

## STUDIENABLAUFPLAN M.A. MARKETINGMANAGEMENT 60 ECTS, TEILZEIT (18 MONATE)

| Semester               | Modul  | Kurscodes            | Kursname                               | ECTS   |     |
|------------------------|--|----------------------|--|--------|-----|
| 1. Semester<br>20 ECTS | Strategisches Management   | DLMSMN01             | Strategisches Management               | 5      | K   |
|                        | Internationales Marketing  | DLMMAR01             | Internationales Marketing              | 5      | K   |
|                        | Konsumentenverhalten und Marktforschung  | DLMKUM01<br>DLMKUM02 | Konsumentenverhalten<br>Marktforschung | 5<br>5 | M   |
| 2. Semester<br>20 ECTS | SPEZIALISIERUNG **   |                      | z.B. Online- und Social Media          | 15     | SAF |
|                        | Seminar Current Issues im Marketing  | DLMCIM01             | Seminar Current Issues im Marketing    | 5      | SAS |
| 3. Semester<br>20 ECTS | Masterarbeit   | MMTH01               | Masterarbeit                           | 18     | SA  |
|                        |  | MMTH02               | Kolloquium                             | 2      | PM  |
| Gesamt<br>60 ECTS      | ZIEL: Um im Zeitplan zu bleiben solltest Du pro Semester Module im Umfang von 20 ECTS abschließen! |                      |  |        |     |



\* Alle freigeschalteten Module für die Online Klausur findest Du in CARE

**ACHTUNG:**

Steht das Ergebnis der Anerkennungsprüfung noch aus, solltest Du keine Kurse wählen, welche Du zur Prüfung beantragt hast. Wird Kurs I angerechnet, schreibst Du nur noch eine Klausur über Kurs II.



|     |   |
|-----|---|
| K   | 1 Skript, 1 Klausur, 1 Prüfungstermin<br>(monatlich am Prüfungszentrum oder jederzeit per Online Klausur *)       |
| M   | 2 Skripte, 1 Modulklausur, 1 Prüfungstermin<br>(monatlich am Prüfungszentrum oder jederzeit per Online Klausur *) |
| PM  | Prüfung mündlich (Kolloquium)   |
| SA  | schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit   |
| SAF | schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie   |
| SAS | schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit  |

\*\*\* Spezialisierungen - 1 Module zur Auswahl

SPEZIALISIERUNG:  
Kommunikation und Branding  
Online- u. Social Media Marketing  
Sales



Du hast bereits eine genaue Vorstellung zu Deinem idealen Studienablaufplan? Super! Die IUBH bietet Dir die nötige Flexibilität sämtliche Module aus allen Semestern frei nach Deinem Geschmack zu wählen. Du kannst mehrere Module gleichzeitig bearbeiten oder auch einfach ein Modul nach dem anderen.



Ein Modul mit zwei Kursen besteht aus einer Einführung und einer Vertiefung. Um ein Modul erfolgreich abzuschließen, musst Du sowohl die Einführung als auch die Vertiefung des Moduls erfolgreich im Rahmen einer Modulprüfung bestehen.