

Gültig ab 2025.HS

Modulbezeichnung: Digital Marketing Projektmanagement		
Modulkürzel	w.BA.XX.3DMP-MA.XX	
ECTS Credits	6	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	<p>In diesem Modul haben die Studierenden die Gelegenheit, sich mit der Praxis des digitalen Marketings und des Projektmanagements auseinanderzusetzen. Sie werden im Rahmen einer Fallstudie in kleinen Gruppen konkrete digitale Marketingprojekte bearbeiten. Dabei wird eine generische Auswahl an Geschäftsmodellen, Angeboten und Kampagnenszenarien zur Verfügung stehen, um den Studierenden eine breite und vielfältige Lernerfahrung zu bieten. Die Lernziele des Moduls sind breit gefächert und zielen darauf ab, die Studierenden in verschiedene Aspekte des digitalen Marketings und des Projektmanagements einzuführen: Von der Durchführung von Marktanalysen, der Identifizierung von Online- und Offline- Informationsquellen, über das Erlernen von Ideenfindungs- und Bewertungstechniken, bis hin zum Entwickeln von Fähigkeiten zur Priorisierung von Ideen und der Formulierung von Hypothesen. Insgesamt zielt dieses Modul darauf ab, die Studierenden mit den notwendigen Werkzeugen und Techniken auszustatten, um effektive und erfolgreiche digitale Marketingprojekte zu gestalten und zu managen. Gleichzeitig wird es die Fähigkeiten im Projektmanagement schärfen und das Verständnis für die Bedeutung des kontinuierlichen Lernens und der Verbesserung in der digitalen Marketingpraxis fördern.</p>	
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management	
Modulverantwortung	Marcel Hüttermann	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing</li> </ul>	
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
Spezifische Vorkenntnisse		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Methodenkompetenz</li> <li>• Sozialkompetenz</li> <li>• Selbstkompetenz</li> </ul>	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte wissen &amp; verstehen</li> <li>• Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen</li> <li>• Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemlösung &amp; Kritisches Denken</li> <li>• Wissenschaftliche Methoden</li> <li>• Arbeitsmethoden, -techniken &amp; -verfahren</li> <li>• Nutzung von Informationen</li> <li>• Kreativität &amp; Innovation</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftliche Kommunikation</li> <li>• Mündliche Kommunikation</li> <li>• Kooperation im Team &amp; Umgang mit Konflikten</li> <li>• Interkulturalität &amp; Perspektivenübernahme</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstmanagement &amp; Selbstreflexion</li> <li>• Ethische &amp; Soziale Verantwortung</li> <li>• Lernen &amp; Veränderung</li> </ul>	

# Modulbezeichnung: Digital Marketing Projektmanagement

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstehen, wie wichtig es ist, auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen und Ziele zu setzen.</li> <li>• führen Marktanalysen für digitale Marketingkampagnen durch.</li> <li>• differenzieren Kampagnenszenarien und deren Auswirkungen auf die digitale Marketingstrategie.</li> <li>• stufen Online- und Offline-Informationsquellen ein, die für digitale Marketingkampagnen relevant sind.</li> <li>• sind in der Lage, Arbeitspakete eines digitalen Marketingprojekts zu verbinden.</li> <li>• verwenden Techniken zur Synthese und Analyse von Forschungsdaten, um Projektstrategien zu entwickeln.</li> <li>• verstehen den Prozess der Entdeckung von Chancenbereichen in digitalen Marketingprojekten.</li> <li>• wenden Erkenntnisse aus der Forschung an, um Strategien für digitale Marketingkampagnen zu entwickeln.</li> <li>• entwickeln Fähigkeiten zur Priorisierung von Kampagnenideen und zur Formulierung von Hypothesen.</li> <li>• wenden Ideenfindungs- und Bewertungstechniken an, um effektive Strategien für digitale Marketingkampagnen zu entwickeln.</li> <li>• erstellen Prototypen für digitale Marketingkampagnen.</li> <li>• verstehen verschiedene Testmethoden zur Bewertung der Kampagneneffektivität.</li> <li>• generieren und verfeinern Kampagnenstrategien durch Iteration.</li> <li>• entwickeln eine Mentalität des kontinuierlichen Lernens und der Verbesserung in digitalen Marketingprojekten.</li> <li>• bewerten die Freigabe von digitalen Marketingkampagnen.</li> </ul>	
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung Digital Marketing &amp; Projektmanagement</li> <li>• Discover - Flip the Brief</li> <li>• Discover - Primary research</li> <li>• Discover - Secondary research</li> <li>• Discover - Cluster topics</li> <li>• Define - Themes &amp; Clusters, Insights, Opportunity Areas</li> <li>• Design - Ideate, Hypotheses, Evaluate</li> <li>• Deliver - Prototype, Test, Analyze</li> <li>• Deliver - Learn, Iterate, Repeat</li> <li>• Deliver - Build, Learn, Iterate, Repeat, Release &amp; Out</li> </ul>	
<b>Verknüpfung zu anderen Modulen</b>	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:	
<b>Digitale Lernressourcen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reader</li> <li>• Fallstudien (inkl. Lösungen)</li> </ul>	
<b>Unterrichtsmethoden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrgespräch</li> <li>• Übungen</li> <li>• Projektarbeit</li> <li>• Anwendungsaufgaben</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Lehrvortrag</li> <li>• Problemorientierter Unterricht</li> </ul>	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Einzelarbeit</li> </ul>

# Modulbezeichnung: Digital Marketing Projektmanagement

## Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Grossklasse	28 h	28 h	
Vorlesung	-	-	
Kleinklasse	28 h	28 h	
Übung	-	-	
Gruppenunterricht	-	-	
Projektarbeit	-	-	
Seminar	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
<b>Total</b>	<b>56 h</b>	<b>56 h</b>	<b>68 h</b>

## Leistungsnachweise

Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-			
Hilfsmittel			

Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
Referat/mündliche Präsentation	Note	Einzelarbeit	12	30.00
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	20.00
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	25	50.00

## Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium

Keine

## Pflichtliteratur

## Ergänzende Literatur

- Kreutzer, R. (2019). Online-Marketing. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ISBN 978-3-658-25359-2.
- Lammenett, E. (2019). Praxiswissen Online-Marketing. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ISBN 978-3-658-25134-5.

## Bemerkungen