

MASTER OF SCIENCE IN BUSINESS ADMINISTRATION / MARKETING MANAGEMENT

1. Studiensemester (WS)

	Studienmodul	Prüfungs- verantwortlicher	Prüfungs- leistungen	ECTS- Punkte	SWS
M 3.1	Economic Analysis of Countries and Markets	Prof. Dr. Fidelis Lankes	SP	5	4
M 3.2	Intercultural Competence and Negotiation	Prof. Dr. Harald Müllich	Ref. und SP	5	4
M 3.3	Project Study: Strategic Marketing Management in Selected Industries (B2B)	Prof. Dr. Richard Hofmaier	StA	5	4
M 3.8	Marketing Research Methods and Projects	Prof. Dr. Markus Wessler	PA	5	4
M 3.9	E-Marketing and Multi Channel Integration	Prof. Dr. Klaus Gutknecht	PA	5	4
M 3.13	Consumer Behaviour Analysis	Prof. Dr. Susanne Spintig	StA	5	4

2. Studiensemester (SS)

	Studienmodul	Prüfungs- verantwortlicher	Prüfungs- leistungen	ECTS- Punkte	SWS
M 3.4	Leadership und Change Management	Prof. Dr. Claudia Eckstaller Prof. Dr. Wilhelm Maier	StA	5	4
M 3.5	Marketing Management Simulations	Prof. Dr. Klaus Gutknecht	PA	5	4
M 3.6	Brand Management for Consumer Goods and Media Products	Prof. Dr. Werner Thieme	StA	5	4
M 3.7	Communication Management and Concept Development	Prof. Dr. Werner Thieme	PA	5	4
M 3.10	Strategic Sales and Key Account Management (B2B)	Prof. Dr. Richard Hofmaier	SP	5	4
M 3.14	Customer Relationship Management	Prof. Dr. Susanne Spintig	SP	5	4

3. Studiensemester

	Studienmodul	Prüfungs- verantwortlicher	Prüfungs- leistungen	ECTS- Punkte	SWS
M 3.11	New Business Development, Product Management and Innovation Management (B2B)	Prof. Dr. Richard Hofmaier	SP	5	4
M 3.12	Research Study: International Marketing Management	Prof. Dr. Werner Thieme	PA	5	4
M 3.15	Masterarbeit und Masterseminar		MA, Kol	20	4

Entwurf: Gültig ab Oktober 2018 (Änderungen vorbehalten)

- Regelungen zu einem Auslandsstudium / Zusatzsemester im Master werden gesondert ausgewiesen.
- Fehlende ECTS können nach dem zweiten Studiensemester auch in Form eines (Auslands)-Praktikums nachgeholt werden.
- Studiengangsleitung: Prof. Dr. Werner Thieme