▶ Online-PR
 - ▶ E-Mail-Marketing
 - ▶ Affiliate-Marketing
 - ▶ Mobile Communications

- ▶ Video-Marketing/Viral Marketing
- ▶ Web Analytics
- ▶ Cross Media Marketing
- ▶ Multi-Channel-Marketing
- Social Media
 - ▶ Möglichkeiten und Grenzen
 - ▶ Social Media als Instrument der Marktforschung
 - ▶ Social Media im Rahmen der proaktiven Unternehmenskommunikation
 - ▶ Social Media im Rahmen der reaktiven Kommunikation und Dialogorganisation
 - ▶ Rechtliche Aspekte in Social Media

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Besondere Managementperspektiven und Kommunikation (6 Credit Points)

- Projektmanagement
- Konzepte und Modelle der Interkulturalität
- Kommunikation und Interaktion
- Mündliche Kommunikationssysteme, -stile und -prozesse
- Kommunikationssteuerung
- Vertiefung von Präsentationsmethodik und Technik
- Moderationsmethodik und Techniken

Prüfungsleistung: Projektarbeit

Marketing-Controlling (4 Credit Points)

- Grundlagen (Marketing und Controlling)
- Marketing-Audit (Verfahrens, Strategie- Marketing-Mix-, Organisationsaudit)
- Kundenwertanalyse
- Markenwertanalyse
- Kommunikationscontrolling
- Vertriebscontrolling

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Advanced Online Marketing (15 Credit Points)

- Geschäftsmodelle im Internet
- Werbestrategien und Instrumente im Internet
- Internet der Dinge (IoT/Web 4.0)
- Big Data Analytics
- Sicherheit im Netz
- Viral Marketing
- Content-Strategie und Content-Marketing
- Digital Publishing/Online Redaktion
- Trends und Perspektiven im Online-Marketing

Prüfungsleistung: Praxisarbeit

Sie haben Fragen oder wünschen ergänzende Informationen? Rufen Sie uns unter der deutschlandweit kostenfreien Rufnummer 0800 478 0800 an. Wir freuen uns auf Sie!