

## Modul: Marketing und Vertrieb für Ingenieure

<b>Niveau</b>	Bachelor	<b>Kürzel</b>	MVI
<b>Modulname englisch</b>	Marketing and sales for engineers		
<b>Modulverantwortliche</b>	Lipowski, Sandra		
<b>Fachbereich</b>	Elektrotechnik und Informatik		
<b>Studiengang</b>	(Nicht festgelegt)		
<b>Verpflichtungsgrad</b>	Wahl	<b>ECTS-Leistungspunkte</b>	5
<b>Fachsemester</b>	(Nicht festgelegt)	<b>Semesterwochenstunden</b>	4
<b>Dauer in Semestern</b>	1	<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	150
<b>Angebotshäufigkeit</b>	SoSe	<b>Präsenzstunden</b>	60
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch	<b>Selbststudiumsstunden</b>	90

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

<b>Prüfungsleistung</b>	Mündliche Prüfung	<b>Prüfungsprache</b>	Deutsch
<b>Dauer PL in Minuten</b>	30	<b>Bewertungssystem PL</b>	Drittelnoten
<b>Lernergebnisse</b>	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• den Marketing-Mix auf Produkte anwenden</li> <li>• ein Marketingkonzept erstellen</li> <li>• Marketingstrategien und den Vertrieb entwickeln</li> <li>• Erklärungsbedürftige Produkte besser erklären und verkaufen</li> </ul>		
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>			

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

<b>Berücksichtigung von Gender- und Diversity-Aspekten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Verwendung geschlechtergerechter Sprache (THL-Standard)</li> <li>✓ Zielgruppengerechte Anpassung der didaktischen Methoden</li> <li>✓ Sichtbarmachen von Vielfalt im Fach (Forscherinnen, Kulturen etc.)</li> </ul>
<b>Verwendbarkeit</b>	
<b>Bemerkungen</b>	

## Lehrveranstaltung: Marketing und Vertrieb für Ingenieure (Vorlesung)

(zu Modul: Marketing und Vertrieb für Ingenieure)

<b>Lehrveranstaltungsart</b>	Vorlesung	<b>Lernform</b>	Präsenz
<b>LV-Name englisch</b>	Marketing and sales for engineers (Lecture)		
<b>Anwesenheitspflicht</b>	nein	<b>ECTS-Leistungspunkte</b>	2
<b>Teilnahmebeschränkung</b>		<b>Semesterwochenstunden</b>	2
<b>Gruppengröße</b>		<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	60
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch	<b>Präsenzstunden</b>	30
<b>Studienleistung</b>		<b>Selbststudiumsstunden</b>	30
<b>Dauer SL in Minuten</b>		<b>Bewertungssystem SL</b>	

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

<b>Prüfungsleistung</b>		<b>Prüfsprache</b>	
<b>Dauer PL in Minuten</b>		<b>Bewertungssystem PL</b>	
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Studierenden verstehen die Anwendung des Marketing-Mixes (insb. 4P).</p> <p>Sie können Marketingkonzepte und Strategien erstellen.</p> <p>Und sie verstehen die Prozesse des Vertriebs für erklärungsbedürftige Produkte.</p>		
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>			

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Modelle</li> </ul> </li> <li>• Marketing-Mix <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassisch: die 4Ps</li> <li>• Erweiterung: 7Ps</li> </ul> </li> <li>• Marketingkonzept</li> <li>• Marketingstrategie und Vertrieb</li> </ul>
<b>Literatur</b>	
<b>Bemerkungen</b>	

## Lehrveranstaltung: Marketing und Vertrieb für Ingenieure (Projekt)

(zu Modul: Marketing und Vertrieb für Ingenieure)

<b>Lehrveranstaltungsart</b>	Projekt	<b>Lernform</b>	Präsenz
<b>LV-Name englisch</b>	Marketing and sales for engineers (Project)		
<b>Anwesenheitspflicht</b>	ja	<b>ECTS-Leistungspunkte</b>	3
<b>Teilnahmebeschränkung</b>	50	<b>Semesterwochenstunden</b>	2
<b>Gruppengröße</b>		<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	90
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch	<b>Präsenzstunden</b>	30
<b>Studienleistung</b>		<b>Selbststudiumsstunden</b>	60
<b>Dauer SL in Minuten</b>		<b>Bewertungssystem SL</b>	

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

<b>Prüfungsleistung</b>		<b>Prüfsprache</b>	
<b>Dauer PL in Minuten</b>		<b>Bewertungssystem PL</b>	
<b>Lernergebnisse</b>	Die Studierenden können die theoretischen Vorlesungsinhalte in der Praxis anwenden.		
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>			

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

<b>Lehrinhalte</b>	<p>Für das Projekt werden je nach Semestergröße eins oder mehrere Projektthemen (Produktspezifisch) bereitgestellt, welche in Gruppen bearbeitet werden sollen. Es besteht zudem die Möglichkeit, ein eigenes Thema/Produkt vorzuschlagen und zu bearbeiten.</p> <p>Ziel ist es, die erlernten theoretischen Inhalte an Praxisbeispielen anzuwenden. Das Marketing-Konzept und die Strategie werden schrittweise erarbeitet und Teilergebnisse vorgestellt, um Feedback und zusätzliche Sichtweisen zu ermöglichen.</p> <p>Am Ende des Semesters werden die Marketingstrategien zum jeweiligen Produkt präsentiert.</p>
<b>Literatur</b>	Siehe Vorlesung
<b>Bemerkungen</b>	