

2019.FS

Modulbezeichnung: Integrierte Projekte: Vertiefung 'Fact Based Marketing'	
Modulkürzel	w.MA.XX.IPM.14HS
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage die erworbenen Methoden – und Fachkenntnisse im Rahmen praktischer Forschungsprojekte unter Anleitung im Team umzusetzen. Sie berücksichtigen dabei die anerkannten wissenschaftlichen Standards und erbringen eine identifizierbare Eigenleistung. Als zentrales Element der gesamten Studienleistung ermöglichen die wissenschaftlichen Projekte die praktische Einübung der im Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ vermittelten Kenntnisse anhand praktischer Forschungsarbeit.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Specialization in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	Modultyp: Pflichtmodul
ECTS	9
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management Ltg.
Modulverantwortung	Oliver Thomas (thol)
Modulverantwortung Stellvertretung	-
Spezifische Vorkenntnisse	MSc Module gemäss Modultafel
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... § verstehen die jeweils ausgewählten Forschungsmethoden. § eignen sich spezifisches Fachwissen an. § denken interdisziplinär. § stellen den Praxisbezug her. § trainieren überfachliche Fähigkeiten. § hinterfragen die gewonnenen Erkenntnisse (kritisches Denken). § betten eine Fragestellung in den Unternehmenskontext ein. § entwickeln Projektvorschläge für Kunden. § verfassen Projektreports an Kunden. § erarbeiten eigenständig ein verlaufs-offenes Forschungsprojekt.
Inhalte des Moduls	§ Projektmanagement; Projektstrukturen § Marktforschungsmethoden verschiedener Ausprägungen § Datenauswertung § Management des eigenen Teams § Kommunikation mit Kunden

Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Fallstudien § Projektarbeit § Literaturstudium § Diskussion § Präsentation	Eingesetzte Sozialformen: Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Lehrvideos		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
Vorlesung	-	-	
Übung	-	-	
Projektarbeit	-	-	
Seminar	-	-	
Total	0 h	0 h	270 h
Leistungsnachweise			
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-	-	-	-
Hilfsmittel	-		
Andere			
	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung
Schriftliche Arbeit	Note	-	70,00%
Referat/mündliche Präsentation	Note	15	30,00%
Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.			
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Präsenzverpflichtung bei Gruppenarbeiten und in der mündlichen Präsentation obligatorisch		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	Fallweise verschieden		
Ergänzende Literatur	-		
Bemerkungen	Der Leistungsnachweis schliesst eine Präsentation mit ein. Für diese Präsentation besteht Anwesenheitspflicht. Sanktion bei Nichtteilnahme: Fail und Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote beim betreffenden Gruppenmitglied.		