



Veranstaltungs- und Prüfungsmerkblatt Frühjahrssemester 2022

8,050: Marketing Management

ECTS-Credits: 4

Überblick Prüfung/en

(Verbindliche Vorgaben siehe unten)

Zentral - schriftliche Klausur / Prüfung (50%, 60 Min.)

Prüfungszeitpunkt: vorlesungsfreie Zeit

Dezentral - Präsentation (einzeln) (30%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Dezentral - schriftliche Klausur / Prüfung (mit definierter Prüfungsdauer) (20%, 60 Min.)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Zugeordnete Veranstaltung/en

Stundenplan -- Sprache -- Dozent

[8.050.1.00 Marketing Management](#) -- Deutsch -- [Bieger Thomas](#), [Hettich Peter](#)

Veranstaltungs-Informationen

Veranstaltungs-Vorbedingungen

Keine.

Lern-Ziele

Der Kurs verfolgt Lernziele auf den drei Ebenen «Knowing» (Wissen), «Doing» (Kompetenzen) und «Being» (Verhalten, Haltungen, Selbstkenntnis):

- Die Studierenden kennen die wichtigsten theoretischen Konzepte zu den 10 Themenbereichen des Marketing Managements.
- Die Studierenden können diese Konzepte an Fällen anwenden und hinterfragen.
- Die Studierenden erfahren ihr Entscheidungsverhalten in einer Gruppe und unter Stress und sind in der Lage, Haltungen und Rationalitäten sowie Aktionsmuster zu hinterfragen.

Veranstaltungs-Inhalt

Einbettung:

Im FS 2022 wird der Kurs erstmalig im SQUARE stattfinden. Der Kurs «Marketing Management» konzentriert sich auf die zentralen Gestaltungsfelder kundenorientierter Wertschöpfung in modernen Unternehmen (Customer Centricity). Ausgehend von einem vertieften Verständnis des Kundenverhaltens (vgl. Kurs «Customer Behavior») werden die Führungs- und Managementkonzepte für eine marktorientierte Führung besprochen. Der Aufbau des Kurses folgt dabei dem klassischen Management- und Führungskreislauf. Gleichzeitig soll der Kurs auch Analyse-, Entscheidungs- und Kommunikationskompetenzen sowie Verhaltenserfahrungen in Stresssituationen vermitteln.

Themen:

Im Kurs werden folgende Themen behandelt (Anpassungen vorbehalten):

1. Customer Centricity: Market Orientation - Managing and Leading from the Customer Side (Leadership and Marketing)
2. Customer Value, Value Concepts, Value Creation: Managing Customer Experience
3. Legal Side of Marketing 1: Competition Law, Bribery, Money Laundering, Datenschutz
4. Legal Side of Marketing 2: Cases for Marketers



5. Value Capturing: Managing the Product/Service Profit Link
6. Technology and Marketing: Managing the Digital Side of the Customer Relation (Identity and Personality in the Digital Space; Communities and Influencer)
7. Brand Purpose
8. Digital Marketing
9. Marketing Innovation: From Innovation Process to Crowd Sourcing
10. Customer Experience and Customer Journey

Veranstaltungs-Struktur und Lehr-/Lerndesign

Methode:

Neu wird der Kurs im FS 2022 im SQUARE durchgeführt. Der Kurs folgt dem Konzept des «Blended Learning». Die Studierenden erarbeiten das notwendige Wissen (Knowing) im Selbststudium. Pro Block werden zentrale Journal Artikel und eine Fallstudie zur Verfügung gestellt. Im Unterricht werden die zentralen Konzepte anhand der Fälle eingeübt. Der Kurs wird abgeschlossen durch eine zweitägige Marketing Simulation als Unternehmensplanspiel, das mit In-Basket Übungen kombiniert wird.

Das Planspiel hilft den Studierenden, die Inhalte der Vorlesung zu verstehen und anzuwenden. Gleichzeitig soll durch den Entscheidungsdruck unter Unsicherheit in Teams eine Selbsterfahrungsmöglichkeit geboten werden. Diese Selbsterfahrungsmöglichkeit wird anhand gängiger Konzepte zur Führung und zur Gruppendynamik reflektiert.

Ablauf:

Zentral ist folgender wöchentliche Ablauf:

1. Journal Artikel
 - ◊ Individuelle Lektüre des/der Journal Artikel(s)
2. Fragen zum Journal Artikel
3. Lektüre des Falls
 - ◊ Setzt die Beantwortung von Fragen zum Journal Artikel voraus
4. Vordiskussion des Falles in Studiengruppen
 - ◊ 5-6 Studierende
 - ◊ Präsenz im vorreservierten Raum vor der Lehrveranstaltung
5. Vorlesung
 - ◊ Lehrveranstaltung mit Fallstudiendiskussion
 - ◊ Klärung von Konzepten

Veranstaltungs-Literatur

Literatur und Material auf Canvas.

Veranstaltungs-Zusatzinformationen

Die Marketing Simulation findet am Freitag und Samstag, 13.5.22 und 14.5.22, ganztägig im SQUARE statt. Die Teilnahme ist verpflichtend. Genauere Informationen zum Programm folgen zu einem späteren Zeitpunkt.

Achtung: Es gelten die aktuellen Zeit- und Raumangaben im Stundenplan online, da Zeiten und Räume noch kurzfristig wechseln können.

Falls das Rektorat infolge der SARS-CoV-2-Pandemie im FS 2022 erneute Massnahmen verfügen müsste, würden die obenstehenden Veranstaltungsinformationen wie folgt geändert:

- Der Kurs wird synchron online über die Plattform Zoom durchgeführt;
- Die Aufzeichnungen des Kurses werden nicht gespeichert;
- Der Dozierende informiert via Canvas über die angepassten Durchführungsmodalitäten des Kurses;
- das Unternehmensplanspiel wird online durchgeführt.

Die untenstehenden Prüfungsinformationen würden wie folgt geändert:

- Die dezentralen, mündlichen Prüfungsteile finden synchron online statt;



- weitere Informationen werden über Canvas mitgeteilt.

Prüfungs-Informationen

Prüfungs-Teilleistung/en

1. Prüfungs-Teilleistung (1/3)

Prüfungs-Zeitpunkt und -Form

Zentral - schriftliche Klausur / Prüfung (50%, 60 Min.)

Prüfungszeitpunkt: vorlesungsfreie Zeit

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Extended Closed Book

Die Benutzung der Hilfsmittel ist eingeschränkt. Alle zusätzlich erlaubten Hilfsmittel müssen im Abschnitt "Hilfsmittelzusatz" abschliessend aufgeführt sein. Grundsätzlich gilt:

- Für diese Prüfung sind alle Taschenrechner der Texas Instruments TI-30-Serie sowie ein- oder zweisprachige Wörterbücher (keine Fachwörterbücher) ohne Handnotizen zugelassen. Alle anderen Taschenrechnermodelle sowie elektronische Wörterbücher sind nicht erlaubt;
- Nicht erlaubt sind zudem jegliche Art von Kommunikation sowie sämtliche programmierbaren und kommunikationsfähigen elektronischen Geräte wie Notebooks, Tablets, Mobiltelefone und weitere.
- Die Beschaffung der Hilfsmittel ist ausschliesslich Sache der Studierenden.

Hilfsmittel-Zusatz

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch

Antwortsprache: Deutsch

2. Prüfungs-Teilleistung (2/3)

Prüfungs-Zeitpunkt und -Form

Dezentral - Präsentation (einzeln) (30%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Praktische Prüfungsleistung

Für diese Prüfungsleistung ist keine Hilfsmittel-Regelung notwendig. Es gelten subsidiär die Ordnungen und Reglemente der Universität St. Gallen.

Hilfsmittel-Zusatz

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch

Antwortsprache: Deutsch

3. Prüfungs-Teilleistung (3/3)



Prüfungs-Zeitpunkt und -Form

Dezentral - schriftliche Klausur / Prüfung (mit definierter Prüfungsdauer) (20%, 60 Min.)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Open Book

Die Wahl der Hilfsmittel steht den Studierenden unter Beachtung folgender Einschränkungen frei:

- Taschenrechnermodelle, welche nicht der Texas Instruments TI-30-Serie angehören, sind ausdrücklich nicht erlaubt;
- Nicht erlaubt sind zudem jegliche Art von Kommunikation sowie sämtliche programmierbare und kommunikationsfähige elektronische Geräte wie elektronische Wörterbücher, Notebooks, Tablets, Mobiltelefone und weitere;
- Die Beschaffung der Hilfsmittel ist ausschliesslich Sache der Studierenden.

Hilfsmittel-Zusatz

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch

Antwortsprache: Deutsch

Prüfungs-Inhalt

1. Zentrale Abschlussklausur zu den zehn behandelten, oben stehenden Themen.
2. Beurteilung der Beiträge zu den Diskussionen der Fallstudien im Kurs. Einsatz von Teaching Assistants zur Begleitung der Case Study Debatten, Mitschrift und qualitativen Beurteilung der mündlichen Beiträge. Falls den Studierenden die Teilnahme an einem Block nicht möglich ist, werden sie gebeten, sich vorher schriftlich per Mail bei den Assistenten abzumelden. Cold Calling ist sowohl im online als auch offline Format möglich. Im Kurs gilt eine Camera-on Policy.
3. Kurzessays zu den Themen der Vorlesung. Benotet werden 3 von 10 Essays.

Prüfungs-Literatur

Sämtliche relevante Literatur auf Canvas, insbesondere alle Journal Artikel und Fallstudien.



Wichtige Hinweise

Bitte beachten Sie, dass nur dieses Merkblatt, sowie der bei Biddingstart veröffentlichte Prüfungsplan verbindlich sind und anderen Informationen, wie Angaben auf StudyNet (Canvas), auf Internetseiten der Dozierenden und Angaben in den Vorlesungen etc. vorgehen.

Allfällige Verweise und Verlinkungen zu Inhalten von Dritten innerhalb des Merkblatts haben lediglich ergänzenden, informativen Charakter und liegen ausserhalb des Verantwortungsbereichs der Universität St.Gallen.

Unterlagen und Materialien sind für zentrale Prüfungen nur dann prüfungsrelevant, wenn sie bis spätestens Ende der Vorlesungszeit (KW21) vorliegen. Bei zentral organisierten Mid-Term Prüfungen sind die Unterlagen und Materialien bis zur KW 12 prüfungsrelevant.

Verbindlichkeit der Merkblätter:

- Veranstaltungsinformationen sowie Prüfungszeitpunkt (zentral/dezentral organisiert) und Prüfungsform: ab Biddingstart in der KW 04 (Donnerstag, 27. Januar 2022);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelregelung, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für dezentral organisierte Prüfungen: in der KW 12 (Montag, 21. März 2022);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelregelung, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Mid-Term Prüfungen: in der KW 12 (Montag, 21. März 2022);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelregelung, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Prüfungen: zwei Wochen vor Ende der Prüfungsabmeldephase in der KW 15 (Montag, 11. April 2022).