

B Master Marketing et Vente / Master of Arts

Master 1

Zeit- lage	Modul- nummer	Modulname	Kredit- punkte
1. Semester	IM M 101	Marketing I	
	IM M 102	Internationales Management I	
	IM M 103	Purchasing and International Marketing	5 cp
	IM M 104	Kern Wahlpflicht 1 (ein Modul ist auszuwählen)	5 cp
	IM M 10401	<i>Multivariate Analyse von Erhebungsdaten mit SPSS</i>	
	IM M 10402	<i>Empirische ökonomische Modellanalyse</i>	
	IM M 10403	<i>Regional ökonomisches Forschungsprojekt</i>	
	IM M 105	Business Economics	
IM M 106	Interkulturelles Management D-F	5 cp	
2. Semester	IM M 201	Marketing II	
	IM M 202	Internationales Management II	
	IM M 203	Sales Management	
	IM M 204	International Economics	5 cp
	IM M 205	Interkulturelle Kommunikation in der Fachsprache Wirtschaftsfranzösisch/ Wirtschaftsdeutsch	
	IM M 206	Schwerpunktbezogenes Forschungsprojekt/ Masterkatalog I (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen)	5 cp
	IM M 20601	<i>Ausgewählte Fragestellungen des Markenmanagements</i>	
	IM M 20602	<i>Dienstleistungsmarketing</i>	
	IM M 20603	<i>Vertriebscontrolling in Handel und Telekommunkation</i>	
	IM M 20304	<i>Aktuelle Problemstellungen im internationalen Management</i>	
	IM M 20305	<i>Internationales Investitionsgütermarketing</i>	
3. Semester	Studium an der französischen Partnerhochschule gem. vereinbarten Studienverlaufs		30 cp
4. Semester			30 cp