Modulbeschreibung 31-IndiErg-5 Marketing

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Version vom 09.11.2026

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/48173512

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

31-IndiErg-5 Marketing

Fakultät

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Modulverantwortliche*r

Prof. Dr. Reinhold Decker

Turnus (Beginn)

Jedes Sommersemester

Leistungspunkte

5 Leistungspunkte

Kompetenzen

Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Einblick in das Marketing als Konzept der markt- und kundenorientierten Unternehmungsführung durch das Kennenlernen wesentlicher Teilbereiche. Dafür werden sie mit den zentralen Begrifflichkeiten, Instrumenten, Werkzeugen und Methoden aus verschiedenen Marketingteilbereichen vertraut gemacht.

Lehrinhalte

Es sollen elementare Grundkenntnisse des Marketings als markt- und kundenorientierte Unternehmungsführung vermittelt werden. Damit wird ein Verständnis für die Notwendigkeit einer Konzentration auf Zielgruppen geschaffen und es wird deutlich, wie und warum ein professionelles Marketing der langfristigen Unternehmenssicherung dienen kann. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung eines kompakten Überblicks über die Ziele, Aufgaben und Instrumente ("Marketingmix") des modernen Marketingmanagements.

Dieses Modul richtet sich vorrangig an Studierende anderer Fakultäten, die das Modul 31-M8 BWL II nicht in ihrem regulären Curriculum absolvieren müssen.

Empfohlene Vorkenntnisse

-

Notwendige Voraussetzungen

Die Veranstaltung Grundlagen des Marketings darf nicht bereits an anderer Stelle im Transkript auftauchen. Studierende, die das Modul 31-M8 BWL II absolvieren, können daher nicht das Modul 31-IndiErg-5 studieren.

Erläuterung zu den Modulelementen

Modulstruktur: 1 uPr [1]

Veranstaltungen

Titel	Art	Turnus	Workload [5]	LP [2]
Grundlagen des Marketings	Vorlesung	SoSe	150 h (30 + 120)	5 [Pr]

Prüfungen

Zuordnung Prüfende	Art	Gewichtung	Workload	LP [2]
Lehrende der Veranstaltung **Grundlagen des Marketings (Vorlesung)** *Portfolio aus veranstaltungsbegleitenden Aufgaben (wie z.B. eine kurze Ausarbeitung im Umfang von ca. 3 Seiten oder ein ca. 3-seitiger Lessons-learnt-Bericht oder die Bearbeitung von Übungsaufgaben im vergleichbaren Umfang) und einer 30-minütigen Abschlussklausur. Der Modulverantwortliche bestimmt einen oder mehrere prüfungsberechtigte Personen als Prüfer.*	Portfolio mit Abschlussprüfung	unbenotet	-	-

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