

# studienplan

## hauptstudium | major.

MARKETING MANAGEMENT	WOCHENSTUNDEN / SEMESTER (ECTS-Credits*)			
	5	6	7	8
<b>FACH- UND METHODENKOMPETENZ</b>				
<b>Wertidentifizierende &amp; wertbestimmende Prozesse</b>				
Marketing Research, Käuferverhalten	4 (5)			
Fremdsprache: Marketingstrategie I / Marketing Strategy I	2 (3)			
Marketing Strategy II			2 (2)	
<b>Werterstellungsprozesse</b>				
Leistungsprogramm I	2 (3)			
Leistungsprogramm II		2 (4)		
Markenführung / Brand Policy		2 (4)		
<b>Wertvermittlungs- und Wertübertragungsprozesse</b>				
Distribution	2 (2)			
Kommunikation I	1 (2)			
Kommunikation II		2 (3)		
Kommunikation III			1 (1)	
Preispolitik & Absatzfinanzierung		2 (2)		
<b>Institutionelle &amp; Querschnittsthemen des Marketings</b>				
Rechtliche Aspekte des Marketings		1 (2)		
Marketingcontrolling & Budgetierung			2 (3)	
Implementierung & Organisation			1 (1)	
Internationales Marketing				1 (1)
<b>EXTRAFUNKTIONALE KOMPETENZEN</b>				
<b>Interdisziplinäre Kompetenzen</b>				
Teamtraining	1 (2)			
Forum: Entrepreneurship for Professionals I	1 (3)			
Forum: Entrepreneurship for Professionals II		1 (3)		
Führungstraining			1 (2)	
Integrative Gesamtschau			0 (5)	1 (2)
Berufspraktikum / Berufspraxis				0 (10)
<b>Wissenschaftliches Arbeiten</b>				
Wissenschaftliches Arbeiten I	1 (2)			
Wissenschaftliches Arbeiten II		0,5 (2)		
Projektarbeit		1,5 (2)		
Diplomandenkolloquium			1 (3)	
Verfassen Diplomarbeit			0 (5)	0 (10)
<b>SUMME PRO SEMESTER</b>	<b>14 (22)</b>	<b>12 (22)</b>	<b>8 (22)</b>	<b>2 (22)</b>

\* ECTS - European Credit Transfer System

\*\* Eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 16 Unterrichtseinheiten (UE), das entspricht einem Unterrichtsblock zu 2 Tagen à 8 UE