

Bachelorstudiengang Öffentliche Betriebswirtschaft/Public Management

Modul	42 – Verwaltungsmarketing		
Semester	5. Fachsemester (Wintersemester)		
Lehrveranstaltungen	Verwaltungsmarketing (V) DE		
Leistungsumfang	4 SWS	5 Credits	150 h Workload (45 h Präsenzstudium, 105 h Selbststudium)
Teilnahmebedingungen	–		
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Elmar Hinz		
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Öffentliche Betriebswirtschaft/Public Management		

1. Qualifikationsziele
Ausgehend vom betriebswirtschaftlichen Marketing-Konzept können die Studierenden geeignete Instrumente für die öffentliche Verwaltung identifizieren und verwenden. Sie können verschiedene Erscheinungsformen des Marketings voneinander abgrenzen, das Zusammenspiel von Strategien und Instrumenten planen sowie einfache Methoden der Marktforschung anwenden. Konzipierte Kampagnen können die Studierenden mit Bezug auf die gesamte Verwaltungsorganisation auswerten.
2. Empfohlene Vorqualifikation
Verwaltungswissenschaften (Modul 07), Management öffentlicher Organisationen (Modul 08)
3. Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Transfer des betriebswirtschaftlichen Marketing-Konzepts auf die außenorientierte Verwaltung • Erscheinungsformen in der öffentlichen Verwaltung (u.a. Stadtmarketing, Social Marketing) • Anwendung in Verwaltungsbetrieben <ul style="list-style-type: none"> • Strategien und Konzepte • Marktforschung • Instrumente u.a. aus dem Bereich der Produktpolitik (insb. Qualitätsmanagement) und der Kommunikationspolitik (Corporate Identity, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) • Beitrag des Marketingcontrollings zur wirkungsorientierten Verwaltungsführung • aktuelle Themen wie z.B. Fundraising und Verwaltungsinnovationen
4. Lehr- und Lernformen, Arbeitsaufwand
Vorlesung mit aktiver Einbeziehung der Studierenden (45 h); Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen u.a. durch Lesen von Literatur (40 h); Bearbeitung von Fallbeispielen und Übungsaufgaben (35 h), Besprechung im Rahmen der Lehrveranstaltung; Klausurvorbereitung (30 h).
5. Leistungsnachweise
Gruppenarbeit (Teilleistung), Klausurarbeit (90 Minuten) (Teilleistung).
6. Literatur
BRUHN, Manfred: <i>Marketing für Nonprofit Organisationen</i> , 2. Auflage, Stuttgart 2012; HOMANN, Klaus: <i>Marketing für Kommunalverwaltungen: eine abnehmerorientierte Marketingkonzeption für den kommunalen Bereich</i> , Berlin 1995; SCHARF, Andreas; SCHUBERT, Bernd; HEHN, Patrick: <i>Marketing: Einführung in Theorie und Praxis</i> , 6. Auflage, Stuttgart 2015; WESSELMANN, Stefanie; HOHN, Bettina: <i>Public Marketing</i> , 3. Auflage, Wiesbaden 2012. Weitere Literaturhinweise werden zu Beginn der Lehrveranstaltung gegeben.
7. Studieninhalte nach Ziff. 6 des Positionspapiers der Innenministerkonferenz vom 24. Juni 2005
Verwaltungsbetriebswirtschaft (100%)