

Module & Credits im Überblick

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

Master-Thesis

18 Credits

Spezialisierung [Wahl 1 aus 5]

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

Sales Management

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

Marketing Management

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