

MASTER-VERANSTALTUNG „MASTER-SEMINAR MARKETING“ IM SS2018

02-BWL:MSc-Seminar

Inhalt des Seminars

Das Master-Seminar Marketing hat die Marketingstrategie und -implementierung im Fokus und erfolgt in der Regel in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen. Zumeist haben wir einen Praxispartner mit einer aktuellen Fragestellung, die im Rahmen des Seminars durch die Teilnehmer bearbeitet wird. (Im Wintersemester wird das Seminar zumeist gemeinsam mit der Wirtschaftsgeographie angeboten. Hier werden dann in erster Linie Fragen des Regionalmarketings bearbeitet.)

Die Studierenden setzen das gesamte im Schwerpunkt vermittelte inhaltliche und methodische Wissen ein, um reale Fragestellungen aus der Praxis zu bearbeiten. Dabei vermitteln wir einen realistischen Einblick in die Bearbeitung von Projekten, die sich oft durch einen begrenzten Informationsstand, Unsicherheit und Zeitdruck auszeichnen. Zur späteren, beruflich erfolgreichen Durchführung und Management solcher anspruchsvollen Projekte gilt es Know-how aufzubauen. Durch die Bearbeitung eines echten Projekts erhalten Studenten dieses vor allem in den Bereichen Recherche, Datenerhebung und -analyse, Konzepterstellung und Projektmanagement sowie Soft Skills in den Feldern Teamarbeit und Präsentationen.

Ablauf des Seminars

Im Gegensatz zu Seminarangeboten, bei denen die Erarbeitung einer Seminararbeit im Vordergrund steht, besteht die Notengebung im Marketing-Seminar aus mehreren Teilleistungen. In der Regel bestehen die Projekte des Seminars aus Teilprojekten, bzw. Projektphasen, die der Klärung einer zentralen Kernfragestellung dienen. Dies bedeutet, dass es zunächst eine Sekundäranalysephase gibt, in der die Identifikation, Beschaffung und zielführende Aufbereitung projektrelevanter Sekundärdaten erfolgt. Im Anschluss wird eine Primäranalyse konzipiert, durchgeführt und ausgewertet. Hier können all die Inhalte integriert werden, die noch nicht im Rahmen der Sekundäranalyse geklärt werden konnten. Zur Umsetzung wird es hier Termine zur Besprechung und Planung von Erhebungskonzepten geben. Der dritte Teil des Seminars gilt meist der Detail-Konzeption, in welche alle bisherigen Ergebnisse einfließen. Die Ergebnisse werden jeweils an gemeinsamen Terminen im Rahmen von Management-Präsentationen vorgestellt. Zudem werden diese auch in Management-Summaries als Ergebnisberichte der Analyse- und Konzeptionsphasen aufbereitet.

Da es sich um ein Praxis-Seminar handelt, kann die Bearbeitung der Aufgabenstellungen durchaus als arbeitsintensiv bezeichnet werden. Das Seminar umfasst sieben 4 stündige Präsenztermine. Neben dem verpflichtenden Kick-Off, den verpflichtenden Präsentationsterminen und unregelmäßigen konzeptionellen Treffen, existieren keine festen Regeltermine. Die Termine finden voraussichtlich donnerstags ab 12:00 Uhr bzw. ab 14:00 Uhr statt. Die tatsächlichen Termine werden über Stud.IP bekanntgegeben.

Prüfungsleistung

Die Note des Masterseminars ergibt sich aus mehreren Teilleistungen. Eine Teilleistung basiert dabei auf den drei durchgeführten Präsentationen und eine weitere aus den drei Management-Summaries.

Organisatorische Hinweise

Das Seminar wird in jedem Semester angeboten. Zulassungsvoraussetzungen existieren nicht, es wird jedoch empfohlen die Veranstaltungen „Verkaufsmanagement“ sowie „Produktmanagement“ zu besuchen und das Seminar in einer fortgeschrittenen Phase des Master Studiums zu absolvieren.

*Alle interessierten Studenten sind aufgerufen sich im Bewerbungszeitraum über S3C anzumelden. Zur Anmeldung sind ansonsten **keine** weiteren Unterlagen notwendig. Die Zu- oder Absagen werden zeitnah mitgeteilt, um eine Bewerbung bei anderen Professuren im S3C zu gewährleisten. Da die Bewerberzahlen schwanken und die Plätze begrenzt sind, kann ein Platz in der Veranstaltung nicht garantiert werden.*

Nach der Bestätigung des Seminarplatzes in S3C kontaktieren wir Sie bezüglich Unterlagen zum Kennenlernen Ihrer Interessen und Ihrer Person.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Herrn Roland Kretschmar
(Roland.Kretschmar@wirtschaft.uni-giessen.de).