



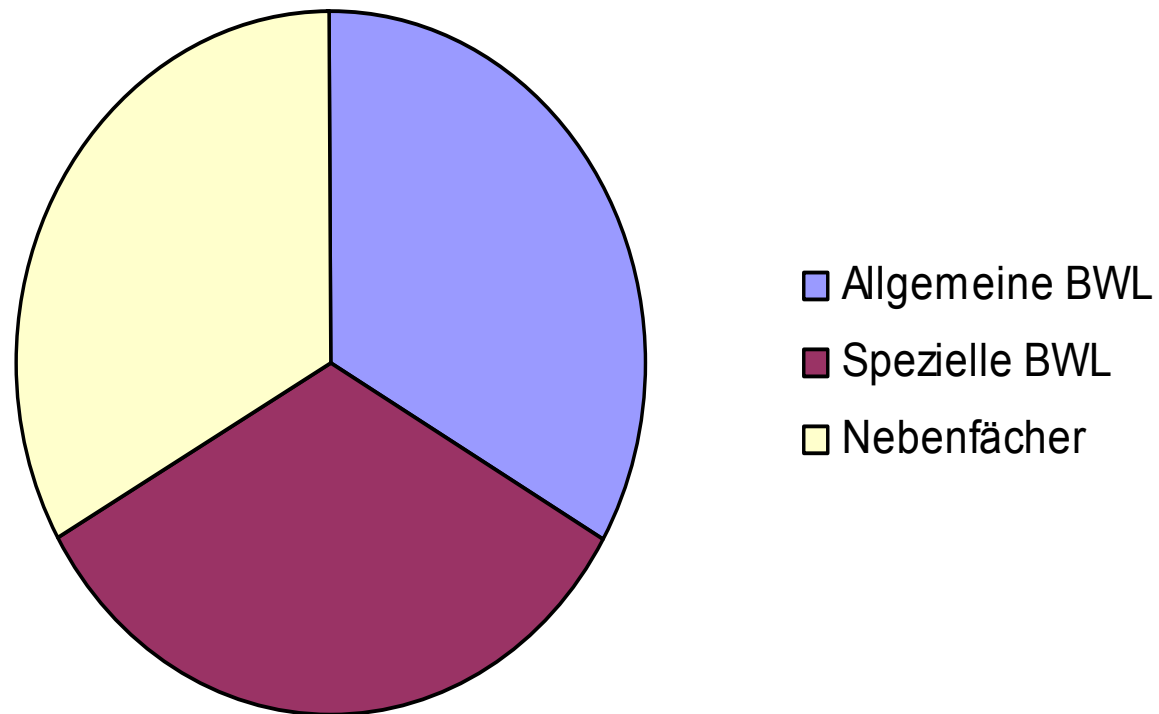
-lich willkommen
zum

**Arbeitskreis
DLM / MM**

DHBW Mannheim
7. Dezember 2017

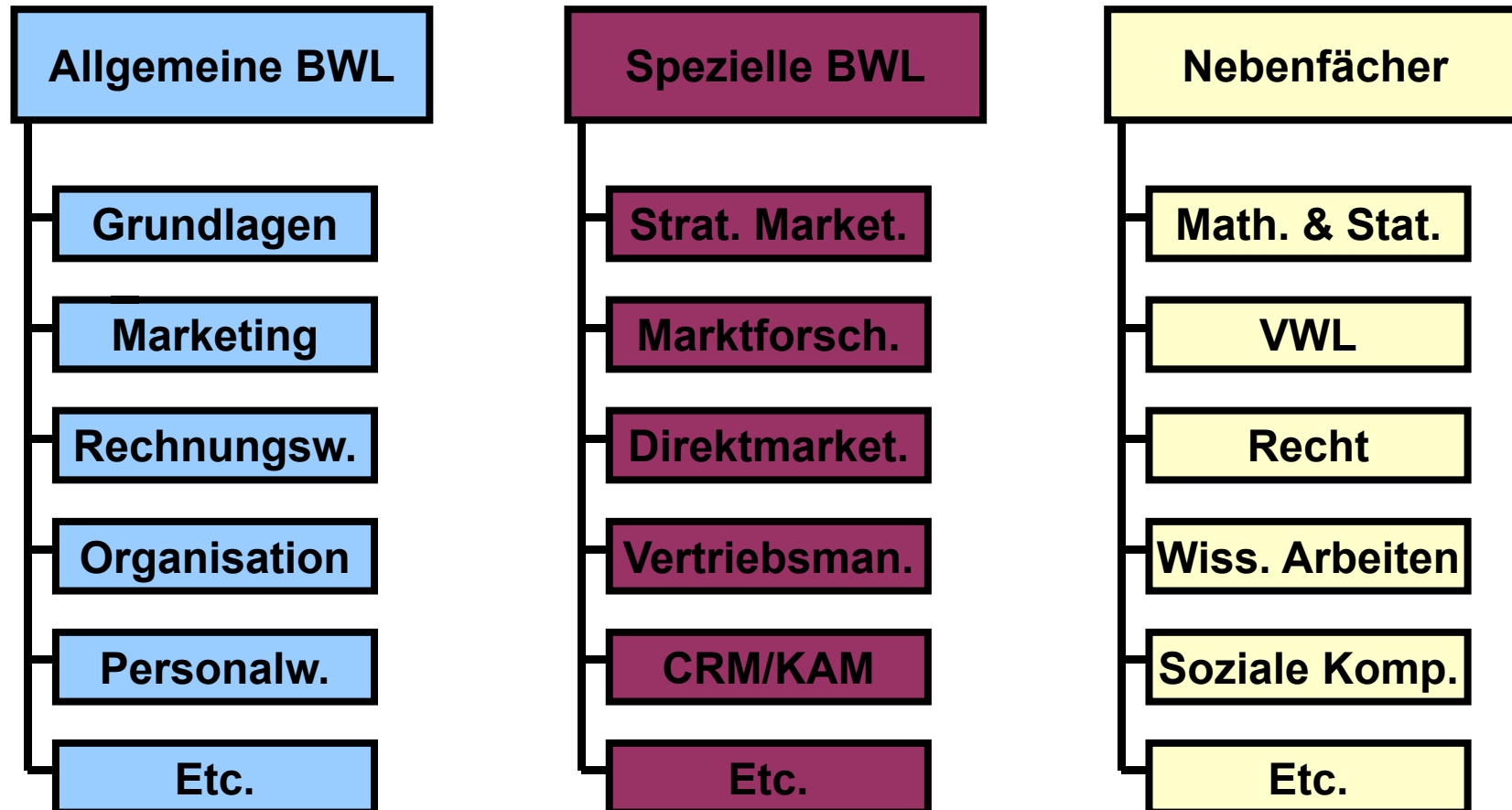
Marketing Management: Revolution oder Reform?

Standardmodell eines BWL-Studiengangs (Abschluss Bachelor):



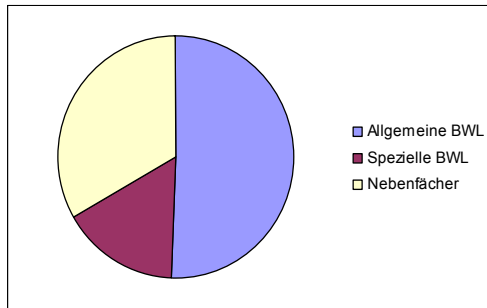
(bezogen auf Vorlesungsstunden)

Dabei gilt in aller Regel:

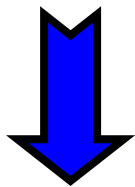


(Studiengang mit hohem Marketinganteil)

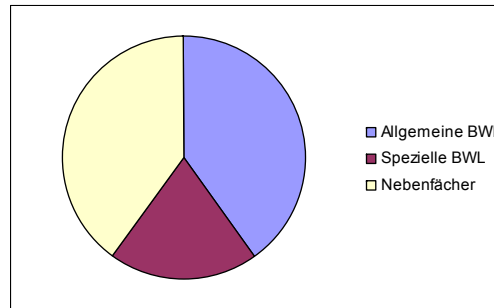
In der Praxis gibt es dabei naturgemäß Unterschiede bzgl. der **Gewichtung der Hauptbausteine**:



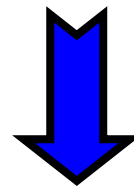
**Typische
Universität**



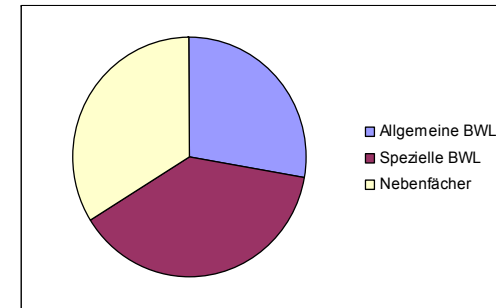
Breite vor Tiefe



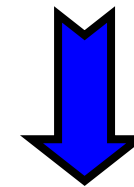
**Typische
FH/HS**



Kompromissmodell

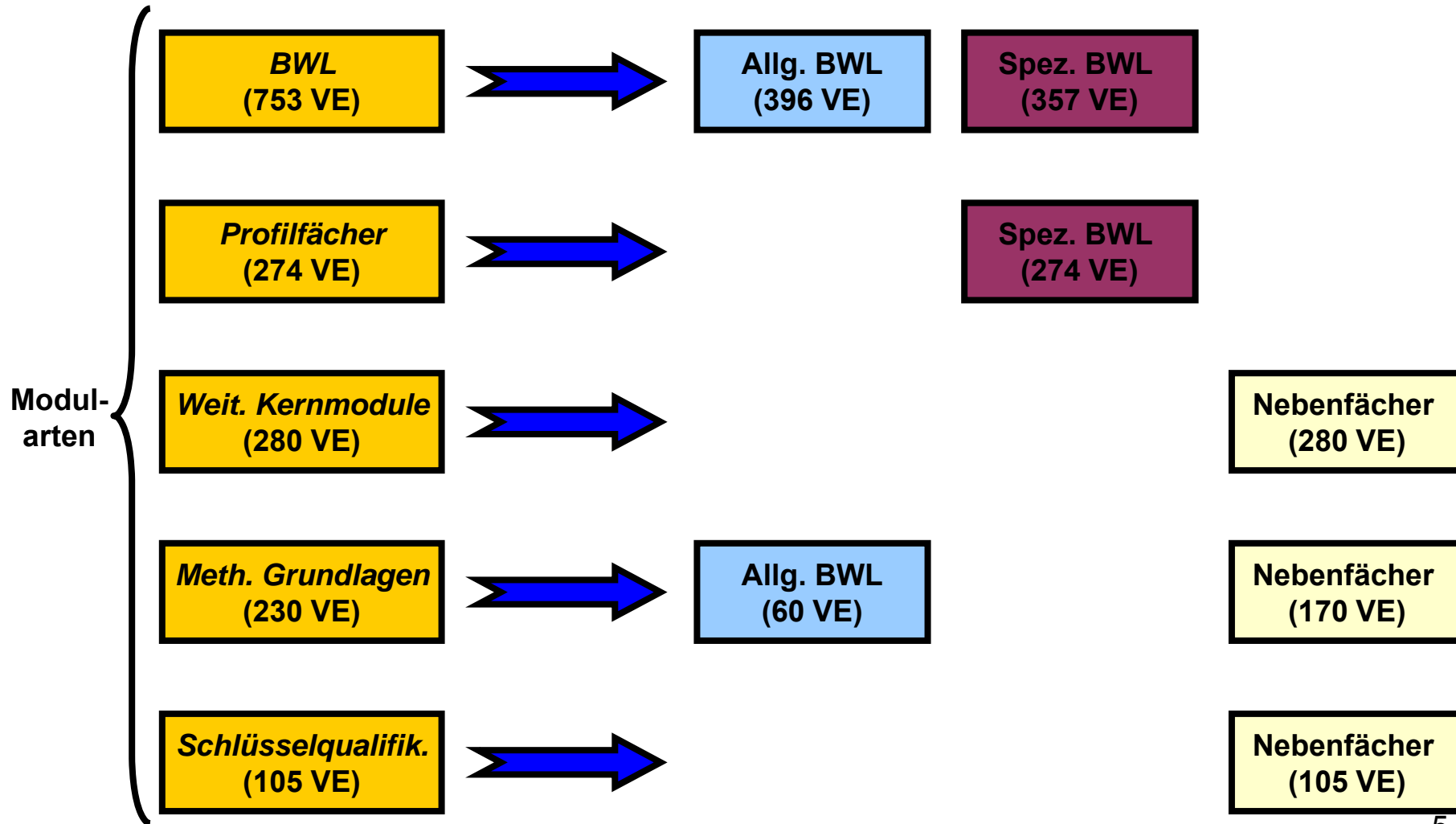


**DHBW
(DLM)**



Klarer Fokus

Das **gegenwärtige DLM-Curriculum** stellt sich – bezogen auf Präsenzveranstaltungen – wie folgt dar (VE := Verrechnungseinheit = 45 Min.):



**Allg. BWL
(456 VE)**

- **Module innerhalb der Modulart „BWL“**

- *Unternehmensrechnung, Organisation u. Pers. etc.*

- Semester 1-6

- 396 VE

- **Module innerhalb der Modulart „Methodische Grundlagen“**

- *Technik der Finanzbuchführung*

- Semester 1-2

- 60 VE

**Spez. BWL
(631 VE)**

- **Module innerhalb der Modulart „BWL“**

- *Strategisches und Operatives DLM* etc.

- Semester 1-6

- 357 VE

- **Module innerhalb der Modulart „Profil I“**

- *Sales & Customer Management I & II*

- Semester 1-6

- 137 VE

- **Module innerhalb der Modulart „Profil II“**

- *Branding & Product Management I & II*

- Semester 1-6

- 137 VE

**Nebenfächer
(555 VE)**

- **Module innerhalb der Modulart „*Weitere Kernmodule*“**

- *VWL I-III, Recht I & II*

- Semester 1-6 (VWL) bzw. 1-4 (Recht)

- 280 VE

- **Module innerhalb der Modulart „*Methodische Grundlagen*“**

- *Math. & Statistik, Grundlagen Informationsmanagement, Wiss. Arbeiten*

- Semester 1-2 bzw. 1-6 (Wiss. Arbeiten)

- 170 VE

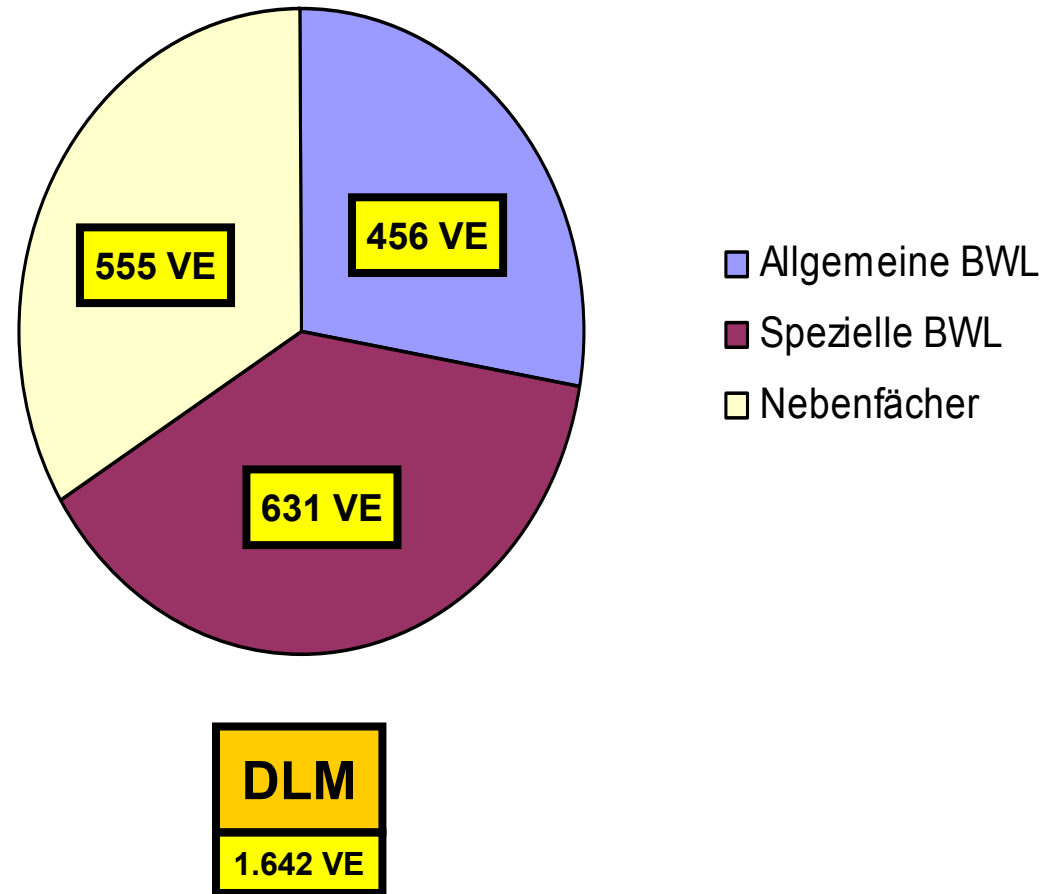
- **Module innerhalb der Modulart „*Schlüsselqualifikationen*“**

- *Methoden- und Sozialkompetenzen I & II* (u.a. Outdoor-Seminare)

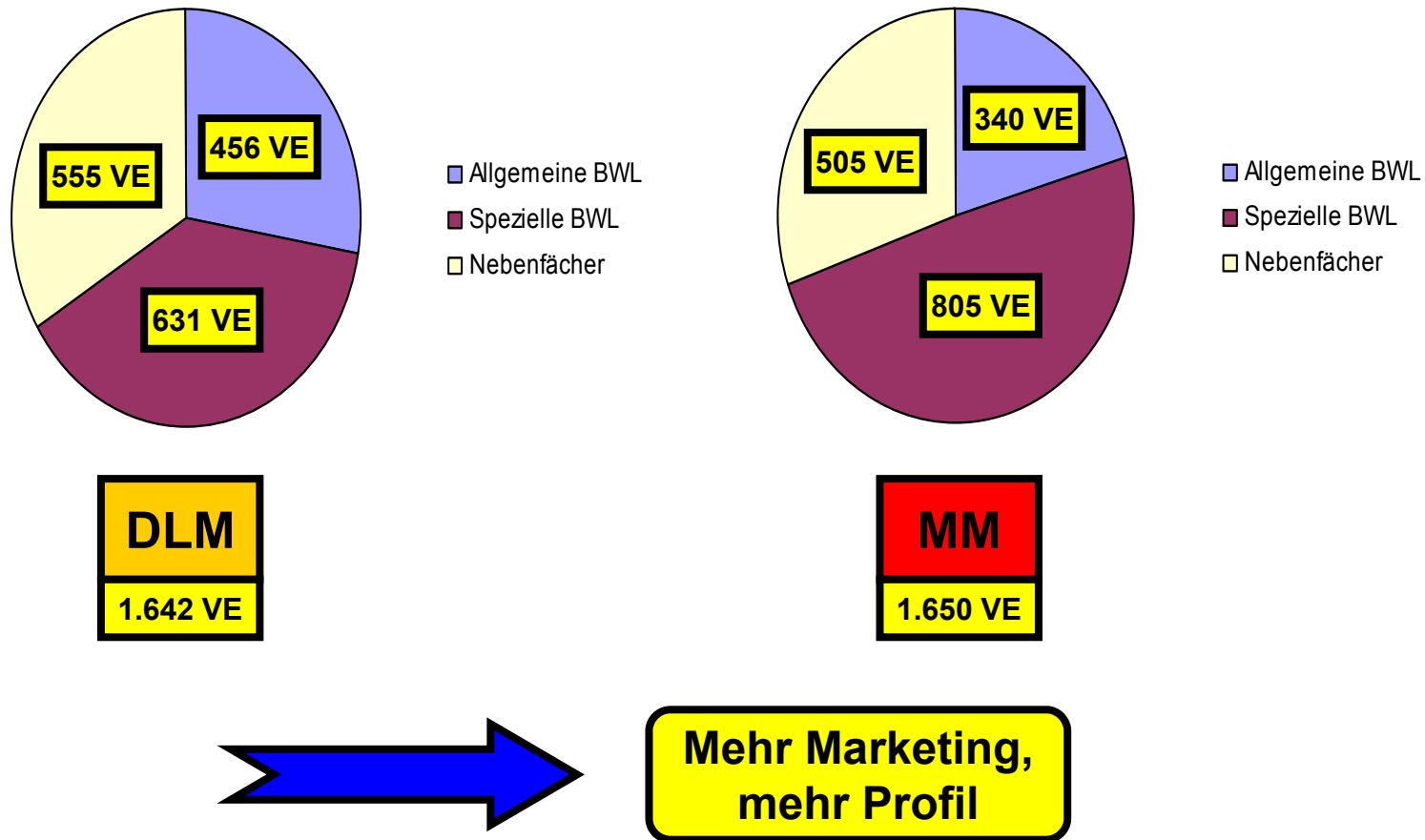
- Semester 1-6

- 105 VE

In Summe ergeben sich **1.642 VE**:



Mit der Einführung von **Marketing Management (MM)** wird es zu gewissen Verschiebungen kommen:



Der **Übergang von DLM zu MM** lässt sich als Summe mehrerer Einzelmaßnahmen darstellen:

- Aus **Modularten** werden **Modulbereiche**.
- **Vereinheitlichung der Modulgrößen auf fünf ECTS-Punkte**.
- Einzelne **Präsenzveranstaltungen** wechseln den Modulbereich oder das Modul oder wandern in andere Semester.
- Einzelne **Präsenzveranstaltungen** verschwinden komplett, andere kommen neu hinzu; ebenso ändern sich teilweise die VE.
- Einführung von **Wahlfächern** zur **Flexibilisierung** des Studiums; hierdurch wird künftig eine ausgeprägte **Schwerpunktbildung** ermöglicht.

Parallel dazu wurde eine **Glättung der Präsenzstunden** pro Studienjahr vorgenommen:

DLM

1. Studienjahr: 711 VE
2. Studienjahr: 476 VE
3. Studienjahr: 455 VE

1.642 VE

→ **1. Studienjahr sehr voll,
andere „relativ leer“**

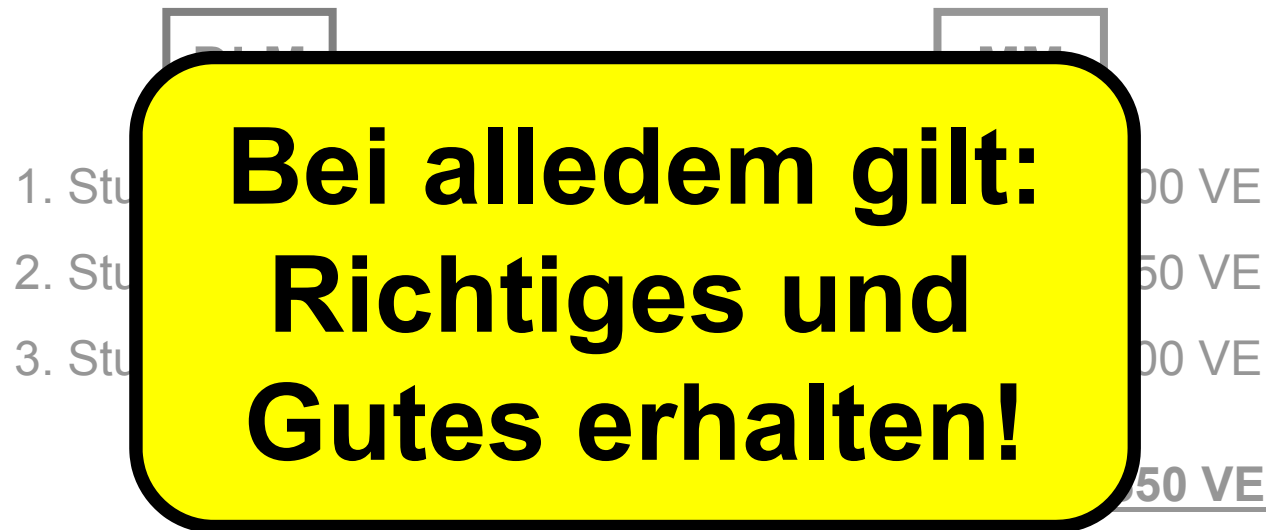
MM

1. Studienjahr: 600 VE
2. Studienjahr: 550 VE
3. Studienjahr: 500 VE

1.650 VE

→ **Gleichmäßigere
Stundenverteilung**

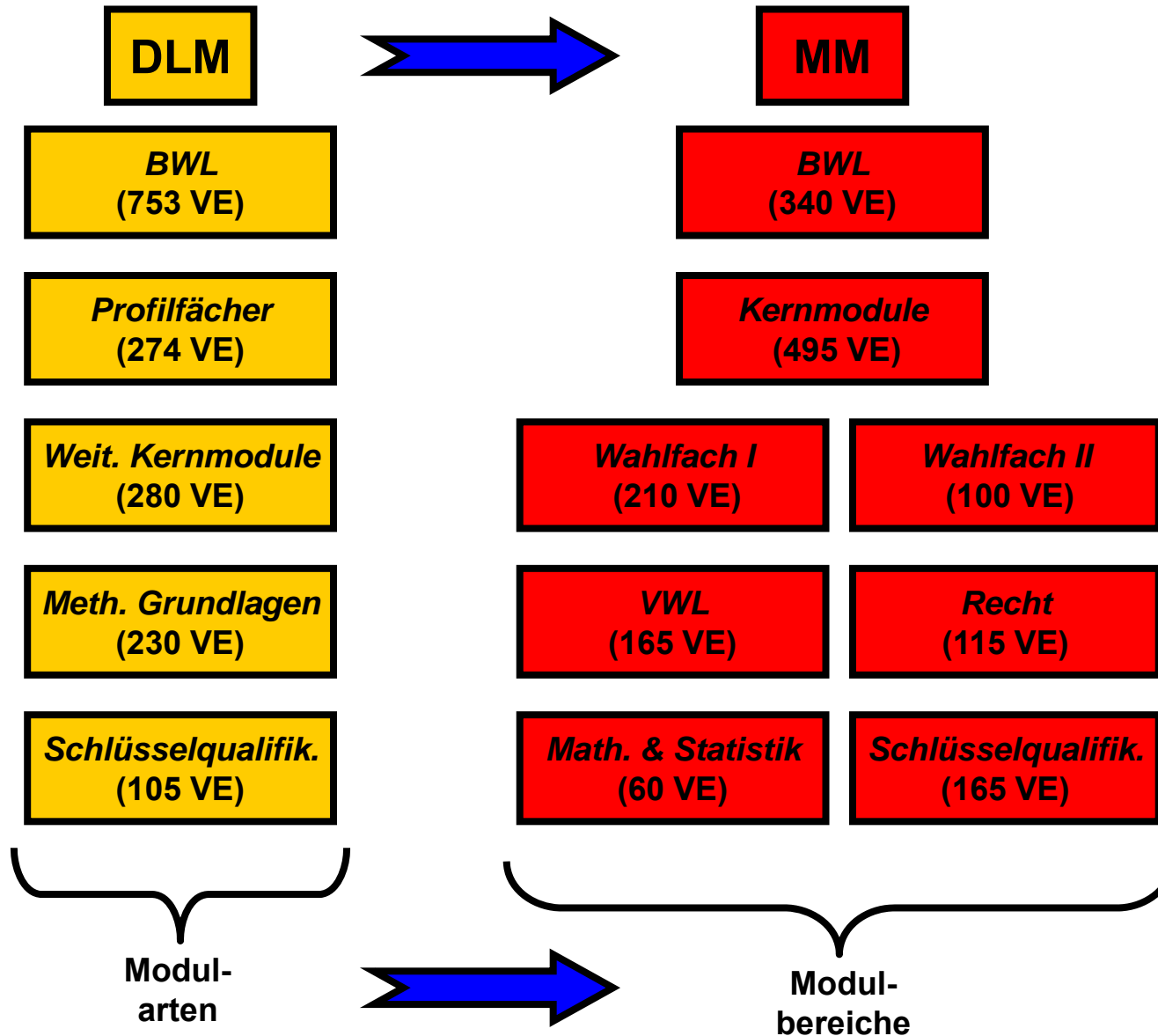
Parallel dazu wurde eine **Glättung der Präsenzstunden** pro Studienjahr vorgenommen:



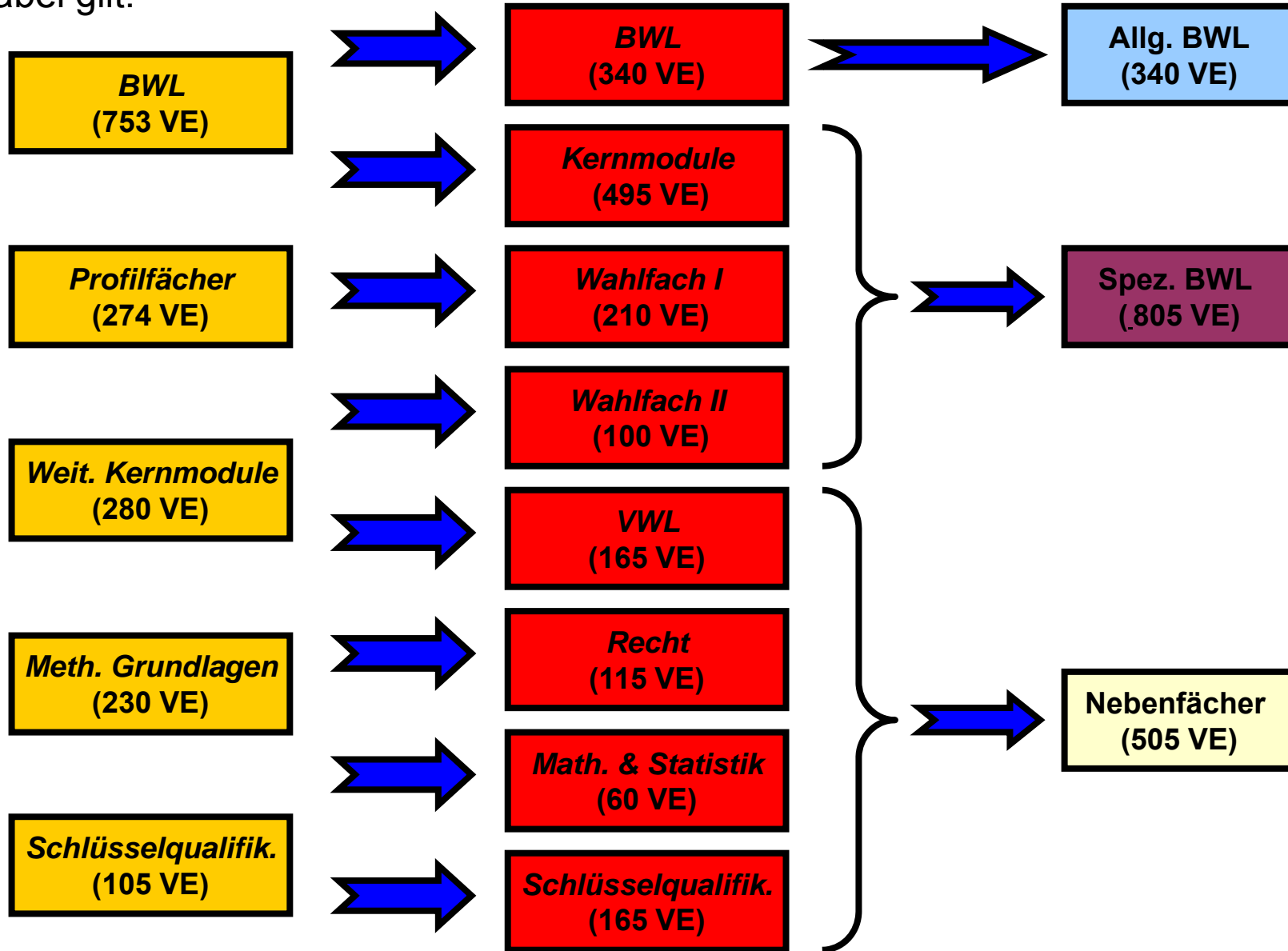
→ 1. Studienjahr sehr voll,
andere „relativ leer“

→ Gleichmäßigere
Stundenverteilung

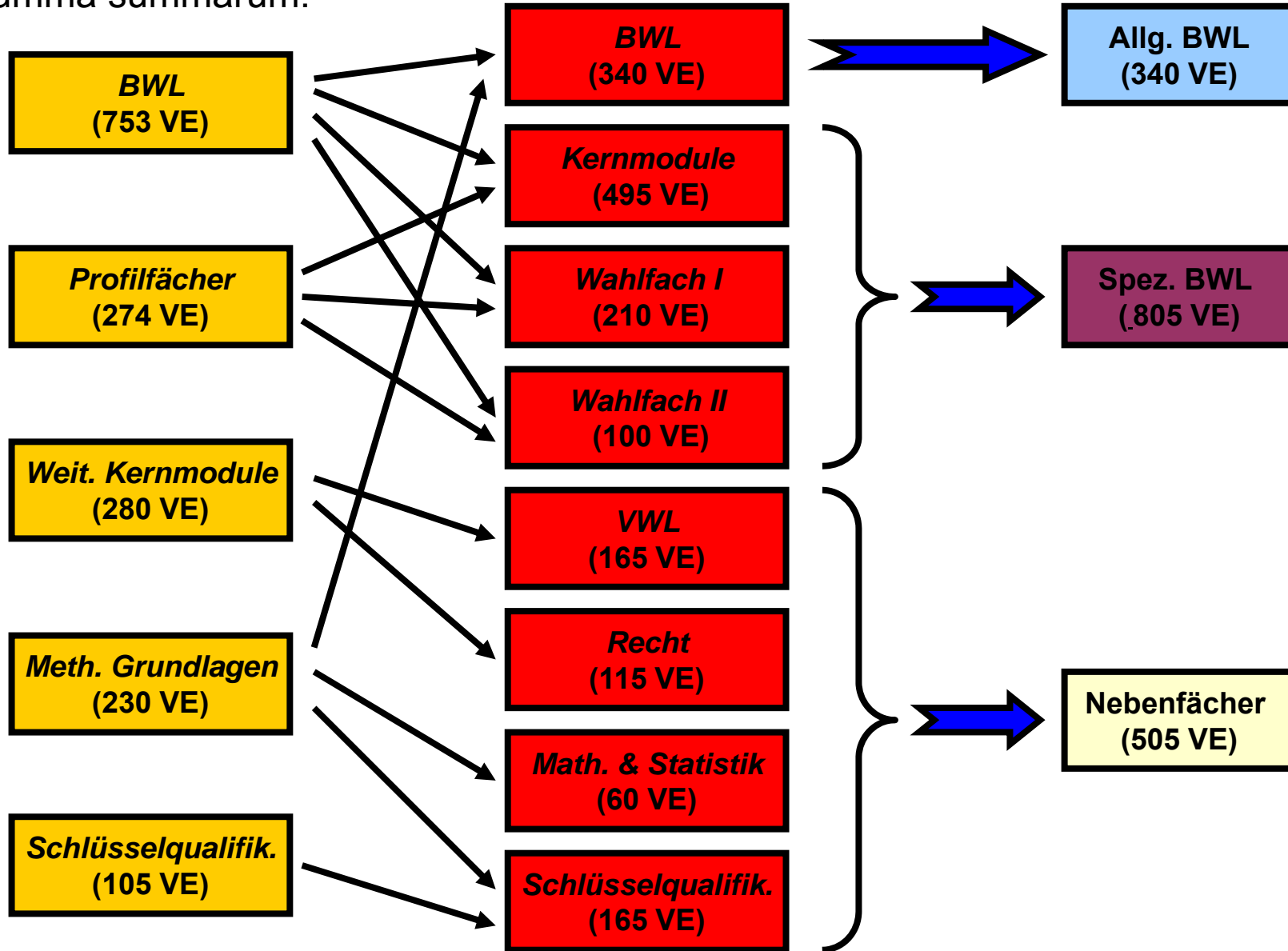
Modulbereiche übernehmen in MM die Rolle der bisherigen Modularten:



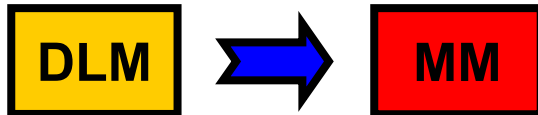
Dabei gilt:



Summa summarum:

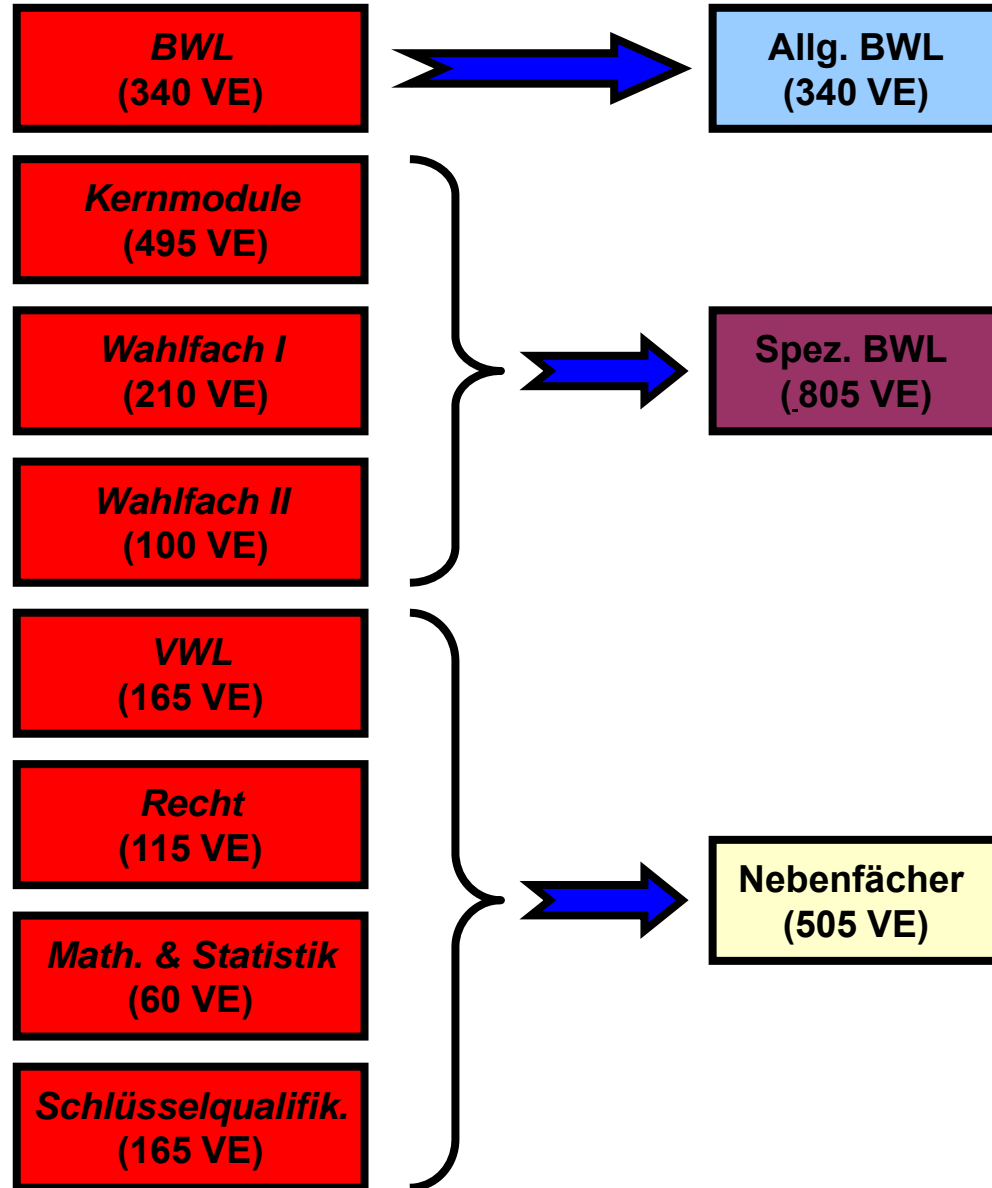


Fazit



+ Modernere Inhalte
+ Mehr Marketing
+ Mehr Flexibilität

Und vor allem:
In MM steckt viel DLM!





Gestrichene Module bzw. Präsenzveranstaltungen:

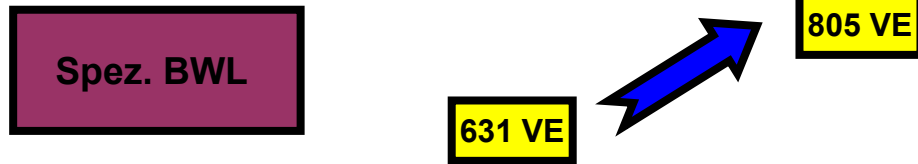
Kernelemente der internen Wertschöpfung (-24 VE), Einführung in das DLM (-36 VE; Achtung: „M“ wie „Management“), Integrationsseminar (-50 VE)

Neu aufgenommene Präsenzveranstaltungen:

Grundlagen, Leitideen und theoretische Ansätze des Marketing (+20 VE) etc.

In Umfang und/oder Inhalt veränderte Präsenzveranstaltungen:

Bilanzierung und Grundzüge der Bilanzanalyse (-11 VE), Investition und Finanzierung (-3 VE), Unternehmensführung (-5 VE), Mitarbeiterführung (-5 VE) etc.



Komplette **Neuorganisation** und **Modernisierung**; dabei Aufteilung in verpflichtende **Studienrichtungskernmodule** (kurz „**Kernmodule**“), **Wahlfach I** und **Wahlfach II**. Dabei gilt:

Studienrichtungskernmodule: Verpflichtend; 495 VE

Wahlfach I: Zu wählen; 210 VE

Wahlfach II: „Passend“ zu Wahlfach I zu wählen; 100 VE





Gestrichene Module bzw. Präsenzveranstaltungen:

Grundlagen Informationsmanagement (-60 VE)

Weitere Veränderungen:

Integration aller Veranstaltungen zum wissenschaftlichen Arbeiten (+10 VE) in die *Schlüsselqualifikationen* (nun zusammen 165 VE).

Die Module *Math. & Statistik* (60 VE), *VWL I-III* (165 VE) sowie *Recht I & II* (115 VE) bleiben unverändert.

**Und wieviel DLM
steckt jetzt in MM?**

Dazu ein Beispiel . . .

Bsp.: Vertriebs- und Kundenmanagement in DLM/MM

Vertriebs- und Kundenmanagement in DLM

- Module *Sales & Customer Management I & II* (**137 VE**)
- Tw. in Modul *Database Marketing und Data Mining* (**32 VE**)
- Tw. in Modul *Instrumente des DLM* (etwa **10 VE**)

Vertriebs- und Kundenmanagement in MM

- Modul *Customer Management* (**55 VE**)
- Tw. in Modul *Operative Marketing* (etwa **10 VE**)

Zusätzlich kann in MM gewählt werden:

Wahlfach I: *Sales Systems and Sales Management* (**210 VE**) und/oder

Wahlfach II: *Advanced Customer Management* (**100 VE**)

Alternativ bei anderem Wahlfach I:

Wahlfach II: *Sales Management* (**100 VE**)

Bsp.: Vertriebs- und Kundenmanagement in DLM/MM

Damit sind in MM folgende VE-Werte möglich:

- $55 + 10 = \underline{65 \text{ VE}}$ (ohne weiteres Wahlfach)
- $55 + 10 + 100 = \underline{165 \text{ VE}}$ (mit entspr. Wahlfach II)
- $55 + 10 + 210 = \underline{275 \text{ VE}}$ (mit entspr. Wahlfach I)
- $55 + 10 + 210 + 100 = \underline{375 \text{ VE}}$ (mit entspr. Wahlfach I und Wahlfach II)

Vgl. DLM-Curriculum: 179 VE (one size fits all)

