

LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

Marketingelemente

1. Angaben zum Programm

1.1 Hochschuleinrichtung	Babes-Bolyai Universität, Klausenburg
1.2 Fakultät	Fakultät für Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3 Department	Department für Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
1.4 Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5 Studienform	Masterstudiengang
1.6 Studiengang / Qualifikation	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
1.7. Studienform	Vollzeitstudium

2. Angaben zum Studienfach

2.1 LV-Bezeichnung	MARKETINGELEMENTE (ELEMENTE DE MARKETING) UMG4102						
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Univ. Prof. Dr. Habil. Dan-Cristian Dabija						
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Univ. Prof. Dr. Habil. Dan-Cristian Dabija						
2.4 Studienjahr	I	2.5 Semester	I	2.6. Prüfungsform	E	2.7 Art der LV	DS/DO

3. Geschätzter Arbeitsumfang in Stunden

3.1 SWS	3	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3 Seminar/Übung	1
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	42	von denen: 3.5 Vorlesung	28	3.6 Seminar/Übung	14
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbüchern, Kursbuch, Bibliografie und Mitschriften					35
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					30
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					35
Tutorien					4
Prüfungen					4
Andere Tätigkeiten:					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	108				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	150				
3.9 Leistungspunkte	6				

4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	<ul style="list-style-type: none"> Nicht der Fall
4.2 kompetenzbezogen	<ul style="list-style-type: none"> Nicht der Fall

5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden werden die Mobiltelefone (Handys) oder andere elektronische Geräte nicht benutzen, mit der Ausnahme, wenn deren Benutzung von der Lehrkraft als Kursanforderung deutlich formuliert wird. Die Studierenden sind vor Beginn der Unterrichtsaktivitäten im Raum anwesend und werden den Raum nur nach dem Abschluss der Unterrichtsaktivitäten verlassen. Jede Ausnahme wird nur mit einer vorherigen Zustimmung der Lehrkraft akzeptiert. Die Anwesenheit bei den Übungen wird im Falle eines unsittlichen Verhaltens nicht genehmigt (unangemessene Sprache, unpassendes Verhalten gegenüber Kommilitonen oder Lehrkräfte, lautes/störendes Verhalten, Konsum von Lebensmitteln, Verweigerung zur Teilnahme an didaktischen Aktivitäten usw.). Die elektronische Aufnahme in jeglicher Form (Foto, Audio, Video) ist nur mit der vorherigen Zustimmung der Lehrkraft erlaubt.
5.2 zur Durchführung des Seminars / der Übung	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden werden die Mobiltelefone (Handys) oder andere elektronische Geräte nicht benutzen, mit der Ausnahme, wenn deren Benutzung von der Lehrkraft als Kursanforderung deutlich formuliert wird.

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind vor Beginn der Unterrichtsaktivitäten im Raum anwesend und werden den Raum nur nach dem Abschluss der Unterrichtsaktivitäten verlassen. Jede Ausnahme wird nur mit einer vorherigen Zustimmung der Lehrkraft akzeptiert. • Die Anwesenheit bei den Übungen wird im Falle eines unsittlichen Verhaltens nicht genehmigt (unangemessene Sprache, unpassendes Verhalten gegenüber Kommilitonen oder Lehrkräfte, lautes/störendes Verhalten, Konsum von Lebensmitteln, Verweigerung zur Teilnahme an didaktischen Aktivitäten usw.). • Die elektronische Aufnahme in jeglicher Form (Foto, Audio, Video) ist nur mit der vorherigen Zustimmung der Lehrkraft erlaubt. • Etwaige Aufgaben / Übungen und deren Abgabefristen werden zw. dem Übungsleitern und die Studierende festgelegt. Verspätungen werden nicht akzeptiert.
--	--

6. Spezifische erworbene Kompetenzen

Berufliche Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Datenerhebung, -verarbeitung und -analyse im Umfeld der Organisation/Unternehmens • Implementierung von methodologischen Vorschriften, wirtschaftlichen Maßnahmen, Politiken und Programmen • Verwendung von wirtschaftlichen Datenbanken und Softwareprodukten • Erstellung und Management von Businessplanen und bereichsspezifischen Tätigkeiten
Transversale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der professionellen Geschäfts-Ergebnisse, indem man Rollen in einem multidisziplinären Team umsetzt; • Erarbeiten der Dokumentation, Entwicklung der Literatur-Synthesen, Erarbeiten von spezifischen Dokumenten • Mitarbeit an Projekte mit wissenschaftlichem Charakter und Aufzeigen von Fähigkeit, und Zukunftschancen

7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung der Studierenden in der Terminologie, den konzeptionellen Ansätze, der Werkzeuge, Methoden und Marketing-Strategien
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung der Studenten in dem Fachvokabular des Marketings; • Entwicklung der Fähigkeit der Studenten, um die wichtigsten Konzepte des Marketings zu verstehen. • Erwerb von Allgemeinwissen und Qualifizierung, um den Marketing-Umfeld, Markt und seine Dimensionen beurteilen zu können. • Erwerb von Wissen und Entwickeln die Fähigkeit, um das Konsumverhalten zu verstehen. • Erwerb von Kenntnissen und allgemeine Fähigkeiten, welche für die Ausbildung erforderlich sind, um Marketing-Strategien und Politiken, Preis, Kommunikation und Vertrieb meistern zu können.

8. Inhalte

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
Marketing: Einführung, Konzept, Definitionen, Merkmale, Funktionen	Vortrag	2 Vorlesungen
Marktumwelt	Vortrag	1 Vorlesung
Marktgrößen	Vortrag	2 Vorlesungen
Verbraucherverhalten	Vortrag	2 Vorlesungen
Marktforschung	Vortrag	1 Vorlesung
Marketingstrategien und Marketingplanung	Vortrag	2 Vorlesungen
Produktpolitik	Vortrag	1 Vorlesung
Preispolitik	Vortrag	1 Vorlesung
Kommunikationspolitik	Vortrag	1 Vorlesung
Vertriebspolitik	Vortrag	1 Vorlesung
Literatur:		

1. Backer, M. *Marketing*. București: Editura Științifică și Tehnică, 1997.
2. Pop, M.D., Pocol, A.G. *Fișe de marketing – teste, aplicații, studii de caz*. Cluj-Napoca: Editura Alma Mater, 2002.
3. Giersch, J., Hälsig, F. *Vorlesungsnotizen*, Universität Trier, Professur für Marketing und Handel, 2003
4. Kottler, Ph. *Marketing*, Econ Verlag, München, 1999
5. Zentes, J., Swoboda, B. *Grundbegriffe des Marketings*, Marktorientiertes globales Management Wissen, 5te Auflage, 2001

8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
Einführung	Übungen und Aufgaben	2 Übungen
Marktanteile. Relative Marktanteile	Übungen und Aufgaben	2 Übungen
Nummerische Verteilung. Wertverteilung	Übungen und Aufgaben	2 Übungen
Konzentrationsgrad	Übungen und Aufgaben	2 Übungen
Anziehungskraft	Übungen und Aufgaben	2 Übungen
Konsumentenverhalten	Übungen und Aufgaben	2 Übungen
Boston-Consulting Group Matrix	Übungen und Aufgaben	2 Übungen

Literatur

1. Backer, M. *Marketing*. București: Editura Științifică și Tehnică, 1997.
2. Pop, M.D., Pocol, A.G. *Fișe de marketing – teste, aplicații, studii de caz*. Cluj-Napoca: Editura Alma Mater, 2002.
3. Giersch, J., Hälsig, F. *Vorlesungsnotizen*, Universität Trier, Professur für Marketing und Handel, 2003
4. Kottler, Ph. *Marketing*, Econ Verlag, München, 1999
5. Zentes, J., Swoboda, B. *Grundbegriffe des Marketings*, Marktorientiertes globales Management Wissen, 5te Auflage, 2001

9. Verbindung der Inhalte mit den Erwartungen der Wissensgemeinschaft, der Berufsverbände und der für den Fachbereich repräsentativen Arbeitgeber

- Diese Veranstaltung wird von der Akkreditierung von *Chartered Institute of Management Accountants (CIMA)* angeboten;
- Um den relevanten Inhalten und Lehrmethoden wiederzugeben wurden mehrere dokumentarischen Recherchen durchgeführt. Diese haben aufgezeigt, dass die Inhalte und Lehrmethoden für das vorhandene Thema auch in anderen renommierten Universitäten im In- und Ausland anzutreffen sind. Darüber hinaus sind auch die Erwartungen der Unternehmen und Arbeitgeber in verwandten Bereichen, wie in der Presse oder der internationalen Unternehmen betrachtet worden.

10. Prüfungsform

Veranstaltungsart	10.1 Evaluationskriterien	10.2 Evaluationsmethoden	10.3 Anteil an der Gesamtnote
10.4 Vorlesung	Antworten auf kurze Fragen aus den Vorlesungsinhalten	Klausur	70%
10.5 Seminar / Übung	Lesen und Lösen von Fallstudien während der Übung, sowie der Aufgaben		≈30%

10.6 Minimale Leistungsstandards

- Beantwortung von 50% der Fragen, sowie Erarbeitung und Vorstellung des Projektes;
- Um zu bestehen, müssen die Studenten die Mindestnote 5(fünf) erhalten;
- Die vergebenen Noten sind zwischen 1(eins) und 10(zehn);
- Die Klausur dauert in der Regel 90 Minuten.
- Laut Artikel 29 der Studentensatzung der Babeș-Bolyai Universität Klausenburg, können die Studenten, die eine Anwesenheit von mindestens 75% bei der Übung oder 90% bei dem Laborteil nicht erreicht haben, nur während der Nachholprüfungszeit die Prüfungen ablegen.

Bedingungen zum Prüfungsverlauf:

- Laut Artikel 14 der Studentensatzung der Babeș-Bolyai Universität, wird „der Betrug oder Betrugsversuch bei der Prüfung mit Exmatrikulation bestraft“.
- Während der Prüfung ist den Studenten verboten, jegliche Speicher- oder Kommunikationsmittel zu benutzen, welche für die physische oder elektronische Übertragung von Informationen (Mobiltelefon, Smartwatch, Kopfhörer, Blättern usw.) benutzt werden können, sowie bei sich (in den Taschen, Hosentaschen, Bänken usw.) zu haben. Das Vorhandensein solcher Mittel wird als Betrugsversuch betrachtet und entsprechend bestraft. Ausnahme: Prüfung mit den Büchern auf die Bank, wenn das am Anfang des Semesters vom Vorlesungsverantwortlichen festgelegt wurde.
- Während der Prüfung ist der Zugang zur Toilette nicht erlaubt.
- Die Benutzung der Lexika ist untersagt. Während der Prüfung wird die mit der Aufsicht beauftragte Lehrkraft keine

Übersetzungen anbieten.

- Die Studenten werden während der Prüfung nur die vom Prüfer gegebene Prüfungsblätter benutzen (alle Blätter der Klausur, samt Schmierblatt müssen mit den Prüfungsblättern zusammengehaftet und abgegeben werden).

Ausgefüllt am:
1.10.2024

Vorlesungsverantwortlicher
Univ. Prof. Dr. Habil. Dan-Cristian Dabija



Übungsverantwortlicher
Univ. Prof. Dr. Habil. Dan-Cristian Dabija



Departmentleiter
Univ. Prof. Dr. Habil. Ioan Hosu

