

Schwerpunktbereich VMM – Studienangebot seit WS 2017/18

Aktualisierte Fassung [Stand 15.02.2024]

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 (ab WS 2016/17) | Heidenreich | 4 | 6 | x | | 4 V |
| Innovationsmarketing (ab SS 17) | Heidenreich | 4 | 6 | | x | 2 V u 2 Ü |
| Handelsmanagement | Popp | 4 | 6 | x | | 4 V |
| Geschäftsmodelle und Wert- kreation im digitalisierten Handel ³⁾ | Popp | 4 | 6 | | x | 2 V u 2 Ü |
| Internationales Dienstleistungs- management (bis SS 2021) ³⁾ | 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 |
| Markenführung und Nachhaltigkeitskommunikation | Spilski | 2 | 3 | | x | 2 V |
| 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 ⁴⁾ | Gröppel-Klein, Heidenreich oder Popp | | 15 | x | x | |

3. Für den Schwerpunkt VMM anrechenbare Veranstaltungen AUS DEM WAHLBEREICH ⁵⁾

| Veranstaltung | Dozent | SWS | CPs | WS | SS | V/Ü |
|---|---------------------------------------|-----|-----|----|----|-------------|
| Einführung in die angewandte Sozialpsychologie | Friese | 2 | 4 | x | | 2 V |
| Vertiefung Arbeits- und Organisationspsychologie ⁶⁾ | König | 2 | 4 | x | | 2 V |
| Interkulturalität und Diversität: Grundlagen und Anwendungsperspektiven | Polzin-Haumann/ Mathieu/Montemayor | 2 | 4 | x | x | Pro-seminar |
| Interkulturelles Management (bis WS 21/22) | Lüsebrink/Messling | 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 sind die angegebenen Veranstaltungen nicht mehr angeboten worden. 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: Strukturgleichungsmodellierung*“ (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) **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

- 4) **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

- 5) Bei der Belegung von Wahlbereichsveranstaltungen der Fächer Psychologie und Romanistik ist zu beachten, dass eine Begrenzung der Teilnehmerzahl vorliegt. Daher wichtig: Bitte nehmen Sie vor Belegung der Veranstaltungen Kontakt zu den jeweiligen Modulverantwortlichen auf und erkundigen Sie sich im Voraus über Anmeldemodalitäten und -fristen, sowohl im psychologischen bzw. romanischen als auch betriebswissenschaftlichen Prüfungsamt.
- 6) Bitte beachten Sie, dass nur die Veranstaltung „*Vertiefung Arbeits- und Organisationspsychologie*“ angerechnet werden kann, da diese eine Veranstaltung auf Masterniveau darstellt. Das Fach „*Einführung in die 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 auf die verschiedenen empirischen Projekte.
- Die Veranstaltungen „*Corporate Entrepreneurship*“ (Prof. Heidenreich) sowie „*Gründungsmanagement: Inhalte und praktische Erfahrungen für Unternehmensgründer und Nachwuchsmanager*“ (Prof. Heidenreich/Prof. Kußmaul/Prof. Waschbusch) sind für den Schwerpunkt VMM nicht anrechenbar.
- Obenstehende Liste (S. 1f) 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 „*Marktforschung 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. Alternativ kann das ausgefüllte und unterschriebene Formular an Kevin Krause (krause@ikv.uni-saarland.de) per E-Mail übersendet werden. 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
 - Sofern Sie eine Ausweisung des VMM-Schwerpunkts als separates Dokument zum Masterabschlusszeugnis wünschen, weisen Sie bitte direkt bei Abgabe des Dokuments am Lehrstuhl bzw. Herrn Krause hierauf hin. Spätere Änderungswünsche können nicht geltend gemacht werden.

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).