

Name des Teilmoduls:	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre II
Übergeordnetes Modul:	Grundlagenmodul BWL A: Betriebswirtschaftslehre im Nebenfachstudium
Veranstaltungsart und Umfang:	V 2
Kreditpunkte:	4
Dauer:	Ein Semester
Häufigkeit:	Jedes Wintersemester
Modulverantwortlicher:	Dr. H.-J. Bruns
Lehrende:	Dr. H.-J. Bruns

Ausbildungsziele

Die Teilnehmer sollen im Rahmen einer Einführung in die Betriebswirtschaftslehre grundlegende Kenntnisse zur marktorientierten Unternehmensführung und zu Instrumenten des Marketing erwerben.

Inhalte

Marktorientierte Unternehmensführung - Konzeptionelle Grundlagen des Marketing - Marktforschung - Produktpolitik - Absatzpolitische Instrumente des Marketing

Lehr- und Lernformen

Die zweistündige Vorlesung führt in die Thematik ein und kann auf der Grundlage der vorlesungsbegleitenden Arbeitsmaterialien durch die freiwillige Bildung fachspezifischer Arbeitsgruppen vor- und nachbereitet werden.

Prüfungsformen, Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Das Teilmodul wird durch eine einstündige Klausur geprüft. Leistungspunkte werden vergeben, wenn diese Klausur bestanden ist.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Verwendbarkeit

Teilmodul in BSc/MSc-Studiengängen verschiedener Fachbereiche, in denen die Möglichkeit zur Wahl des Fachgebiets Betriebswirtschaftslehre besteht

Arbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für vier Kreditpunkte beträgt 120 Zeitstunden. Davon entfallen ca. 21 Zeitstunden auf die Teilnahme an der Vorlesung, die verbleibenden Zeitstunden auf die Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, die Prüfungsvorbereitung sowie Kontaktstunden.