



Syllabus der Lehrveranstaltung am CDHK					
Fakultät	Wirtschaftswissenschaften, Sino-German School for Postgraduate Studies (CDHK)				
Veranstaltungstitel	Marktforschung im Innovationsmarketing				
Veranstaltungsform	Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/>	Übung <input checked="" type="checkbox"/>	Seminar <input type="checkbox"/>	Projekt <input type="checkbox"/>	Andere <input type="checkbox"/>
Veranstaltungszeit	Jahr 2018/19	SS <input type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/>	Course Code	2130288	
Verantwortlich	Lehrstuhl Prof. Dr. HAN Zheng		Dozent Prof. Dr. Justin Becker		
Kontaktdaten	E-Mail justin.becker@alumni.tu-berlin.de		Tel./WeChat +49 172 3185595		
Sprechstunde	nach Vereinbarung				

1. Termine (Datum/ Zeit/ Raum)

13:30-17:00: 17. Sep 18. Sep 19. Sep 21. Sep; 9:30-11:00: 26. Sep

CDHK 305

Siping Campus

2. Lernziele

- Innovationsprozess kennen und verstehen
- Bedingungen für eine Go-/No-Entscheidung selbstständig analysieren und vorbereiten
- Besonderheiten des Markteintritts kennen
- Grundlegende Methoden der Marktforschung unterscheiden
- Spezifische Methoden der Marktforschung im Kontext von Innovationen auswählen
- Marktforschungspläne entwickeln
- Erhebungen durchführen

Die Veranstaltung vermittelt ... (in % - Summe = 100)

Fachkompetenz	30	Method. Kompetenz	40	Systemkompetenz	10	Sozialkompetenz	20
---------------	----	-------------------	----	-----------------	----	-----------------	----

3. Lehrinhalte

1. Grundlagen des Innovationsmarketings
2. Innovationsprozess
3. Markteintritt und Markteintrittsstrategien
4. Grundlagen der Marktforschung
5. Methoden der Marktforschung
6. Marktforschungsplan
7. Praxisteil: Erhebung durchführen und auswerten

4. Unterrichtssprache

Deutsch



5. Arbeitsaufwand	
Vorlesung: 15 h Gruppenarbeit: 13 h Kursvorbereitung: 30 h Prüfungsleistung: 2 h Total: 60 h	
ECTS	2 ECTS
<p>Anmerkung: ECTS Credit Points (CP) sind ein Maß für den zeitlichen Aufwand, den durchschnittliche Studierende aufwenden müssen um das Lernziel eines Moduls erfolgreich zu erreichen. Der Arbeitsaufwand pro ECTS entspricht 30 Arbeitsstunden. Zu dem zeitlichen Aufwand zählt neben der Kontaktzeit (z.B. Vorlesung, Übung, Praktikum) zusätzlich die Vor- und Nachbereitung, die Bearbeitung von Übungsaufgaben, das Anfertigen von Seminararbeiten, die Prüfungsvorbereitung usw.</p>	

6. Leistungsbewertung
<p><u>Mündliche Teilnahme (20 %)</u> Es wird erwartet, dass sich die Studenten aktiv in der Vorlesung beteiligen. Insbesondere sollen sie sich mit ihren eigenen Erfahrungen in Diskussionen einbringen.</p>
<p><u>Gruppenarbeit (40 %)</u> Im Rahmen einer Gruppenarbeit soll eine Marktforschung eigenständig geplant und so weit wie möglich durchgeführt werden. Die Ergebnisse sollen anschließend mit einer kurzen Präsentation (15 Min.) vorgestellt werden.</p>
<p><u>Prüfungsleistung (40 %)</u></p>

7. Literaturhinweise, Skripte			
Print-Unterlagen vorhanden?	<input type="checkbox"/>	Erhältlich:	
Digitale Unterlagen vorhanden?	<input checked="" type="checkbox"/>	Erhältlich:	Das Skript und weitere Unterlagen werden den Studenten rechtzeitig vor der Vorlesung zur Verfügung gestellt.
<p><u>Begleitlektüre:</u> Trommsdorff, V. & Steinhoff, F. 2013, Innovationsmarketing, Vahlen Verlag (2., vollst. überarb. Aufl.). Trott, P., 2016, Innovation Management and New Product Development, Pearson Education Limited (6. Aufl.). Berekoven, L. & Eckert, W. & Ellenrieder, P., 2009, Marktforschung, Gabler Verlag (12. Aufl.). van Hamersveld, M & de Bont, C. (eds.), 2007, Market Research Handbook, John Wiley (5. Aufl.). Journal of Product Innovation Management</p>			



8. Sonstiges

In diesem Kurs werden verschiedene Lehr- und Lernformen angewendet. Dazu zählen das Rezipieren von Texten, Diskussionen, Fallstudienarbeit und Präsentationen. Einerseits vermittelt der Dozent grundlegendes Fachwissen, andererseits werden die Studenten angehalten, ihre eigenen Erfahrungen in den Kurs einzubringen. Insbesondere in der Gruppenarbeit wird das Gelernte an einem praktischen und realen Beispiel angewendet. Auf diese Weise werden Inhalte gefestigt und die Verwendung in der Praxis geübt.