

Curriculum

Sales and Marketing Management (M.A.), PO 2016

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	emfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	fv
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 Fußnote 1)	18		4.				Ja
Abschlussarbeit	15		4.	MA	PL	Th	
Kolloquium	3		4.	Kol	PL	mP	

Allgemeine Abkürzungen:

CP: Credit-Points nach ECTS, **SWS:** Semesterwochenstunden, **PL:** Prüfungsleistung, **SL:** Studienleistung, **MET:** mit Erfolg teilgenommen, ~: je nach Auswahl, **fv:** formale Voraussetzungen ("Ja": Näheres siehe Prüfungsordnung)

Lehrformen:

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

Prüfungsformen:

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

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.

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