

Modulbezeichnung: Recht im Marketing		
Modulkürzel	w.BA.XX.3RiM-MA.22HS	
ECTS Credits	6	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden erkennen die Chancen und Risiken der rechtlichen Rahmenbedingungen zur Gestaltung des Wettbewerbsauftritts von Unternehmen und deren Marketingmassnahmen.	
Verantwortliche OE	Institut für Unternehmensrecht	
Modulverantwortung	Marc Schwenninger	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	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	Aufbau und Grundlagen der Rechtsordnung.	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	- Fachkompetenz - Methodenkompetenz - Sozialkompetenz - Selbstkompetenz	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz - Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen - Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen - Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz - Problemlösung & Kritisches Denken - Wissenschaftliche Methoden - Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren - Nutzung von Informationen - Kreativität & Innovation Sozialkompetenz - Schriftliche Kommunikation - Mündliche Kommunikation - Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten - Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz - Selbstmanagement & Selbstreflexion - Ethische & Soziale Verantwortung - Lernen & Veränderung	

Modulbezeichnung: Recht im Marketing

Lernziele des Moduls	Die Studierenden... • kennen die Unterschiede der verschiedenen geistigen Eigentumsrechte. • erkennen den Mehrwert und die Gefahren der Immaterialgüterrechte für den Wettbewerbsauftritt von Unternehmen. • können die lauterkeitsrechtlichen Rahmenbedingungen für den Wettbewerbsauftritt von Unternehmen anwenden. • kennen spezialgesetzliche Branchenregulierungen zum Marktauftritt von Unternehmen und deren Produkte. • kennen die Grundlagen des schweizerischen und europäischen Datenschutzrechts. • kennen die Grundlagen zur Haftung für fehlerhafte Produkte. • können die rechtlichen Grundlagen und Voraussetzungen des Markenrechts auf Brandingprojekte im Unternehmen anwenden und in solche Projekte praxisgerecht einfließen lassen. • kennen die Grundzüge des Medienrechts.			
Inhalte des Moduls	• Die Regeln des fairen Wettbewerbs - Das Lauterkeitsrecht • Die Schweizerische Lauterkeitskommission • Der Werbe- und Marketingkodex der Internationalen Handelskammer ICC • Das Markenrecht • Das Urheberrecht • Das Design- und Patentrecht • Die Preisbekanntgabeverordnung, das Werben mit Preisen und Rabatten • Branchenregulierungen I - Arzneimittel, Lebensmittel • Branchenregulierungen II - Alkohol, Konsumkredite, Finanzdienstleistungen, Guerillamassnahmen, Verkaufsförderungsspiele • Produkthaftung, Produktsicherheit und LCA • Datenschutzrecht Schweiz • Datenschutzrecht EU • Die Grundzüge des Medienrechts			
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf: • w.BA.XX.3PDM-MA.XX • w.BA.XX.3CCBM-MA.XX			
Digitale Lernressourcen	• Reader			
Unterrichtsmethoden	• Anwendungsaufgaben • Lehrgespräch • Lehrvortrag		Eingesetzte Sozialformen: • Gruppenarbeit	
Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
	Vorlesung	-	-	
	Grossklasse	28 h	-	
	Kleinklasse	28 h	20 h	
	Übung	-	-	
	Gruppenunterricht	-	6 h	
	Projektarbeit	-	-	
	Seminar	-	-	
	Praktikum	-	-	
	Seminar	-	-	
	Total	56 h	26 h	98 h

Modulbezeichnung: Recht im Marketing

Leistungsnachweise	Modulendprüfung		Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Mündliche Prüfung			15	100.00
	Hilfsmittel				
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Gruppenarbeit und - präsentation Brandingprojekt	Pass/Fail	Gruppenarbeit	0	0.00
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Andere Präsenzplicht für die Gruppenarbeit und deren Präsentation.				
Pflichtliteratur	• Unterlagen und Literatur gemäss Angaben im Semesterprogramm und in den Folien zum Unterricht.				
Ergänzende Literatur					
Bemerkungen	Sollte die Gruppenarbeit nicht bestanden werden, besteht die Möglichkeit einer Nachbearbeitung.				