

# STUDIENVERLAUFSPLAN – MARKETINGMANAGEMENT (M.A.), TEILZEIT

Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / (SWS) Semesterwochenstunden je Sem.											
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.	
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS
<b>Studiengangsspezifische Module</b>												
<b>Forschungsansätze / -methoden</b>												
<b>MM_RES_01 Theorien für das Marketing</b>												
Marketing-Theorien	3	2										
Forschungsansätze im Marketing	3	2										
<b>MM_RES_02 Markt- und Kundenanalyse</b>												
Marktforschung und Marktanalyse	3	2										
Konsumentenverhalten	3	2										
Trendanalyse und Prognose			3	2								
<b>Marketingmanagement</b>												
<b>MM_GOV_01 Strategisches Management</b>												
Strategische Marketingplanung	3	2										
CRM, Implementierung und Controlling	3	2										
<b>MM_MARK_01 Kommunikation</b>												
„Above-the-Line“: Werbung und Werbepsychologie			3	2								
Onlinemarketing und E-Commerce			3	2								
„Below-the-Line“-Kommunikation			3	2								
<b>MM_MARK_02 Produkt und Marke</b>												
Produkt- und Markenmanagement					3	2						
Qualitäts- und Innovationsmanagement					3	2						
<b>MM_MARK_03 Preis- und Vertriebsmanagement</b>												
Preismanagement					3	2						
Vertriebsmanagement					3	2						
<b>MM_MARK_04 Institutionelles Marketingmanagement</b>												
Business-to-Business-Marketing							3	2				
Dienstleistungsmarketing							3	2				
<b>Forschungs- und Transferkompetenz</b>												
<b>MM_PROJ_01 Anwendungsorientiertes Forschungsprojekt</b>												
Forschungsprojekt			4	2	4	2	4	2				
<b>MM_THES_01 Master-Modul</b>												
Master-Seminar									5 CP / 4 SWS			
Master-Thesis									25 CP / 0 SWS			
<b>Studiengangübergreifende Module</b>												
<b>Allgemeine Managementkompetenzen</b>												
<b>MA_METH_01 Entscheidungskompetenz</b>												
Operations Research	3	2										
Statistik	3	2										
<b>MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility</b>												
Unternehmensethik			3	2								
Nachhaltigkeitsmanagement			3	2								
<b>MA_CHAN_01 Management von Veränderungen</b>												
Management von Veränderungen					3	2						
Fallstudien Change Management					3	2						
<b>MA_SKIL_01 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung</b>												
Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien							3	2				
Corporate Governance							3	2				
<b>MA_GOV_01 Internationales Management</b>												
Internationale Wirtschaft							3	2				
Internationalisierungsstrategien							3	2				
CP	24		22		22		22		30			
SWS	16		14		14		14		4			

Studienorte: Köln und Neuss

Studienbeginn: Januar