

studienplan hauptstudium | major.

UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND CONTROLLING	WOCHENSTUNDEN/SEMESTER (ECTS-Credits*)			
	5	6	7	8
FACH- UND METHODENKOMPETENZ				
Nationale Rechtslegung Handelsrechtlicher Jahresabschluss und Jahresabschlusspolitik Sonderbilanzen Jahresabschlussanalyse	2 (3)	1 (2) 1,5 (3)		
Konzernrechnungslegung und International Accounting Konzernrechnungslegung International Accounting, insbesondere IAS / IFRS	1,5 (2)	2 (3)		
Steuerrecht und Steuerpolitik Nationales Steuerrecht und Steuerpolitik Internationales Steuerrecht und Steuerpolitik	1,5 (2)		2 (3)	
Controlling und IT Investitions- und Finanzcontrolling Kosten- und Erfolgscontrolling I Kosten- und Erfolgscontrolling II Fremdsprache: Business Intelligence, DSS und IT-Controlling / Business Intelligence, DSS and IT-Controlling	2 (3) 1 (2) 2 (3)	1 (2)		
International Management, Controlling und Finance Fremdsprache: Risikomanagement und internationale Finanzierung / Risk Management and International Finance Unternehmensbewertung International Value Based Management and Controlling Integrative Gesamtschau		1,5 (3) 1 (2)	2 (3)	2 (3)
EXTRAFUNKTIONALE KOMPETENZEN				
Sozial-Kommunikative Kompetenzen Teamtraining Verhandlungstraining Führungstraining	1 (2) 2 (3)		2 (3)	
Wissenschaftliches Arbeiten Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten Projektarbeit Gütekriterien: Praxis und Wissenschaft Diplomandenkolloquium Verfassen Diplomarbeit	1 (2)	2 (3) 1 (2)	2 (3) 0 (5)	0 (10)
Integratives Management Planspiel Berufspraktikum / Berufspraxis		1 (2)	0 (5)	0 (10)
SUMME PRO SEMESTER	14 (22)	12 (22)	8 (22)	2 (23)

* ECTS - European Credit Transfer System

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

studienplan hauptstudium | major.

MARKETING MANAGEMENT	WOCHENSTUNDEN/SEMESTER (ECTS-Credits*)			
	5	6	7	8
FACH- UND METHODENKOMPETENZ				
Wertidentifizierende und Wertbestimmende Prozesse Marketing Research Grundlagen Käuferverhalten, Kaufverhalten Fremdsprache: Marketingstrategie 1 / Marketing Strategy 1 Marketing Strategy 2: Positioning	2 (3) 2 (3) 2 (3) 2 (3)			
Werterstellungsprozesse Leistungsprogramm1: Leistungsprogrammgestaltung und Innovation Leistungsprogramm 2: Leistungsprogrammgestaltung und Qualitätsmanagement Fremdsprache: Markenführung / Brand Policy	2 (3)	2 (4) 1 (3)		
Wertvermittlungs- und Wertübertragungsprozesse Kommunikation Preispolitik und Absatzfinanzierung Fremdsprache: Distribution / Distribution		3 (4)	1 (2) 2 (3)	
Institutionelle und Querschnittsthemen des Marketings Rechtliche Aspekte des Marketings Budgetierung und Marketingcontrolling Fremdsprache: Internationales Marketing / International Marketing		2 (4)	1 (1)	2 (3)
EXTRAFUNKTIONALE KOMPETENZEN				
Sozial-Kommunikative Kompetenzen Teamtraining Verhandlungstraining Führungstraining	1 (2) 2 (3)		2 (3)	
Wissenschaftliches Arbeiten Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten Projektarbeit Gütekriterien: Praxis und Wissenschaft Diplomandenkolloquium Verfassen Diplomarbeit	1 (2)	2 (3)	1 (2) 2 (3) 0 (5)	0 (10)
Integratives Management Planspiel Berufspraktikum / Berufspraxis		1 (2)	0 (5)	0 (10)
SUMME PRO SEMESTER	14 (22)	12 (22)	8 (22)	2 (23)

* ECTS - European Credit Transfer System

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