

STUNDENPLAN 1. & 2. SEMESTER IN DER 4-SEMESTER-VARIANTE

1. SEMESTER (BEISPIEL)			2. SEMESTER (BEISPIEL)		
Uhrzeit	Montags	Dienstags	Uhrzeit	Montags	Dienstags
8.00 – 9.35	Fact-Based Marketing: Business Cases, Tools & Metrics	Wissenschaftliches Arbeiten: Instrumente & Methoden (Market Research)	8.00 – 9.35	Integriertes Kundenmanagement: Akquisition, Entwicklung & Retention	Wissenschaftliches Arbeiten: Angewandte quantitative Methoden
10.00 – 11.35			10.00 – 11.35		
14.00 – 15.35	Change Management & Leadership im Marketing	Behavioral Marketing & Kundenfokus	14.00 – 15.35	Produkt-, Service- & Innovationsmanagement	Digital Marketing & Online PR / Mobile Marketing & Online Advertising
16.00 – 17.35			16.00 – 17.35		Service Excellence & Agile Marketing / Business Development & Sales Mgmt.

Wissenschaftlichkeit
 Advanced General Management
 Marketing-Vertiefungen
 Wahlpflichtmodule*

*WPM 5/6 «Design Thinking» und «Consumer Behavior – aktuelle Trends» werden als Blockseminar angeboten

Der dargestellte Vorlesungsplan ist beispielhaft und dient lediglich der Orientierung – Änderungen z.B. aufgrund von Dozierenden- oder Raumkapazitäten sind möglich.

STUNDENPLAN 1. & 2. SEMESTER IN DER 6-SEMESTER-VARIANTE

1. SEMESTER (BEISPIEL)			2. SEMESTER (BEISPIEL)		
Uhrzeit	Montags	Dienstags	Uhrzeit	Montags	Dienstags
8.00 – 9.35		Wissenschaftliches Arbeiten: Instrumente & Methoden (Market Research)	8.00 – 9.35	Integriertes Kundenmanagement: Akquisition, Entwicklung & Retention	
10.00 – 11.35			10.00 – 11.35		
14.00 – 15.35		Behavioral Marketing & Kundenfokus	14.00 – 15.35	Produkt-, Service- & Innovationsmanagement	
16.00 – 17.35			16.00 – 17.35		

Wissenschaftlichkeit
 Advanced General Management
 Marketing-Vertiefungen
 Wahlpflichtmodule

Der dargestellte Vorlesungsplan ist beispielhaft und dient lediglich der Orientierung – Änderungen z.B. aufgrund von Dozierenden- oder Raumkapazitäten sind möglich.