

Humboldt-Universität zu Berlin

Institut für Marketing

Prof. Dr. Daniel Guhl

Seminar zum Marketingmanagement (70708):

Markstrat

Syllabus WiSe 2021/22

Kursbeschreibung

Das Seminar richtet sich an *Bachelorstudierende* und der Gegenstand des Seminars ist das Unternehmensplanspiel *Markstrat*¹. In der ersten Seminarveranstaltung findet eine Einführung statt. Danach müssen die Studierenden in Teams im Rahmen des Planspiels auf segmentierten Produktmärkten über mehrere Perioden (= Wochen) konkurrieren. Die Teams treffen auf der Grundlage von Marktforschungsstudien wöchentlich Entscheidungen bzgl. Produktentwicklung und -einführung, Produktpreise, Werbung, Distribution, persönlicher Verkauf, etc. Sowohl das gewählte langfristige strategische Marketingkonzept als auch die wöchentlich getroffenen operativen Entscheidungen sind ex-post im Rahmen einer *schriftlichen Hausarbeit* zu dokumentieren und auf „Fehlentscheidungen“ hin zu analysieren. Die Hausarbeit muss den Anforderungen einer wissenschaftlichen Arbeit genügen (d.h. Hintergrundinformationen sind zu recherchieren, Argumenten sind zu begründen, wiss. Quellen sind zu zitieren, etc.).

Anmerkung: Zur Durchführung des Planspiels werden *Softwarelizenzen* angeschafft. Den Teilnehmenden entstehen dadurch *keine Kosten*. Bitte beachten Sie, dass die Software auf Englisch ist, die Kurssprache ist allerdings Deutsch.

Teilnahmevoraussetzungen

Es gibt maximal *20 Seminarplätze*. Auswahlverfahren: Studierende, bei denen ein Härtefall nach §90 (1) ZSP HU vorliegt (gesundheitliche, soziale, behinderungsbedingte oder familiäre Gründe) werden bei der Auswahl bevorzugt (Nachweise sind im Zeitraum der Anmeldung einzureichen). Ansonsten entscheidet das Los.

Die *Anmeldung* zum Seminar erfolgt im Zeitraum vom *1. Oktober bis 10. Oktober 2021* (bitte senden Sie eine E-Mail mit allen notwendigen Informationen an [mktg0001@hu-](mailto:mktg0001@hu-berlin.de)

¹Link: <https://web.stratxsimulations.com/simulation/strategic-marketing-simulation/>

berlin.de). Bitte geben Sie an, ob Sie planen, Ihre Bachelorarbeit am Institut für Marketing zu schreiben und wann. Es werden Kenntnisse im Bereich Marketing und Marktforschung vorausgesetzt und die Vorlesung „Marktforschung und Marketingentscheidungen“ und/oder „Konsumentenverhalten“ muss erfolgreich besucht worden sein.

Kurs Webpage

Kursmaterial und weitere Informationen werden über das *Moodle-System* der HU Berlin zur Verfügung gestellt. Der Kursschlüssel wird den Teilnehmenden vor der ersten Veranstaltung übermittelt.

Literatur

- Homburg, C. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Springer Gabler, 6. Auflage.
- Sarstedt, M., Mooi, E. (2019): A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics, Springer, 3. Auflage.

Prüfung

Benotet wird die *schriftliche Hausarbeit* (10 – 15 Seiten pro Person).
Abgabe: 18.03.2022 (23:59 Uhr).

Kurszeiten

Freitag: 12:15 - 13:45 Uhr, wöchentlich vom 22.10.2021 bis zum 18.02.2022 als Online-Meeting über Zoom. Der Link wird über Moodle bereitgestellt.

Im ersten Termin wird es eine Einführung in Marktstrat geben und der Aufbau des Seminars wird erläutert. Ein Teilnahme ist *verpflichtend!* Die restlichen Termine sind als Beratungstermin ausgelegt. Sofern es die Corona-Entwicklung zulässt, können die Beratungstermine auch hybrid durchgeführt werden. Informationen hierzu werden über Moodle kommuniziert.