

<b>Handelsmarketing, Electronic Commerce und Digital Marketing</b>				
<i>Retail Marketing, Electronic Commerce and Digital Marketing</i>				
<b>Modulnummer</b>	<b>Workload</b>	<b>Credits</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>
<b>31991</b>	300 h	10	jedes Semester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>			
	<b>Einheit</b>	<b>Titel</b>		<b>Workload</b>
	1	Einführung in das Handelsmarketing		125 h
	2	Handelsmarketing und Betriebstypenprofilierung		50 h
	3	Electronic Commerce und Digital Marketing		125 h
<b>2</b>	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b>			
	Mit dem Modul werden im Wesentlichen die folgenden Qualifikationsziele verfolgt:			
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die Studierenden beherrschen die wichtigsten begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen des Handelsmarketing und können den Systemwettbewerb im Konsumgütersektor diskutieren.</li> <li>2. Die Studierenden können die wesentlichen Merkmale der Betriebstypenprofilierung sowie der Betriebsformendiffusion und -dynamik unter besonderer Berücksichtigung neuerer Gesichtspunkte, die aus dem Systemwettbewerb resultieren, aufzeigen.</li> <li>3. Schließlich werden die Studierenden befähigt, sich mit den Herausforderungen und Chancen des Electronic Commerce auseinanderzusetzen und die entsprechenden Folgen der Digitalisierung für Unternehmen abzuwägen. Darüber hinaus können die Studierenden kritisch über den Einsatz ausgewählter Instrumente des Digital Marketing entscheiden.</li> </ol>			
<b>3</b>	<b>Inhalte</b>			
	Dieses Modul bietet eine Einführung in das Handelsmarketing sowie die Betriebstypenprofilierung. Darüber hinaus wird neben dem stationären Handel auch der Onlinehandel im Rahmen der Einheit „Electronic Commerce und Digital Marketing“ thematisiert.			
	Einheit 1: Einführung in das Handelsmarketing (125 h)			
	Im Rahmen dieser Einheit werden die wichtigsten begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen des Handelsmarketing vermittelt. Darüber hinaus wird der Systemwettbewerb im Konsumgüterhandel diskutiert.			
	Einheit 2: Handelsmarketing und Betriebstypenprofilierung (50 h)			
	In dieser Einheit werden die Betriebstypenprofilierung sowie die Betriebsformendiffusion und -dynamik dargelegt. Zudem werden traditionelle Erklärungsansätze des ‚Wandels im Handel‘ hinterfragt und um die aus der Systembildung und dem Systemwettbewerb resultierenden Erklärungen ergänzt.			
	Einheit 3: Electronic Commerce und Digital Marketing (125 h)			
	Diese Einheit widmet sich einer Einführung in den Electronic Commerce und das Digital Marketing. Hierbei stehen im ersten Themenfeld die zentralen Handlungsfelder im Vordergrund, während im zweiten Themenfeld ausgewählte Instrumente des Digital Marketing betrachtet werden.			
<b>4</b>	<b>Lehrformen</b>			
	Fernstudium			
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>			
	Formal:	Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges		
	Inhaltlich:	Keine speziellen Voraussetzungen		
<b>6</b>	<b>Prüfungsformen</b>			
	Zweistündige Abschlussklausur			

<b>7</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b></p> <p>Die Leistungspunkte werden vergeben, wenn die Prüfungsklausur bestanden worden ist. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsklausur ist das Bestehen mindestens einer von zwei Einsendearbeiten. Pro Semester wird in dem Modul 31991 „Handelsmarketing, Electronic Commerce und Digital Marketing“ nur eine Einsendearbeit angeboten. Die Angabe von zwei Einsendearbeiten bezieht sich somit auf ein Studienjahr.</p>
<b>8</b>	<p><b>Verwendung des Moduls</b></p> <p>Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaft                  Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik                  Masterstudiengang Wirtschaftswissenschaft                  Masterstudiengang Volkswirtschaft                  Masterstudiengang Wirtschaftsinformatik                  Masterstudiengang Wirtschaftswissenschaft für Ingenieur/-innen und Naturwissenschaftler/-innen                  Akademiestudium</p>
<b>9</b>	<p><b>Stellenwert der Note für die Endnote</b></p> <p>Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges</p>
<b>10</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b></p> <p>Univ.-Prof. Dr. Olbrich</p>
<b>11</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p> <p>Über das Lehrangebot dieses Moduls hinaus werden auf der Lernplattform Moodle als zusätzliches freiwilliges Lehrangebot Online-Übungen bereitgestellt, die dem tieferen Verständnis des Stoffes dienen.</p>