



Modulübersicht Studienschwerpunkt „Marketing“ im Master

Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing
KW38 2020

Ankündigung

Wahlpflichtmodule Studienschwerpunkt Marketing

- Der Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing, bietet **Masterstudierenden der BWL und VWL** 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.
- Mögliche einzubringende **LPs** für den **Studienschwerpunkt Marketing** sind ab WiSe 20/21:

- **MW36 Marketing Management und Digitale Transformation¹**
- **MW37 Advanced Marketing Research und Management¹**
- **MW38 Opportunity Recognition²**
- **MW58 Sustainability Management Instruments and Theories³**
- **MW92 Marktpsychologie⁴**

8 LP

8 LP

8 LP

8 LP

8 LP

Für den Ausweis des Schwerpunkts ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen MW36 und MW37 (bzw. MW05 für Studierende vor PO 2020) verpflichtend.

Darüber hinaus müssen zwei der drei weiteren Wahlpflichtmodule des Schwerpunktbereichs (MW38, MW58, MW92) belegt werden.



Min. 32 LP



Masterarbeit

Ankündigung

Beantragung des Schwerpunktausweis

- Die Ausweisung des Studienschwerpunkts erfolgt auf **schriftlichen Antrag beim Prüfungsausschuss** der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät.
- Nähere Informationen entnehmen Sie bitte der **Website des Prüfungsausschusses** unter wiwi.hhu.de/studiendekanat-pruefungsausschuss – dort finden Sie u.a. auch detaillierte **Informationen zu den benötigten Angaben**.



HHU Start ▶ WiWi Fakultät ▶ Studiendekanat & Prüfungsausschuss ▶ Schwerpunktausweis

Ergänzende Information

Neue Wahlpflichtmodule MW36 und MW37 ab WiSe 20/21

- **Im SoSe 20** wurde 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)
- **Prüfungen¹** in den **neuen 8LP-Modulen** sind **erstmalig ab WiSe 20/21 möglich** – die MW36-Prüfung wird dabei entsprechend des Kursangebotes im WiSe, die MW37-Prüfung im SoSe angeboten.
- **Bis SoSe 21** werden zudem **weiterhin Prüfungen¹ in MW05** angeboten:
 - 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**, beginnend jeweils ab SoSe, beim Prüfungsausschuss der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät **bewerben**.
- Den **Bewerbungsschluss** und die Modalitäten gibt der Prüfungsausschuss **rechtzeitig vor Beginn des SoSes** 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	
Modulnummer	ECTS-Punkte	Modultitel	Studiensemester	Wahl des Moduls	
09000012	8	Marktpsychologie	2. und 3.	Zwei Semestre	
Lehrveranstaltungen:				Kurs 1	Kurs 2
				60h	60h
Kurs 1: Allgemeine Psychologie I: Wahrnehmung und Denken (SoSe)				60h	60h
Kurs 2: Angewandte Kognitive Psychologie (WiSe)				60h	60h
Leistungs- und Kompetenznachweise:				60h	60h
Leistungs- und Kompetenznachweise:				60h	60h
Beschreibung des/der angestrebten Abschluss(es) des Moduls: die zentrale psychologischen Theorien und Forschungsgebiete aus dem Bereich der Wahrnehmung, kognitive Wahrnehmung, soziale Wahrnehmung, Sprachwahrnehmung, Markt, Semantik, gestalterische und olfaktorische Wahrnehmung und des Denkens (Induktion, Deduktion, implizites/explicites Lernen und Umgang mit Konfliktreaktionen, Entscheidungsfindung, Urten und ethischer Problemlösungssysteme).					
die wesentlichen fachspezifischen Fachkompetenzen und Theorien aus dem Bereich der Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Lernen, Gedächtnis und Entscheidungsfindung werden erlangt und diese Kompetenzen in der der Forschung, insbesondere die zentrale Theorien und Forschungsgebiete aus dem Bereich der Wahrnehmung und Entscheidungsfindung werden erlangt.					
die zentrale Theorien und Forschungsgebiete aus dem Bereich der Wahrnehmung, Gedächtnis und Entscheidungsfindung auf angewandte Probleme zum Beispiel in Marketing und Werbung und bei der Studiengangsbeurteilung innerhalb und überbetriebliche Empfindlichkeit für die Praxis ableiten.					
Schlüsselkompetenzen: - Wissenschaftliches Denken - Analytische Fähigkeiten - Fähigkeit zur Anwendung grundlagenwissenschaftlicher Theorien - Lern- und Leistungsbereitschaft					
Inhalte: 1. Wahrnehmung soziale Wahrnehmung, auditive Wahrnehmung, Sprachwahrnehmung, Markt, Semantik, gestalterische und olfaktorische Wahrnehmung, kognitive Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, implizites und explizites Lernen 2. Markenkenntnis, Markenbewertung, Entscheidungsfindung und Problemlösung 3. Werbepflicht, Werbepflicht					
Sprache: Fachsprache des Moduls					



Ergänzende Information

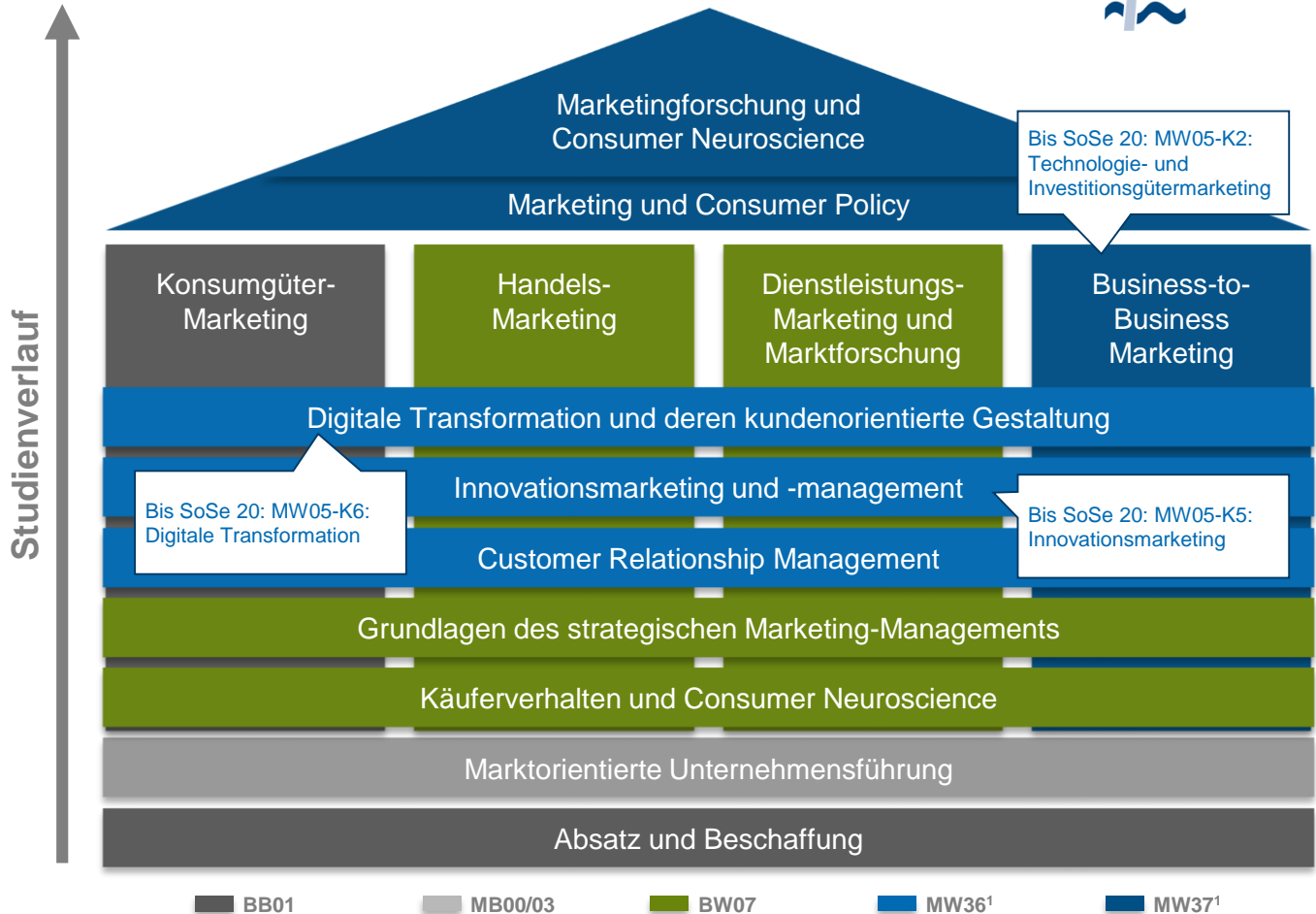
Belegung MW38 für den Studienschwerpunkt Marketing

- Für die Ausweisung des **Studienschwerpunkts 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 **Studienschwerpunkts 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*.



Bis SoSe 20: MW05-K2:
Technologie- und
Investitionsgütermarketing

Bis SoSe 20: MW05-K6:
Digitale Transformation

Bis SoSe 20: MW05-K5:
Innovationsmarketing

Ihre Ansprechpartnerin bei Rückfragen

Sprechstunde nach Vereinbarung

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

