

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Regionalmarketing und -management		04-Geo-RegMM-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Geographie und Regionalforschung		Institut für Geographie und Geologie
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
Behandlung der konzeptionellen Ansätze und Instrumente des Regionalmarketings und Regionalmanagements sowie Vorstellung und Diskussion regionaler Fallbeispiele.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden erhalten vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Instrumenten der räumlichen Planung und Entwicklung und entwickeln die Fähigkeit zur Einschätzung von Konzepten und des Einsatzes von Instrumenten.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Referat (ca. 45 Min.) und Hausarbeit (ca. 20 S.) Prüfungsturnus: jährlich, WS Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
20 Plätze. Übersteigt die Anzahl der Bewerber/-innen die Zahl der verfügbaren Plätze, so erfolgt die Teilnehmerauswahl nach Studienfortschritt (Anzahl der Fachsemester). Bei Gleichrang entscheidet das Los. Nachträglich freiwerdende Plätze werden im Nachrückverfahren verlost.		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Angewandte Humangeographie (2015) Master (1 Hauptfach) Angewandte Humangeographie (2017)		