

Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science

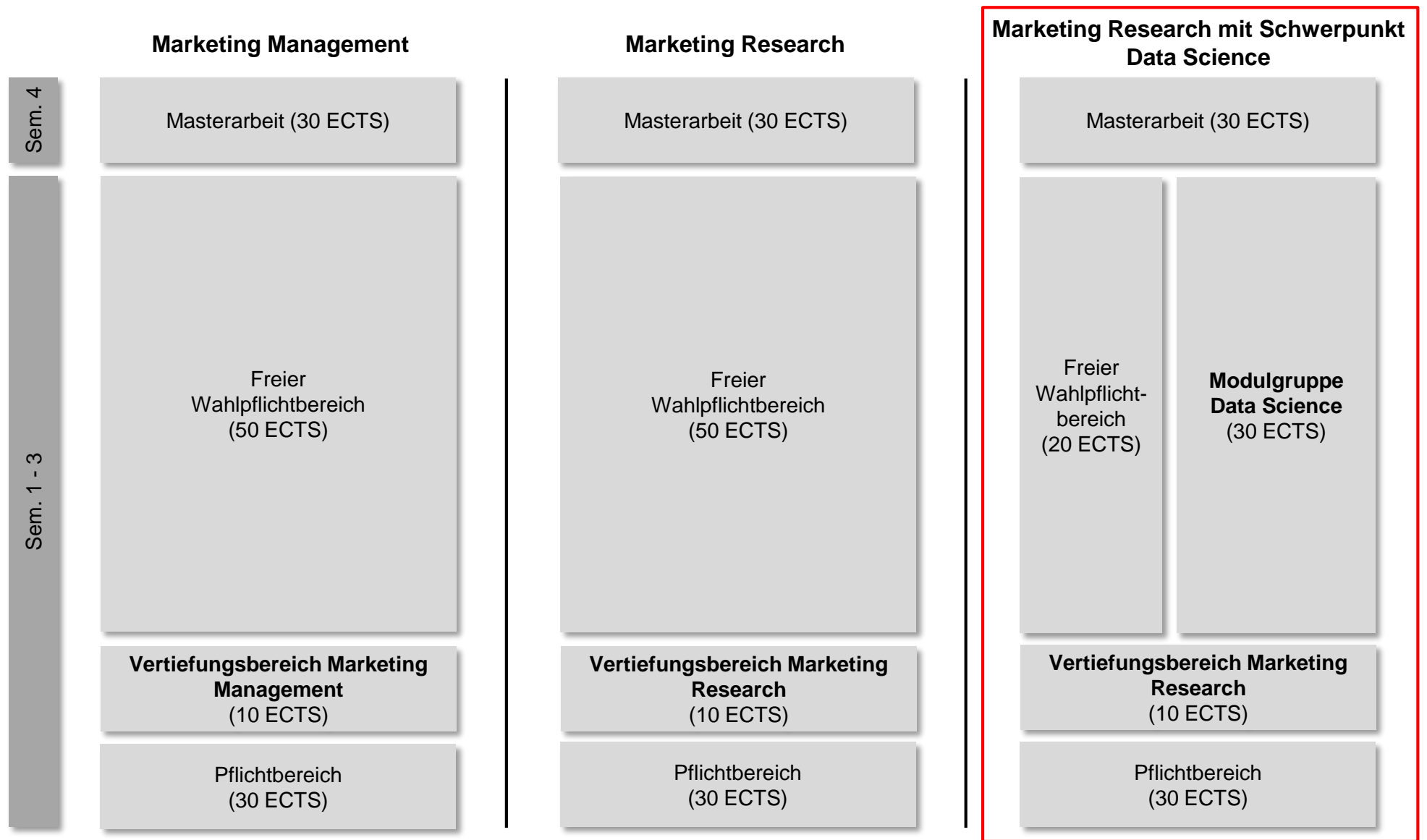
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften



FRIEDRICH-ALEXANDER
UNIVERSITÄT
ERLANGEN-NÜRNBERG

FACHBEREICH WIRTSCHAFTS-
WISSENSCHAFTEN

1. Aufbau des Master in Marketing: Vertiefungsmöglichkeiten in der Übersicht



2. Aufbau des Master in Marketing: Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science (1)

- Vermittlung von vertiefenden Kenntnissen in Informatik, Statistik und Datenvisualisierung zur Organisation, Analyse und Aufbereitung von komplexen Datensätzen („Big Data“)
- Belegung von 30 ECTS aus der Modulgruppe Data Science:

DATA

Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century

by Thomas H. Davenport and D.J. Patil

FROM THE OCTOBER 2012 ISSUE

Harvard Business Review

Data Science

Informatik

Aktuelle Programmiersprachen und Datenbankverwaltungssysteme (z. B. HTML, PHP, MySQL)

Verpflichtend:

- Informatik für Nebenfachstudierende 1
- Informatik für Nebenfachstudierende 2
- Konzeptionelle Modellierung

Frei wählbar:

- E-Business Technologies & evolutionäre Informationssysteme
- Implementierung von Datenbanksystemen

Statistik

Komplexe Datenauswertung mit Statistiksoftware (z. B. R)

Frei wählbar:

- Multivariate Zeitreihenanalyse
- Fortgeschrittene Datenanalyse

Datenvisualisierung

Data Visualization and Reporting (z. B. Tableau)

Frei wählbar:

- Data Visualization & Storytelling*

→ Kenntnisse in Programmierung/Datenbanken und Statistik werden sich (kurz- und) langfristig auszahlen

* ab WS 18/19

2. Aufbau des Master in Marketing: Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science (2)

Empfohlener Studienverlauf für **Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science**:

		Semester			
		1	2	3	4
Pflichtbereich	ECTS				
	30				
Marketingtheorie	5	5			
Produkt- und Preismanagement	5	5			
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	5			5	
Datenanalyse	5	5			
Datenermittlung	5		5		
Marketingseminar	5			5	
Marketing Research	10				
Ökonometrie	5	5			
Panel- und Evaluationsverfahren	5	5			

2. Aufbau des Master in Marketing: Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science (3)

Empfohlener Studienverlauf für **Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science**:

		Semester			
		1	2	3	4
Schwerpunkt Data Science	ECTS 30				
<i>Verpflichtend</i>					
Informatik für Nebenfachstudierende 1	5	5			
Informatik für Nebenfachstudierende 2	5		5		
Konzeptionelle Modellierung	5			5	
<i>Wahl von 3 weiteren Modulen der Modulgruppe Data Science</i>					
Fortgeschrittene Datenanalyse	5		5		
Multivariate Zeitreihenanalyse	5		5		
E-Business Technologies und evolutionäre Informationssysteme	5			5	
Implementierung von Datenbanksystemen	5			5	
Wahlpflichtbereich	20				
Masterarbeit	30				

3. Aufbau des Master in Marketing: Freier Wahlpflichtbereich

Freie Wahl von 50 ECTS (20 ECTS bei Schwerpunkt Data Science):

Marketing

z. B.

- Digital Marketing and Sales
- Digital Marketing and Innovation as Success Factors of the Digital Transformation
- Social Media Marketing
- Strategisches Marketing
- Kundenmanagement

Data Science

z. B.

- Multivariate Zeitreihenanalyse
- Fortgeschrittene Datenanalyse
- Informatik für Nebenfachstudierende 1 + 2
- Konzeptionelle Modellierung
- Implementierung von Datenbanksystemen

Statistik

z. B.

- Ökonometrie
- Panel- und Evaluationsverfahren
- Mikroökometrie
- Nichtparametrische statistische Verfahren
- Wirtschaftstheoretisches Seminar

Konsumentenverhalten

z. B.

- Konsumentenverhalten
- Marktpsychologisches Seminar
- Marktpsychologisches Theorieseminar
- Marktpsychologisches Projektseminar

Management

z. B.

- Innovation and Leadership
- Social and Web Intelligence
- Industrielles Management
- Business Ethics and Corporate Social Responsibility
- Strategic Intellectual Property Management

Interdisziplinäre Module

z. B.

- Behavioral Economics
- Interdisziplinäres Seminar
- Praxisseminar: Innovative Versicherungsprodukte
- Fremdsprachenmodul