

Gültig für 2024.FS

<b>Modulbezeichnung: Recht im Marketing</b>	
Modulkürzel	w.BA.XX.3RiM-MA.XX
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden erkennen die Chancen und Risiken der rechtlichen Rahmenbedingungen zur Gestaltung des Wettbewerbsauftritts von Unternehmen und deren Marketingmassnahmen.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	<b>Modultyp:</b> Pflichtmodul
	<b>Studienabschnitt:</b> Hauptstudium
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Zentrum für Unternehmensrecht
Modulverantwortung	Marc Schwenninger (sema)
Modulverantwortung Stellvertretung	-
Spezifische Vorkenntnisse	Aufbau und Grundlagen der Rechtsordnung.
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § kennen die Unterschiede der verschiedenen geistigen Eigentumsrechte. § erkennen den Mehrwert und die Gefahren der Immaterialgüterrechte für den Wettbewerbsauftritt von Unternehmen. § können die lauterkeitsrechtlichen Rahmenbedingungen für den Wettbewerbsauftritt von Unternehmen anwenden. § kennen spezialgesetzliche Branchenregulierungen zum Marktauftritt von Unternehmen und deren Produkte. § kennen die Grundlagen des schweizerischen und europäischen Datenschutzrechts. § kennen die Grundlagen zur Haftung für fehlerhafte Produkte. § können die rechtlichen Grundlagen und Voraussetzungen des Markenrechts auf Brandingprojekte im Unternehmen anwenden und in solche Projekte praxisgerecht einfließen lassen. § kennen die Grundzüge des Medienrechts.

Inhalte des Moduls	§ Die Regeln des fairen Wettbewerbs - Das Lauterkeitsrecht § Die Schweizerische Lauterkeitskommission § Der Werbe- und Marketingkodex der Internationalen Handelskammer ICC § Das Markenrecht § Das Urheberrecht § Das Design- und Patentrecht § Die Preisbekanntgabeverordnung, das Werben mit Preisen und Rabatten § Branchenregulierungen I - Arzneimittel, Lebensmittel § Branchenregulierungen II - Alkohol, Konsumkredite, Finanzdienstleistungen, Guerillamassnahmen, Verkaufsförderungsspiele § Produkthaftpflicht, Produktsicherheit und LCA § Datenschutzrecht Schweiz § Datenschutzrecht EU § Die Grundzüge des Medienrechts		
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf: w.BA.XX.3CCBM-MA.XX w.BA.XX.3PDM-MA.XX		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben	<b>Eingesetzte Sozialformen:</b> Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	Reader		
Unterrichtsgliederung	<b>Kontaktstudium</b>	<b>Begleitetes Selbststudium</b>	<b>Autonomes Selbststudium</b>
Grossklasse	28 h	-	
Kleinklasse	28 h	20 h	
Gruppenunterricht	-	6 h	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
<b>Total</b>	<b>56 h</b>	<b>26 h</b>	
<b>Leistungsnachweise</b>			
<b>Modulendprüfung</b>	<b>Form</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
Mündliche Prüfung		15	100,00 %
<b>Hilfsmittel</b>	Erlaubte Hilfsmittel werden zu einem späteren Zeitpunkt kommuniziert.		
<b>Andere</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
Gruppenarbeit und -präsentation Brandingprojekt	Pass/Fail	-	-
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Andere Präsenzpflcht für die Gruppenarbeit und deren Präsentation.		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pfichtliteratur	Unterlagen und Literatur gemäss Angaben im Semesterprogramm und in den Folien zum Unterricht.		
Ergänzende Literatur	-		
Bemerkungen	Sollte die Gruppenarbeit nicht bestanden werden, besteht die Möglichkeit einer Nachbearbeitung.		