

Curriculum

Sales and Marketing Management (M.A.)

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrform	Leistungsart	Prüfungsformen	IV
E-Business A	6	4	1.		PL	K90 o. Pr o. H	
Marketing-Informationssysteme	6	4	1.	S	—	—	
Marketingforschung A	6	4	1.		PL	K90 o. Pr o. H	
Informationsgewinnung	6	4	1.	V + Ü	—	—	
Produkt- und Kommunikations-Management A	6	4	1.		PL	K90 o. Pr o. H	
Integrierte Kommunikation	6	4	1.	V	—	—	
Sales-Management A	6	4	1.		PL	K90 o. Pr o. H	
Vertriebsorganisation	3	2	1.	V + Ü	—	—	
Prozessorientiertes Kundenmanagement/ Kunden- und Vertriebscontrolling	3	2	1.	V + Ü	—	—	
Marketing-Management A	6	4	1.		PL	K90 o. Pr o. H	
Strategisches Marketing-Management	3	2	1.	V	—	—	
Multinational Management	3	2	1.	V	—	—	
E-Business B	6	4	2.		PL	K90 o. Pr o. H	
Digital Marketing und E-Commerce	6	4	2.	S	—	—	
Marketingforschung B	6	4	2.		PL	K90 o. Pr o. H	
Analyseverfahren und Berichterstattung	6	4	2.	V + Ü	—	—	
Produkt- und Kommunikations-Management B	6	4	2.		PL	K90 o. Pr o. H	
Innovations-Management	6	4	2.	V	—	—	
Sales-Management B	6	4	2.		PL	K90 o. Pr o. H	
International Trade: Strategic Planning	3	2	2.	V	—	—	
International Trade: Regulatory Framework and Operational Aspects	3	2	2.	V	—	—	
Marketing-Management B	6	4	2.		PL	K90 o. Pr o. H	
International Management	6	4	2.	V	—	—	
E-Business C	6	4	3.		PL	K90 o. Pr o. H	
Customer-Relationship-Management (CRM)	6	4	3.	S	—	—	
Marketingforschung C	6	4	3.		PL	K90 o. Pr o. H	
Ausgewählte Verfahren der Marktforschung	6	4	3.	V	—	—	
Produkt- und Kommunikations-Management C	6	4	3.		PL	K90 o. Pr o. H	
Mediaplanung	6	4	3.	V	—	—	
Sales-Management C	6	4	3.		PL	K90 o. Pr o. H	
Multi-Channel Management	3	2	3.	V	—	—	
ECR / Shopper-Marketing	3	2	3.	V	—	—	
Marketing-Management C	6	4	3.		PL	K90 o. Pr o. H	
The High Performance Company	6	4	3.	V	—	—	Ja
E-Business D	3	2	4.		PL	mP	
Vertiefung und aktuelle Entwicklungen	3	2	4.	S	—	—	
Marketingforschung D	3	2	4.		PL	mP	
Praxisrelevante und aktuelle Themen aus der Marktforschung	3	2	4.	S	—	—	Ja
Produkt- und Kommunikations-Management D	3	2	4.		PL	mP	
Fallstudien / Projekte	3	2	4.	S	—	—	
Sales-Management D	3	2	4.		PL	mP	
Verkaufsgesprächsführung	3	2	4.	Ü	—	—	
Master-Thesis (siehe Anmerkung 1)	18	—	4.		—	—	Ja
Abschlussarbeit	15	—	4.	MA	PL	Th	
Kolloquium	3	—	4.	Kol	PL	mP	

Anmerkungen

Der Masterstudiengang Sales and Marketing Management (M.A.) startet jedes Semester, wird jedoch nur jährlich gelesen, d.h. der individuelle Studienverlauf kann von den Angaben zum Fachsemester abweichen.

(1) Das Modul "Master-Thesis" geht mit dem Doppelten seiner Credit-Points gewichtet in die Gesamtnote ein.

Allgemeine Abkürzungen

CP: Credit-Points nach ECTS, SWS: Semesterwochenstunden, PL: Prüfungsleistung, SL: Studienleistung, [MET]: mit Erfolg teilgenommen, ~: je nach Auswahl, —: nicht festgelegt, IV: formale Voraussetzung ("Ja": Näheres siehe Prüfungsordnung und Modulhandbuch)

Lehrformen

V: Vorlesung, Ü: Übung, MA: Master-Arbeit, Kol: Kolloquium, S: Seminar

Prüfungsformen

H: Hausarbeit, K90: Klausur (90 Minuten), Pr: Präsentation, Th: Thesis, mP: mündliche Prüfung