

Modul-Nr./ Code	43432
Modulbezeichnung	Fallstudien und Projekte (Produktmanagement / Kommunikation D)
Semester/ Trimester	Viertes Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungen des Moduls	Entfällt
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	60 Creditpoints aus den Modulen aus den ersten drei Semestern
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Aufgrund der speziellen inhaltlichen Ausrichtung des Master-Studiengangs nur für den Studiengang Master of Arts in Sales and Marketing verwendbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Brüne
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Brüne
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	90 Stunden Plenumsveranstaltungen: 30 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 60 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung und Präsentation als Vorleistung für die mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	2,2 %
Qualifikationsziele des Moduls	Der Kurs D stellt den Abschluss des Master-Studiengangs dar. Das Ziel der Veranstaltungen in den jeweiligen Marketingfächern ist es, die in den vorangegangenen Semestern/Kursen erarbeiteten Kenntnisse zu wiederholen, zu vertiefen und insbesondere zu verknüpfen. Die Vernetzung der kursübergreifenden Fachkenntnisse stellt gleichzeitig die Vorbereitung auf

	die mündliche Prüfung in den Kernfächern des Master-Studiengangs dar.
Inhalte des Moduls	<p>Vernetzung des Wissens und Vermittlung vertiefender Kenntnisse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lerninhalte aus dem Kurs A ("Integrierte Kommunikation") • Lerninhalte aus dem Kurs B ("Innovationsmanagement") • Lerninhalte aus dem Kurs C ("Mediaanalyse und -planung")
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Fallstudien, interaktiver Unterricht, Referate, Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Zusätzliches Angebot interner und externer Praxisprojekte, Gastvorträge
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe Literaturhinweise zu den Kursen A, B und C