



Kurscode

GIS_D_GEOMARKETING

Termine

2 mal pro Jahr

Kursdauer

3 Monate

Anrechnung

Wahlpflichtfach
UNIGIS MSc,
UNIGIS Professional,
UNIGIS eXpress

Anmeldeschluss

jeweils 1 Woche vor
Start

Wertigkeit
(Credits)

6 ECTS

Modulsprache

Deutsch

Ihr Lernerfolg

Das Modul bietet eine theoretische und methodische Einführung in das Geomarketing. Einer der Basis-Bausteine dazu ist das „Handbuch Geomarketing“ von Michael Herter und Karl-Heinz Mühlbauer. Ein besonderes Augenmerk wurde auf die Praxisrelevanz und die Aktualität der angebotenen Ressourcen gelegt. Dabei werden Informationen der führenden Anbieter von Marktdaten und Software in Übungen und Aufgaben verwendet. Sie lernen grundlegende Methoden des Geomarketings von Geokodierung über Standortanalyse bis zu Vertriebs- und Absatzplanung kennen.

Neben Basis- und Hintergrundinformationen werden auch praktische Übungen mit dem Software- und Daten-Paket MarktAnalyst, einer Erweiterung zu ArcGIS von infas GEOdaten, durchgeführt. Für das UNIGS Modul wurde dazu ein eigenes Paket zusammengestellt, das länderübergreifend Daten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz beinhaltet.

Folgende Lerneinheiten erwarten Sie im Modul

- Einführung in das Geomarketing
- Datengrundlage - Geodaten
- Datengrundlage - Marktinformationen
- Werkzeuge und Funktionen
- Standortanalyse
- Geokodierung
- Potential- und Marktanalysen
- Vertriebs- und Absatzplanung/ Außendienststeuerung
- Mikrogeographische Analyse
- Werbeoptimierung
- Expansionsplanung
- Logistik und Geomarketing
- Neukundengewinnung
- Geoinformationen und Datenschutz
- Ausblick und Trends





Lehrbeauftragter:
Mag. Paul Schreilechner

paul.schreilechner@bgis.at

Paul Schreilechner studierte Biologie/ Fachrichtung Botanik mit dem Nebenfach „physische Geografie und Fernerkundung“ an der Universität Salzburg. Nach dem Studium gründete er die BGIS GmbH für die er bis heute geschäftsführend tätig ist. Seit 2008 ist er an der eoVision GmbH beteiligt, wo er auch aktiv in der Geschäftsführung mitarbeitet. 2004-2006 hatte er die Geschäftsführung des Salzburger GIS-Clusters inne. Sein beruflicher Werdegang zeichnet sich durch eine Breite an Anwendungsgebieten aus: Naturschutz, Geodateninfrastrukturen, Geomarketing, Fernerkundung, Location Based Services aus. Sein Lehrauftrag im UNIGIS-Kontext nimmt er nicht alleine deswegen mit viel Engagement wahr.

Lehr- und Lernmethoden

Die Absolvierung des Moduls erfolgt im Modus eines betreuten Selbststudiums auf der Basis eines angeleiteten, explorativen Lernprozesses. Theoretische Konzepte werden durch praxisnahe Übungsteile und multimediale Elemente ergänzt und veranschaulicht. Durch den Einsatz eines Diskussionsforums bleiben die Studierenden sowohl untereinander als auch mit dem Lehrbeauftragten in ständigem Kontakt. Nach Abschluss des Moduls ist eine Evaluierung durch die Studierenden vorgesehen, welche der ständigen Qualitätskontrolle dient.

Software und verwendete Literatur

ArcGIS 9.3.1, Extension: MarktAnalyst

HERTER M. & K.-H. MÜHLBAUER (Hrsg.) (2008): Handbuch Geomarketing. Heidelberg: Wichmann.

INFAS GEODATEN GMBH (Hrsg.) (2. Aufl.): Marktführer Geomarketing. Bonn.

INFAS GEODATEN GMBH (Hrsg.): MarktAnalyst Tutorial.

Voraussetzungen

Grundlegende GIS-Kenntnisse, grundlegender Umgang mit der Software ArcGIS 9.x

Leistungsfeststellung

Zur Leistungsfeststellung sind modulbezogene Aufgaben zu lösen und über die Lernplattform einzureichen. Neben den Aufgaben gibt es Übungen, die in unterschiedlichem Maße auf die Erfüllung eines Aufgabenziels vorbereiten und zum besseren Gesamtverständnis des Stoffes beitragen. Sie bilden eine optionale Lernkomponente und werden von dem Lehrbeauftragten bei der Gesamtbewertung nicht berücksichtigt.

