



Herzlich Willkommen am Lehrstuhl für Marketing!

Prof. Dr. Klaus Rosenthal





AGENDA

- Lehrstuhl
 - Team
 - Lehre
- Module
 - Modulstrukturen
 - Modulinhalte
 - Methodische Umsetzung
 - Lernziele



LEHRSTUHL - Team

- Prof. Dr. Klaus Rosenthal
 - C 3.331
 - Sprechstunde: Dienstags von 13.00 bis 14.00 Uhr
 - Anmeldung zur Sprechstunde über Frau Kelsey
- Matthias Stover, M.A.
 - C 3.334
 - Sprechstunde: Montags von 13.00 bis 14.00 Uhr
 - Anmeldung per E-Mail an mstover@notes.upb.de
- Jessica Hünnes-Stemann, M.A.
 - C 3.334
 - Sprechstunde: Mittwochs von 09.00 bis 10.00 Uhr
 - Anmeldung per E-Mail an Jessica.Huennies-Stemann@notes.uni-paderborn.de
- Ingrid Kelsey, Sekretariat
 - C 3.337
 - Sprechzeiten: Dienstag und Mittwoch von 08.30 bis 12.00 Uhr
 - E-Mail: ingrid.kelsey@notes.uni-paderborn.de



LEHRSTUHL - Lehre

- Marketingphilosophie und -theorie
 - MA-Modul W 4121
 - WS
 - 10 ECTS
- B2B-Marketing
 - BA-Modul W 2121
 - WS
 - 10 ECTS
- Marketingmanagement
 - BA-Modul W 2122
 - SS
 - 10 ECTS
- Marketingkolloquium
 - W 2191 und W 4191
 - WS und SS
 - Abschlussarbeiten verschiedener PO

FERNER FÜR
ASSESSMENTPHASE BA

- Mentoringkurs



MODULE



Modulstrukturen



Zeitfenster	Montag (genaue Uhrzeit)	Dienstag (genaue Uhrzeit)	Mittwoch (genaue Uhrzeit)
9 – 11		Modul W 4121 Marketingphilosophie- und theorie (V/Ü) Hörsaal H 2	Sprechstunde J. Stemann Raum C 3.334 (09:00 - 10:00)
11 – 13		Modul W 4121 Marketingphilosophie- und theorie (Seminar) Hörsaal H 2	Modul W 4191 Masterarbeit MA-Kolloquium Raum nach Bekanntgabe
13 – 14	Sprechstunde M. Stover Raum C 3.334 (13:00 - 14:00)	Sprechstunde Prof. Dr. Rosenthal Raum C 3:331 / Modul W 1011 Mentoringkurs Stemann/Stover Raum C 3.232 (13:10 - 13:55)	Modul W 1011 Mentoringkurs Rosenthal Raum nach Bekanntgabe (13:15 - 14:00)
14 – 16		Modul W 2121 B2B-Marketing Hörsaal H 2 (V/Ü) Kommunikationsmanagement	
16 - 17		Modul W 2121 B2B-Marketing (Projekt) Hörsaal H 2	
17 – 19		Modul W 2191 Bachelorarbeit BA-Kolloquium Raum C 3.232	
19.30 – 21.00	Modul W 2121 B2B-Marketing (V/Ü) Industrial Marketing H 2		



Modul Marketingphilosophie und - theorie

➤ Inhalte

- Marketingtheorie im Rahmen der Marketing Philosophie:
- Analyse der Genese der Wissenschaften und der Ökonomie
- Marketing = (ist) Philosophie



Modul Business-to-Business-Marketing

- Inhalt Modulteil „*Industrial Marketing*“
 - Kenntnis des Investitionsgüter- und Technologiemarketings
 - Erörterung derzeitiger Probleme des Industrial Marketings anhand aktueller Zeitschriftenartikel
 - In Bezug setzen zu wissenschaftlichen Erörterungen der Gegenwart und Vergangenheit
 - Praktische Beispiele



Modul Business-to-Business-Marketing

- Inhalt Modulteil „*Kommunikationsmanagement*“
 - Kommunikation gewinnt durch Globalisierung und Diffusion von Informationstechnik an Bedeutung für den Unternehmenserfolg
 - Verschiedene Aspekte von Kommunikation als Basis für Ermöglichung und Gestaltung interaktiver Marktprozesse



MODUL „Marketing Management“

- Inhalt Modulteil „*Marketing Konzepte*“
 - Genese des Marketing vom Marketing-Management Konzept über Ansätze wie Social Marketing oder Generic Concept of Marketing bis zu aktuellen Marketingansätzen
- Inhalt Modulteil „*Marketing Planung*“
 - Theoretische Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Planung
 - Erörterung der Relevanz der Planungsinstrumente für praktische Fragestellungen



Methodische Umsetzung der Module

- Vorlesung/Übung
 - Vortrags- und Einzelarbeitsphasen
 - Gruppenarbeit
 - Projektarbeit in Gruppen, Diskussion spezifischer Themen, Literaturrecherche und –studium, Präsentation, Schreiben wissenschaftlicher Aufsätze und Abhandlungen



Lernziele / Schlüsselqualifikationen der Module

➤ Inhaltlich:

- Verständnis des Gedankengangs „Marketing = (ist) Philosophie
- Erkennen von kommunikationsstrategischen Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten im Industrie - und Technologiemarketing (B2B)
- Kenntnis von Managementkonzepten, Konzepten strategischer Unternehmensplanung (MM)



Lernziele / Schlüsselqualifikationen der Module

➤ Methodisch:

- Kommunikative Kompetenz
- Selbstständige Erarbeitung fachspezifischer Gegenstände, wissenschaftliche und praxistaugliche Darstellung des Wissens (mündlich und schriftlich)
- Kooperations- und Teamfähigkeit
- Sicheres Auftreten



Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit
und
auf Wiedersehen!