

Gültig ab 2025.FS

<b>Modulbezeichnung: Marketing Technology</b>			
<b>Modulkürzel</b>	w.BA.XX.WPM-MT.XX		
<b>ECTS Credits</b>	3		
<b>Unterrichts- und Prüfungssprache</b>	Deutsch		
<b>Beschreibung des Moduls</b>	<p>In diesem Modul tauchen Sie tief in die Verschmelzung von Marketing und IT ein und erwerben die Fähigkeiten, um die technologischen Herausforderungen von morgen mit strategischem Geschick zu meistern. Erfahren Sie, was die Rolle des "Chief Marketing Technologists (CMT)" beinhaltet und wie Sie den Weg für das Marketing der Zukunft ebnen können. Entdecken Sie die vielfältigen Möglichkeiten und das ungenutzte Potenzial der Marketing-Technologien, während Sie lernen, sie als Instrumente der Transformation zu nutzen. Dieses Modul bietet Ihnen nicht nur theoretisches Wissen, sondern auch praxisnahe Anleitungen zur Umsetzung. Sie werden die Kunst der nahtlosen Integration von Marketing-Technologien erlernen, sodass diese zu einem integralen Bestandteil der DNA des Unternehmens werden. Darüber hinaus entwickeln Sie die Fähigkeit, Technologien zu priorisieren und auszuwählen, die perfekt mit den Geschäftszielen übereinstimmen. Egal, ob Sie ein Marketing- und / oder IT-Profi sind, oder einfach interessiert daran sind fit für die Zukunft zu sein – dieses Modul ist Ihr Tor zur Entfaltung des grenzenlosen Potenzials von Marketing-Technologie.</p>		
<b>Verantwortliche OE</b>	Fachst. Customer Management & e-Commerce		
<b>Modulverantwortung</b>	Marcel Hüttermann		
<b>Modulverantwortung Stellvertretung</b>	Michael Klaas		
<b>Studiengang und Vertiefungsrichtung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (FLEX)</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Financial Management</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management (Flex)</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Politics and Management</li> <li>• Betriebsökonomie - Vertiefung in Risk and Insurance</li> <li>• Wirtschaftsinformatik - Vertiefung in Business Information Systems</li> <li>• Wirtschaftsinformatik - Vertiefung in Data Science</li> </ul>		
<b>Rechtliche Grundlagen</b>	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009		
<b>Modulkategorie</b>	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Modultyp</b> Wahlpflichtmodul</td> <td style="width: 50%;"><b>Studienabschnitt</b> Hauptstudium</td> </tr> </table>	<b>Modultyp</b> Wahlpflichtmodul	<b>Studienabschnitt</b> Hauptstudium
<b>Modultyp</b> Wahlpflichtmodul	<b>Studienabschnitt</b> Hauptstudium		
<b>Spezifische Vorkenntnisse</b>			
<b>Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Methodenkompetenz</li> <li>• Sozialkompetenz</li> <li>• Selbstkompetenz</li> </ul>		

## Modulbezeichnung: Marketing Technology

<p><b>Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs</b></p>	<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>
<p><b>Lernziele des Moduls</b></p>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bewerten das MarTech-Reifegradniveau einer Organisation und entwickeln Strategien zur Steigerung des Reifegrades für verbesserte Leistung und Effizienz.</li> <li>• verstehen die Prinzipien des IT-Managements und der Business-IT-Ausrichtung, um eine effektive Koordination zwischen IT-Infrastruktur und Marketingstrategien zu ermöglichen und gemeinsame Ziele zu erreichen.</li> <li>• entwickeln Führungskompetenzen und erlernen Change-Management-Techniken, die notwendig sind, um die erfolgreiche Einführung und Integration von Marketing-Technologien in Organisationen voranzutreiben, und fördern eine Kultur der Innovation und kontinuierlichen Verbesserung.</li> <li>• entwickeln Kompetenz im effektiven Organisieren und Verwalten von Marketingdaten, einschliesslich Datenerfassung, -speicherung, -analyse und -interpretation, um umsetzbare Erkenntnisse zu gewinnen und fundierte Entscheidungen zu treffen.</li> <li>• erkunden die Verantwortlichkeiten und Fähigkeiten, die für die Rolle eines Chief Marketing Technologists (CMT) erforderlich sind, und verstehen Sie ihre zentrale Rolle bei der Förderung technologischer Innovationen in Marketingabteilungen.</li> <li>• lernen, strategische Pläne zur Nutzung von Marketing-Technologien zu formulieren und umzusetzen, um organisatorische Ziele zu erreichen und sich einen Wettbewerbsvorteil zu sichern.</li> <li>• erlangen die Fähigkeiten, um neue Marketing-Technologien und Softwarelösungen zu bewerten, auszuwählen und zu implementieren, und stellen sicher, dass sie mit den Geschäftsbedürfnissen und -zielen übereinstimmen.</li> <li>• erkunden die Anwendungen von künstlicher Intelligenz (KI) im Marketing und lernen, wie Sie KI-Tools nutzen können, um die Effektivität im Marketing zu steigern.</li> <li>• entwickeln die Fähigkeit, effektiv zu kommunizieren und zwischen den Marketing- und IT-Abteilungen zusammenzuarbeiten, um eine nahtlose Integration von Technologie in Marketingstrategien zu erleichtern.</li> <li>• erlangen ein umfassendes Verständnis von Marketing-Technologien, deren Funktionen und deren Auswirkungen auf moderne Marketingpraktiken.</li> </ul>
<p><b>Inhalte des Moduls</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Marketing-Technologien (MarTech)</li> <li>• Bridging Marketing &amp; IT</li> <li>• Berufsbild des Chief Marketing Technologists (CMT)</li> <li>• Implementierung neuer Technologien/Software in Unternehmen</li> <li>• IT-Management und Business-IT-Alignment</li> <li>• KI im Marketing</li> <li>• MarTech-Reifegradmodell</li> <li>• Datenorganisation und -management</li> <li>• Führung und Change-Management im Bereich MarTech</li> </ul>
<p><b>Verknüpfung zu anderen Modulen</b></p>	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• w.BA.XX.2Mark-flex.XX</li> <li>• w.BA.XX.2Mark-WIN.XX</li> <li>• w.BA.XX.2Mark.XX</li> </ul>

# Modulbezeichnung: Marketing Technology

<b>Digitale Lernressourcen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reader</li> </ul>																																						
<b>Unterrichtsmethoden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemorientierter Unterricht</li> <li>• Lehrgespräch</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Lehrvortrag</li> </ul>	Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelarbeit</li> <li>• Gruppenarbeit</li> </ul>																																					
<b>Unterrichtsgliederung</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Kontaktstudium</th> <th>Begleitetes Studium</th> <th colspan="2">Autonomes Selbststudium</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grossklasse</td> <td>-</td> <td>-</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Kleinklasse</td> <td>28 h</td> <td>-</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Gruppenunterricht</td> <td>-</td> <td>-</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Praktikum</td> <td>-</td> <td>-</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Seminar</td> <td>-</td> <td>-</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>28 h</b></td> <td><b>0 h</b></td> <td colspan="2"><b>62 h</b></td> </tr> </tbody> </table>					Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium		Grossklasse	-	-			Kleinklasse	28 h	-			Gruppenunterricht	-	-			Praktikum	-	-			Seminar	-	-			<b>Total</b>	<b>28 h</b>	<b>0 h</b>	<b>62 h</b>	
	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium																																				
Grossklasse	-	-																																					
Kleinklasse	28 h	-																																					
Gruppenunterricht	-	-																																					
Praktikum	-	-																																					
Seminar	-	-																																					
<b>Total</b>	<b>28 h</b>	<b>0 h</b>	<b>62 h</b>																																				
<b>Leistungsnachweise</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Modulendprüfung</th> <th>Form</th> <th>Dauer (Min.)</th> <th colspan="2">Gewichtung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td></td> <td></td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td><b>Hilfsmittel</b></td> <td colspan="4"></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Andere</th> <th>Bewertung</th> <th>Format</th> <th>Dauer (Min.)</th> <th>Gewichtung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Referat/mündliche Präsentation</td> <td>Note</td> <td>Gruppenarbeit</td> <td>15</td> <td>100.00</td> </tr> <tr> <td>Schriftliche Arbeit</td> <td>Pass/Fail</td> <td>Gruppenarbeit</td> <td>0</td> <td>0.00</td> </tr> </tbody> </table>				Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung		-					<b>Hilfsmittel</b>					Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	100.00	Schriftliche Arbeit	Pass/Fail	Gruppenarbeit	0	0.00					
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung																																				
-																																							
<b>Hilfsmittel</b>																																							
Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung																																			
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	100.00																																			
Schriftliche Arbeit	Pass/Fail	Gruppenarbeit	0	0.00																																			
<b>Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium</b>	Keine  Um das Modul zu bestehen, wird die Teilnahme an den Vorlesungen dringend empfohlen.																																						
<b>Pfichtliteratur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrmaterialien, Unterlagen, die auf Moodle bereitgestellt werden</li> </ul>																																						
<b>Ergänzende Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://martech.org/">https://martech.org/</a></li> <li>• <a href="https://hbr.org/2014/07/the-rise-of-the-chief-marketing-technologist">https://hbr.org/2014/07/the-rise-of-the-chief-marketing-technologist</a></li> <li>• <a href="https://chiefmartec.com/">https://chiefmartec.com/</a></li> </ul>																																						
<b>Bemerkungen</b>																																							