

Pilotprojekt mit der Universität Tübingen in den Bereichen Marketing, Informatik und Psychologie in Zusammenarbeit mit Herrn Tigges.

Praxisbezug

Viele Universitäten wünschen sich mehr Praxisbezug und würden sich freuen, wenn ihre Seminar- oder Hausarbeitsthemen nach der Bewertung nicht ad acta gelegt, sondern in der Praxis eingesetzt und genützt würden.

Interdisziplinäre Teamarbeit

Das Studium vermittelt qualifiziertes Fachwissen in der jeweiligen Fachdisziplin. Aber die meisten Nachwuchskräfte können erst im späteren Berufsleben die Erfahrung machen, in Teams zusammenzuarbeiten, die sich aus völlig verschiedenen Bereichen zusammensetzen.

Daraus wurde die Idee geboren und entwickelt, reale Kundenprojekte aus den Bereichen Internet und E-Commerce mit der Universität durchzuführen. Engagierte Studenten erhalten die Möglichkeit, statt einem üblichen Seminar ein Praxis-Oberseminar zu belegen, mit dessen Teilnahme sie ebenfalls einen Schein für die Examenszulassung erwerben können. Zusätzlich erhalten die Studenten noch ein Praktikumszeugnis über die Kundenprojektarbeit.

Die Aufgabenverteilung der Bereiche:

Marketing

Nach Durchführung einer umfassenden Markt- und Zielgruppenanalyse ist eine E-Marketingstrategie mit Inhalten, Schwerpunkten, E-Shop-Strategie im B2B (Business-to-Business) und B2C (Business-to-Customer) sowie eine Strategie zur Bewertung des Werbeauftrittes zu erarbeiten.

Informatik

Auf Basis der entwickelten Marketingstrategie wird das digitale Erscheinungsbild geschaffen (Screen-Design), anschließend werden die Navigation und die Inhalte programmiert. Nach technischer Analyse der kundenseitigen Anforderungen wird die passende E-Shop-Lösung für Händler und Consumer umgesetzt und programmiert.

Psychologie

Neben der Begleitung der visuellen Gestaltung und Implementierung aller wahrnehmungspsychologischen Erkenntnisse werden Motivationsstrategien eingebunden (z.B. Sicherheit, Motivation zum Kauf etc.)



Aussagen der Professoren:

Lehrstuhl Marketing

Herrn Tigges ist mit der Initiierung dieser Zusammenarbeit ein großartiger Wurf gelungen, der für alle Seiten sehr gewinnbringend und befruchtend ist. Die Studenten erhalten Einblick in namhafte Unternehmen und können dadurch praxisorientierte Marketingstrategien entwickeln.

Lehrstuhl Informatik

Besonders begeistert hat uns die Attraktivität der Aufgabe und die dadurch verbundene Motivationssteigerung unserer Studenten. Ihre Ergebnisse in der Software-Analyse, der anschließenden Planung und Umsetzung werden konkret in der Praxis eingesetzt und landen nicht nur in der Schublade.

Abteilung Allgemeine Psychologie und Methodenlehre

In der Kooperation zwischen Herrn Tigges und der Universität sehe ich eine hervorragende Möglichkeit, den Studierenden der Fächer Arbeits-, Betriebs-, Markt-, Werbe- und Medienpsychologie schon während ihres Studiums praxisnahe Arbeiten im gleichzeitigen Kontakt mit Praktikern und Hochschullehrern anzubieten. Das realisiert die immer geforderte Synthese von Theorie und Praxis. Ich kann den Initiatoren nur gratulieren und bin dankbar für das Angebot, das sie unseren Studierenden machen.