Modulbeschreibung
31-MM29 Advanced Marketing

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Version vom 05.11.2026

Dieses Modulhandbuch gibt den derzeitigen Stand wieder und kann Änderungen unterliegen. Aktuelle Informationen und den jeweils letzten Stand dieses Dokuments finden Sie im Internet über die Seite

https://ekvv.uni-bielefeld.de/sinfo/publ/modul/31152601

Die jeweils aktuellen und gültigen Regelungen im Modulhandbuch sind verbindlich und konkretisieren die im Verkündungsblatt der Universität Bielefeld veröffentlichten Fächerspezifischen Bestimmungen.

31-MM29 Advanced Marketing

Fakultät

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Modulverantwortliche*r

Prof. Dr. Reinhold Decker

Turnus (Beginn)

Wird nicht mehr angeboten

Leistungspunkte

17 Leistungspunkte

Kompetenzen

Die Studierenden sollen ein wissenschaftlich fundiertes Verständnis dafür entwickeln, wie Marketingentscheidungen durch die kompetente Verwendung einschlägiger Analyse- und Planungsinstrumente (inkl. der zugrunde liegenden Theorien) abgesichert werden können. Besondere Bedeutung kommt der Veranstaltung "Research in Marketing" zu. Diese soll im sachlichen Kontext des Themenbereichs methodische und wissenschaftliche Kompetenzen der Studierenden fördern und nachhaltig vertiefen. Dies erfolgt durch eine vertiefende Aufbereitung des behandelten Stoffes nach wissenschaftlichen Maßstäben.
Die Praktischen Übungen sollen im fachlichen Kontext des Themenbereichs Schlüsselkompetenzen der Studierenden fördern und nachhaltig vertiefen. Dies kann durch Fallstudien, Literaturstudium, Tutorien, Unternehmensplanspiele, Praktika, Praxisstudien, Praxisprojekte, didaktische Aufbereitung des Stoffs o.Ä. geschehen.

Lehrinhalte

Marketing umfasst die Konzeption und Durchführung marktbezogener Aktivitäten von Leistungsanbietern mit dem Ziel einer langfristigen Unternehmenssicherung. Diese Aktivitäten beinhalten sowohl die systematische Gewinnung und Auswertung von Informationen über Märkte als auch die marktorientierte Ausgestaltung von Maßnahmen hinsichtlich Produkt, Preis, Kommunikation und Vertrieb. Die Studierenden sollen deshalb in vertiefender Weise mit den wichtigsten Formen der Gewinnung und Auswertung von Marktinformationen sowie dem einschlägigen Marketinginstrumentarium (und dessen Einsatz in speziellen Kontexten) vertraut gemacht werden. Dabei kommt insbesondere der Vermittlung profunder Kenntnisse über die Einsatzmöglichkeiten und den Nutzen quantitativer Ansätze sowie der Anwendung wissenschaftlicher Denk- und Arbeitsprinzipien zentrale Bedeutung zu. Die Veranstaltung "Research in Marketing" legt besonderes Gewicht auf den wissenschaftlichen Diskurs und die gezielte Weiterentwicklung wissenschaftlicher Fähigkeiten (inkl. Argumentations- und Präsentationstechniken sowie wissenschaftliches Schreiben).

Empfohlene Vorkenntnisse

–

Notwendige Voraussetzungen

–

Erläuterung zu den Modulelementen

Die Teilnahme an der Veranstaltung "Research in Marketing" ist obligatorisch. Zudem sind 2 weitere der angebotenen Veranstaltungen zu verschiedenen Themengebieten und die Praktische Übung zu belegen. Die Wissen vermittelnden und die analytisch-methodischen Bestandteile sind in den einzelnen Veranstaltungen unterschiedlich gewichtet.
Als Modulprüfung wird eine reduzierte, 60-minütige Klausur für 2 aus 3 Vorlesungen angeboten. Zusätzlich muss im Kolloquium "Research in Marketing" eine Präsentation gehalten und eine sich anschließende schriftliche Ausarbeitung abgegeben werden.

Modulstruktur: 1 SL, 2 bPr [1]

Veranstaltungen

Titel	Art	Turnus	Workload [5]	LP[2]
Marketing und Marktforschung	Vorlesung	WiSe	120 h (30 + 90)	4
Praktische Übung zum Marketing	Angeleitetes Selbststudium o. Praktikum o. Praxisstudie o. Projekt o. Übung	Wintersemester oder Sommersemester	150 h (30 + 120)	5 [SL]
Quantitative Methoden der Marketingforschung	Vorlesung	SoSe	120 h (30 + 90)	4
Research in Marketing *Aufgrund der eingesetzten Lehr-Lern-Methoden ist eine kontinuierliche, aktive Mitwirkung erforderlich.*	Kolloquium	WS (und evtl. zusätzlich im SS)	120 h (30 + 90)	4 [Pr]
Sonderformen des Marketings	Vorlesung	WS (und evtl. zusätzlich im SS)	120 h (30 + 90)	4

Studienleistungen

Zuordnung Prüfende	Workload	LP[2]

Lehrende der Veranstaltung **Praktische Übung zum Marketing (Angeleitetes Selbststudium o. Praktikum o. Praxisstudie o. Projekt o. Übung)** *Die Praktischen Übungen sollen im fachlichen Kontext des Themenbereichs methodische und insbesondere auch wissenschaftliche Kompetenzen der Studierenden fördern und nachhaltig vertiefen. Dies kann durch Fallstudien, Literaturstudium, Tutorien, Unternehmensplanspiele, Praktika, Praxisstudien, Praxisprojekte, didaktische Aufbereitung des Stoffs o.Ä. geschehen.*	siehe oben	siehe oben

Prüfungen

Zuordnung Prüfende	Art	Gewichtung	Workload	LP[2]
Lehrende der Veranstaltung **Research in Marketing (Kolloquium)** *Es muss eine Präsentation gehalten und eine sich anschließende schriftliche Ausarbeitung (ca. 8-10 Seiten) abgegeben werden.*	Referat mit Ausarbeitung	1	-	-
Modulverantwortliche*r prüft oder bestimmt Prüfer*in *60-minütige Klausur, in der 2 Teile entsprechend den besuchten Veranstaltungen zu wählen sind. Es erfolgt eine Gesamtbewertung. Der Modulverantwortliche bestimmt einen oder mehrere prüfungsberechtigte Personen als Prüfer der Modulteilprüfung.*	Klausur	2	-	-

Weitere Hinweise

Bei diesem Modul handelt es sich um ein eingestelltes Angebot, welches bis zum Sommersemester 2019 angeboten wurde. Genaues kann den Regelungen zur Einstellung eines Profils im Masterstudiengang Wirtschaftswissenschaften (Verkündungsblatt der Universität Bielefeld vom 1. März 2019) entnommen werden.
Bisheriger Angebotsturnus war jedes Semester.

Legende

1	Die Modulstruktur beschreibt die zur Erbringung des Moduls notwendigen Prüfungen und Studienleistungen.
2	LP ist die Abkürzung für Leistungspunkte.
3	Die Zahlen in dieser Spalte sind die Fachsemester, in denen der Beginn des Moduls empfohlen wird. Je nach individueller Studienplanung sind gänzlich andere Studienverläufe möglich und sinnvoll.
4	Erläuterungen zur Bindung: "Pflicht" bedeutet: Dieses Modul muss im Laufe des Studiums verpflichtend absolviert werden; "Wahlpflicht" bedeutet: Dieses Modul gehört einer Anzahl von Modulen an, aus denen unter bestimmten Bedingungen ausgewählt werden kann. Genaueres regeln die "Fächerspezifischen Bestimmungen" (siehe Navigation).
5	Workload (Kontaktzeit + Selbststudium)
SoSe	Sommersemester
WiSe	Wintersemester
SL	Studienleistung
Pr	Prüfung
bPr	Anzahl benotete Modul(teil)prüfungen
uPr	Anzahl unbenotete Modul(teil)prüfungen