

Abschluss- bericht

Einsatz einer
kostenpflichtigen
Fallstudie im Rahmen
der Lehre



Erstellt von

**Postdoc-Ass.
Svenja
Diegelmann**

Abteilung für Marketing und
Internationales
Management, Fakultät für
Wirtschafts- und
Rechtswissenschaften

Mai 2024





Neues Semester, neuer Masterkurs, neues Co- Teaching-Team



Im Sommersemester 2023 wurde der Kurs bereits schon einmal angeboten (damals mit 33 Studierenden). Nun, im Sommersemester 2024, fand der Kurs mit rund 50 Studierenden statt.



Kurs
und Studierende

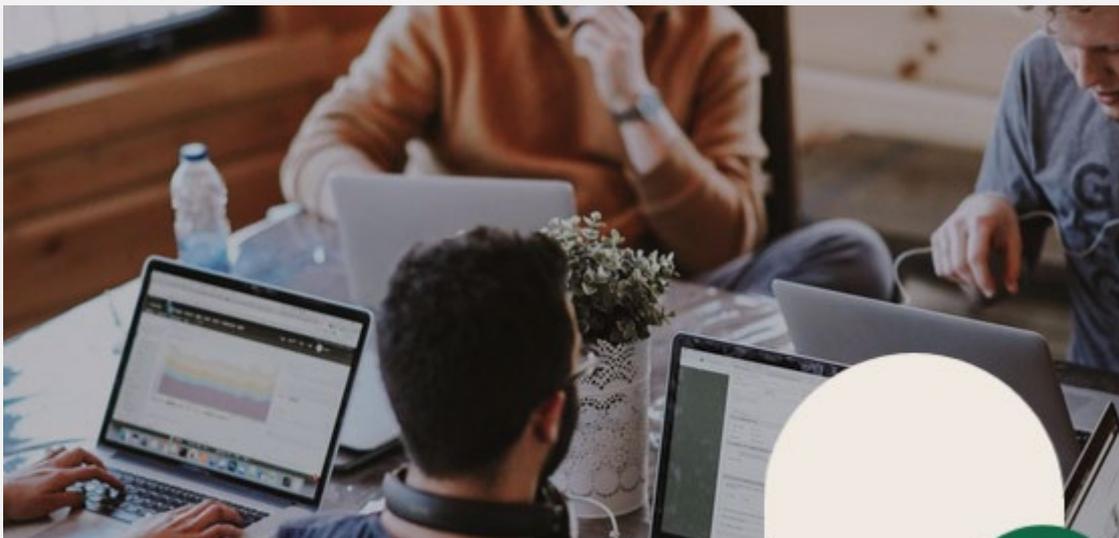


In diesem Sommersemester unterrichteten den Kurs und Parallelkurs Advanced Marketing 2: Digital Marketing Strategy and Analytics an der W&R Fakultät Dr. Johann Giertz (Deutschland) und ich, Svenja Diegelmann, im Co-Teaching.

- Ziele des Kurses waren die
- Kompetenzen der Studierenden im Bereich Digitales Marketing-Management und Marketing-Analytik zu fördern, und
 - ihnen qualitative und quantitative Konzepte für Digitales Marketing-Management zu vermitteln.

01

Der Kurs & die Studierenden



Die Studierenden sollten in die Lage versetzt werden, Analysen von Online-Marketing-Daten durchzuführen und daraus praktische Implikationen für die Marketingpraxis herzuleiten.

01

Der Kurs & die Studierenden



In diesem Semester kamen die Studierenden vor allem aus den Masterprogrammen Betriebswirtschaft; Media and Convergence Management; Management, Economics and Data Science; und Information Management.
... eine diverse Studierendengruppe, viele spannende Gruppenarbeiten und reger Austausch.

Der Kurs war als Blockkurs konzipiert, mit Teil 1 in KW 19 und Teil 2 in KW 20.

02

Der Kurs & die Studierenden



14.05.2024, Raum N.2.57



kahoot! Quizze
am 13.05. und 14.05.2024



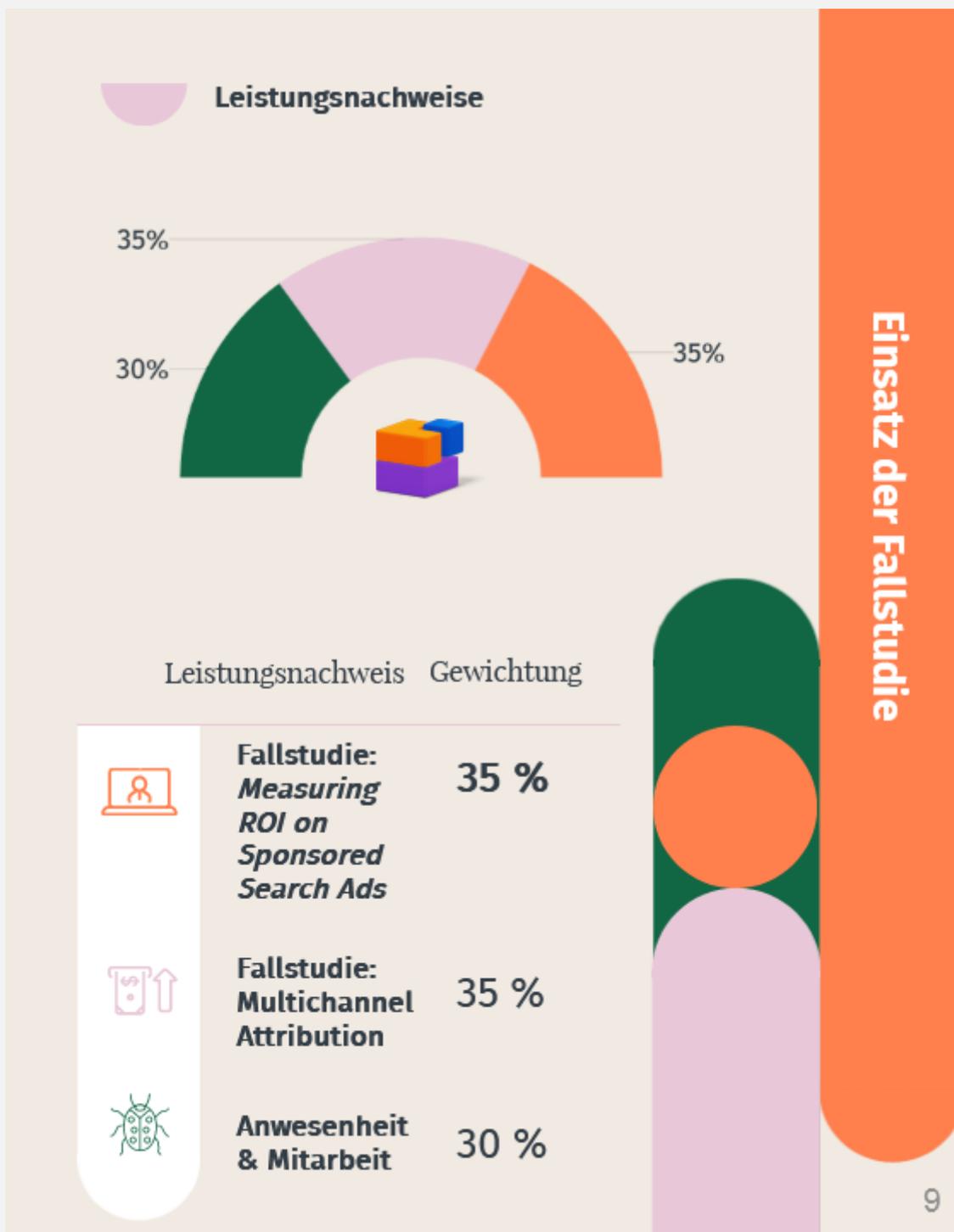
13.05.2024, Raum Z.1.08



14.05.2024, Raum N.2.57

Impressionen aus dem Kurs







Im Kurs kam die kostenpflichtige Fallstudie *Measuring ROI on Sponsored Search Ads* (<https://www.thecasecentre.org/products/view?id=145765>) zum Einsatz, welche Dank der großzügigen Unterstützung des W&R Fördervereins allen Kursteilnehmenden zugänglich gemacht werden konnte.

Sie stellte einen Leistungsnachweis-Teil dar.



Einsatz der Fallstudie



Im Rahmen der Fallstudienarbeit sammelten die Studierenden alle relevanten Informationen aus dem Fallstudientext und den Daten heraus und führten Datenanalysen durch. Dabei bearbeiteten sie die Marketing-Daten selbstständig.

Durch den Fallstudieneinsatz konnten verschiedene Themenbereiche abgedeckt werden; darunter Werbekampagnen, Werbestrategien, digitales Marketing, Marketingmanagement, quantitative Analysen und Return on Investment (ROI)-Berechnungen.

Während der Fallstudienarbeit setzten die Studierenden die in der Lehrveranstaltung vermittelten Inhalte praktisch um.



Einsatz der Fallstudie

Vielen, vielen Dank.

Im Namen des Co-Teaching-Teams, Dr. Johann Giertz und Dr. Svenja Diegelmann, und auch im Namen der Studierenden, möchten wir uns ganz herzlich beim W&R Förderverein für die großzügige Unterstützung bei der Anschaffung der kostenpflichtigen Fallstudie für die Lehre in diesem Sommersemester bedanken.

Durch die finanzielle Unterstützung des Fördervereins konnte jedem Studierenden ein Zugang zur Fallstudie ermöglicht werden und so das praxisnahe Lernen gefördert werden.



Fazit
und Dankeschön

