

Modulbezeichnung: Customer Insights		
Modulkürzel	w.BA.XX.3Cln-MA.XX	
ECTS Credits	6	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	<p>Ein zentraler Erfolgsfaktor für die Entwicklung von Dienstleistungen und Produkten und zur Gestaltung der Kundenbeziehungen ist es, die Bedürfnisse bestehender und potenzieller Kunden zu verstehen und darauf aufbauend Entscheidungen zu treffen. Dieses Modul thematisiert den Prozess zur Sammlung, Aufbereitung, Analyse und Interpretation von Daten. Im Rahmen dessen werden verschiedene quantitative und qualitative Forschungsmethoden diskutiert sowie Konzepte und Tools zur Generierung und Nutzung kundenbezogener Informationen beleuchtet. Der Fokus liegt dabei auf einer anwendungsbezogenen Erarbeitung von Inhalten. Studierende arbeiten mit bestehenden und selbst generierten Daten. Die Daten werden dabei unter anderem auf Basis von Experimenten oder Surveys erhoben.</p>	
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management	
Modulverantwortung	Kurt Alexander Ackermann	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> 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	Modultyp Pflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Spezifische Vorkenntnisse	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Marketing Grundlagen 	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz Methodenkompetenz Sozialkompetenz Selbstkompetenz 	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Problemlösung & Kritisches Denken Wissenschaftliche Methoden Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren Nutzung von Informationen Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation Mündliche Kommunikation Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Selbstmanagement & Selbstreflexion Ethische & Soziale Verantwortung Lernen & Veränderung 	

Modulbezeichnung: Customer Insights

Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • können auf Basis von Fragestellungen aus Forschung und Praxis konkrete Forschungsfragen entwickeln. • können den grundlegenden Prozess zur Generierung von Customer Insights darlegen. • können bestehende Daten evaluieren und zielgerichtet aufbereiten. • können adäquate Studiendesigns und Fragebogen entwickeln. • können qualitative und quantitative Methoden anwenden, um Customer Insights zu generieren • können selbstständig Daten analysieren, Ergebnisse beurteilen sowie Handlungsempfehlungen ableiten und kommunizieren. 																																														
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung, Analyse und Aufbereitung von Sekundärdaten • Quantitative und qualitative Methoden zur Generierung von Customer Insights • Entwicklung und Umsetzung eines Fragebogendesigns sowie Analyse der Ergebnisse • Entwicklung, Durchführung und Analyse von qualitativen Interviews. • Entwicklung und Umsetzung eines Experimentaldesigns sowie Analyse der Ergebnisse • Capstone Projekt 																																														
Verknüpfung zu anderen Modulen	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • w.BA.XX.2Mark.XX 																																														
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrvideos • Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) • Fallstudien (inkl. Lösungen) • (Multiple-Choice)-Tests 																																														
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit • Fallstudien • Literaturstudium • Anwendungsaufgaben • Lehrvortrag • Lehrgespräch • Problemorientierter Unterricht • Übungen 	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partnerarbeit • Gruppenarbeit • Einzelarbeit 																																													
Unterrichtsgliederung	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Kontaktstudium</th> <th>Begleitetes Studium</th> <th>Autonomes Selbststudium</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grossklasse</td> <td>28 h</td> <td>28 h</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Kleinklasse</td> <td>28 h</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Übung</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Gruppenunterricht</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Projektarbeit</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Seminar</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Praktikum</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Seminar</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>56 h</td> <td>28 h</td> <td>96 h</td> </tr> </tbody> </table>				Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	Vorlesung	-	-		Grossklasse	28 h	28 h		Kleinklasse	28 h	-		Übung	-	-		Gruppenunterricht	-	-		Projektarbeit	-	-		Seminar	-	-		Praktikum	-	-		Seminar	-	-		Total	56 h	28 h	96 h
	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium																																												
Vorlesung	-	-																																													
Grossklasse	28 h	28 h																																													
Kleinklasse	28 h	-																																													
Übung	-	-																																													
Gruppenunterricht	-	-																																													
Projektarbeit	-	-																																													
Seminar	-	-																																													
Praktikum	-	-																																													
Seminar	-	-																																													
Total	56 h	28 h	96 h																																												

Modulbezeichnung: Customer Insights

Leistungsnachweise	Modulendprüfung		Dauer (Min.)	Gewichtung
	Schriftliche Prüfung	closed book		
	Hilfsmittel	spez. Taschenrechner gem. Merkblatt "Hilfsmittel"	Mit Diktionär	
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Andere			
	Präsenzpflicht bei Abschlusspräsentation			
Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none"> Kreis, H., Wildner, R. & Kuß, A. (2021). Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien. ISBN 978-3-658-32458-2. Kumar, V., Leone, R., Aaker, D. & Day, G. (2018). Marketing Research. 13. Auflage. Hoboken: Wiley. ISBN 978-1-119-49749-3. 			
Ergänzende Literatur				
Bemerkungen				