

Bayreuth, 15. Feb. 2024

B 1-6 Forschungsprojekt

Strategische Marketingberatung in der Praxis: Entwicklung einer Next-Level-Marketingstrategie für die „Initiative Innovationskunst“

Ein Managementberatungsprojekt in Kooperation mit der Metropolregion Nürnberg

(Sportökonomie D-2;

MeKuWi B-4, C-4, D-4.1, D-4.2 und D-6.1 und D-6.2 nach Absprache;

BWL (Bachelor) Modul H, I: Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing)

Liebe Studierende,

im kommenden Sommersemester 2024 bieten wir gemeinsam mit der Geschäftsstelle der **Metropolregion Nürnberg** ein betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt im Bereich der strategischen Marketingplanung an.

Dabei sind Sie als Studierende gefragt, als BeraterIn oder Beratung im Team unter Anleitung erfahrener Managementberater eine **Marketingstrategieberatung** durchzuführen. Dabei entwickeln Sie konkrete Marketingmaßnahmen. Ihre innovativen Ideen sollen die „Initiative Innovationskunst“ der Metropolregion Nürnberg auf das „Next Level“ heben.

Die Initiative Innovationskunst, gegründet 2018, ist ein Zusammenschluss ansässiger, innovationsstarker Unternehmen und wissenschaftlicher Einrichtungen, die ihre Aktivitäten bündeln, um die Metropolregion Nürnberg als attraktiven Lebens- und Arbeitsraum für technikaffine Studierende und Fachkräfte bekannter zu machen und diese als Fachkräfte für die Region zu gewinnen.

Der angeschlossene **Projektbeirat** (bestehend aus VertreterInnen der Geschäftsstelle Metropolregion Nürnberg, sowie der Unternehmen DATEV, Siemens und Baumüller) fungiert als Projektträger in Ihrem Beratungsprojekt. Als Ihr „Kunde“ setzt der Projektbeirat gezielt darauf, Ihre erarbeiteten Ergebnisse in die Tat umzusetzen.

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30, 95447 Bayreuth

Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132

c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de

Im Folgenden finden Sie nähere Informationen zum Projekt sowie zu den Inhalten der Veranstaltung:

Zielsetzung der Initiative Innovationskunst:

- *Sichtbarkeit* und *Aufmerksamkeit* außerhalb der Region verstärken (Deutschland sowie Ausland)
- *Reichweite* in den Zielgruppen erhöhen
- Konkreten *Call-to-Action* in den Zielgruppen etablieren
- *Mehr Involvement* der Zielgruppen bei den Maßnahmen erreichen (z. B. User-Generated-Content), d.h. zusätzlicher Schwerpunkt auf Dialog und Verbindung

Ihre Aufgabenstellung:

- Entwicklung einer *Kampagnenstrategie* und *Kampagnenmechanik* ausgehend von den Informationsbedürfnissen der Zielgruppen (welche Themen/welche Botschaften, welche Touchpoints entlang der Candidate Journey)
- Erstellung eines *Marketingmaßnahmenplans* (Playbook) 2024 – 2026; inkl. konkreten KPIs zur Erfolgsmessung; wünschenswert ist die Kategorisierung von Maßnahmen in „low media budget“, „medium“, „premium“
- Pitch des Marketingplans vor dem Projektträger

Ablauf:

Die Veranstaltung wird als Projektsprint in der Woche vom **24. Juni – 28. Juni 2024** stattfinden. Der Projektbeirat wird sich zum Kick-Off zu Beginn der Projektwoche persönlich bei Ihnen vorstellen und weitere Hinweise zur Aufgabenstellung geben.

Begleitet wird die Projektwoche unter anderem von Experten der Managementstrategieberatung, darunter Dr. Pablo Neder (Geschäftsführer bei The Ringsight GmbH) und Dr. Andreas Winter (Senior Consultant bei The Ringsight GmbH), welche Ihnen die theoretischen Grundlagen zur Erstellung eines Marketingplans und die Praxis der Marketingstrategieberatung vermitteln. Weitere Einheiten zur Theorie sind in den Ablauf der Projektwoche integriert (e.g., Problem Framing, Identifizierung von Personas, Data Storytelling, Pitch Design).

Die theoretische Anleitung soll Ihnen dabei als Hilfestellung dienen, Ihr Expertenwissen bei der Erstellung des Marketingplans anzuwenden. Diesen werden Sie in Kleingruppen innerhalb der Projektwoche erarbeiten. Die Ergebnisse der Gruppenarbeit werden abschließend am **05. Juli 2024** vor dem Projektbeirat und Projektträger, am DATEV IT-Campus in Nürnberg, vorgestellt.

Zielgruppe:

Engagierte Bachelor- und Master-Studierende mit Interesse an Strategie, ausgeprägter Teamfähigkeit und hoher intrinsischer Motivation.

Anrechnung:

- BWL (Masterstudiengang): B 1-6 Forschungsprojekt
- Sportökonomie (Masterstudiengang): D-2
- MeKuWi: B-4, C-4, D-4.1, D-4.2 und D-6.1 und D-6.2 nach Absprache
- BWL (Bachelorstudiengang): Modul H, I: Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing

Bewerbung:

Die Bewerbung für das Forschungsprojekt ist bis **Montag, 22. April 2024** möglich.

Inhalt der Bewerbung: Kurzes Motivationsschreiben (fünf Sätze zur Frage „Was kann ich zum Projekt beitragen?“).

Senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung bitte an helen.bommel@uni-bayreuth.de und lisa-marie.merkl@uni-bayreuth.de.

Terminübersicht:

- **24. Juni 2024** ab 10:15 Uhr: Kick-Off und Einführung durch den Projektbeirat vor Ort in Bayreuth
- **24. Juni 2024 – 28. Juni 2024:** Projektsprint in Gruppenarbeit; begleitet durch Praxisvortrag und weitere Einheiten zur Theorie
- **05. Juli 2024** ab 10:00 Uhr: Abschlusspräsentationen vor dem Projektbeirat am DATEV IT-Campus in Nürnberg

Bei Fragen zu diesem Forschungsprojekt wenden Sie sich bitte an Frau Helen Bommel (helen.bommel@uni-bayreuth.de) oder Frau Lisa-Marie Merkl (lisa-marie.merkl@uni-bayreuth.de).

gez. Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten
Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30
95447 Bayreuth, Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132
c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de