

**Modul: Methoden der Markt- und Branchenanalysen**

<b>Niveau</b>	Master	<b>Stundenplankürzel</b>	MMB
<b>Modulname englisch</b>	Methods of Marketing Research		
<b>Modulverantwortliche</b>	Hardkop, Barbara Dipl.-Vw; Cabos, Karen, Prof. Dr.		
<b>Fachbereich</b>	Maschinenbau und Wirtschaft		
<b>Studiengang</b>	Betriebswirtschaftslehre, Master		
<b>Verpflichtungsgrad</b>	Pflicht	<b>ECTS-Leistungspunkte</b>	5
<b>Fachsemester</b>	3	<b>Semesterwochenstunden</b>	
<b>Dauer in Semestern</b>	1	<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	150
<b>Angebotshäufigkeit</b>	WiSe	<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>	Klausur	<b>Prüfsprache</b>	Deutsch
<b>Dauer PL in Minuten</b>	120	<b>Bewertungssystem PL</b>	Drittelnoten

<b>Lernergebnisse</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, eine Branche mit ihrer Wettbewerbssituation systematisch zu untersuchen und zu beschreiben. Dies befähigt sie dazu, Marketingmaßnahmen zu entwickeln, die sich an dem Unternehmensumfeld orientieren.</p> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <p>Sie können mithilfe quantitativer Methoden den Markt und die Branche statisch und dynamisch analysieren, indem sie die komplexen Zusammenhänge mit Hilfe multivariater Methoden (Faktoren-, Cluster, Varianz-, Zeitreihenanalyse) abbilden.</p> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Entscheidungen gegenüber Gesprächspartnern plausibel und hinreichend überzeugend zu erläutern.</p> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <p>Ihre Fach- und Methodenkompetenz ermöglicht es den Studierenden, Vorschläge im unternehmerischen Handeln selbstbewusst vorzutragen und zu verteidigen.</p>
<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: Markt- und Branchenanalysen

(zu Modul: Methoden der Markt- und Branchenanalysen)

<b>Lehrveranstaltungsart</b>	Vorlesung	<b>Lernform</b>	Präsenz
<b>LV-Name englisch</b>	Methods of Marketing Research		
<b>Anwesenheitspflicht</b>	nein	<b>ECTS-Leistungspunkte</b>	5
<b>Teilnahmebeschränkung</b>		<b>Semesterwochenstunden</b>	
<b>Gruppengröße</b>		<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	150
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch	<b>Präsenzstunden</b>	60
<b>Studienleistung</b>		<b>Selbststudiumsstunden</b>	90
<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>			
<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>• Qualitative und quantitative Analysemethoden zur Beurteilung der Wettbewerbssituation in einer Branche (Regressions-, Zeitreihen-, Faktoren-, Cluster-, Varianzanalyse)</li> <li>• Wettbewerbsstrategien im Rahmen der Gewinnmaximierung</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Backhaus et. al., Multivariate Analysemethoden, SpringerGabler, aktuelle Auflage; Michael E. Porter, Competitive Strategy, Free Press, aktuelle Auflage.
<b>Bemerkungen</b>	