

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	Im Modul "Marketing Data Analytics & 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.	
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management	
Modulverantwortung	Reto Heierli	
Modulverantwortung Stellvertretung	Umut Demiriz	
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	Marketing Grundlagen	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none">FachkompetenzMethodenkompetenzSozialkompetenzSelbstkompetenz	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehenTheorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfenTheorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">Problemlösung & Kritisches DenkenWissenschaftliche MethodenArbeitsmethoden, -techniken & -verfahrenNutzung von InformationenKreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">Schriftliche KommunikationMündliche KommunikationKooperation im Team & Umgang mit KonfliktenInterkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">Selbstmanagement & SelbstreflexionLernen & Veränderung	

Modulbezeichnung: Marketing Data Analytics & Controlling

Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Datenbereinigung • Datenanalyse • Datenabfragen • Personas • Marketing Experimente • Marketing Reports • Marketing Controlling 																																															
Verknüpfung zu anderen Modulen	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • w.BA.XX.3CIn-MA.XX • w.BA.XX.3CEM-MA.XX • w.BA.XX.2Mark.XX 																																															
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrvideos 																																															
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Problemorientierter Unterricht • Anwendungsaufgaben • Projektarbeit • Lehrvortrag • Literaturstudium 		<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit 																																													
Unterrichtsgliederung	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <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>-</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>Projektarbeit</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Gruppenunterricht</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>Seminar</td><td>-</td><td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>Total</td><td>56 h</td><td>0 h</td><td>124 h</td></tr> </tbody> </table>					Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	Vorlesung	-	-		Grossklasse	28 h	-		Kleinklasse	28 h	-		Übung	-	-		Projektarbeit	-	-		Gruppenunterricht	-	-		Praktikum	-	-		Seminar	-	-		Seminar	-	-		Total	56 h	0 h	124 h
	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium																																													
Vorlesung	-	-																																														
Grossklasse	28 h	-																																														
Kleinklasse	28 h	-																																														
Übung	-	-																																														
Projektarbeit	-	-																																														
Gruppenunterricht	-	-																																														
Praktikum	-	-																																														
Seminar	-	-																																														
Seminar	-	-																																														
Total	56 h	0 h	124 h																																													
Leistungsnachweise	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Modulendprüfung</th><th>Form</th><th>Dauer (Min.)</th><th>Gewichtung</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Hilfsmittel</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Andere</th><th>Bewertung</th><th>Format</th><th>Dauer (Min.)</th><th>Gewichtung</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Data Quality Assessment</td><td>Note</td><td>Gruppenarbeit</td><td>0</td><td>40.00</td></tr> <tr> <td>Abschlusspräsentation</td><td>Note</td><td>Gruppenarbeit</td><td>20</td><td>60.00</td></tr> </tbody> </table>				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																	
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	<p>Andere</p> <p>Gemäss Semesterplan.</p>																																															

Modulbezeichnung: Marketing Data Analytics & Controlling

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