

---

# Einführungsveranstaltung Master in Marketing

Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer

18.10.2021

Prof. Dr. Martina Steul-Fischer

Prof. Dr. Andreas Fürst

Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften



Friedrich-Alexander-Universität  
Fachbereich Wirtschafts- und  
Sozialwissenschaften | WiSo

---

1. Das Institut für Marketing stellt sich vor
2. Qualitätsmanagement im Master in Marketing
3. Am Master in Marketing beteiligte Lehrstühle
4. Der Master in Marketing
  - 4.1. Vertiefung Marketing Management
  - 4.2. Vertiefung Marketing Research
  - 4.3. Vertiefung Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science
5. Praxiskooperationen
6. Study abroad – Möglichkeiten zum Auslandsstudium
7. Ihre Karriereperspektiven
8. Ihr Ansprechpartner
9. Nützliche Informationen – Unser Erstsemesterleitfaden

## LEHRSTÜHLE



**Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer**

Inhaberin des GfK-Lehrstuhls für  
Marketing Intelligence

**Sprecherin des Instituts**

**Studiengangsleiterin des  
Master in Marketing**



**Prof. Dr. Martina Steul-Fischer**

Inhaberin des Lehrstuhls für  
BWL, insb.  
Versicherungsmarketing



**Prof. Dr. Andreas Fürst**

Inhaber des Lehrstuhls für  
BWL, insb. Marketing



**Prof. Dr. Reimar Zeh**

Lehrstuhlvertreter des Lehrstuhls  
für Kommunikationswissenschaft

**Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften  
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg**

## Ansprechpartner an den Marketing-Lehrstühlen

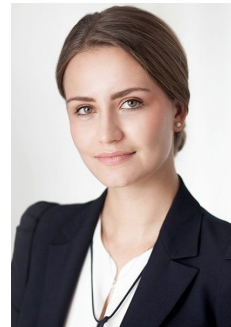
**Studiengangskoordinator  
Master in Marketing**



**Leon Sasse, M.Sc.**

GfK-Lehrstuhl für  
Marketing Intelligence  
Prof. Dr. N. Koschate-Fischer

leon.sasse@fau.de



**Lisa-Marie Klopfer, M.Sc.**

Lehrstuhl für BWL,  
insb. Versicherungsmarketing  
Prof. Dr. M. Steul-Fischer

lisa-marie.klopfer@fau.de



**Christina Illichmann, M.Sc.**

Lehrstuhl für BWL,  
insb. Marketing  
Prof. Dr. A. Fürst

christina.illichmann@fau.de

# 1. Das Institut für Marketing stellt sich vor (3)

## Homepage

<https://www.institut-marketing.rw.fau.de/>



[Über uns](#) ▾ [Studium](#) ▾ [Veröffentlichungen](#) [Stellenangebote](#) [Kontakt](#)



### Herzlich willkommen am Institut für Marketing!

Auf unserer Website finden Sie einen Überblick über die Angebote in Lehre und Forschung zu marketingbezogenen Fragestellungen sowie aktuelle Meldungen für Studierende.

### Aktuelle Meldungen der Lehrstühle

- [Praxisseminar in Kooperation mit der NÜRNBERGER Versicherung im WS 2021/22](#)  
Lehrstuhl für Versicherungsmarketing
- [Ankündigung: InsureMe – Insurance Meeting Nordbayern 2021](#)  
Lehrstuhl für Versicherungsmarketing
- [Einführungsveranstaltung „Marketing im Bachelor“](#)  
Lehrstuhl für Marketing Intelligence
- [Fraunhofer IIS sucht eine studentische Hilfskraft \(m/w/d\)](#)  
Lehrstuhl für Marketing
- [Service Marketing \(Master\) im Wintersemester 2021/22](#)  
Lehrstuhl für Versicherungsmarketing

### Zu unseren Lehrstühlen

- > Lehrstuhl für Marketing
- > GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence
- > Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Versicherungsmarketing
- > Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft



## Institut für Marketing



Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer  
Inhaberin des GfK-Lehrstuhls für  
Marketing Intelligence  
Sprecherin des Instituts für Marketing



Prof. Dr. Andreas Fürst  
Inhaber des Lehrstuhls für Marketing



Prof. Dr. Martina Steul-Fischer  
Inhaberin des Lehrstuhls für  
Versicherungsmarketing



Prof. Dr. Reimar Zeh  
Lehrstuhlvertreter des Lehrstuhls für  
Kommunikationswissenschaften



Leon Sasse, M.Sc.  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter am  
GfK-Lehrstuhl für Marketing  
Intelligence

## Externe Experten



Prof. Dr. Adamantios Diamantopoulos  
Inhaber des Lehrstuhls für Internatio-  
nales Marketing, Universität Wien



Prof. Holger Jung  
Mitbegründer von Jung von Matt,  
Hamburg



Andreas Onnen  
Head of Consumer & Market  
Knowledge bei Procter & Gamble,  
Frankfurt am Main



Prof. Dr. Raimund Wildner  
Vizepräsident des Nuremberg Institute  
for Market Decisions, Nürnberg

## Studierendenvertreter



Eva Leonhardt



Alexander Vogt



Sarah Kirschbaum

# 3. Am Master in Marketing beteiligte Lehrstühle

## Kernteam



Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer  
GfK-Lehrstuhl für Marketing  
Intelligence



Prof. Dr. Martina Steul-Fischer  
Lehrstuhl für BWL, insb.  
Versicherungsmarketing



Prof. Dr. Andreas Fürst  
Lehrstuhl für BWL, insbesondere  
Marketing



Prof. Dr. Reimar Zeh  
Lehrstuhl für Kommunikations-  
wissenschaft



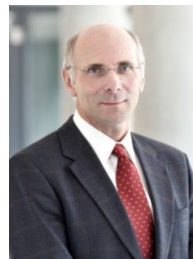
Prof. Dr. Kathrin M. Möslein  
Lehrstuhl für BWL, insb. Industrielle  
Informationssysteme



Prof. Dr. Jonas Dovern  
Lehrstuhl für Statistik und  
Ökonometrie



Prof. Dr. Klaus Moser  
Lehrstuhl für Psychologie, insb.  
Wirtschafts- und Sozialpsychologie



Prof. Dr. Freimut Bodendorf  
Lehrstuhl für BWL, insb.  
Wirtschaftsinformatik II



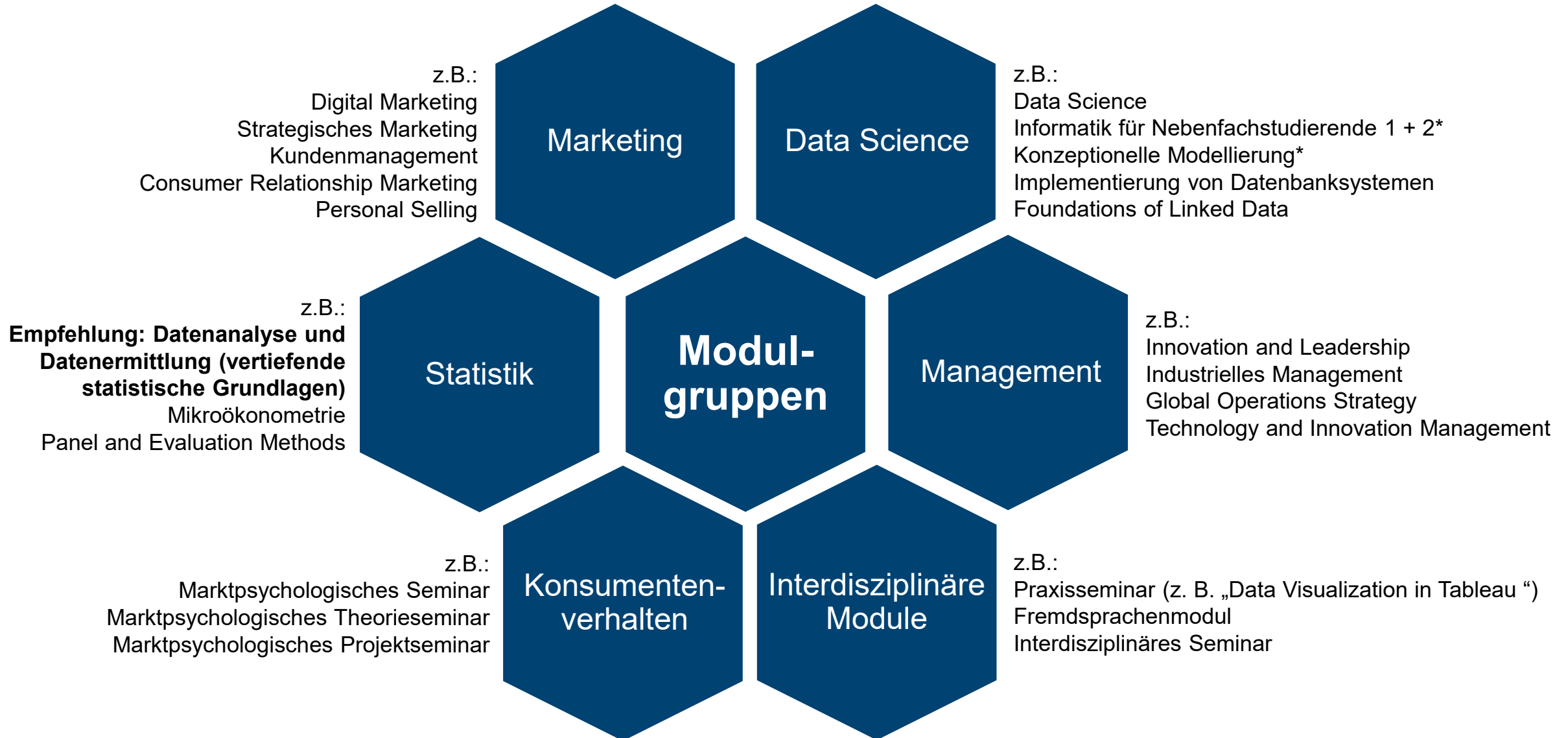
Prof. Regina Riphahn, Ph.D.  
Lehrstuhl für Statistik und empirische  
Wirtschaftsforschung

# 4. Der Master in Marketing: Vertiefungen

	Marketing Management	Marketing Research	Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science
Sem. 1 – 3	Pflichtbereich (20 ECTS)	Pflichtbereich (20 ECTS)	Pflichtbereich (20 ECTS)
	<b>Vertiefungsbereich Marketing Management (10 ECTS)</b>	<b>Vertiefungsbereich Marketing Research (10 ECTS)</b>	<b>Vertiefungsbereich Marketing Research (10 ECTS)</b>
	Freier Wahlpflichtbereich (60 ECTS)	Freier Wahlpflichtbereich (60 ECTS)	Freier Wahlpflichtbereich (30 ECTS)   Modulgruppe Data Science (30 ECTS)
Sem. 4	Masterarbeit (30 ECTS)	Masterarbeit (30 ECTS)	Masterarbeit (30 ECTS)



# 4. Modulgruppen und beispielhafte Module im Master in Marketing



\* verpflichtende Module bei Schwerpunkt Data Science

# 4.1. Vertiefung Marketing Management

	ECTS	Semester			
		1	2	3	4
<b>Pflichtbereich</b>	20				
Marketingtheorie	5	5			
Produkt- und Preismanagement	5	5			
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	5	5			
Marketingseminar	5			5	
<b>Vertiefung Marketing Management</b>	10				
<i>Wahl von 2 aus 4 Modulen:</i>					
<b>Service Marketing</b>	5	5	oder	5	
<b>International Marketing</b>	5	5	oder	5	
<b>Strategisches Marketing</b>	5		5		
<b>Business-to-Business Marketing</b>	5		5		
<b>Wahlpflichtbereich</b>	60				
Freie Wahl von Modulen aus allen Modulgruppen					
<b>Masterarbeit</b>	30				
<b>Summe ECTS</b>	120				

Hinweis: Empfohlen wird der Besuch der Veranstaltungen Datenanalyse (1. Semester) und Datenermittlung (2. Semester)

# 4.1. Beispielhafter Stundenplan 1. Semester: Marketing Management

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
08:00 – 09:30					
09:45 – 11:15	<b>Produkt- und Preismanagement VL / Übung</b> (LS Koschate-Fischer) ab 21.10.2021 09:45-11:15 Uhr LG 0.424	<b>Vertriebs- und Kommunikationsmanagement Übung</b> (LS Fürst) 09:45-11:15 Uhr LG 0.424  <b>Service Marketing</b> (LS Steul-Fischer) 18.01., 25.01., 01.02., 08.02.2022 09:45-13:00 Uhr LG H2		<b>Datenanalyse VL</b> (Prof. Wildner) Start: 21.10.2021 09:45-11:15 Uhr LG H3	
11:30 – 13:00		<b>Marketingtheorie VL</b> (LS Steul-Fischer) 26.10., 16.11., 14.12.2021 11:30-13:00 Uhr; LG H2			
13:15 – 14:45		<b>Service Marketing</b> (LS Steul-Fischer) Kick-Off: 26.10.2021 13:15-14:45 Uhr LG H3		<b>Produkt- und Preismanagement VL / Übung</b> (LS Koschate-Fischer) Start: 21.10.2021 13:15-14:45 Uhr LG 0.424	
15:00 – 16:30	<b>Vertriebs- und Kommunikationsmanagement Übung</b> (LS Fürst) 15:00-16:30 Uhr LG 0.424		<b>Vertriebs- und Kommunikationsmanagement VL</b> (LS Fürst) Start: 20.10.2021 15:00-16:30 Uhr LG 0.424		
16:45 – 18:15					

Zusätzlich sind im 1. Semester Veranstaltungen im Umfang von 5 ECTS aus dem Wahlpflichtbereich selbst zu wählen!

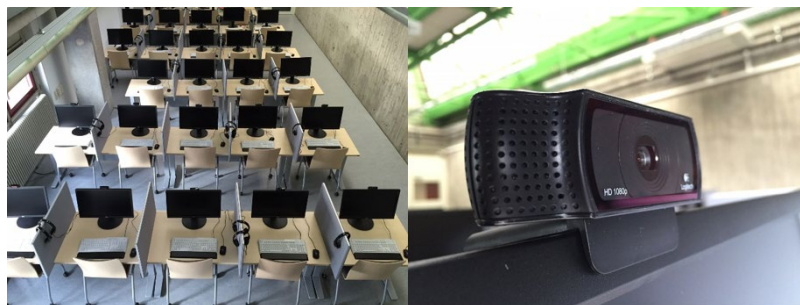
## 4.2. Vertiefung Marketing Research (1)

- Gezielte Vermittlung von Kompetenzen insbesondere für Tätigkeiten in der Marktforschung, Marketingberatung und Marketingforschung
- Quantitative Ausrichtung durch die Vermittlung fortgeschrittener statistischer Methoden

**Eigenes Forschungszentrum** bietet hervorragende Forschungsmöglichkeiten:

- Nutzung des Experimentallabors ELAN (Experimental Lab for Business Insights Nürnberg) für die Erhebung von Daten im Rahmen von Abschluss- oder Projektarbeiten
- Zugang zu PC-Arbeitsplätzen mit spezieller Software für Anwendungen in Statistik und Data Science (z. B. SPSS, Stata, Python)

Für die Teilnahme an wissenschaftlichen Studien im Experimentallabor registrieren Sie sich unter <https://www.hroot.rw.fau.de/>



ELAN  
Experimental Lab for Business Insights Nürnberg

## 4.2. Vertiefung Marketing Research (2)

	ECTS	Semester			
		1	2	3	4
<b>Pflichtbereich</b>	20				
Marketingtheorie	5	5			
Produkt- und Preismanagement	5	5			
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	5	5			
Marketingseminar	5			5	
<b>Vertiefung Marketing Research</b>	10				
Ökonometrie	5	5			
Panel and Evaluation Methods	5	5			
<b>Wahlpflichtbereich</b>	60				
Freie Wahl von Modulen aus allen Modulgruppen					
<b>Masterarbeit</b>	30				
<b>Summe ECTS</b>	<b>120</b>				

Hinweis: Empfohlen wird der Besuch der Veranstaltungen Datenanalyse (1. Semester) und Datenermittlung (2. Semester)

## 4.2. Beispielhafter Stundenplan 1. Semester: Marketing Research

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
08:00 – 09:30	<b>Ökonometrie* VL</b> (LS Riphahn) Start: 18.10.2021 08:00-09:30 Uhr FG 0.015  <b>Panel and Evaluation Methods* VL</b> (LS Riphahn) Start: 08.12.2021 08:00-09:30 Uhr LG 0.424		<b>Ökonometrie* VL</b> (LS Riphahn) Start: 18.10.2021 08:00-09:30 Uhr FG 0.015  <b>Panel and Evaluation Methods* VL</b> (LS Riphahn) Start: 08.12.2021 08:00-09:30 Uhr LG 0.424		
09:45 – 11:15	<b>Produkt- und Preismanagement VL / Übung</b> (LS Koschate-Fischer) ab 21.10.2021 09:45-11:15 Uhr LG 0.424	<b>Vertriebs- und Kommunikationsmanagement Übung</b> (LS Fürst) 09:45-11:15 Uhr LG 0.424		<b>Datenanalyse VL</b> (Prof. Wildner) Start: 21.10.2021 09:45-11:15 Uhr LG H3	
11:30 – 13:00		<b>Marketingtheorie VL</b> (LS Steul-Fischer) 26.10., 16.11., 14.12.2021 11:30-13:00 Uhr; LG H2			
13:15 – 14:45				<b>Produkt- und Preismanagement VL / Übung</b> (LS Koschate-Fischer) Start: 21.10.2021 13:15-14:45 Uhr LG 0.424	
15:00 – 16:30	<b>Vertriebs- und Kommunikationsmanagement Übung</b> (LS Fürst) 15:00-16:30 Uhr LG 0.424		<b>Vertriebs- und Kommunikationsmanagement VL</b> (LS Fürst) Start: 20.10.2021 15:00-16:30 Uhr LG 0.424		
16:45 – 18:15	Zusätzlich sind im 1. Semester Veranstaltungen im Umfang von 5 ECTS aus dem Wahlpflichtbereich selbst zu wählen!				

## 4.3. Vertiefung Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science (1)

- Vermittlung von vertiefenden Kenntnissen in Informatik und Statistik zur Organisation, Analyse und Aufbereitung von komplexen Datensätzen („Big Data“)
- 30 ECTS aus der Modulgruppe Data Science:

DATA

### Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century

by Thomas H. Davenport and D.J. Patil

Harvard Business Review

#### Data Science

##### Informatik

Aktuelle Programmiersprachen und Datenbanksysteme  
(z. B. Python, HTML, PHP, MySQL)

##### **Verpflichtend:**

- Informatik für Nebenfachstudierende 1
- Informatik für Nebenfachstudierende 2
- Konzeptionelle Modellierung

##### **Frei wählbar:**

- **Empfehlung:** Data Science
- E-Business Technologies & evolutionäre Informationssysteme
- Implementierung von Datenbanksystemen
- Business Intelligence and Digital Marketing
- Social and Web Intelligence
- Introduction to Pattern Recognition & Pattern Recognition
- Deep Learning
- Data Analytics for Information Systems
- Development of Deep Vision Systems

##### Fortgeschrittene Statistik

Komplexe Datenauswertung mit Statistiksoftware  
(z. B. R, Python, Stata)

##### **Frei wählbar:**

- Multivariate Time Series Analysis
- Bayesian Econometrics
- Foundations of Linked Data
- Data Analytics for Information Systems
- Semiparametric Methods in Econometrics and Applications

→ Kenntnisse in Programmierung/Datenbanken und Statistik werden sich (kurz- und) langfristig auszahlen

## 4.3. Vertiefung Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science (2)

	ECTS	Semester			
		1	2	3	4
<b>Pflichtbereich</b>	20				
Marketingtheorie	5	5			
Produkt- und Preismanagement	5	5			
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	5			5	
Marketingseminar	5			5	
<b>Vertiefung Marketing Research</b>	10				
Ökonometrie	5	5			
Panel and Evaluation Methods	5	5			
<b>Wahlpflichtbereich</b>	60				
Informatik für Nebenfachstudierende 1	5	5			
Informatik für Nebenfachstudierende 2	5		5		
Konzeptionelle Modellierung	5	5	oder	5	
Freie Wahl von Modulen der Modulgruppe Data Science	15				
Freie Wahl von Modulen aus allen Modulgruppen	30				
<b>Masterarbeit</b>	30				
<b>Summe ECTS</b>	<b>120</b>				

Hinweis: Empfohlen wird der Besuch der Veranstaltungen Datenanalyse (1. Semester), Datenermittlung (2. Semester) und Data Science (2. Semester)



## 4.3. Vertiefung Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science (3)

Freie Wahl von 3 weiteren Modulen (15 ECTS) der Modulgruppe Data Science	ECTS	Semester			
		1	2	3	4
<b>Empfehlung:</b> Data Science	5		5		
E-Business Technologies und evolutionäre Informationssysteme	5	5	oder	5	
Implementierung von Datenbanksystemen	5	5	oder	5	
Business Intelligence and Digital Marketing	5		5		
Social and Web Intelligence	5	5	oder	5	
Introduction to Pattern Recognition	5	5	oder	5	
Pattern Recognition	5	5	oder	5	
Deep Learning	5			5	
Data Analytics for Information Systems	5	5	oder	5	
Semiparametric Methods in Econometrics and Applications	5	5	oder	5	
Development of Deep Vision Systems	5		5	5	
Multivariate Time Series Analysis	5		5		
Bayesian Econometrics	5		5		
Foundations of Linked Data	5		5		

## 4.3. Beispielhafter Stundenplan im Semester: Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
08:00 – 09:30	<p><b>Ökonometrie* VL</b> (LS Riphahn) Start: 18.10.2021 08:00-09:30 Uhr FG 0.015</p> <p><b>Panel and Evaluation Methods* VL</b> (LS Riphahn) Start: 08.12.2021 08:00-09:30 Uhr LG 0.424</p>		<p><b>Ökonometrie* VL</b> (LS Riphahn) Start: 18.10.2021 08:00-09:30 Uhr FG 0.015</p> <p><b>Panel and Evaluation Methods* VL</b> (LS Riphahn) Start: 08.12.2021 08:00-09:30 Uhr LG 0.424</p>		
09:45 – 11:15	<p><b>Produkt- und Preismanagement VL / Übung</b> (LS Koschate-Fischer) ab 21.10.2021 09:45-11:15 Uhr LG 0.424</p>			<p><b>Datenanalyse VL</b> (Prof. Wildner) Start: 21.10.2021 09:45-11:15 Uhr LG H3</p>	
11:30 – 13:00		<p><b>Marketingtheorie VL</b> (LS Steul-Fischer) 26.10., 16.11., 14.12.2021 11:30-13:00 Uhr; LG H2</p>			
13:15 – 14:45			<p><b>Informatik 1 für Nebenfachstudierende VL*</b> (LS Herzog) Start: 20.10.2021 14:15-17:00 Uhr K2-119 (Erlangen)</p>	<p><b>Produkt- und Preismanagement VL / Übung</b> (LS Koschate-Fischer) Start: 21.10.2021 13:15-14:45 Uhr LG 0.424</p>	
15:00 – 16:30					
16:45 – 18:15					

\* Zu diesen Modulen werden mehrere Übungen angeboten. Weitere Informationen finden Sie auf den Websites der zuständigen Lehrstühle.

## Praktikum

- Im 3. oder 4. Fachsemester

z. B.



**FERRERO**

## Masterarbeit

- In Kooperation mit einem Unternehmen

z. B.



**SIEMENS**

## Praxisvertreter

- z. B. in
  - Data Science
  - Kundenmanagement
  - Marktforschungsmanagement

## Studentische Initiativen

z. B.



## Praxisseminare

- In Kooperation mit Praxispartnern

## Gastvorträge

- z. B. im Rahmen der Veranstaltung Produkt- und Preismanagement

## Alumniverein

- <https://www.afwn.de/>

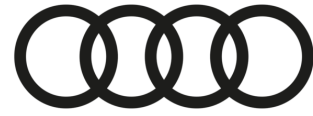
**afwn**

## Career Service

- <https://www.career.rw.fau.de/>
- Seminare & Workshops
- Beratungsangebot
- Infoveranstaltungen
- Mentoring-Programme
- Stellenangebote & Karriere

# 5. Praxiskooperationen: Aktuelle Beispiele

Enge Verknüpfung zur Unternehmenspraxis durch Kooperationen mit namhaften Partnern wie z. B.



# 6. Study abroad – Möglichkeiten zum Auslandsstudium

Zum Beispiel ...



... und weitere Austauschprogramme des Fachbereichs: <https://ib.wiso.fau.de/outgo/>

## 6. Study abroad – Doppelmaster in Kooperation mit der Ecole de Management (EM) Strasbourg

- Es besteht die Möglichkeit, spezielle Teile des Marketing-Studiums an einer ausländischen Hochschule zu absolvieren.
- Für interessierte Studierende besteht auch die Möglichkeit, einen deutsch-französischen **Doppelmaster an der Ecole de Management (EM) Strasbourg** zu erwerben.
- Ablauf des Studiums:
  - 1. und 2. Semester in Nürnberg (30 ECTS + Praktikum)
  - 3. und 4. Semester in Strasbourg (60 ECTS), ab April Masterarbeit an der FAU (30 ECTS)
- Weitere Informationen zu Partneruniversitäten sowie allgemeine Informationen zum Auslandsstudium und zum Doppelmaster finden sich auf der Homepage des Büros für Internationale Beziehungen (<https://ib.wiso.fau.de/>).
- Ansprechpartnerin des Doppelmasters ist Eva Krakowitzky (eva.krakowitzky@fau.de; Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Unternehmensführung).



## Marketing



z. B. in den Bereichen

- Produkt-/Markenmanagement
- Pricing
- Marketingplanung/ -controlling
- Strategisches Marketing
- Social Media Marketing
- ...

## Marktforschung



z. B. als

- Marketing Manager
- Research Manager
- Marketing Consultant
- Marketing & Data Scientist
- Analyst
- ...

## Staat / Universität



z. B.

- Promotion
- ggf. Habilitation
- Tätigkeiten bei Behörden
- Öffentliche Unternehmen
- Stiftungen
- ...

## Vertrieb



z. B. in den Bereichen

- Sales Service
- Key Account Management
- Vertriebsstrategie
- Business-Account Management
- Technischer Vertrieb
- ....

## Werbe-/ Eventbranche



z. B. in den Bereichen

- Projektmanagement
- Agenturarbeit
- E-Commerce
- Community Management
- Kommunikation
- ...

## Beratung



z. B.

- Strategischen Unternehmensberatungen
- Marketing-/Vertriebsberatungen
- Internationalen (Marketing) Beratungsgesellschaften
- ...

## 8. Ihr persönlicher Ansprechpartner im Master in Marketing

---



Leon Sasse, M.Sc.

GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence  
Lange Gasse 20, Raum: 6.215  
90403 Nürnberg

Sprechzeiten: Di. 14:30-16:30 Uhr

Tel.: 0911 / 5302-95740

Fax: 0911 / 5302-95758

Email: [leon.sasse@fau.de](mailto:leon.sasse@fau.de)



# 9. Nützliche Informationen – Unser Erstsemesterleitfaden

- Bitte beachten Sie auch unseren Erstsemesterleitfaden ([Link](#)) mit wichtigen Informationen zu:
  - Prüfungsordnung
  - Modulhandbuch
  - Homepages
  - Informationen und Anmeldung zu Veranstaltungen: StudOn
  - Erstellung des Stundenplans: Univis
  - Prüfungen: MeinCampus
  - Auslandsstudium
- Um keine Informationen zu verpassen, sollten Sie außerdem:
  - Der Master in Marketing Gruppe auf StudOn beitreten sowie der Gruppe Ihrer beabsichtigten Vertiefungsrichtung
  - Sicherstellen, dass Sie im E-Mail Verteiler des Studiengangs eingetragen sind und dass Mails des Verteilers nicht in Ihrem Spam-Ordner landen
- Ausgabe der Begrüßungstasche des Fachbereichs:  
Montag, 18.10.2021 von 13.00 bis 18.00 Uhr im Innenhof des Gebäudes „Lange Gasse 20“



## Erstsemesterleitfaden Master in Marketing

### Wichtige Informationsquellen:

#### 1. Prüfungsordnung

In der jeweils aktuellen Fachprüfungsordnung für den Master in Marketing finden Sie Informationen über den Pflicht-, Vertiefungs- und Wahlpflichtbereich und den **Studienplan**. Außerdem können Sie in der Prüfungsordnung nachlesen, wie sich die Schwerpunkte Marketing Management, Marketing Research und Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science zusammensetzen. Allgemeine Informationen, die alle Masterstudiengänge betreffen, finden Sie in der Rahmenprüfungsordnung für Masterstudiengänge. Alle Prüfungsordnungen finden Sie in der aktuellen Version unter folgendem Link:  
<https://www.fau.de/fau/rechtsgrundlagen/pruefungsordnungen/rechts-und-wirtschaftswissenschaftliche-fakultaet/fachbereich-wirtschaftswissenschaften/>  
Bitte beachten Sie, dass die Prüfungsordnung ggf. einmal pro Semester überarbeitet wird. Sie sollten sich also immer zu Semesterstart über potenzielle Änderungen informieren.

#### 2. Modulhandbuch

Alle wählbaren Module und die zugehörigen Veranstaltungen sind im Modulhandbuch einzusehen (steht auf der Masterhomepage und der Homepage des Prüfungsamtes zum Download bereit). Im Modulhandbuch können Sie die Voraussetzungen für die Belegung der einzelnen Module, die Beschreibung der Inhalte des Moduls und die Prüfungsformen nachlesen (<https://www.wiso.rw.fau.de/studium/im-studium/modulhandbaeucher/>). Auch das Modulhandbuch wird einmal pro Semester überarbeitet. Bitte informieren Sie sich daher regelmäßig zu Semesterstart über potenzielle Änderungen.

#### 3. Lehrstuhlhomepages

Aktuelle Informationen zum Marketingstudium und den Veranstaltungen finden Sie auf den Lehrstuhlseiten der am Master in Marketing beteiligten Lehrstühle sowie auf der Seite des Instituts für Marketing unter folgendem Link:  
<https://www.institut-marketing.rw.fau.de/>

---

# Einführungsveranstaltung Master in Marketing

Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer

18.10.2021

Prof. Dr. Martina Steul-Fischer

Prof. Dr. Andreas Fürst

Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften



Friedrich-Alexander-Universität  
Fachbereich Wirtschafts- und  
Sozialwissenschaften | WiSo

---