

Sommersemester 2008

BA Kurseinheit Wahlpflichtfach

Modul B 12

Bezeichnung der Kurseinheit Sozialmarketing

Semester	6
Semesterwochenstunden	2
Kontaktzeit	32
Selbststudium	28

Lehrsprache	deutsch
Vorgesehene Gruppengröße	nn
Leistungspunkte (ETCS)	2

Dozent: Prof. Dr. Joachim Birzele & wissenschaftliche Mitarbeiterin Edeltraud Botzum

Kurzbeschreibung der Veranstaltung

Gegenstand	Marktorientiertes Denken ist aufgrund veränderter ökonomischer Rahmenbedingungen immer wichtiger für Profit- und Nonprofit-Organisationen im Gesundheits- und Sozialbereich. Dabei ist das Gebiet des Sozialmarketing eine der bedeutendsten, wenn es darum geht, die soziale Organisationen im Wettbewerb zu vermarkten. Folgende Fragen spielen eine Rolle: Können beim Sozialmarketing die Ansätze des klassischen Marketing übernommen werden? Welche Besonderheiten sind zu beachten, wenn Sozialmarketing professionell betrieben werden soll?
Lernziel	Nach erfolgreichem Abschluss dieser Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, die wichtigsten Konzepte des Sozialmarketing zu identifizieren und zu erklären. Im einzelnen sollen sie die klassischen Marketingkonzepte auf ihre Übertragbarkeit in die Gesundheits- und Sozialwirtschaft überprüfen können sowie einen Transfer der Marketinginstrumente auf konkrete Praxisprobleme vornehmen können.
Inhalte	Inhaltliche Schwerpunkte der Veranstaltung sind: Gegenstand und Problembereiche des Sozialmarketing, Typologisierung von Aufgaben und Institutionen des Sozialmarketing, Strategische Aspekte: Analyse und Planung im Sozialmarketing, Operative Aspekte: Einsatz von Marketinginstrumenten im Sozialmarketing
Methode	Vorlesung, Gruppenarbeit, Präsentationen
Vermittelte Schlüsselqualifikationen:	Die Studierenden lernen strukturiert berufspraktische Probleme im Bereich des Sozialmarketings zu analysieren und Transferleistungen an ausgewählten Praxisbeispielen vornehmen zu können. Darüber hinaus werden grundlegende Schlüsselqualifikationen wie Sozial-, Handlungs- und Methodenkompetenz eingeübt.
Empfehlung	Eingeschriebener Studierender am RheinAhrCampus für die Studiengänge Gesundheits- und Sozialwirtschaft.

Bewertung	Studienleistung in Form von Präsentationen sowie Ausarbeitung eines Themas. Es handelt sich um eine Teilmodulprüfung, die mit 25 % in das Gesamtmodul eingeht.
Literatur	Birzele, H.-J., Thieme, L.: Sozialmarketing. Wochenschau-Verlag, Schwalbach/Ts., 2007. Weitere Literatur wird im Laufe der Veranstaltung bekannt gegeben

Erstellungsdatum: 11.8. 2008
