

Gültig ab 2025.FS

Modulbezeichnung: Marketing Data Analytics & Controlling		
Modulkürzel	w.BA.XX.3MDAC-MA.XX	
ECTS Credits	6	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	<p>Im Modul "Marketing Data Analytics &amp; Controlling" erlernen die Studierenden, wie sie ihre Kenntnisse in Marketingmethoden und Data-Analysetechniken praktisch umsetzen können. Der Fokus liegt darauf, Studierende zu befähigen, faktenbasierte Entscheidungen aus Marketingdaten abzuleiten, um das Geschäftsmodell effektiv zu optimieren. Das Modul zielt darauf ab, ein tiefgreifendes Verständnis für die Anwendung von Datenanalyse im Marketingkontext zu entwickeln und die strategische Entscheidungsfindung zu stärken.</p>	
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management	
Modulverantwortung	Reto Heierli	
Modulverantwortung Stellvertretung	Umut Demiriz	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing</li> </ul>	
Rechtliche Grundlagen	<p>Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009</p>	
Modulkategorie	<b>Modultyp</b> Pflichtmodul	<b>Studienabschnitt</b> Hauptstudium
Spezifische Vorkenntnisse	Marketing Grundlagen	
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>• Lernen &amp; Veränderung</li> </ul>	

# Modulbezeichnung: Marketing Data Analytics & Controlling

## Lernziele des Moduls

Die Studierenden...

- sind in der Lage, Data-Analysetechniken und -tools spezifisch für Marketingzwecke anzuwenden.
- können aus Marketingdaten faktenbasierte Entscheidungen treffen und die Auswirkungen dieser Entscheidungen auf verschiedene Aspekte des Geschäftsmodells analysieren.
- können Controlling-Instrumente effektiv einsetzen, um die Effizienz und Wirksamkeit von Marketingaktivitäten zu überwachen und zu steuern.

## Inhalte des Moduls

- Datenbereinigung
- Datenanalyse
- Datenabfragen
- Personas
- Marketing Experimente
- Marketing Reports
- Marketing Controlling

## Verknüpfung zu anderen Modulen

Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:

- w.BA.XX.3CIn-MA.XX
- w.BA.XX.3CEM-MA.XX
- w.BA.XX.2Mark.XX

## Digitale Lernressourcen

- Lehrvideos

## Unterrichtsmethoden

- Problemorientierter Unterricht
- Anwendungsaufgaben
- Projektarbeit
- Lehrvortrag
- Literaturstudium

Eingesetzte Sozialformen:

- Gruppenarbeit

## Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Vorlesung	-	-	
Grossklasse	28 h	-	
Kleinklasse	28 h	-	
Übung	-	-	
Projektarbeit	-	-	
Gruppenunterricht	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
Seminar	-	-	
<b>Total</b>	<b>56 h</b>	<b>0 h</b>	<b>124 h</b>

## Leistungsnachweise

Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-			
Hilfsmittel			

Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
Data Quality Assessment	Note	Gruppenarbeit	0	40.00
Abschlusspräsentation	Note	Gruppenarbeit	20	60.00

## Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium

Andere

Gemäss Semesterplan.

## Modulbezeichnung: Marketing Data Analytics & Controlling

<b>Pflichtliteratur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rüeger, B., Merdzanovic, A. &amp; Wyss, S. (2022). Marketingmanagement Building and Running the Business. Mit Marketing Unternehmen transformieren. Versus. ISBN 978-3-8006-6839-7.</li></ul>
<b>Ergänzende Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recherche im Rahmen des autonomen Selbststudiums</li></ul>
<b>Bemerkungen</b>	