

Änderung des Studienplans für das MASTERSTUDIUM MARKETING

1. § 10 Absatz 3 lautet:

Im Rahmen des Studienganges Marketing sind vier Wahlfächer im Umfang von jeweils 5 ECTS-Anrechnungspunkten und 2 Semesterstunden zu absolvieren, wobei jedes Wahlfach aus einer Lehrveranstaltung mit prüfungsimmanentem Charakter besteht. Wahlfächer sind:

1. Retail and Sales Management
2. Service Marketing and Customer Relationship Management
3. Advanced Topics in Marketing Management
4. International Marketing Management
5. Advanced Topics in Marketing Communication and Consumer Behavior
6. Marketing Project Management
7. Interactive Marketing and Social Media
8. Selected Topics in Marketing
9. Course Abroad I
10. Course Abroad II
11. Course Abroad III
12. Course Abroad IV

2. In § 13 Absatz 3 wird die Wortfolge „*In Foreign Language (8 ECTS):*“ durch die Wortfolge „*In Foreign Language I (4 ECTS):*“ ersetzt und darunter die folgenden Zeilen eingefügt:

Foreign Language I	4	2	LVP/PI
<i>In Foreign Language II (4 ECTS):</i>			
Foreign Language II	4	2	LVP/PI

3. In § 15 wird folgender Absatz 7 angefügt:

Die Änderungen dieses Studienplans gemäß Beschluss der Studienkommission vom 01.03.2016, genehmigt vom Senat am 16.03.2016, treten am 01.10.2016 in Kraft.