

Modulbezeichnung: Mobile Marketing und Online Advertising	
Modulkürzel	w.MA.XX.MMO.19HS
ECTS Credits	3
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
Beschreibung des Moduls	Nach den Grundlagen wird die Erarbeitung und Umsetzung von Strategien sowie Konzepten des online und mobilen Marketing besprochen. Die Studierende lernen die verschiedenen Instrumente und Kanäle des Mobile bzw. App Marketings sowie der online Werbewirtschaft kennen. Ein Fokus liegt in der Diskussion von neuen mobilen Technologien und Anwendungen wie z.B. Augmented Reality, Virtual Reality, Location-based Marketing oder Internet of Things für das Marketing. Die Studierenden erlernen die Planung, Durchführung und Optimierung von Digital-Marketing-Kampagnen, unter anderem beim mobilen Verkauf von Produkten und Dienstleistungen. Mobile Commerce und die Vermarktung eines Onlineshops ist genauso Thema wie das Social Commerce (z.B. Social Media Plattform und Influencer Marketing). Am Ende des Moduls wird mittels Digital Analytics und Campaign Tracking der Erfolg der digitalen Marketing- und Werbemaßnahmen analysiert. Inhalte des Buches "Mobile Marketing" von Rieber, D. werden als Vorkenntnisse erwartet.
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Florian Gasser
Modulverantwortung Stellvertretung	Frank Hannich
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Business Administration - Vertiefung in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	Modultyp Wahlpflichtmodul
Spezifische Vorkenntnisse	Eine hohe Affinität und ein Verständnis und Interesse für digitale Themen ist jedoch Voraussetzung. Erste Berufserfahrung und/oder besuchte Vorlesungen im Bereich Internet und Digital Marketing ist von Vorteil.
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz

Modulbezeichnung: Mobile Marketing und Online Advertising

Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Problemlösung & Kritisches Denken • Wissenschaftliche Methoden • Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren • Nutzung von Informationen • Kreativität & Innovation Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation • Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten • Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz <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"> • können Strategien, Konzepte und Massnahmen des Mobile Marketing und Online Advertising erarbeiten • kennen die verschiedenen Instrumente und Kanäle des Digital, Mobile und App Marketings • lernen neue mobile Technologien und Anwendungen (z.B. Augmented/Virtual Reality, Location-based Marketing, Internet of Things) • erstellen Kampagnen auf Plattformen des Mobile Marketings (z.B. Instagram, Facebook, Twitter & LinkedIn Marketing) • lernen im Mobile Commerce verschiedene Produkte und Dienstleistungen online zu vermarkten und zu verkaufen • analysieren den Erfolg des Mobile Marketing und Online Advertising (Digital & App Analytics, Campaign Tracking) • vertiefen und spezialisieren sich im Rahmen des Leistungsnachweises selbstständig in einem frei gewähltem Thema im Bereich Digital Marketing 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Perspektiven von Mobile Marketing & Online Advertising • Mobile Mediennutzung & Mobile Marketing in der digitalen Transformation • Formen und Massnahmen des Mobile Marketing & Online Advertising (z.B. Mobile Web, Mobile App, Mobile & Proximity Advertising, Social Media, Technology) • Planung, Integration, Durchführung und Optimierung von Kampagnen des Mobile Marketings und Online Advertising • Mobile Web (Website, Search, Shop, E-Mail) • Mobile App (UX, App Store, User Acquisition, Nutzerbindung) • Mobile & Proximity Advertising (Kampagnenplanung, Werbeformate, Aussteuerung und Targeting) • Mobile Social Media (Content, Messaging) • Mobile Technology (Augmented/Virtual Reality, Voice, IoT) • Mobile Commerce (Social & Voice Commerce) • Mobile Analytics, Campaign Tracking und Digital Marketing Controlling • In einem Referat (Präsentation als Teil des Leistungsnachweises) präsentieren die Studierenden die Inhalte eines selbst gewählten Themas 		
Verknüpfung zu anderen Modulen	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p>		
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Reader • Fallstudien (inkl. Lösungen) 		
Unterrichtsmethoden	<table border="0"> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Lehrvortrag • Projektarbeit </td> <td> Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrvortrag • Projektarbeit 	Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit
<ul style="list-style-type: none"> • Lehrvortrag • Projektarbeit 	Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit 		

Modulbezeichnung: Mobile Marketing und Online Advertising

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	
	Vorlesung	26 h	2 h		
	Übung	-	-		
	Projektarbeit	-	36 h		
	Seminar	-	-		
	Total	26 h	38 h	26 h	
Leistungsnachweise	Modulendprüfung		Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	-				
	Hilfsmittel				
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Schriftliche Arbeit	Note	Gruppenarbeit	0	75.00
	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	25.00
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Andere Das Referat , sprich die mündliche Präsentation (welche als Leistungsnachweis zu 25% gewichtet ist) wird ausserhalb des Studiensemesters in der Prüfungswoche erbracht. Die genauen Termine werden vom Modulverantwortlichen bekannt gegeben. Für diesen Leistungsnachweis besteht Anwesenheitspflicht. Sanktion bei Nichtteilnahme an den Präsentationen: Fail und Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote beim betreffenden Gruppenmitglied.				
Pfichtliteratur	<ul style="list-style-type: none">Rieber, D. (2017). Mobile Marketing - Grundlagen, Strategien, Instrumente. 1. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-14777-8. Gratis-Download an der ZHAW unter: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-14777-8.				
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none">Kreutzer, R. (2021). Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-12287-4. Gratis-Download an ZHAW unter: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-31990-8.Lammenett, E. (2021). Praxiswissen Online-Marketing. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-25135-2. Gratis-Download an der ZHAW: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-32340-0.				
Bemerkungen	Gruppenarbeit: Ausarbeitung eines Mobile Marketing Konzepts für ein eigenes oder zur Verfügung gestelltes Unternehmen				