

Name des Moduls: NW15 Nachhaltigkeits-Marketing		
Prüfung: NW15 Nachhaltigkeits-Marketing	LV.-Nr.:	ECTS-Punkte: 5 CP
Empfohlene Einordnung: A Semester	Pflichtkennzeichen: [WPF]	Lehrveranstaltungssprache: Deutsch /Englisch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Carola Strassner	Modulturnus: WiSe, SoSe	Information zur Anmeldung:
Lehrende: Prof. Dr. Carola Strassner		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> • den untragbaren Zustand des gegenwärtigen Konsums verstehen • verschiedenen Typen des ‚nachhaltigen Verbrauchers‘ unterscheiden • Kaufbarrieren für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen unterscheiden und Überwindungsansätze einordnen • Marketingansätze für bzw. mit Nachhaltigkeit, Konzepte und Werkzeuge kritisch analysieren • Bestehende Marketingansätze weiterentwickeln und ausgewählte Marketing-Tools anwenden • Geeignete akademische und fachpraktische Ressourcen zu Marketingthemen finden und zusammenstellen 	
Prüfungsform- und umfang	Siehe aktuelle Prüfungstermin- und Prüfungsformliste	
Lehrform	<ul style="list-style-type: none"> • Seminar 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingmanagement, Marketingplanung • Marktforschung und Konsumentenforschung, Öko- o.a. Kundensegmentierung • Greenwashing / grünes Image • Auserwählte Marketing-Tools, z.B. Konkurrenzanalyse • Themenorientierter Ansatz, der unternehmerische bzw. organisationale Belange als Ausgangspunkt der zu erarbeitenden Inhalte nutzt (Fallbeispiel(e)) 	
Workload	Präsenzveranstaltung (2 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	30 h 120 h 150 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundlagen des Marketing	
Formale Voraussetzungen		
Literaturempfehlungen	Marketing Grundlagen: Kotler Nachhaltigkeits Marketing Grundlagen: Belz Nachhaltigkeit vermarkten: Sachs & Finkelpearl Focus Theory: Cialdini	