

Im Studiengang MSc Business Administration – Major Marketing werden ab dem Frühlingssemester 2027 teilweise neue Wahlpflichtmodule angeboten. Die ausführlichen Modulbeschreibungen werden ab dem Zeitpunkt der Erstdurchführung des jeweiligen Wahlpflichtmoduls an dieser Stelle aufgeführt. Bis dahin können Sie hier die Kurzbeschriebe der Wahlpflichtmodule einsehen.

Corporate Communication 3 ECTS-Credits	In diesem Modul lernen die Studierenden, wie Unternehmen ihre Kommunikation strategisch planen und umsetzen, um ein konsistentes Unternehmensbild und eine starke Reputation aufzubauen.
Content Marketing 3 ECTS-Credits	Dieser Kurs vermittelt Expertise im Content Marketing mit Schwerpunkt auf strategischer Content-Entwicklung und effektiver Distribution. Die Studierenden lernen, wie Content entlang des Marketing Funnels (See - Think - Do - Care) eingesetzt wird, um Sichtbarkeit zu erhöhen, Leads zu generieren und die Kundenbindung zu stärken. Der Kurs behandelt das PESO-Modell (Paid, Earned, Shared, Owned) und zeigt auf, wie diese Kanäle strategisch verknüpft werden können. In diesem praxisorientierten Kurs arbeiten die Studierenden mit Tools wie dem Content Catalog und Google Notebook LM, analysieren reale Fallstudien und entwickeln im Team Website-Assessments sowie zielgerichtete Meta-Kampagnen.
Experience Economy 3 ECTS-Credits	Das Modul behandelt die Transformation von traditionellen produkt- und dienstleistungsorientierten Märkten hin zu erlebniszentrierten Wertschöpfungsmodellen. Studierende lernen zentrale Modelle und Konzepte der Experience Economy kennen und verstehen. Der Fokus liegt dabei auf der Freizeit- und Unterhaltungsindustrie, wo die Prinzipien der Erlebnisökonomie besonders ausgeprägt sind. Das Modul vermittelt, wie Erlebnisse strategisch konzipiert, professionell inszeniert und systematisch gemessen werden können, um nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg zu generieren.
Digital Customer Experience Management 3 ECTS-Credits	Die Studierenden analysieren in diesem Modul anhand konkreter Praxisbeispiele, wie Unternehmen Customer Experience Management (CEM) nutzen, um sich mit ihren Marken, Produkten und Dienstleistungen vom Wettbewerb zu differenzieren und langfristige Kundenbindung aufzubauen.
Consumer Trends 3 ECTS- Credits	Im Modul werden aktuelle Trends der Konsumentenverhaltensforschung aufgegriffen und diskutiert. Das Modul nähert sich dem Thema aktuelle Trends aus unterschiedlichen Perspektiven. Dabei werden zunächst die Grundlagen der Trendforschung im Bereich Konsumentenverhalten aufgearbeitet. Im Anschluss wird ein Überblick über wichtige aktuelle Trends gegeben, diskutiert und systematisiert.