

Analyse von Markt-und Kundendaten

Modulbezeichnung	Analyse von Markt-und Kundendaten
Modulverantwortlicher	S. Regier
Modulniveau	Bachelor
EDV-B.	DSCB350
Modulumfang (ECTS)	7
Semester	3
Lernziele & Kompetenzen	<p>Die Veranstaltung baut auf den wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen der ersten beiden Semester auf und setzt die grundsätzliche Kenntnis der Funktionsweise und Bedeutung von Zielen und Kennzahlen voraus. Im Rahmen eines projektorientierten Vorgehens stehen in diesem Modul die Gewinnung, Analyse und Interpretation von Markt- und Kundendaten im Vordergrund. Der Fokus liegt hier auf der Anwendung der erworbenen Kenntnisse sowie deren Vertiefung und Vernetzung im konkreten Unternehmensumfeld. Die Studierenden erlernen anhand von marketing- und vertriebsrelevanten Zielsetzungen die Anwendung geeigneter Ansätze und Methoden des Data Science. Lernziel ist neben der angesprochenen Vertiefung auch die notwendige Einordnung und Vernetzung der angesprochenen Funktionsbereiche zu anderen Unternehmensbereichen sowie die Erstellung und Bearbeitung von Zielgruppen.</p> <p>Fachliche Kompetenzen/Lernergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden verstehen die Grundlagen von Markt- und Kundendaten, die in Marketing- und Vertriebsprozessen anfallen, und können diese ins Unternehmensumfeld einordnen.• Sie kennen die unterschiedlichen Kanäle der Markt- und Kundenzugänge und verstehen die unterschiedlichen Quellen von Markt- und Kundendaten sowie deren Struktur.• Sie sind in der Lage, selbst Kundendaten zu erheben und deren Qualität zu sichern und zu beurteilen.• Sie sind ferner dazu befähigt, Kundendaten zu segmentieren und darauf basierend Personas zu entwickeln.• Darauf aufbauend sind sie dazu in der Lage, Vorschläge für eine kundengruppenspezifische Marktbearbeitung dieser Personas im Hinblick auf Preise, Produkte, Kommunikation und Services zu entwickeln.• Sie kennen in diesem Umfeld verwendete Ansätze wie Customer Relationship Management oder Customer Experience Management sowie gängige Systeme <p>Methodische Kompetenzen/Lernergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden wenden die Kenntnisse der Datenerhebung, -strukturierung und -analyse auf Markt- und Kundendaten an.• Sie kennen die gängigen Datenauswertungsmethoden und sind in der Lage, ein jeweils aus methodischer und inhaltlicher Sicht adäquates Verfahren für unterschiedliche Fragestellungen auszuwählen, anzuwenden und die Ergebnisse zu interpretieren.• Sie sind in der Lage, zielorientiert Marketing- und Vertriebs szenarien zu strukturieren und datenbasierte Lösungsvorschläge zu erarbeiten. <p>Sozial- und Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden arbeiten in einem semesterbegleitenden Projekt selbstorganisierend und in Gruppen zusammen und erarbeiten eigene Konzepte und Ergebnisse.• In der Übung lernen die Studierenden Aufgaben im Team zu verteilen, zu bearbeiten und Ergebnisse zu diskutieren, zu interpretieren und zusammenzuführen.• Die Studierenden lernen verschiedene Rollen einzunehmen und die zugehörigen Sichtweisen zu vertreten.
Lehr- und Lernform	Vorlesung mit Übung in Projektform zur Vertiefung der vermittelten fachlichen und methodischen Kompetenzen

Assoziierte Module	-
Verwertbarkeit des Moduls	(s. Studiengangskonzept)
Inhaltliche Voraussetzungen	Wirtschaftliche Grundlagen der Data Science; Ziel- und kennzahlenorientierte Steuerung, Beschreibende Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik
Voraussetzungen nach SPO	-
Prüfungsleistung	Projektarbeit und Klausur (90 Minuten)