

Schwerpunktbereich VMM – Studienangebot ab WS 2021/22

Aktualisierte Fassung vom 08.10.2021

1. Für den Schwerpunkt VMM anrechenbare Veranstaltungen AUS DEM STAMMBEREICH

Veranstaltung	Dozent	SWS	CPs	WS	SS	V/Ü
Marktforschung I (Pflicht) ^{1), 2)}	Gröppel-Klein	4	6	x		2 V u 2 Ü
Konsumentenverhalten	Gröppel-Klein	4	6		x	4 V
Technologiemanagement ³⁾	Heidenreich	4	6	x		4 V
Innovationsmarketing ⁴⁾	Heidenreich	4	6		x	2 V u 2 Ü
Handelsmanagement	Popp	4	6	x		4 V
Geschäftsmodelle und Wert- kreation im digitalisierten Handel ⁵⁾	Popp	4	6		x	2V u 2 Ü
Internationales Dienstleistungs- management ⁵⁾	Popp	2	3		x	2 V

2. Für den Schwerpunkt VMM anrechenbare Veranstaltungen AUS DEM ZUSATZBEREICH

Veranstaltung	Dozent	SWS	CPs	WS	SS	V/Ü
Markenführung am Point-of-Sale	Gröppel-Klein	2	3		x	2 V
Empirisches Projekt zum Marketing	Gröppel-Klein	2	3	x		2 Ü
Empirisches Projekt zum Konsumentenverhalten	Gröppel-Klein	2	3		x	2 Ü
Marktforschung II: Strukturgleichungsmodellierung	im Wechsel Heidenreich/ Popp	2	3		x	2 V
Empirisches Projekt zum Handel	Popp	2	3	x		2 Ü
Empirisches Projekt zum Dienstleistungsmanagement	Popp	2	3		x	2 Ü
Studienprojekt ⁶⁾	Gröppel-Klein, Heidenreich oder Popp		15	x	x	

3. Für den Schwerpunkt VMM anrechenbare Veranstaltungen AUS DEM WAHLBEREICH

Veranstaltung	Dozent	SWS	CPs	WS	SS	V/Ü
Einführung in die angewandte Sozialpsychologie ⁷⁾	Friese	2	4	x		2 V
Vertiefung Arbeits- und Organisationspsychologie ⁷⁾	König	2	4	x		2 V
Interkulturelles Management	Reck	2	4	x		2 V

4. Wissenschaftliches Arbeiten

	Dozent	SWS	CPs	WS	SS	V/Ü
Masterseminar	Gröppel-Klein, Heidenreich oder Popp	2	12	x	x	-
Masterarbeit	Gröppel-Klein, Heidenreich oder Popp		30	x	x	-

Erläuterungen

Allgemeine Erläuterungen

- Für den Ausweis des Schwerpunkts VMM müssen mindestens 84 CP im Veranstaltungsangebot des Schwerpunktes belegt werden: 42 CP in Stamm-, Zusatz- und Wahlbereichsveranstaltungen + 42 CP durch die Seminar- und Masterarbeit. Bitte beachten Sie die Regelungen der Prüfungs- und Studienordnung zur Verteilung der zu erbringenden CP.
- Prof. Scholz lehrte bis einschließlich SS 2018. Danach werden die angegebenen Veranstaltungen nicht mehr angeboten. Bestandene Veranstaltungen bei Prof. Scholz werden weiterhin ohne Frist für den Schwerpunkt VMM angerechnet.

A. Stammbereich

- 1) **Marktforschung I:** Die Veranstaltung „*Marktforschung I*“ (6 CP) ist obligatorisch für den Schwerpunktausweis. Ohne diese Veranstaltung wird der Schwerpunkt nicht ausgewiesen. Grund: Alle beteiligten Lehrstühle bieten vorwiegend empirische Masterarbeitsthemen an, für die die Kenntnis multivariater Analysemethoden elementar ist.
- 2) **Regelung, falls „*Marktforschung I*“ bereits im Bachelorstudiengang eingebracht wurde:** Studierende, die „*Marktforschung I*“ bereits als Mastermodul im Bachelorstudiengang eingebracht haben (bitte Nachweis anfügen), können „*Marktforschung I*“ im Masterstudiengang nicht erneut belegen. Daher besteht eine Ersatzregelung für die Pflichtregelung aus Punkt 1) mit 2 Optionen:
 - **Option 1:** Belegung von „*Marktforschung II*“ (3 CP) sowie eines beliebigen „Empirischen Projekts“ (3 CP, vier Projekte zur Auswahl, siehe Liste auf Seite 1 dieses Dokuments).
 - **Option 2:** Belegung von zwei verschiedenen „Empirischen Projekten“ (jeweils 3 CP, vier Projekte zur Auswahl, siehe Liste auf Seite 1 dieses Dokuments)
- 3) **Technologiemanagement:** Die Veranstaltung „*Technologiemanagement*“ (6 CP) wird für den Schwerpunkt VMM angerechnet, sofern sie im WS 2016/17 oder später bestanden wurde.
- 4) **Innovationsmarketing:** Die Veranstaltung „*Innovationsmarketing*“ (6 CP) wird für den Schwerpunkt VMM angerechnet, sofern sie im SS 2017 oder später bestanden wurde.
- 5) **Geschäftsmodelle und Wertkreation im digitalisierten Handel / Internationales Dienstleistungsmanagement:** Die Veranstaltung „*Geschäftsmodelle und Wertkreation im digitalisierten Handel*“ (6 CP) ersetzt ab dem SS 2022 die bisherige Veranstaltung „*Internationales Dienstleistungsmanagement*“ (3 CP), welche im SS 2021 letztmalig gelesen wurde. Für Studierende, die „*Internationales Dienstleistungsmanagement*“ (3 CP) bereits belegt und erfolgreich bestanden haben, besteht übergangsweise die Möglichkeit, diese Veranstaltung zusammen mit dem

„Empirischen Projekt im Handel“ (3 CP) **oder** dem „Empirischen Projekt im Dienstleistungsmanagement“ (3 CP) als äquivalente Leistung zur Veranstaltung „Geschäftsmodelle und Wertkreation im digitalisierten Handel“ (6 CP) im Stammbereich einzubringen.

B. Zusatzbereich

- 6) **Studienprojekt:** Studienprojekte werden von allen beteiligten Lehrstühlen angeboten. Sie dienen der intensiven Vorbereitung auf die Masterarbeit, dem tieferen Einblick in die empirische Arbeitsweise und werden nachdrücklich empfohlen. Ein Studienprojekt erbringt 15 CP im Zusatzbereich oder Wahlbereich. Um zu vermeiden, dass das Studienprojekt die Belegung der für den Schwerpunkt inhaltlich notwendigen VMM-Veranstaltungen ersetzt, werden für den Schwerpunktausweis maximal 6 CP angerechnet.

C. Wahlbereich

- 7) Bei der Belegung der psychologischen Wahlbereichsvorlesungen ist zu beachten, dass eine Begrenzung der Teilnehmerzahl auf maximal 15 Studierende pro Jahr vorliegt. Daher wichtig: Bitte nehmen Sie vor Belegung der Veranstaltungen Kontakt zu dem jeweiligen Professor der psychologischen Module auf und erkundigen Sie sich im Voraus bezüglich der Anmeldemodalitäten im psychologischen Prüfungsamt.

Bitte beachten Sie, dass nur die beiden hier angegebenen Fächer „Vertiefung Arbeits- und Organisationspsychologie“ und „Einführung in die angewandte Sozialpsychologie“ angerechnet werden können, da diese Masterveranstaltungen darstellen. Das Fach „Arbeits- und Organisationspsychologie“ ist ein Bachelormodul und kann für den Master nicht angerechnet werden.

D. Nicht anrechenbare Veranstaltungen

- Die Veranstaltung „Design und Analyse von Experimenten“ (Prof. Heidenreich) ist für den Schwerpunkt VMM nicht anrechenbar, da starke Überschneidungen mit „Marktforschung I“ vorliegen. Wir verweisen ebenfalls auf die verschiedenen „Empirischen Projekte“.
- Die Veranstaltungen „Corporate Entrepreneurship“ (Prof. Heidenreich) sowie „Gründungsmanagement“ (Prof. Heidenreich u.a.) sind für den Schwerpunkt VMM nicht anrechenbar.
- Die Liste auf Seite 1 dieses Dokuments führt die für den Schwerpunkt VMM anrechenbaren Veranstaltungen erschöpfend auf. Weitere, hier nicht aufgeführte Veranstaltungen sind für den Schwerpunkt nicht anrechenbar, selbst wenn diese in der Studiengangliste zum Unterbereich „Management und Marketing im Stamm- oder Zusatzbereich Betriebswirtschaftslehre“ erscheinen sollten.

E. Vorgehen für den Schwerpunktausweis

- 1) Ausdruck des [Formulars für den Schwerpunktausweis](#) von der Homepage des VIPA und Eintragen aller für den Schwerpunkt relevanten bestandenen Veranstaltungen
 - 2) Bei Veranstaltungen von Prof. Heidenreich: bitte zusätzlich das Semester angeben, in dem die Veranstaltung bestanden wurde
Falls „*Markforschung I*“ bereits im Bachelorstudium eingebracht: Bitte Nachweis anfügen
 - 3) Abgabe des ausgefüllten und unterschriebenen Formulars am Lehrstuhl von Prof. Gröppel-Klein (Schwerpunktverantwortliche), wo die Anrechenbarkeit der angegebenen Veranstaltungen überprüft und gegengezeichnet wird. Der Lehrstuhl leitet das Formular direkt an das Wirtschaftswissenschaftliche Prüfungssekretariat weiter, wo geprüft wird, ob die relevanten Veranstaltungen tatsächlich bestanden wurden.
- Der Schwerpunkt wird ausgewiesen, sofern genügend Credit Points aus Veranstaltungen des VMM erbracht wurden:
 - Summe der Veranstaltungen aus dem Stamm-, Zusatz- und Wahlbereich: mindestens 42 CP,
 - Seminararbeit am LS Gröppel-Klein, Heidenreich oder Popp mit 12 CP und
 - Masterarbeit am LS Gröppel-Klein, Heidenreich oder Popp mit 30 CP,
= insgesamt mindestens 84 CP

F. Ansprechpartner

Bei **weiteren Fragen, Problemen und Hinweisen** wenden Sie sich bitte an die Lehrstuhlinhaber oder an **Herrn Kevin Krause** (krause@ikv.uni-saarland.de).