

Gültig für 2024.FS

Modulbezeichnung: Recht im Marketing

Modulkürzel	w.BA.XX.3RiM-MA.XX	
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden erkennen die Chancen und Risiken der rechtlichen Rahmenbedingungen zur Gestaltung des Wettbewerbsauftritts von Unternehmen und deren Marketingmassnahmen.	
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
ECTS	6	
Verantwortliche OE	W Zentrum für Unternehmensrecht	
Modulverantwortung	Marc Schwenninger (sema)	
Modulverantwortung Stellvertretung	-	
Spezifische Vorkenntnisse	Aufbau und Grundlagen der Rechtsordnung.	
Beitrag des Moduls für Learning Goals 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	
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none">§ 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	<ul style="list-style-type: none"> § 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 § Produkthaftpflicht, Produktsicherheit und LCA § Datenschutzrecht Schweiz § Datenschutzrecht EU § Die Grundzüge des Medienrechts 					
Verknüpfung zu anderen Modulen	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p> <p>w.BA.XX.3CCBM-MA.XX</p> <p>w.BA.XX.3PDM-MA.XX</p>					
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> § Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben 		<p>Eingesetzte Sozialformen: Gruppenarbeit</p>			
Digitale Lernressourcen	Reader					
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium			
Grossklasse	28 h		-			
Kleinklasse	28 h		20 h			
Gruppenunterricht	-		6 h			
Praktikum	-		-			
Seminar	-		-			
Total	56 h		26 h	98 h		
Leistungsnachweise						
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung			
Mündliche Prüfung		15	100,00 %			
Hilfsmittel	Erlaubte Hilfsmittel werden zu einem späteren Zeitpunkt kommuniziert.					
Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung			
Gruppenarbeit und -präsentation						
Brandingprojekt	Pass/Fail	-	-			
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	<p>Zwingende Präsenzzeit: Andere</p> <p>Präsenzpflicht für die Gruppenarbeit und deren Präsentation.</p>					
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch					
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.					