

# Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

## Themenbereich: Business Information Engineering

<b>Modul-bezeichnung</b>	Strategieentwicklung im Online-Marketing
<b>Belegnummer</b>	4216
<b>Studiengang / Verwendbarkeit</b>	Masterstudiengang Informationswissenschaft
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Benjamin Romeis
<b>Dozent(in)</b>	Benjamin Romeis
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Credits</b>	10 CP
<b>Prüfungsart</b>	Ausarbeitung einer Präsentation und Dokumentation über den Projektverlauf sowie die Ergebnisse.
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Inhalt</b>	<p>Im Rahmen des Projekts soll eine Marketingstrategie für die Telekom Deutschland GmbH entworfen, geplant und <b>durchgeführt</b> werden. Die Telekom Deutschland GmbH stellt dafür das Werbebudget zur Verfügung.</p> <p><b>Kick Off ist am Montag, 12.10.2015, 12:30 – 15:30 Uhr</b></p> <p>Inhalte sind unter anderem:</p> <p>Marktanalyse und Konkurrenzanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Wie ist die aktuelle Marktsituation ?</li><li>• Welche Mitbewerber sind am Markt?</li><li>• Welche Strategien verfolgen sie?</li></ul> <p>Online Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Welche Möglichkeiten gibt es?</li><li>• Vor-und Nachteile div. Marketing Kanäle</li></ul> <p>Strategieentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ideenentwicklung und Ableitung einer Strategie</li><li>• Auf welche Aspekte muss geachtet werden?</li></ul> <p>Planung</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Welche Möglichkeiten habe ich Marketing Maßnahmen zu koordinieren und zu planen?</li></ul> <p>Durchführung</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Umsetzen, Steuern und Analysieren</li></ul> <p>Erfolgskontrolle</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Wie misst man den Erfolg einer Kampagne</li><li>• Welche KPI's sind wirklich aussagekräftig.</li></ul>

<b>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</b>	Im Rahmen des Projekts sollen die Studierenden erlernen wie eine Marketingstrategie entworfen, geplant und umgesetzt werden kann. Darüber hinaus soll das Projekt für Schwierigkeiten und Fallstricke sensibilisieren, die bei der Planung und Durchführung von Marketingaktivitäten entstehen können. Des Weiteren wird das Projekt auch Möglichkeiten der Erfolgskontrolle im Online Marketing beleuchten.
<b>Niveaustufe / Level</b>	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
<b>Lehrform / SWS</b>	Projekt (4 SWS)
<b>Arbeitsaufwand / Workload</b>	256 Stunden
<b>Units (Einheiten)</b>	
<b>Notwendige Voraussetzungen</b>	
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	
<b>Anerkannte Module</b>	Siehe § 19 ABPO
<b>Medienformen</b>	
<b>Literatur</b>	Vermittlung in Lehrveranstaltung

Stand: 10.09.2015, 14:38:05