

Rahmenstudienplan BWL-Marketing Management

(Gültig ab: 1. Oktober 2026 – vorbehaltlich Akkreditierung)

Modulbezeichnung, (ECTS-Punkte), Lehrveranstaltungen, [Anzahl der Präsenzstunden]

Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Betriebswirtschaftslehre (35) [400]	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (5) Einführung in die Betriebswirtschaftslehre [40] Grundlagen und Prinzipien des Marketing [20]	Unternehmensrechnung (5) Kosten- und Leistungsrechnung [30] Investition und Finanzierung [30]	Quantitative Methoden (5) Empirische Forschungsmethoden [27] Data Science [28]	Personalmanagement und Unternehmensorganisation (5) Personalmanagement [33] Unternehmensorganisation [22]	Integriertes Management (5) Unternehmensführung [25] Leadership [25]	
	Finanzbuchführung und Bilanzierung (5) Finanzbuchführung [30] Bilanzierung [30]					
			Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit (5) Management von Digitalisierung [40] Management von Nachhaltigkeit [20]			
Studienrichtungskernmodule (45) [495]	Marketing Insights (5) Marketingforschung [30] Customer Insights [30]		Marketing Technology and Artificial Intelligence (5) Marketingtechnologien und Künstliche Intelligenz [55]		Campaign Management (5) Kampagnenmanagement [50]	
	Strategic Marketing (5) Strategisches Marketing [60]		Digital Marketing (5) Digitales Marketing [55]		Social Media Marketing (5) Social Media Marketing [50]	
		Operational Marketing (5) Operatives Marketing [60]	Customer Management (5) Kundenmanagement [55]		Integration Seminar Marketing Management (5) Integrationsseminar [50]	

Freier Modulpool (10) [105]		Brand Management (5) Strategisches Markenmanagement [27] Markenkommunikationsmanagement [28]		Wirtschafts- politik (5) Einführung in die Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaft [25] Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik [25]	
Studien- richtungs- wahlfach I (20) [210]		Wahlfach I* (20)			
		Modul I [55]	Modul II [55]	Modul III [50]	Modul IV [50]
Studien- richtungs- wahlfach II (10) [100]				Wahlfach II* (10)	
				Modul I [50]	Modul II [50]

* Die akkreditierten Wahlfächer finden Sie auf den Seiten 4-9. Das Angebot an Wahlfächern I und II wird insbesondere determiniert von der Anzahl der Kurse und Studierenden.

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
VWL (10) [115]	Mikroökonomik (5) Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Grundlagen der Mikroökonomik [30] Fortgeschrittene Mikroökonomik [30]		Makroökonomik (5) Grundlagen der Makroökonomik [28] Geld und Währung [27]			
Recht (5) [55]			Bürgerliches Recht (5) Bürgerliches Recht II [55]			
Mathematik und Statistik (5) [60]	Mathematik und Statistik (5) Mathematik [30] Statistik [30]					
Schlüsselqualifikationen (10) [110]	Schlüsselqualifikationen I (5) Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens [30] Präsentations- und Kommunikationskompetenz [30]				Schlüsselqualifikationen II (5) Leadership Workshop [25] Studienrichtungsspezifische Seminare [25]	
Bachelorarbeit (12)					Bachelorarbeit (12)	
Praxismodule (48)	Praxismodul I (20) Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellung		Praxismodul II (20) Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellung, Rechnungswesen, Marketing, Zahlungsverkehr		Praxismodul III (8) Mitarbeit in einem Unterstützungsprozess, Vertiefung in einem Geschäftsprozess oder Unterstützungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld	
CP-Summen	70		70		70	
	(210)					
Präsenzstunden	600 (Soll: 50 x 12 = 600)		550 (Soll: 50 x 11 = 550)		500 (Soll: 50 x 10 = 500)	
	[1.650]					

STUDIENRICHTUNGSWAHLFÄCHER

WAHLFACH I (Wahl eines Wahlfachs I aus den im Studienjahrgang angebotenen Wahlfächern*)

Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studienrichtungswahlfach I: Digital Data-Driven Marketing (20) [210]			Digital Data-Driven Marketing			
			Creating Value with Data Analytics in Marketing (5) Creating Value with Data Analytics in Marketing [55]	Big Data and Marketing Metrics (5) Big Data and Marketing Metrics [55]	Quantitative Marketing Analytics (5) Quantitative Marketing Analytics [50]	Data Research Project (5) Data Research Project [50]
Studienrichtungswahlfach I: Sales Systems and Sales Management (20) [210]			Sales Systems and Sales Management			
			Sales Systems and Sales Process (5) Vertriebssysteme, Vertriebsplanung und -organisation [28] Vertriebsprozessmanagement [27]	Sales Cycle and Channel Management (5) Sales Cycle Management [28] Omnichannel Management [27]	Sales Management and Sales Performance Measurement (5) Sales Management Tools [25] Sales Performance Measurement [25]	Sales Techniques and Sales Simulation (5) Sales und Negotiation Techniques [25] Sales Management Simulation [25]
Studienrichtungswahlfach I: International Marketing Management (20) [210]			International Marketing Management			
			International Marketing Environment (5) Internationale Rahmenbedingungen des Marketing [55]	International Marketing Strategies (5) Internationale Marketingstrategien [55]	Leadership in International Marketing (5) Internationales Marketing und Leadership [50]	Applied International Marketing (5) Projekt: Internationales Marketing [50]
Studienrichtungswahlfach I: Integriertes Management und Marketing im Textilservice (20) [210]			Integriertes Management und Marketing im Textilservice			
			Strategisches Management in der Textilservicebranche (5) Strategisches Management in der Textilservicebranche [55]	Strategisches und operatives Marketing in der Textilservicebranche (5) Strategisches und operatives Marketing in der Textilservicebranche [55]	Service- und Qualitätsmanagement in der Textilservicebranche (5) Service- und Qualitätsmanagement in der Textilservicebranche [50]	Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit in der Textilservicebranche (5) Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit in der Textilservicebranche [50]
Studienrichtungswahlfach I: Advanced Psychology in Marketing and Marketing Research (20) [210]			Advanced Psychology in Marketing and Marketing Research			
			Perception and Decision Making in Marketing (5) Affektive und kognitive Prozesse im Marketing [28] Heuristiken und Biases im Marketing [27]	Psychology for Marketers (5) Sozialpsychologie im Marketingkontext [28] Wirtschaftspsychologie [27]	Psychological Marketing Research (5) Statistische Methoden der psychologischen Marketingforschung [50]	Application of Psychology in Marketing Research (5) Projekt: Angewandte Psychologie in der Marketingforschung [50]

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- wahlfach I: Organiza- tional Culture and HR Marketing (20) [210]			Organizational Culture and HR Marketing			
			Strategic Organizational Design (5) Organisationskultur [28] Organisations- psychologie [27]	Strategic Organizational Development (5) Change Management und Change Communication [28] Leadership [27]	Employer Marketing (5) Employer Marketing [50]	Employee Marketing (5) Employee Marketing [50]
Studien- richtungs- wahlfach I: Sensory and Technologi- cal Innova- tions in Marketing (20) [210]			Sensory and Technological Innovations in Marketing			
			Sensory Marketing (5) Grundlagen und Instrumente der Marketingsensorik [55]	Convergence of Physical and Digital Usability (5) Gamification und User-Centric Design im Marketing [55]	Merged Reality (5) Virtual Reality und Augmented Reality im Marketing [50]	Applied Technological Innovations in Marketing (5) Projekt: Technologische Innovationen im Marketing [50]
Studien- richtungs- wahlfach I: International Marketing and Sales Management (20) [210]			International Marketing and Sales Management			
			International Marketing Environment (5) Internationale Rahmenbedingungen des Marketing [55]	International Marketing Strategies (5) Internationale Marke- tingstrategien [55]	International Sales Management (5) Internationales Ver- triebsmanagement [50]	Applied International Sales Management (5) Projekt: Internationales Vertriebsmanage- ment [50]
Studien- richtungs- wahlfach I: Advanced Product and Service Marketing (20) [210]			Advanced Product and Service Marketing			
			Product Marketing (5) Gestaltung und Vertrieb von Produkten [55]	Service Marketing (5) Gestaltung und Vertrieb von Serviceleistungen [55]	Service-Dominant Logic (5) Konvergenz von Produkten und Ser- viceleistungen [50]	Sharing Economy (5) Vermarktung von Produkten und Ser- viceleistungen in Consumption Communities [50]
Studien- richtungs- wahlfach I: Sports Marketing (20) [210]			Sports Marketing			
			Introduction to Sports Marketing (5) Introduction to Sports Marketing [55]	Sponsorship and Partnership in Sports (5) Sponsorship and Partnership in Sports [55]	Digital Transfor- mation in Sports Marketing (5) Digital Transforma- tion in Sports Marke- ting [50]	Strategic Sports Marketing and Brand Manage- ment (5) Strategic Sports Mar- keting and Brand Management [50]

* Das Angebot an Wahlfächern I wird insbesondere determiniert von der Anzahl der Kurse und Studierenden.

WAHLFACH II (Wahl eines Wahlfachs II aus den im Studienjahrgang angebotenen Wahlfächern**)

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- wahlfach II: Advanced Psychology in Marketing (10) [100]					Advanced Psychology in Marketing	
					Perception and Decision Making in Marketing (5) Affektive und kognitive Prozesse im Marketing [25] Heuristiken und Biases im Marketing [25]	Psychology for Marketers (5) Sozialpsychologie im Marketingkontext [25] Wirtschafts- psychologie [25]
Studien- richtungs- wahlfach II: HR Marketing (10) [100]					HR Marketing	
					Employer Marketing (5) Employer Marketing [50]	Employee Marketing (5) Employee Marketing [50]
Studien- richtungs- wahlfach II: Responsible Corporate Management in Marketing (10) [100]					Responsible Corporate Management in Marketing	
					Ethics, Corporate Governance, and Compliance in Marketing (5) Corporate Govern- ance und Compliance im Marketing [25] Ethik im Marketing [25]	Sustainability and Corporate Social Responsi- bility in Marketing (5) Sustainability im Marketing [25] Corporate Social Re- sponsibility im Mar- keting [25]
Studien- richtungs- wahlfach II Big Data Strategies and Analytics (10) [100]					Big Data Strategies and Analytics	
					Creating Value with Data Analytics in Marketing (5) Creating Value with Data Analytics in Marketing [50]	Big Data and Marketing Metrics (5) Big Data and Marketing Metrics [50]
Studien- richtungs- wahlfach II Marketing Analytics and Data Science (10) [100]					Marketing Analytics and Data Science	
					Quantitative Marketing Analytics (5) Quantitative Marketing Analytics [50]	Data Research Project (5) Data Research Project [50]

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- wahlfach II: Digital Marketing Communi- cation Management (10) [100]					Digital Marketing Communication Management	
					Strategic Digital Communication Management (5) Konzeption zielgruppen- adäquater digitaler Kommunikationskam- pagnen [25] Auswahl und Verknüpfung digitaler Kommunikations- kanäle [25]	Operational Digital Communication Management (5) Realisierung und Evaluation digitaler Marketing- kommunikation [25] Monitoring digitaler Kommunikation und Krisenkommunikation [25]
Studien- richtungs- wahlfach II: Organiza- tional Deter- minants of Marketing Success (10) [100]					Organizational Determinants of Marketing Success	
					Strategic Organizational Design (5) Organisationskultur [25] Organisations- psychologie [25]	Strategic Organizational Development (5) Change Management und Change Communication [25] Leadership [25]
Studien- richtungs- wahlfach II: Advanced Product Management (10) [100]					Advanced Product Management	
					Product Innovation Management (5) Design Thinking und Innovations- management [50]	Product Design (5) Product Design und Mass Customization [50]
Studien- richtungs- wahlfach II: International Marketing Management (10) [100]					International Marketing Management	
					International Marketing Environment (5) Internationale Rahmenbedingungen des Marketing [50]	International Marketing Strategies (5) Internationale Marketingstrategien [50]
Studien- richtungs- wahlfach II: International Sales Management (10) [100]					International Sales Management	
					International Sales Management (5) Internationales Vertriebsmanage- ment [50]	Applied International Sales Management (5) Projekt: Internationales Vertriebsmanage- ment [50]

Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studienrichtungs- wahlfach II: Sales Systems (10) [100]					Sales Systems	
					Sales Systems and Sales Process (5) Vertriebssysteme, Vertriebsplanung und -organisation [25] Vertriebsprozessmanagement [25]	Sales Cycle and Channel Management (5) Sales Cycle Management [25] Omnichannel Management [25]
Studienrichtungs- wahlfach II: Sales Management (10) [100]					Sales Management	
					Sales Management and Sales Performance Management (5) Sales Management Tools [25] Sales Performance Measurement [25]	Sales Techniques and Sales Simulation (5) Sales und Negotiation Techniques [25] Sales Management Simulation [25]
Studienrichtungs- wahlfach II: Advanced Psychology in Marketing Research (10) [100]					Advanced Psychology in Marketing Research	
					Psychological Marketing Research (5) Statistische Methoden der psychologischen Marketingforschung [50]	Application of Psychology in Marketing Research (5) Projekt: Angewandte Psychologie in der Marketingforschung [50]
Studienrichtungs- wahlfach II: Sports Marketing (10) [100]					Sports Marketing	
					Introduction to Sports Marketing (5) Introduction to Sports Marketing [50]	Sponsorship and Partnership in Sports (5) Sponsorship and Partnership in Sports [50]
Studienrichtungs- wahlfach II: Digital Sports and Brand Management (10) [100]					Digital Sports and Brand Management	
					Digital Transformation in Sports Marketing (5) Digital Transformation in Sports Marketing [50]	Strategic Sports Marketing and Brand Management (5) Strategic Sports Marketing and Brand Management [50]

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- wahlfach II: Strategi- sches Tex- tilservicema- nagement und Marke- ting (10) [100]					Strategisches Textilservicemanagement und Marketing	
					Strategisches Management in der Textilservicebranche (5) Strategisches Management in der Textilservicebranche [50]	Strategisches und operatives Marketing in der Textilservicebranche (5) Strategisches und operatives Marketing in der Textilservicebranche [50]
Studien- richtungs- wahlfach II: Nachhaltig- keit und Qua- litätsmanage- ment im Tex- tilservice (10) [100]					Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement im Textilservice	
					Service- und Qualitätsmanagement in der Textilservicebranche (5) Service- und Qualitätsmanagement in der Textilservicebranche [50]	Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit in der Textilservicebranche (5) Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit in der Textilservicebranche [50]

** Das Angebot an Wahlfächern II wird determiniert von der Anzahl der Kurse und Studierenden sowie von den im Studienjahrgang gewählten Wahlfächern I.

BEISPIELE FÜR UNTERSCHIEDLICHE KOMBINATIONEN AUS WAHLFACH I + II

Beispiel 1:

MARKETINGMANAGEMENT MIT WAHLFACH I „SALES SYSTEMS AND SALES MANAGEMENT“ UND WAHLFACH II „HR Marketing“

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- kernmodule (45) [495]	Marketing Insights (5) Marketingforschung [30] Customer Insights [30]		Marketing Technology and Artificial Intelligence (5) Marketingtechnologien und Künstliche Intelligenz [55]		Campaign Management (5) Kampagnenmanagement [50]	
	Strategic Marketing (5) Strategisches Marketing [60]		Digital Marketing (5) Digitales Marketing [55]		Social Media Marketing (5) Social Media Marketing [50]	
		Operational Marketing (5) Operatives Marketing [60]	Customer Management (5) Kundenmanagement [55]		Integration Seminar Marketing Management (5) Integrationsseminar [50]	
Studien- richtungs- wahlfach I: (20) [210]			Sales Systems and Sales Management			
			Sales Systems and Sales Process (5) Vertriebssysteme, Vertriebsplanung und -organisation [28] Vertriebsprozessmanagement [27]	Sales Cycle and Channel Management (5) Sales Cycle Management [28] Omnichannel Management [27]	Sales Management and Sales Performance Measurement (5) Sales Management Tools [25] Sales Performance Measurement [25]	Sales Techniques and Sales Simulation (5) Sales und Negotiation Techniques [25] Sales Management Simulation [25]
Studien- richtungs- wahlfach II: (10) [100]					HR Marketing	
					Employer Marketing (5) Employer Marketing [50]	Employee Marketing (5) Employee Marketing [50]

Beispiel 2:

MARKETINGMANAGEMENT MIT WAHLFACH I „DIGITAL DATA-DRIVEN MARKETING“ UND WAHLFACH II „ADVANCED PSYCHOLOGY IN MARKETING“

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- kernmodule (45) [495]	Marketing Insights (5) Marketingforschung [30] Customer Insights [30]		Marketing Technology and Artificial Intelligence (5) Marketingtechnologien und Künstliche Intelligenz [55]		Campaign Management (5) Kampagnenmanagement [50]	
	Strategic Marketing (5) Strategisches Marketing [60]		Digital Marketing (5) Digitales Marketing [55]		Social Media Marketing (5) Social Media Marketing [50]	
		Operational Marketing (5) Operatives Marketing [60]	Customer Management (5) Kundenmanagement [55]		Integration Seminar Marketing Management (5) Integrationsseminar [50]	
Studien- richtungs- wahlfach I: (20) [210]			Digital Data-Driven Marketing			
			Creating Value with Data Analytics in Marketing (5) Creating Value with Data Analytics in Marketing [55]	Big Data and Marketing Metrics (5) Big Data and Marketing Metrics [55]	Quantitative Marketing Analytics (5) Quantitative Marketing Analytics [50]	Data Research Project (5) Data Research Project [50]
Studien- richtungs- wahlfach II: (10) [100]					Advanced Psychology in Marketing	
					Perception and Decision Making in Marketing (5) Affektive und kognitive Prozesse im Marketing [25] Heuristiken und Biases im Marketing [25]	Psychology for Marketers (5) Sozialpsychologie im Marketingkontext [25] Wirtschaftspsychologie [25]

Beispiel 3:

MARKETINGMANAGEMENT MIT WAHLFACH I „INTEGRIERTES MANAGEMENT UND MARKETING IM TEXTILSERVICE“ UND WAHLFACH II „RESPONSIBLE CORPORATE MANAGEMENT IN MARKETING“

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- kernmodule (45) [495]	Marketing Insights (5) Marketingforschung [30] Customer Insights [30]		Marketing Technology and Artificial Intelligence (5) Marketingtechnologien und Künstliche Intelligenz [55]		Campaign Management (5) Kampagnenmanagement [50]	
	Strategic Marketing (5) Strategisches Marketing [60]		Digital Marketing (5) Digitales Marketing [55]		Social Media Marketing (5) Social Media Marketing [50]	
		Operational Marketing (5) Operatives Marketing [60]	Customer Management (5) Kundenmanagement [55]		Integration Seminar Marketing Management (5) Integrationsseminar [50]	
Studien- richtungswahlfach I: (20) [210]			Integriertes Management und Marketing im Textilservice			
			Strategisches Management in der Textilservicebranche (5) Strategisches Management in der Textilservicebranche [55]	Strategisches und operatives Marketing in der Textilservicebranche (5) Strategisches und operatives Marketing in der Textilservicebranche [55]	Service- und Qualitätsmanagement in der Textilservicebranche (5) Service- und Qualitätsmanagement in der Textilservicebranche [50]	Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit in der Textilservicebranche (5) Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit in der Textilservicebranche [50]
Studien- richtungswahlfach II: (10) [100]					Responsible Corporate Management in Marketing	
					Ethics, Corporate Governance, and Compliance in Marketing (5) Corporate Governance und Compliance im Marketing [25] Ethik im Marketing [25]	Sustainability und Corporate Social Responsibility in Marketing (5) Sustainability im Marketing [25] Corporate Social Responsibility im Marketing [25]

Beispiel 4:

MARKETINGMANAGEMENT MIT WAHLFACH I „INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT“ UND WAHLFACH II „ADVANCED PSYCHOLOGY IN MARKETING“

Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- kernmodule (45) [495]	Marketing Insights (5) Marketingforschung [30] Customer Insights [30]		Marketing Technology and Artificial Intelligence (5) Marketingtechnologien und Künstliche Intelligenz [55]		Campaign Management (5) Kampagnenmanagement [50]	
	Strategic Marketing (5) Strategisches Marketing [60]		Digital Marketing (5) Digitales Marketing [55]		Social Media Marketing (5) Social Media Marketing [50]	
		Operational Marketing (5) Operatives Marketing [60]	Customer Management (5) Kundenmanagement [55]		Integration Seminar Marketing Management (5) Integrationsseminar [50]	
Studien- richtungs- wahlfach I: (20) [210]			International Marketing Management			
			International Marketing Environment (5) Internationale Rahmenbedingungen des Marketing [55]	International Marketing Strategies (5) Internationale Marketingstrategien [55]	Leadership in International Marketing (5) Internationales Marketing und Leadership [50]	Applied International Marketing (5) Projekt: Internationales Marketing [50]
Studien- richtungs- wahlfach II: (10) [100]					Advanced Psychology in Marketing	
					Perception and Decision Making in Marketing (5) Affektive und kognitive Prozesse im Marketing [25] Heuristiken und Biases im Marketing [25]	Psychology for Marketers (5) Sozialpsychologie im Marketingkontext [25] Wirtschaftspsychologie [25]