



1	LBT.22.017	Kennzeichnung und Marketing der Verpackung		
2	Modultitel (englisch)	Labeling and Marketing of Packaging		
3	Verantwortlichkeiten	Prof. Dr. Marco Ebert		
4	Credits	6		
5	Studiengänge	LBT	Master Lebensmittel- und Bioprodukttechnologie Wahlpflichtmodul für alle Vertiefungsrichtungen im 1. oder 2. Semester	Version 2022
		FCE	Master Food Chain Environments Wahlpflichtmodul im 1. Semester	Version 2022
6	Turnus und Dauer	Wird im Sommersemester über ein Semester angeboten.		
7	Voraussetzungen	keine		
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten			
9	Benotung und Berechnung	Das Modul wird benotet. Die Berücksichtigung der Modulnote in der Gesamtnotenberechnung ist dem jeweiligen Prüfungsplan zu entnehmen.		
10	Prüfungsleistung	I M 5	Mündliche Prüfung im Umfang von 5 Minuten, Gewichtung: 1-fach und	
		II AR 10	Präsentation in der Gruppe (10 Minuten / Studierendem) mit Abgabe der erstellten Verpackung, Gewichtung: 2-fach	
11	Prüfungsvorleistung	I TNW	Teilnahme am Praktikum und	
		II AHA	Erstellung einer entsprechenden Dokumentation	
		Überprüfung erfolgt durch die*den Dozierenden		
12	Veranstaltungen und Arbeitsaufwand			
	I	LBT.22.017.10	Kennzeichnung und Marketing der Verpackung Vorlesung, 2 SWS	32 h
	II	LBT.22.017.20	Kennzeichnung und Marketing der Verpackung Praktikum, 2 SWS	32 h
	III		Eigenständige Vor- und Nachbereitung, Gruppenarbeit inkl. Erarbeitung der Präsentation und der Verpackung, Prüfungsvorbereitung	116 h
				Gesamt: 180 h
13	Lehrpersonal	Prof. Dr. Marco Ebert, N. N.		
14	Unterrichtssprache	Deutsch		
15	Inhalte	Der Verpackung und deren Kennzeichnungselemente werden ein erheblicher Stellenwert im Lebenslauf der Produkte beigemessen. Wird in diesem Produktzyklus besonders der Entscheidungsprozess des Kaufens und Wiederkaufens produktabhängig in den Vordergrund gerückt, so wird eine Zusammenarbeit der technologischen und der ökonomischen bzw. marketingorientierten Bereiche erforderlich, um ein stetes positives Erfolgsergebnis zu erzielen. Diese interdisziplinäre Aufgabenteilung wird in Theorie und Praxis technologisch, kennzeichnungsrechtlich und marketingmäßig aufbereitet.		

Hierfür geben die Dozierenden zu Beginn des Moduls mehrere Themen an die Studierenden aus, die selbstständig in Kleingruppen bearbeitet werden. Dabei geht es v. a. um die Entwicklung eines produktspezifischen Marketingkonzeptes, einer rechtskonformen Kennzeichnung und auch einer Verpackung für ein selbst hergestelltes Produkt. Es sollen die klassischen Phasen einer Produktentwicklung, von der Produktidee bis zur Markteinführung theoretisch betrachtet werden. Dabei ist eine dem Produkt optimal angepassten Verpackung theoretischen zu entwickeln und - soweit dies möglich ist - herzustellen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Entwicklung eines marketingwirksamen und rechtskonformen Musteretiketts.

In der Vorlesung werden anhand von Beispielen bestimmte Teilaspekte der Kennzeichnung und eines produktspezifischen Marketingkonzeptes erläutert.

- | | | |
|----|-----------------------|--|
| 16 | Lernziele/-ergebnisse | Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ein rechtskonformes Konzept für die Entwicklung eines neuen Produktes aus produkttechnologischer, lebensmitteltechnologischer und marketingorientierter Sicht, einschließlich der Verpackung zu entwickeln. |
| 17 | Lehr-/Lernformen | Lehrvortrag, Übung, Projektarbeit, Gruppenarbeit, Fallstudienarbeit, Diskussion, Referat, Problemorientiertes Lernen (POL), Recherche, Literaturstudium |
| 18 | Literatur | Spezifische Literatur wird in den jeweiligen Vorlesungen empfohlen. Standardwerke sind: <ul style="list-style-type: none">- Vaih-Baur C, Kastner S.: Verpackungsmarketing: Fallbeispiele - Trends – Technologien. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag GmbH, neuste Auflage- Buchner N.: Verpackung von Lebensmitteln. Berlin: Springer-Verlag GmbH, neuste Auflage- Han JH. (Ed.): Innovations in Food Packaging. Heidelberg: Elsevier, neuste Auflage |
| 19 | Weitere Informationen | - |