

STUDIENVERLAUFSPLAN

MARKETINGÖKONOM (FH)

1. SEMESTER	CP	PRÄSENZTAGE
Grundlagen der BWL	6	1
Marketing – Grundlagen und Strategien	4	
Konsumentenverhalten und Marktforschung	6	1
2. SEMESTER		
Advanced Marketing – Ideen- und Innovationsmanagement	5	1
Mikroökonomie	4	
Grundlagen Online-Marketing und Social Media	5	
Besondere Managementperspektiven und Kommunikation	6	1
3. SEMESTER		
Marketing-Controlling	4	
Advanced Online Marketing	15	
Gesamt Credit Points & Präsenztage	55	