



# Modulübersicht Studienschwerpunkt „Marketing“ im Master BWL

Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing  
KW30 2020

# Ankündigung

## Wahlpflichtmodule Studienschwerpunkt Marketing ab WiSe 20/21

- Der Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing, bietet **Masterstudierenden der BWL** seit **SoSe 20** die Möglichkeit, einen **Studienschwerpunkt Marketing** zu erzielen.
- Werden erfolgreich die **Wahlpflichtmodule** im Umfang von **min. 32 LP aus dem Schwerpunktbereich** absolviert und die **Masterarbeit** am Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing bearbeitet, so kann auf schriftlichen Antrag beim Prüfungsausschuss der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät die Schwerpunktbildung **im Zeugnis ausgewiesen** werden.
- Die einzubringenden **LPs** für den **Studienschwerpunkt Marketing** sind ab WiSe 20/21:

- **MW36 Marketing Management und Digitale Transformation<sup>1</sup>** 8 LP
- **MW37 Advanced Marketing Research und Management<sup>1</sup>** 8 LP
- **MW38 Opportunity Recognition<sup>2</sup>** 8 LP
- **MW58 Sustainability Management Instruments and Theories<sup>3</sup>** 8 LP
- **MW92 Marktpsychologie** 8 LP

*Für den Ausweis des Schwerpunkts ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen MW36 und MW37 (bzw. MW05 für Studierende nach PO 2016 oder älter) erforderlich.*

**= Min. 32 LP**

**+ Masterarbeit**

# Ergänzende Information

## Neue Wahlpflichtmodule MW36 und MW37 ab WiSe 20/21

- **Im SoSe 20** wird das **Wahlpflichtmodul MW05 Marketing** das **letzte Mal als 16LP-Modul** angeboten.
- **Ab WiSe 20/21** erfolgt eine **Aufteilung in zwei 8LP-Wahlpflichtmodule**:
  - **MW36 Marketing Management und Digitale Transformation**  
(Angebot im WiSe; umfasst die Kurse MW05-K1, -K5, -K6)
  - **MW37 Advanced Marketing Research und Management**  
(Angebot im SoSe; umfasst die Kurse MW05-K2, -K3, -K4)
- **Prüfungen<sup>1</sup> in den neuen 8LP-Modulen sind erstmalig ab WiSe 20/21 möglich.**
- **Bis SoSe 21** werden zudem **weiterhin Prüfungen in MW05** angeboten<sup>1</sup>:
  - SoSe 2020: 2 mögliche Prüfungstermine MW05
  - WiSe 20/21: 2 mögliche Prüfungstermine MW05
  - SoSe 2021: 1 möglicher Prüfungstermin MW05
- **Kurse und Inhalte** der 8LP-Module und des 16LP-Moduls **entsprechen einander** – es erfolgen lediglich Namensänderungen einzelner Kurse (Vgl. „Marketing-Haus“).

*Modulbeschreibungen*



# Ergänzende Information

## Belegung MW92 für den Studienschwerpunkt Marketing

- Seit SoSe 20 wird für **Masterstudierenden der BWL** ein **neues 8LP-Wahlpflichtmodul in Kooperation** mit dem Institut für Experimentelle Psychologie angeboten, welches bei erfolgreicher Absolvierung in den Studienschwerpunkt aufgenommen werden kann:
  - **MW92 Marktpsychologie**
- Das Modul besteht aus **zwei Kursen**:
  - Kurs 1: Allgemeine Psychologie I: Wahrnehmung und Denken (SoSe)
  - Kurs 2: Angewandte Kognitive Psychologie (WiSe)
- Nähere Infos entnehmen Sie bitte der **Modulbeschreibung** (s. QR-Code).
- Interessierte Studierende können sich **für die Teilnahme ab SoSe 21** beim Prüfungsausschuss der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät **bewerben**.
- Den **Bewerbungsschluss** und die Modalitäten gibt der Prüfungsausschuss **rechtzeitig vor Beginn des SoSe**s auf seiner Website **bekannt**.
- Die Zahl der TeilnehmerInnen ist auf **zehn Studierende pro Studienjahr** festgelegt. Überschreitet die Anzahl an Bewerbungen die Plätze, so entscheidet das Los.

MW92: Marktpsychologie			Studiengang		W	
Modulnummer	ECTS-Punkte	Modultyp	Studiensemester	W	W	W
Marktpsychologie	8	2 und 5	2 und 5			
Lehrveranstaltungen:			Zweit Semester			
			Kurs 1	Kurs 2	Wahlpflicht	Wahlpflicht
Kurs 1: Allgemeine Psychologie I: Wahrnehmung und Denken (SoSe)			60h	120h	30h	30h
Kurs 2: Angewandte Kognitive Psychologie (WiSe)			30h	30h	30h	30h
<b>Leistungs- und Kompetenzprofile</b>						
<p><b>Basiskompetenzen</b> (gemäß angereicherter Abschluss des Moduls):          die zentrale psychologischen Theorien und Forschungsbefunde aus dem Bereich der Wahrnehmung, kognitive Wahrnehmung, soziale Wahrnehmung, Sprachwahrnehmung, Hören, Sinneswahrnehmung, gustatorische und olfaktorische Wahrnehmung und des Denkens (Induktion, Deduktion, Inferenzschlüsse, Urteilsbildung) (Ergebnis und Kernkompetenzen):          Entscheidungsfindung, Urteile erheben und komplexer Probleme lösen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wesentlichen kognitionspsychologischen Forschungsgebiete und Theorien aus dem Bereich der Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Lernen, Gedächtnis und Entscheidungsfindung werden wiedergegeben und deren Anwendung in der der Forschung, insbesondere die zentrale Theorien sind (Ergebnis und Kernkompetenzen) auf dem Bereich der Werbepsychologie und der Angewandten Psychologie verstanden</li> <li>- die zentrale Theorien sind (Ergebnis und Kernkompetenzen) auf dem Bereich der Werbepsychologie und der Angewandten Psychologie auf angewandte Probleme zum Beispiel in Marketing und Werbung und bei der Entscheidungsfindung, Innovation und evidenzbasierte Entscheidungsfindung für die Praxis übertragen</li> </ul>						
<b>Spezialkompetenzen</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wissenschaftliches Denken</li> <li>- Analytische Fähigkeiten</li> <li>- Fähigkeit zur Anwendung grundlagenwissenschaftlicher Theorien</li> <li>- Lern- und Leistungsbereitschaft</li> </ul>						
<b>Noten</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Wahrnehmung (soziale Wahrnehmung, auditive Wahrnehmung, Sprachwahrnehmung, Hören, Sinneswahrnehmung, gustatorische und olfaktorische Wahrnehmung, Igitationswahrnehmung, Aufmerksamkeit, Hören und sprachliche Sprache</li> <li>2. Mustererkennung, Objektmerkmale, Gedächtnis, Entscheidungs- und Problemlösen</li> <li>3. Werbepsychologie, Anwendungsgebiete</li> </ul>						
<b>Spezial:</b>						
<b>Kursarbeit und Diskusst:</b>						



# Ergänzende Information

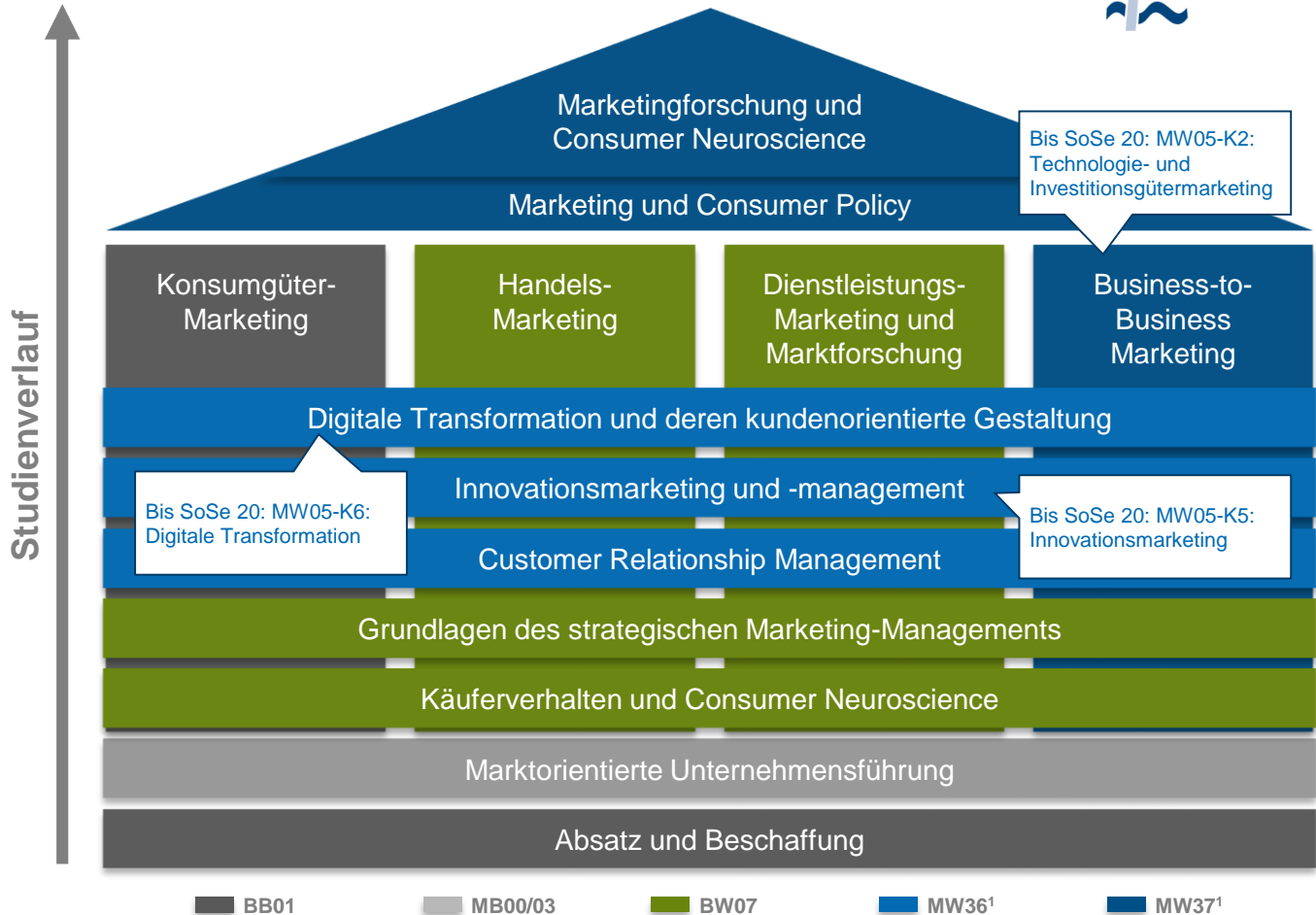
## Belegung MW38 für den Studienschwerpunkt Marketing

- Für die Ausweisung des **Studienschwerpunkt Marketing** kann die erfolgreiche Absolvierung des folgenden **Wahlpflichtmoduls von Herrn Prof. Engelen** hinzugezogen werden:
  - **MW38 Opportunity Recognition**
- Nähere Informationen zu diesem Modul entnehmen Sie bitte der Website des Lehrstuhls unter *management.hhu.de*.

# Ergänzende Information

## Belegung MW58 für den Studienschwerpunkt Marketing

- Für die Ausweisung des **Studienschwerpunkt Marketing** kann die erfolgreiche Absolvierung des folgenden **Wahlpflichtmoduls von Herrn Prof. Hahn** hinzugezogen werden:
  - **MW58 Sustainability Management Instruments and Theories**
- Nähere Informationen zu diesem Modul entnehmen Sie bitte der Website des Lehrstuhls unter *sustainability.hhu.de*.



# Ihre Ansprechpartnerin bei Rückfragen

## Sprechstunde nach Vereinbarung

- Alena Bermes, M.Sc.
  - E-Mail: [alena.bermes@hhu.de](mailto:alena.bermes@hhu.de)
  - Telefon: 0211/81-11543

