
Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science

Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften



Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften | WiSo

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



- Vermittlung von vertiefenden Kenntnissen in Informatik und Statistik zur Organisation, Analyse und Aufbereitung von komplexen Datensätzen („Big Data“)
- 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

Harvard Business Review

Data Science

Informatik

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

Verpflichtend:

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

Frei wählbar:

- **Empfehlung:** Data Science
- E-Business Technologies & evolutionäre Informationssysteme
- Implementierung von Datenbanksystemen
- Business Intelligence and Digital Marketing
- Social and Web Intelligence
- Introduction to Pattern Recognition & Pattern Recognition
- Deep Learning
- Data Analytics for Information Systems
- Development of Deep Vision Systems

Fortgeschrittene Statistik

Komplexe Datenauswertung mit Statistiksoftware
(z. B. R, Python, Stata)

Frei wählbar:

- Multivariate Time Series Analysis
- Bayesian Econometrics
- Foundations of Linked Data
- Data Analytics for Information Systems
- Semiparametric Methods in Econometrics and Applications

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

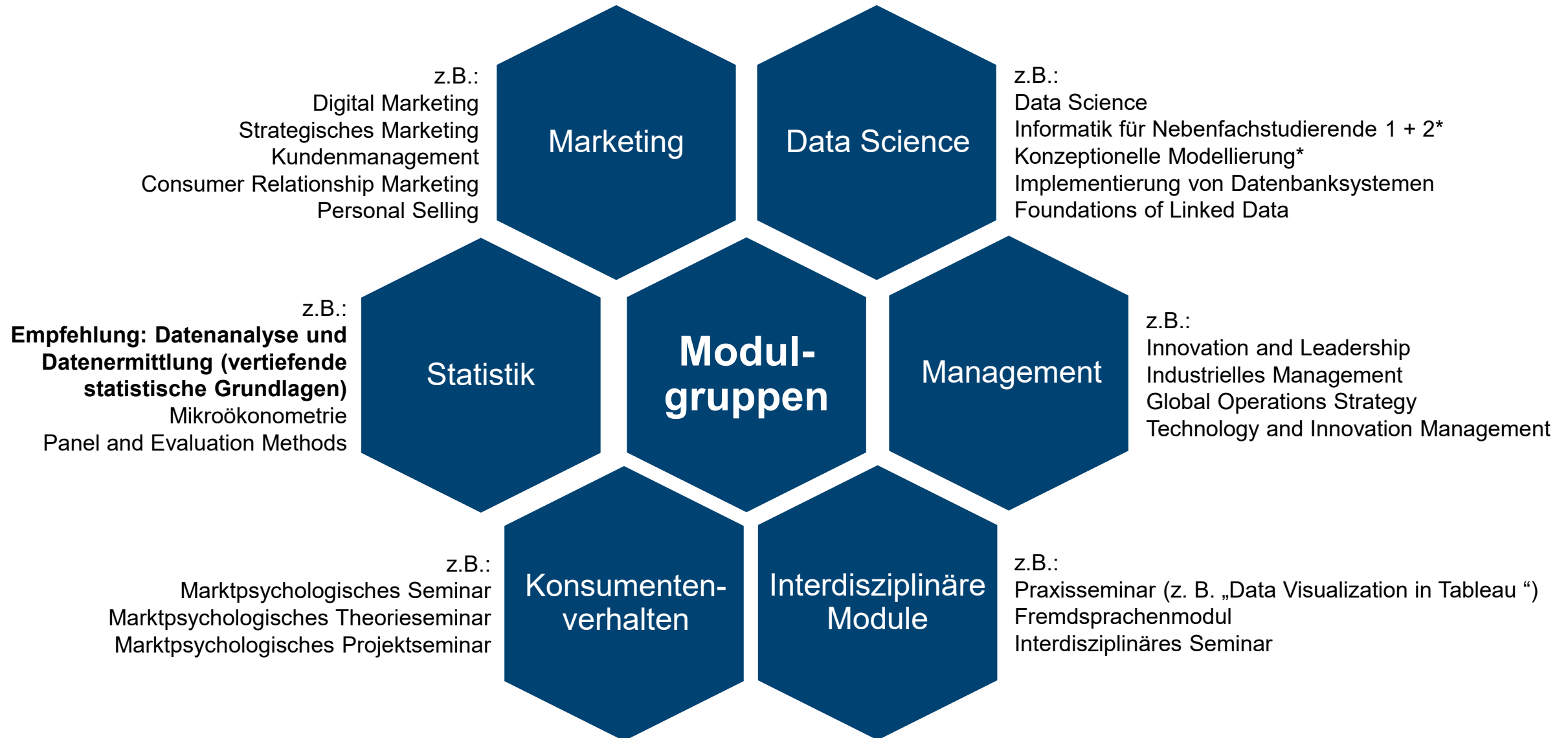
2. Aufbau des Master in Marketing: Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science (2)

	ECTS	Semester			
		1	2	3	4
Pflichtbereich	20				
Marketingtheorie	5	5			
Produkt- und Preismanagement	5	5			
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	5			5	
Marketingseminar	5			5	
Vertiefung Marketing Research	10				
Ökonometrie	5	5			
Panel and Evaluation Methods	5	5			
Wahlpflichtbereich	60				
Informatik für Nebenfachstudierende 1	5	5			
Informatik für Nebenfachstudierende 2	5		5		
Konzeptionelle Modellierung	5	5	oder	5	
Freie Wahl von Modulen der Modulgruppe Data Science	15				
Freie Wahl von Modulen aus allen Modulgruppen	30				
Masterarbeit	30				
Summe ECTS	120				

Hinweis: Empfohlen wird der Besuch der Veranstaltungen Datenanalyse (1. Semester), Datenermittlung (2. Semester) und Data Science (2. Semester)

Freie Wahl von 3 weiteren Modulen (15 ECTS) der Modulgruppe Data Science	ECTS	Semester			
		1	2	3	4
Empfehlung: Data Science	5		5		
E-Business Technologies und evolutionäre Informationssysteme	5	5	oder	5	
Implementierung von Datenbanksystemen	5	5	oder	5	
Business Intelligence and Digital Marketing	5		5		
Social and Web Intelligence	5	5	oder	5	
Introduction to Pattern Recognition	5	5	oder	5	
Pattern Recognition	5	5	oder	5	
Deep Learning	5			5	
Data Analytics for Information Systems	5	5	oder	5	
Semiparametric Methods in Econometrics and Applications	5	5	oder	5	
Development of Deep Vision Systems	5		5	5	
Multivariate Time Series Analysis	5		5		
Bayesian Econometrics	5		5		
Foundations of Linked Data	5		5		

3. Aufbau des Master in Marketing: Freier Wahlpflichtbereich



* verpflichtende Module bei Schwerpunkt Data Science