

## Modulübersicht und Struktur des Master-Studiengangs Marketing und E-Business<sup>1</sup>

Stand 16.05.2024

Es müssen wenigstens 120 C nach folgender Struktur absolviert werden.

### 1. Wahlpflichtbereich Basismodule (24 C)

Im Wahlpflichtbereich müssen insgesamt 24 C aus folgenden Modulen absolviert werden. Dabei muss je mindestens ein Modul aus dem Block „Marketing“ sowie aus dem Block „E-Business“ absolviert werden.

#### *Block Marketing*

M.WIWI-BWL.0055	Marketing Channel Strategy	6 C
M.WIWI-BWL.0075	Pricing Strategy	6 C
M.WIWI-BWL.0089	Innovationsmanagement	6 C
M.WIWI-BWL.0095	Strategisches Marketing	6 C

#### *Block E-Business*

M.WIWI-WIN.0001	Modeling and System Development	6 C
M.WIWI-WIN.0002	Integrierte Anwendungssysteme	6 C
M.WIWI-WIN.0003	Informationsmanagement	6 C
M.WIWI-WIN.0008	Change & Run IT	6 C
M.WIWI-WIN.0033	Digital Platforms	6 C

### 2. Wahlpflichtbereich Seminar (6 C)

Es ist eines der folgenden Module erfolgreich zu absolvieren.

M.WIWI-BWL.0064	Seminar Aktuelle Entwicklungen der Handelswissenschaft	6 C
M.WIWI-BWL.0066	Seminar Marketing- und Wettbewerbsstrategien in Industrie und Handel	6 C
M.WIWI-BWL.0078	Seminar Aktuelle Forschungsansätze im Marketing	6 C
M.WIWI-BWL.0096	Seminar Aktuelle Fragestellungen des Innovationsmanagements	6 C
M.WIWI-BWL.0141	Management neuer Realitäten: XR & Metaverse (NEU; nur im SoSe 2024)	6 C

<sup>1</sup> Diese Übersicht ist eine verkürzte, ergänzte und ggf. aktualisierte Darstellung des Anhang I und II der Prüfungs- und Studienordnung für den Master-Studiengang „Marketing und E-Business“ in der Fassung der Bekanntmachung vom 24.09.2018 (Amtliche Mitteilungen I Nr. 51/2018 S. 1196), zuletzt geändert durch Beschluss des Präsidiums vom 03.04.24 (Amtliche Mitteilungen I Nr. 13/2024 S. 283). Die vollständigen Regelungen der Prüfungs- und Studienordnungen finden Sie hier: <https://uni-goettingen.de/de/38317.html>

### 3. Wahlpflichtbereich Quantitative Methoden (6 C)

Eines der folgenden vier Module im Umfang von 6 C ist zu absolvieren.

M.WIWI-BWL.0079	Marktforschung I	6 C
M.WIWI-BWL.0080	Marktforschung II	6 C
M.WIWI-BWL.0169	Marketing Research	6 C
M.WIWI-BWL.0170	Advanced Research Methods	6 C

### 4. Pflichtbereich Synergiemodul (6 C)

Es ist folgendes Modul im Umfang von 6 C erfolgreich zu absolvieren:

M.WIWI-BWL.0090	Synergiemodul	6 C
-----------------	---------------	-----

### 5. Pflichtbereich Projektstudium (18 C)

Es ist folgendes Modul im Umfang von 18 C erfolgreich zu absolvieren:

M.WIWI-BWL.0059	Projektstudium	18 C
-----------------	----------------	------

### 6. Wahlbereich (30 C)

Es sind Module im Umfang von insgesamt wenigstens 30 C erfolgreich zu absolvieren. Diese können frei aus einem oder mehreren der folgenden Teilbereiche gewählt werden.

#### a. Spezialisierung Marketing und E-Business

Es können die in den Wahlpflichtbereichen nicht belegten Module eingebracht werden.

Außerdem sind die folgenden Module wählbar:

M.WIWI-BWL.0134	Panel Data Analysis in Marketing	6 C
M.WIWI-BWL.0139	Discrete Choice Modeling	6 C
M.WIWI-BWL.0153	Digital Marketing	6 C
M.WIWI-WIN.0034	Digital Strategy and Interorg. Information Systems	6 C

#### b. Weitere Wirtschaftswissenschaften

Es können Module aus dem Modulangebot der anderen Master-Studiengänge der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät mit der Kennung M.WIWI-BWL, M.WIWI-HGM, M.WIWI-QMW, M.WIWI-VWL, M.WIWI-WB und M.WIWI-WIN und dem Modulangebot mit der Kennung M.Inf. gewählt werden, sofern die dort genannten Zugangsvoraussetzungen erfüllt sind. Die in Nrn. 1 bis 5 gewählten Module sind dabei nicht anrechenbar.

#### c. Angrenzende Gebiete

Es können Module aus folgender Liste von Modulangeboten anderer Fakultäten und Einrichtungen der Universität Göttingen gewählt werden.

Module mit der Kennung SK.AS können nur im Umfang von höchstens 7 C berücksichtigt werden; eine anteilige Berücksichtigung von Modulen erfolgt nicht. Ein Modul, mit dem die

Höchstsumme von 7 C überschritten wird, kann nur als freiwillige Zusatzleistung berücksichtigt werden.

S.RW.1125	Koalitions-, Tarifvertrags- und Arbeitskampfrecht	6 C
S.RW.1130	Handelsrecht	6 C
S.RW.1131a	Grundzüge des Gesellschaftsrechts (Personengesellschaftsrecht)	6 C
S.RW.1131b	Grundzüge des Kapitalgesellschaftsrechts	6 C
S.RW.1132	Wettbewerbsrecht (UWG)	6 C
M.Agr.0012	Empirische Methoden: Marktforschung und Verbraucherverhalten	6 C
M.Agr.0197	Sustainability – basics and application	6 C
SK.GB.02	Kommunikative Kompetenz: Gender- und Diversitykompetenz in der Kommunikation	3 C
SK.IT.09	Excel-Datenauswertung und -statistik	3 C
SK.AS.BK	Module Kompetenzen der beruflichen Einmündung	
SK.CBL.001	Nachhaltige Entwicklung (NEU ab SoSe 2024)	3 C
SK.AS.FK	Module Führungskompetenz	
SK.AS.KK	Module Kommunikative Kompetenzen	
SK.AS.SK	Module Sozialkompetenzen	
SK.AS.WK	Module Wissens- und Selbstkompetenzen	

Es können auch nachfolgende Module belegt werden, wenn die Zugangsvoraussetzungen erfüllt und Lehrkapazitäten vorhanden sind.

M.Psy.502	Gruppenurteile, Gruppenentscheidungen und Gruppenleistung	6 C
M.Psy.504	Arbeitspsychologie	6 C
M.Psy.513	Verhandeln und Konfliktlösung	6 C
M.Psy.601	Kommunikation und Koordination in Gruppen	6 C

#### **d. Sprachen**

Es können Module aus dem Sprachangebot der Universität belegt werden, soweit es sich um Module handelt, die ein der Niveaustufe B äquivalentes Sprachniveau nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GeR) vermitteln, und soweit die Module noch nicht in einem zuvor absolvierten Studiengang eingebracht wurden. Die Berücksichtigung von Modulen in den Sprachen Deutsch, Englisch und der Muttersprache der oder des Studierenden ist ausgeschlossen.

**e.** Die Wahl von Modulen nach Buchstaben c und d ist auf insgesamt höchstens 12 C begrenzt.

## 7. Masterarbeit

Durch die erfolgreiche Anfertigung der Masterarbeit werden 30 C erworben. Bestandteil der Masterarbeit ist die Teilnahme an einem Forschungskolloquium, in dem die eigene Arbeit präsentiert wird. Die Teilnahme am Kolloquium und die Präsentation sind verpflichtend. Werden der Nachweis der Teilnahme oder die Präsentation nicht erbracht, so gilt die Masterarbeit als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Die Präsentation der Masterarbeit im Forschungskolloquium umfasst einen Vortrag von ca. 30 Minuten Länge mit anschließender Diskussion. Die Präsentation der Arbeit muss vor Ablauf der Bearbeitungszeit der Masterarbeit erfolgen, sie wird nicht bewertet.

Weitere Informationen zu Abschlussarbeiten sind auf folgender Website zu finden:

<https://www.uni-goettingen.de/de/abschlussarbeiten/574058.html>