

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

Stand 24.09.2024

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 |

<sup>1</sup> Diese Übersicht ist eine verkürzte, ergänzte und ggf. aktualisierte Darstellung des Modulverzeichnisses für den Masterstudiengang Marketing und E-Business zum kommenden Wintersemester. Hierbei handelt es sich um eine nicht-amtliche Fassung. Die vollständigen Regelungen der Prüfungs- und Studienordnungen sowie das Modulverzeichnis finden Sie nach der Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen 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<br>(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<br>Verbraucherverhalten                 | 6 C |
| M.Agr.0197 | Sustainability – basics and application   | 6 C |
| SK.CBL.001 | Nachhaltige Entwicklung   | 3 C |
| SK.GB.02   | Kommunikative Kompetenz: Gender- und Diversitykompetenz<br>in der Kommunikation | 3 C |
| SK.IT.09   | Excel-Datenauswertung und -statistik  | 3 C |
| SK.AS.BK   | Module Kompetenzen der beruflichen Einmündung                                   |     |
| 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<br>Gruppenleistung | 6 C |
| M.Psy.504 | Arbeitspsychologie   | 6 C |
| M.Psy.513 | Verhandeln und Konfliktlösung                                | 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>