



Lehrauftrag: „Marketing“

Aufgabengebiet: Lehrauftrag am Fachbereich 2 Duales Studium Fachrichtung Handel

Marketing III Teil Preispolitik 3.Semester Anfang Okt.2021 bis Dez.2021

Inhalte des Moduls: Mikroökonomische Grundlagen, Preispsychologie, Preisbildung, Preisstrategien, Politik des Price-Lining, Preisbündelung/-entbündelung, Preisdifferenzierung, Sonderangebote; Konditionspolitik (Rabattpolitik, Lieferbedingungen und Absatzfinanzierung); Rechtliche Restriktionen der Preispolitik (Relevante Rechtsnormen im Zusammenhang mit der Preis-/Konditionspolitik, relevante Rechtsnormen im Bereich der Zahlungskonditionen und Absatzfinanzierung).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden können die Eignung von Standorten eigenständig prüfen, deren Eignung beurteilen und ein angemessenes Standortmarketing konzipieren. Die Studierenden können kritisch den Aufbau geeigneter Vertriebskanäle prüfen, die Charakteristika eines direkten/indirekten Vertriebs würdigen. Ferner sind die Studierenden in der Lage Preise selbständig zu kalkulieren und eine geeignete Preisbildung im Sortimentsverbund vorzunehmen. Des Weiteren sind ihnen die Preisstrategien und Preislagenstrukturen verschiedener Betriebsformen des Einzelhandels bekannt sowie die Sonderangebotspolitik.

BWL-FB Teil Modul Marketing 1.Semester Ende Okt.2021 bis Jan.2022.

Inhalte des Moduls: Grundlagen (begriffliche Grundlagen, Entstehung, Leitgedanke des Marketings, Kaufentscheidungstypen) Marketing-Konzeption (Situationsanalyse (Marketing-Dreieck), Marketing-Ziele, Marketing-Strategien, Marketing-Instrumente).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden erkennen die Bedeutung der primären Funktionsbereiche Beschaffung, Produktion und Marketing in ihrer Rolle für die Wertschöpfung von Unternehmen. Ferner kennen Sie die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Entscheidungsaufgaben dieser Funktionsbereiche. Sie beherrschen die damit verbundene Fachsprache und erste Analyse- und Entscheidungsinstrumente.

Marketing II Teil Kommunikationspolitik 2.Semester April 2022 bis Juni

Inhalte des Moduls: Einordnung in den Marketingkontext, Theoretische Grundlagen, Prozess der Kommunikationsplanung/-durchführung auf strategischer und operativer Ebene: Analyse der Ausgangssituation, Festlegung der Ziele & Zielgruppen, Budget (Höhe/Verteilung: sachlich = Inter-/Intramediasselektion und zeitlich), Auswahl der Instrumente [Werbung (Print, elektronisch), Verkaufsförderung, Persönl. Komm., Direct Marketing, PR, Sponsoring, Messen, Events, Multimedia], Erfolgskontrolle, Unterscheidung zwischen Hersteller-/Handelskommunikation

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden kennen die Alternativen zur Optimierung der Kommunikationspolitik. Sie sind in der Lage, eine kommunikative Positionierung des Unternehmens/der Marke zu erarbeiten und mittels einer integrierten Kommunikationsstrategie einen abgestimmten Instrumenten-Mix der Kommunikation auszuformulieren. Ferner sind sie mit verschiedenen Instrumenten des Onlinemarketing vertraut.

Besetzbar:

Es handelt sich um wiederkehrende Teil Module. Eine individuelle Terminabsprache ist möglich. Die Vergütung beträgt 38,38 Euro je akademischer Stunde.

Es erwarten Sie interessierte Studierende mit Unternehmensbezug.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte ausschließlich online an:

[Email: marko.schwertfeger@hwr-berlin.de](mailto:marko.schwertfeger@hwr-berlin.de)

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Marko Schwertfeger
Studiendekan Wirtschaft und Technik

Professur für ABWL insb. Handelsmarketing
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
FB Duales Studium Wirtschaft • Technik
Campus Lichtenberg
Haus 5 Raum 5.2019
Alt-Friedrichsfelde 60
10315 Berlin
Telefon: +49 (0)30/30877-2428
Fax: +49 (0)30/30877-2039
[Email: marko.schwertfeger@hwr-berlin.de](mailto:marko.schwertfeger@hwr-berlin.de)