

BSc BO – Marketing – Kurzbeschriebe Module

Der Studiengang BSc Betriebsökonomie wurde überarbeitet und mit neuen Modulen ergänzt. Mit Studienbeginn ab Herbst 2025 profitieren Sie in der Vertiefung **Marketing** von untenstehenden überarbeiteten oder neu konzipierten Modulen. Die ausführlichen Modulbeschreibungen werden ab dem Zeitpunkt der Erstdurchführung des jeweiligen Moduls an dieser Stelle aufgeschaltet.

Customer Insights 6 ECTS-Credits	Faktenbasierte Marketingentscheidungen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse bestehender und potenzieller Kund:innen ermöglichen: Primärdaten erheben (mit Experimenten oder Umfragen), aufbereiten, analysieren, visualisieren und interpretieren
Service Marketing & B2B Marketing 3 ECTS-Credits	Besonderheiten von Service- und B2B-(Business-to-Business-)Marketing und ihre Bedeutung für das operative Marketing; Anwendung von Analysewerkzeugen für die Ermittlung branchenspezifischer Besonderheiten, um darauf aufbauend ein Marketingkonzept zu erstellen
Customer Relationship Management 6 ECTS-Credits	Erschliessen und Ausschöpfen von Kundenpotenzialen; Vermittlung theoretischer Grundlagen und praktischer Werkzeuge, die zum Aufbau und zur Pflege von (profitablen) Kundenbeziehungen entlang des Kundenlebenszyklus notwendig sind; Transformation vom Kundenwert zum Unternehmenswert
Product Development Management (English) 6 ECTS-Credits	Modern product development: theories, methods, and tools for the management and innovation of products and services in different phases of the product lifecycle – from initial idea to launch. Students work on various practical cases and create a concept for a successful product launch
Corporate Communication & Branding 6 ECTS-Credits	Kommunikation als Bindeglied im Unternehmensmarketing zwischen Marke (Unternehmensidentität) und Markt; verschiedene Instrumente der Unternehmenskommunikation und der Markenführung (Brand Management); digitale Kommunikation
Legal Aspects of Marketing 6 ECTS-Credits	Rechtliche Rahmenbedingungen zur Gestaltung des Wettbewerbsauftritts von Unternehmen und deren Marketingmassnahmen. Spezifische rechtliche Aspekte im Marketing wie z. B. in den Bereichen Onlinemarketing, Datenschutz, Produkthaftung, Immaterialgüterrecht kennenlernen
Customer Experience Management 6 ECTS-Credits	Schaffung nachhaltiger Kundenloyalität und langfristiger Kundenbindung; Methoden und Instrumente für die Erstellung und Gestaltung von Kundenerlebnissen; Entwicklung von Touchpoints und Customer Journeys
Digital Marketing Project Management 6 ECTS-Credits	Neue Entwicklungen im digitalen Marketing (u. a. Mobile Marketing, Suchmaschinenmarketing, Social Media Marketing, Marketing Automation, AI im Marketing); Projektmanagement; selbstständige Erarbeitung (Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle) eines digitalen Marketingprojekts für ein Unternehmen
Marketing Data Analytics & Controlling 6 ECTS-Credits	Marketingmethoden und Datenanalyse-Techniken anwenden (mittels Simulation), Marketing Reports, Marketing Controlling, faktenbasierte Entscheidungen aus Marketingdaten für die Optimierung des Geschäftsmodells ableiten
Bachelor Thesis 15 ECTS-Credits	Selbstständige schriftliche Bearbeitung eines betriebsökonomischen Problems im Bereich Marketing mit wissenschaftlichen Methoden