

Anlage 1: Studienverlaufsplan

MuM Markt- und Medienforschung – Studienverlaufsplan										
Modulraster: Module à 5 ECTS/150 h Workload und Module à 4 ECTS/120 h Workload und Modul à 7 ECTS/210 h Workload										
1. Semester 30 ECTS	MUM1.1 Grundlagen der Marktforschung und des Marketings (5 ECTS)	MUM1.2 Theorien und Anwendungsfelder der Medienforschung (5 ECTS)	MUM1.3 Software zur Datenabfrage, -aufbereitung und -analyse (5 ECTS)	MUM1.4 Methoden der qualitativen und quantitativen Forschung (5 ECTS)	MUM1.5 Survey Science (5 ECTS)	MUM1.6 Psychologie (5 ECTS)				
	MUM2.1 Multivariate Datenanalyse (5 ECTS)	MUM2.2 Markenführung und Stichprobe (5 ECTS)	MUM2.3 Customer / User Centricity (5 ECTS)	MUM2.4 Psychophysiologische Messmethoden und Teststudios (5 ECTS)	MUM2.5 Competitive Intelligence, Innovationsforschung (5 ECTS)	MUM2.6 Kleines Projekt der MuM (5 ECTS)	MUM2.7 Activities and Social Credits (ASC) (2 ECTS)			
3. Semester 28 ECTS	MUM3.1 Forschungsprozesse: Consulting & Management (4 ECTS)	MUM3.2 Medienethik und Medienrecht (4 ECTS)	MUM3.3 Usability und User Experience (5 ECTS)	MUM3.4 Anwendungsfelder der MuM (8 ECTS) (2 x 4 ECTS)	MUM3.5 Projektarbeit der MuM (7 ECTS)					
	MUM4.1 Aktuelle Trends / Exploring Future (4 ECTS)	MUM4.2 Masterseminar (2 ECTS)	MUM4.2 Masterthesis (24 ECTS)							

Pflichtmodul
Wahlpflicht
Masterseminar /-thesis

MuM Markt- und Medienforschung – Studienverlaufsplan				
Modulraster: Module à 5 ECTS/150 h Workload und Module à 4 ECTS/120 h Workload und Modul à 7 ECTS/210 h Workload				
1. Semester 20 ECTS	MUM1.1 Grundlagen der Marktforschung und des Marketings (5 ECTS)	MUM1.2 Theorien und Anwendungsfelder der Medienforschung (5 ECTS)	MUM1.3 Software zur Datenabfrage, -aufbereitung und -analyse (5 ECTS)	MUM1.4 Methoden der qualitativen und quantitativen Forschung (5 ECTS)
2. Semester 17 ECTS	MUM2.2 Markenführung und Stichprobe (5 ECTS)	MUM2.3 Customer / User Centricity (5 ECTS)	MUM2.6 Kleines Projekt der MuM (5 ECTS)	MUM2.7 Activities and Social Credits (ASC) (2 ECTS)
3. Semester 19 ECTS	MUM1.5 Survey Science (5 ECTS)	MUM1.6 Psychologie (5 ECTS)	MUM3.2 Medienethik und Medienrecht (4 ECTS)	MUM3.3 Usability und User Experience (5 ECTS)
4. Semester 19 ECTS	MUM2.1 Multivariate Datenanalyse (5 ECTS)	MUM2.4 Psychophysiologische Messmethoden und Teststudios (5 ECTS)	MUM2.5 Competitive Intelligence, Innovationsforschung (5 ECTS)	MUM4.1 Aktuelle Trends / Exploring Future (4 ECTS)
5. Semester 19 ECTS	MUM3.1 Forschungsprozesse: Consulting & Management (4 ECTS)	MUM3.4 Anwendungsfelder der MUM (8 ECTS) (2 x 4 ECTS)	MUM3.5 Projektarbeit der MUM (7 ECTS)	
6. Semester 26 ECTS	MUM4.2 Masterseminar (2 ECTS)	MUM4.2 Masterthesis (24 ECTS)		

Pflichtmodul
Wahlpflicht
Masterseminar /-thesis