

Studienverlaufsplan Marketing

Modulgruppe	Modul	Teilmodule	Präsenzstunden (ECTS-Punkte) je Semester							
			1	2	3	4	5	6	Gesamt	(Gesamt)
Fachübergreifende Module	Grundlagen der BWL und des Dienstleistungsmanagements	Grundlagen der BWL und des Dienstleistungsmanagements	60 (5)							
		60 (5)								
	Betriebliches Rechnungswesen	Kosten- und Leistungsrechnung		36 (3)						
		Finanzbuchhaltung		24 (2)	12 (1)					
	72 (6)									
	Unternehmensführung	Grundlagen des Marketing	24 (2)							
		Investition und Finanzierung		36 (3)						
	60 (5)									
	Unternehmensrechnung	Bilanzierung			36 (3)					
		Unternehmensbesteuerung			12 (1)					
		International Accounting			24 (2)					
	72 (6)									
	International Management	International Business and International Marketing				36 (3)				
		Intercultural Management				24 (2)				
	60 (5)									
Organisation und Kontrolle	Qualitätsmanagement				12 (1)					
	Personalmanagement				24 (2)					
	Controlling				24 (2)					
60 (5)										
Entrepreneurship & Unternehmertum	Consulting und Start-Up-Management					24 (2)				
	Projektmanagement					24 (2)				
	Strategisches Management					24 (2)				
	Corporate Governance						12 (1)			
84 (7)										
Zwischensumme									468	(39)

Modulgruppe	Modul	Teilmodule	Präsenzstunden (ECTS-Punkte) je Semester								
			1	2	3	4	5	6	Gesamt	(Gesamt)	
Fachübergreifende Module	Wirtschaftsmathematik und Statistik	Wirtschaftsmathematik	36 (3)								
		Statistik	36 (3)								
	72 (6)										
	Volkswirtschaftslehre	Grundlagen der VWL	12 (1)								
		Mikroökonomik		24 (2)							
		Makroökonomik		24 (2)							
	60 (5)										
	Recht für Wirtschaftswissenschaftler	Grundlagen BGB	36 (3)								
		Einführung in das Handels- und Gesellschaftsrecht sowie Arbeitsrecht		48 (4)							
	84 (7)										
	Wissenschaftliches Arbeiten und Informationstechnologie	Einführung in wissenschaftliches Arbeiten und Wissenschaftstheorie		24 (2)							
		Grundlagen der Informationstechnologie			24 (2)						
		Kommunikation und Netze			12 (1)						
	60 (5)										
	Wirtschafts- und Währungspolitik	Wirtschaftspolitik				12 (1)	24 (2)				
		Geld und Währung					24 (2)				
	60 (5)										
Sozial- und Methodenkompetenzen	Persönlichkeitstraining					12 (1)					
	Karriereplanung					12 (1)					
	Verkaufstraining und Kundenorientierung						24 (2)				
	Konfliktmanagement						12 (1)				
60 (5)											
Wirtschaftssprachen*	*Business English und eine zweite Sprache nach Wahl; da der Anteil des Sprachtrainings (und damit der reinen Übung statt der Wissensvermittlung) bei den Fremdsprachen sehr hoch ist, wird hier je 12 Präsenzstunden nur ein halber ECTS-Punkt erworben.	Sprachen 1	24 (1)	24 (1)	24 (1)	24 (1)	24 (1)	24 (1)			
		Sprachen 2	24 (1)	24 (1)	24 (1)	24 (1)	24 (1)	24 (1)			
288 (12)											
									Zwischensumme	684 (45)	

Modulgruppe	Modul	Teilmodule	Präsenzstunden (ECTS-Punkte) je Semester								
			1	2	3	4	5	6	Gesamt	(Gesamt)	
Marketing	Introduction to Marketing	Principles of Marketing	36	(3)							
		Principles in Design and Layout	24	(2)							
	60 (5)										
	Marketing Analysis	Services Marketing		24	(2)						
		Marketing Research			48	(4)					
		Consumer Organisational Behaviour			36	(3)					
	108 (9)										
	Relationship Marketing	Supply Chain Management			12	(1)					
		Customer Relationship Management			24	(2)					
		B2B Marketing			24	(2)					
	60 (5)										
	Promotional Strategy	Marketing Communications				36	(3)				
		Personal Selling				24	(2)				
		Brand Management				24	(2)				
	84 (7)										
Marketing in a Digital Age	Digital Marketing					24	(2)				
	Social Media Marketing					36	(3)				
60 (5)											
Strategic Marketing	Issues and Trends					24	(2)				
	Strategic Marketing Management					24	(2)				
	Marketing Case							36	(3)		
84 (7)											
									456	(38)	

Modulgruppe	Modul	(ECTS-Punkte) je Semester							
		1	2	3	4	5	6		(Gesamt)
Praxistransfer	Unternehmensphase mit zu erbringenden Tätigkeitsnachweisen	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)		(36)
	Studienjahresarbeit I		4 (2)						(2)
	Studienjahresarbeit II				4 (4)				(4)
	mündliche Prüfung						4 (3)		(3)
									(45)
Expertenforum	Teilnahme an Fachvorträgen während des Studiums								(1)
Wissenschaftliche Abschlussarbeit	Bachelor-Arbeit						8 (12)		(12)

Workload und ECTS-Erwerb							
	(ECTS-Punkte) je Semester						
	1	2	3	4	5	6	
ECTS durch Präsenzlehre:	(24)	(22)	(24)	(20)	(23)	(9)	
ECTS durch Studienleistungen:	(6)	(8)	(6)	(10)	(6)	(21)	
ECTS-Punkte Gesamt (je Semester):	(30)	(30)	(30)	(30)	(29)	(30)	
ECTS pro Jahr:	(60)		(60)		(59)		

ECTS je Fachbereich		
<i>Fachübergreifende Module</i>		(84)
<i>Marketing</i>		(38)
<i>Praxistransfer</i>		(45)
<i>Expertenforum</i>		(1)
<i>Wissenschaftliche Abschlussarbeit</i>		(12)
ECTS insgesamt		(180)