

Module & Credits im Überblick

Hochschulabschluss: Master of Science (M.Sc.) – 90 Credits

Master-Thesis	18
---------------	----

Spezialisierung [Wahl 1 aus 5]

Stakeholder Marketing	6	Marketingcontrolling	6
Internationales Seminar	6	Marken- und Wettbewerbsrecht	6
Preismanagement	6		

Sales Management

Vertriebs- und Handelsmanagement	6	Führung am Beispiel Vertrieb	8
Markt- und Werbepsychologie	8	International Sales and Marketing Strategy	8

Marketing Management

Brand Management	8	E-Marketing	6
Marketing	6	Social Media Marketing	6
Marketingforschung	10		