Rahmenstudienplan BWL-Marketing Management

(Gültig ab: 1. Oktober 2026)

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

Modul-bereich	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]	

<table>
<tr><td>Freier Modulpool
(10)
[105]</td><td></td><td>Brand Management
(5)
Strategisches Markenmanagement
[27]

Marken-kommunikations-management
[28]</td><td></td><td>Wirtschafts-politik
(5)
Einführung in die Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaft
[25]
Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik
[25]</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Studien-richtungs-wahlfach I
(20)
[210]</td><td rowspan="2"></td><td colspan="4">Wahlfach I*
(20)</td></tr>
<tr><td>Modul I
[55]</td><td>Modul II
[55]</td><td>Modul III
[50]</td><td>Modul IV
[50]</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Studien-richtungs-wahlfach II
(10)
[100]</td><td rowspan="2"></td><td colspan="2" rowspan="2"></td><td colspan="2">Wahlfach II*
(10)</td></tr>
<tr><td>Modul I
[50]</td><td>Modul II
[50]</td></tr>
</table>

* 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 [55]			
Mathematik und Statistik **(5)** **[60]**	**Mathematik und Statistik** **(5)** Mathematik [30]	Statistik [30]				
Schlüssel-qualifikatio-nen **(10)** **[110]**	**Schlüsselqualifikationen I** **(5)** Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens [30] Präsentations- und Kommunikationskompetenz [30]				**Schlüsselqualifikationen II** **(5)** Leadership Workshop [25] Studienrichtungsspezifische Seminare [25]	
Bachelor-arbeit **(12)**					**Bachelorarbeit** **(12)**	
Praxis-module **(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)		
Präsenz-stunden	**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*)

Modul-bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien-richtungs-wahlfach 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]
Studien-richtungs-wahlfach I: **Sales Systems and Sales Management** **(20)** [210]			**Sales Systems and Sales Management**			
			Sales Systems and Sales Process **(5)** Vertriebssysteme, Vertriebsplanung und -organisation [28] Vertriebsprozess-management [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 and Negotiation Techniques [25] Sales Management Simulation [25]
Studien-richtungs-wahlfach I: **International Marketing Management** **(20)** [210]			**International Marketing Management**			
			International Marketing Environment **(5)** Internationale Rahmenbedingungen des Marketing [55]	**International Marketing Strategies** **(5)** Internationale Marketing-strategien [55]	**Leadership in International Marketing** **(5)** Internationales Marketing und Leadership [50]	**Applied International Marketing** **(5)** Projekt: Internationales Marketing [50]
Studien-richtungs-wahlfach I: **Integriertes Management und Marketing im Textilservice** **(20)** [210]			**Integriertes Management und Marketing im Textilservice**			
			Strategisches Management in der Textilservice-branche **(5)** Strategisches Management in der Textilservicebranche [55]	**Strategisches und operatives Marketing in der Textilservice-branche** **(5)** Strategisches und operatives Marketing in der Textilservice-branche [55]	**Service- und Qualitätsmanage-ment in der Textilservice-branche** **(5)** Service- und Quali-tätsmanagement in der Textilservice-branche [50]	**Innovations-management und Nachhaltigkeit in der Textilservice-branche** **(5)** Innovationsmanage-ment und Nachhaltig-keit in der Textil-servicebranche [50]
Studien-richtungs-wahlfach I: **Advanced Psychology in Marketing and Market-ing 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] Wirtschafts-psychologie [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 Marketingstrategien [55]	**International Sales Management** **(5)** Internationales Vertriebsmanage-ment [50]	**Applied International Sales Management** **(5)** Projekt: Internationales Vertriebs-management [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 Serviceleistungen [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 Marketing [50]	**Strategic Sports Marketing and Brand Management** **(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 Marketing [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]

Modul-bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien-richtungs-wahlfach II: **Sales Systems** **(10)** **[100]**					**Sales Systems**	
					Sales Systems and Sales Process **(5)** Vertriebssysteme, Vertriebsplanung und -organisation [25] Vertriebsprozess-management [25]	**Sales Cycle and Channel Management** **(5)** Sales Cycle Management [25] Omnichannel Management [25]
Studien-richtungs-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 and Negotia-tion Techniques [25] Sales Management Simulation [25]
Studien-richtungs-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]
Studien-richtungs-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]
Studien-richtungs-wahlfach II: **Digital Sports and Brand Management** **(10)** **[100]**					**Digital Sports and Brand Management**	
					Digital Transfor-mation in Sports Marketing **(5)** Digital Transforma-tion in Sports Marketing [50]	**Strategic Sports Marketing and Brand Manage-ment** **(5)** Strategic Sports Mar-keting 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 Textilservice-management und Marketing** **(10)** **[100]**					**Strategisches Textilservice-management und Marketing**	
					Strategisches Management in der Textilservice-branche **(5)** Strategisches Management in der Textilservicebranche **[50]**	**Strategisches und operatives Marketing in der Textilservice-branche** **(5)** Strategisches und operatives Marketing in der Textilservice-branche **[50]**
Studien-richtungs-wahlfach II: **Nachhaltig-keit und Qualitäts-management im Textil-service** **(10)** **[100]**					**Nachhaltigkeit und Qualitäts-management im Textilservice**	
					Service- und Qualitätsmanage-ment in der Textilservice-branche **(5)** Service- und Qualitätsmanagement in der Textilservice-branche **[50]**	**Innovationsma-nagement und Nachhaltigkeit in der Textilservice-branche** **(5)** Innovationsmanage-ment und Nachhaltigkeit in der Textil-servicebranche **[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“

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

Beispiel 2:

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

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

Beispiel 3:

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

<table>
<tr><th rowspan="2">Modul-bereich</th><th colspan="2">1. Studienjahr</th><th colspan="2">2. Studienjahr</th><th colspan="2">3. Studienjahr</th></tr>
<tr><th>1. Semester</th><th>2. Semester</th><th>3. Semester</th><th>4. Semester</th><th>5. Semester</th><th>6. Semester</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Studien-richtungs-kernmodule
(45)
[495]</td><td colspan="2">Marketing Insights
(5)
Marketingforschung
[30]
Customer Insights
[30]</td><td colspan="2">Marketing Technology and Artificial Intelligence
(5)
Marketingtechnologien und Künstliche Intelligenz
[55]</td><td colspan="2">Campaign Management
(5)
Kampagnenmanagement
[50]</td></tr>
<tr><td>Strategic Marketing
(5)
Strategisches Marketing
[60]</td><td></td><td colspan="2">Digital Marketing
(5)
Digitales Marketing
[55]</td><td colspan="2">Social Media Marketing
(5)
Social Media Marketing
[50]</td></tr>
<tr><td></td><td>Operational Marketing
(5)
Operatives Marketing
[60]</td><td>Customer Management
(5)
Kundenmanagement
[55]</td><td></td><td colspan="2">Integration Seminar Marketing Management
(5)
Integrationsseminar
[50]</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Studien-richtungs-wahlfach I:
(20)
[210]</td><td colspan="2" rowspan="2"></td><td colspan="4">Integriertes Management und Marketing im Textilservice</td></tr>
<tr><td>Strategisches Management in der Textilservice-branche
(5)
Strategisches Management in der Textilservicebranche
[55]</td><td>Strategisches und operatives Marketing in der Textilservice-branche
(5)
Strategisches und operatives Marketing in der Textilservice-branche
[55]</td><td>Service- und Qualitätsmanage-ment in der Textilservice-branche
(5)
Service- und Qualitätsmanage-ment in der Textil-servicebranche
[50]</td><td>Innovations-management und Nachhaltigkeit in der Textilservice-branche
(5)
Innovationsmanage-ment und Nachhaltig-keit in der Textilser-vicebranche
[50]</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Studien-richtungs-wahlfach II:
(10)
[100]</td><td colspan="2" rowspan="2"></td><td colspan="2" rowspan="2"></td><td colspan="2">Responsible Corporate Management in Marketing</td></tr>
<tr><td>Ethics, Corporate Governance, and Compliance in Marketing
(5)
Corporate Govern-ance und Compliance im Marketing
[25]
Ethik im Marketing
[25]</td><td>Sustainability und Corporate Social Responsi-bility im Marketing
(5)
Sustainability im Marketing
[25]
Corporate Social Re-sponsibility im Marketing
[25]</td></tr>
</table>

Beispiel 4:

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

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