

Humboldt-Universität zu Berlin

Institut für Marketing

Prof. Dr. Daniel Guhl

Seminar zum Marketingmanagement (70708):

Markstrat

Syllabus SoSe 2020

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 allerdings Deutsch ist.

Teilnahmevoraussetzungen

Es gibt maximal *20 Seminarplätze*. Studierende werden daher durch ein Bewerbungsverfahren ausgewählt und hierzu benötigen wir bei der Anmeldung einen aktuellen Notenauszug. Bitte geben Sie zudem 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“ muss erfolgreich besucht worden sein.

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

Die *Anmeldung* zum Seminar erfolgt im Zeitraum vom *1. April bis 10. April 2020* (bitte senden Sie eine Email mit allen notwendigen Informationen an mktg@wiwi.hu-berlin.de).

Kurs Webpage

Kursmaterial und weitere Informationen werden über das *Moodle-System* (<https://moodle.hu-berlin.de/course/view.php?id=95505>) 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: 17.07.2020 (23:59 Uhr).

Kurszeiten

Freitag: 12:15 - 13:45 Uhr, wöchentlich vom 24.04.2020 bis zum 17.07.2020 als Videocall über zoom. Der Link wird über Moodle bereitgestellt.

Im ersten Termin wird es eine Einführung in Markstrat geben und der Aufbau des Seminars wird erläutert. Ein Teilnahme ist *verpflichtend!*
Die restlichen Termine sind als Beratungstermin ausgelegt.