

Modulbezeichnung	RW 10: Vertiefende Aspekte der Wirtschaftsförderung	
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Regionalmanagement und Wirtschaftsförderung	
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben Kenntnisse über die wichtigsten Theorien des raumbezogenen Marketings - haben Kenntnisse über die relevanten Standorttheorien und aktuellen Entwicklungen in der kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderung - können das endogene Potenzial der Region und seine Verankerung in Marketingstrategien und strukturpolitische Konzepte analysieren - können moderne Instrumenten der Wirtschaftsförderung anwenden - können regionale Strategien und Konzepte erarbeiten 	
Lehrinhalte	<p>Regional- und Stadtmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Besonderheiten des raumbezogenen Marketings - Institutionalisierung des Regional-, Stadt- und Citymarketings - Stadtmarkenführung - Digitales Stadtmarketing - Bedeutung von Stadtevents - Herausforderungen des raumbezogenen Marketings vor Ort <p>Aktuelle Herausforderungen und Themen der regionalen und überregionalen Wirtschaftsförderung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Standorttheorien und Branchenstrukturen - Clustertheorien und -konzepte / Standortentwicklung - Erfolgsmessung und -kontrolle in der Wirtschaftsförderung - Zukunft(sstrategien) der Wirtschaftsförderung 	
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht, Übungen	
Modulsprache	Deutsch	
Voraussetzungen	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Empfohlen wird der vorherige Besuch des Moduls 8</p>	
Prüfungsleistung	Klausur 2 h	
Kreditpunkte	9	
Arbeitsaufwand	Präsenzzeiten	90
	Selbststudium	180
Schwerpunkte im Selbststudium	Literaturstudium	
Angebot des Moduls	Wintersemester	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Lahner	
Lehrende/r	Prof. Dr. Lahner, Dr. Behnen	