

Master „International Business and Marketing“

Studienplan

Fachgebiet	Modul	ECTS Credit Points		
		1.	2.	3.**
Pflichtmodule				
Marketing	Dienstleistungsmarketing im nationalen und internationalen Kontext	5		
	Customer Relationship Management bei Konsumgütern, Industriegütern und Dienstleistungen	5		
	B-to-B Marketing im nationalen und internationalen Kontext		5	
	Markenmanagement im nationalen und internationalen Kontext		5	
Technik	Internationale Aspekte der Technik		2,5	
Internationale BWL	International Strategic Management		2,5	
	Case study international management		2,5	
	International Finance		2,5	
Volkswirtschaftslehre	Economics in International Business		5	
Kultur- und Sozialwissenschaften	Kultur und Management im Kontext von Globalisierungsprozessen	5		
Recht	Internationales Recht des Marketing		5	
Wahlmodule*				
Rechnungswesen und Controlling	Controlling	7,5		
Wirtschaftsinformatik	Wirtschaftsinformatik	7,5		
Quantitative Methoden	Quantitative Methoden	7,5		
Sozialwissenschaften und Management	Human Resource Management	7,5		
Master-Thesis				
Master-Thesis				30
Summe				
Summe CP:		30	30	30

* Zwei Wahlmodule im Umfang von 12 SWS (15 CP) müssen belegt werden.

** : Anfertigung der Master-Thesis im 3. Semester (30 CP)