

Studienrichtung Marketing

FAKULTÄT WIRTSCHAFT

MASTER IN BUSINESS MANAGEMENT (M. A.)



Der Duale Master an der DHBW

BERUFSBEGLEITEND UND BERUFSINTEGRIEREND STUDIEREN



Das Master-Studium an der DHBW findet in Präsenzphasen und als begleitetes Selbststudium statt. Eine verantwortliche berufliche Tätigkeit ist so mit dem berufsbegleitenden Studium gut zu vereinbaren. Die Präsenztage sind für die Motivation und den Studienerfolg sehr wichtig, sie ermöglichen das Peer-to-Peer-Learning, das Networking und den persönlichen Kontakt zu den Lehrenden.

Das berufsintegrierende Konzept des Dualen Masters ist nicht nur auf Fallstudien und Simulationen angewiesen. Die Studierenden entwickeln ihre Fach- und Methodenkompetenz an realen Fragestellungen aus der eigenen

betrieblichen Praxis weiter. Das Studium kann inhaltlich durch breite Wahlmöglichkeiten an vorhandene Vorkenntnisse, an berufliche Ziele und an Kompetenzbedarfe des Arbeitgebers angepasst werden.

Vor Beginn können fehlende Zulassungsvoraussetzungen durch grundlegende Weiterbildungsmodulen erworben werden. Studierende können Grundlagenmodule belegen, Praxismodule nachholen oder im ersten Jahr nach dem Bachelor-Abschluss Lehrveranstaltungen aus dem Master-Programm besuchen und ggf. später anerkennen lassen. Der Vorlesungsbetrieb findet am CAS in Heilbronn und an den Standorten der DHBW statt.

DER WEG ZUM DUALEN MASTER

Prüfen Sie,

- ob ein berufsintegrierendes Studienkonzept zu Ihnen passt,
- welche Studienrichtung Ihren beruflichen Zielen und Interessen entspricht,
- ob Sie die **Zulassungsvoraussetzungen** erfüllen:
 - zur Studienrichtung affine berufliche Tätigkeit
 - mind. ein Jahr Berufserfahrung nach dem Bachelor-Abschluss
 - BWL-Bachelor mit 210 ECTS, ggf. Teilnahme an grundlegenden Weiterbildungsmodulen
 - Abschlussnote in der Regel 2,5 oder besser
 - Unterstützung durch den Arbeitgeber (Master-Vereinbarung)

ggf. Besuch von vertiefenden Weiterbildungsmodulen

Bewerbung am DHBW CAS

Master-Studium

Master in Business Management

BERUFLICHE HANDLUNGSKOMPETENZ ERWEITERN



Fachexpertinnen und Fachexperten in Business Management haben vertiefte Kenntnisse über betriebswirtschaftliche Funktionen oder Branchen. Sie können komplexe Zusammenhänge erkennen, strukturieren und auf das Wesentliche reduzieren. Der Aufbau des Studiengangs Master in Business Management (MBM) ist deshalb dreigeteilt: **General-Management-Module** vertiefen das Verständnis für unternehmerisches Denken und Handeln. Die Studierenden reflektieren eigene und fremde Führungsfähigkeiten und setzen sich intensiv mit spezifischen

Managementthemen auseinander. Das **fachübergreifende Kompetenzstudium** stärkt die berufliche Handlungskompetenz über das Fachwissen hinaus. In drei **wissenschaftlichen Arbeiten** entwickeln die Studierenden Lösungen für betriebliche Problemstellungen. Mit den Projekten können sie sich beruflich profilieren, sie wenden fachwissenschaftliche Methoden an und übertragen theoretische Konzepte auf die Praxis. In den **Studienrichtungen** können sich die Studierenden spezialisieren, um auf ihre beruflichen Ziele hinzuarbeiten.

| GENERAL MANAGEMENT | WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN IN DER PRAXIS | | | STUDIENRICHTUNGEN |
|---|--|---------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Forschungsmethoden und deren Anwendung Quantitative und qualitative Forschung Anwendung ausgewählter Forschungsmethoden | Fachübergreifende Kompetenzen | Forschungsprojektarbeit I | Forschungsprojektarbeit II | General Business Management |
| Strategisches Management Unternehmensführung und Wertorientierung Führung und Ethik | | | | Accounting, Controlling und Steuern |
| Rahmenbedingungen des Managements Managerial Economics Recht | | Master-Thesis | Dienstleistungen | |
| Aktuelle Managementthemen Digitale Transformation und Big Data oder Risiko- und Krisenmanagement oder Innovations- und Changemanagement | | | Finance | |
| Führung und Organisationsverhalten Führung von Mitarbeitern/-innen und Gruppen Verhalten in und von Organisationen | | | Handel | |
| | | | International Business | |
| | Marketing | | | |
| | Medien und Marketing | | | |
| | Personal und Organisation | | | |
| | Supply Chain Management, Logistik und Produktion | | | |

Studienrichtung Marketing

VIELFÄLTIGE CHANCEN GEZIELT NUTZEN



Das berufsintegrierende Studium Master in Business Management (MBM) in der Studienrichtung Marketing vermittelt in enger Verknüpfung von Theorie und Praxis umfassende fachliche, methodische und soziale Kompetenzen und qualifiziert für die Herausforderungen zukünftiger Fach- und Führungsaufgaben in Marketing und Vertrieb.

Ziel dieses dualen Master-Programms ist es, die Absolventen in die Lage zu versetzen, mithilfe wissenschaftlich fundierter Theoriekenntnisse praktische Marketing-Problemstellungen im beruflichen Alltag zielorientiert zu lösen.

Zielgruppen

Der Studiengang MBM Marketing richtet sich an überdurchschnittliche Bachelor-Absolventen aller Hochschulen mit wirtschaftswissenschaftlichem Studienabschluss (180 oder 210 ECTS-Punkte) und mindestens einem Jahr Berufserfahrung. Interessierte sollten eine besondere Affinität zu Marketing oder Vertrieb aufweisen und eine leitende Position in diesen Bereichen anstreben. Zudem spricht dieser Studiengang Absolventen nicht betriebswirtschaftlicher Studiengänge an, sofern diese in ihrem beruflichen Aufgabenfeld marketingbezogene Aufgabenstellungen übernommen haben oder übernehmen werden.

Aus Sicht der Unternehmen bietet das Master-Programm MBM Marketing eine ideale Möglichkeit, Mitarbeiter im Rahmen der Personalentwicklung zu qualifizieren.



Berufsfelder

Die vielfältigen Tätigkeitsbereiche innerhalb von Marketing und Vertrieb (Vertriebsaußendienst, Vertriebsinnendienst, Key Account Management, Produkt- oder Markenmanagement, Kommunikation, Kundenmanagement, Servicemanagement, Marktforschung etc.) ermöglichen breite Einsatz- und Entwicklungsmöglichkeiten für die Absolventen.

Aufgrund der zentralen Bedeutung von Marketing und Vertrieb in der Unternehmenspraxis besteht eine entsprechend hohe Nachfrage nach qualifizierten Absolventen.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.cas.dhbw.de/mbm-marketing

Das Modulangebot im Überblick

FLEXIBEL KOMBINIEREN



| STUDIENRICHTUNG MARKETING | | |
|--|--|---|
| General Marketing-Management | Organisationales Beschaffungsverhalten | Konsumentenverhalten und Marktkommunikation |
| B2B-Produkt- und Leistungspolitik | Online- und Social-Media-Marketing | B2B-Vertriebs- und Preismanagement |
| Markenmanagement | Kundenmanagement/CRM | Marktforschung – Lehrintegriertes Forschungsprojekt |
| B2B-Kommunikation | Corporate Communication | Premiummarkenführung und Produktmanagement |
| Auslandsmodul Partnerhochschule, anrechenbar im Profil oder als GM-Modul | Business Development I | Business Development II Projekt zur Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsmodellen |

Die Studienrichtung Marketing bietet den Studierenden die Möglichkeit, individuelle Schwerpunkte durch einen flexiblen Modulkatalog zu setzen und somit das Master-Studium optimal auf die berufliche Ausrichtung abzustimmen.

Im ersten Semester können die Studierenden aus dem Bachelor-Studium vorhandene Marketing-Kenntnisse vertiefen. Darauf aufbauend bestehen vielfältige Optionen zur Gestaltung eines individuellen Curriculums auf Basis des oben skizzierten Modulkatalogs. In jedem Semester sind zwei Module zu wählen. Hervorzuheben sind die

lehrintegrierten Forschungsprojekte, bei denen empirische und apparative Studien zu aktuellen Fragestellungen des Marketing durchgeführt werden. Den Studierenden stehen vielfältige technische Möglichkeiten zur Verfügung, z.B. EyeTracking-Kameras, ein EEG-Gerät zur Hirnstrommessung sowie diverse Software zur Durchführung und Auswertung von Marktforschungsstudien.

Fakultativ kann ein Auslandssemester an einer Partnerhochschule der DHBW belegt werden. Dadurch entstehen weitere Kosten.

Exemplarische Studienverläufe

INDIVIDUELLE SCHWERPUNKTE SETZEN

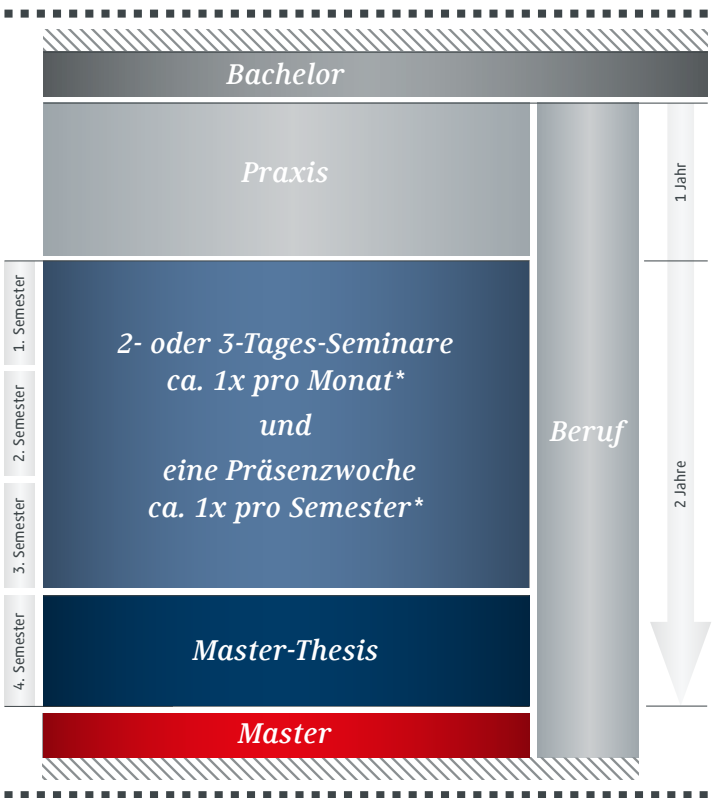


| GENERAL MANAGEMENT FACHÜBERGREIFENDE KOMPETENZEN | | FORSCHUNGSPROJEKTARBEIT I FORSCHUNGSPROJEKTARBEIT II MASTER-THESIS | |
|---|---|--|---|
| STUDIENVERLAUF 1 Schwerpunkt Marketing-Management | STUDIENVERLAUF 2 Schwerpunkt Vertriebsmanagement | STUDIENVERLAUF 3 Schwerpunkt Markenmanagement | STUDIENVERLAUF 4 Schwerpunkt Business Development |
| General Marketing- Management | General Marketing- Management | General Marketing- Management | General Marketing- Management |
| Konsumentenverhalten und Marktkommunikation | Organisationales Beschaffungsverhalten | Konsumentenverhalten und Marktkommunikation | Konsumentenverhalten und Marktkommunikation |
| Online- und Social-Media- Marketing | Online- und Social-Media- Marketing | Online- und Social-Media- Marketing | Online- und Social-Media- Marketing |
| Markenmanagement | B2B-Vertriebs- und Preismanagement | Markenmanagement | Business Development I |
| Kundenmanagement / CRM | Kundenmanagement / CRM | Premiummarkenführung und Produktmanagement | Business Development II |
| Marktforschung – Lehrintegriertes Forschungsprojekt | Marktforschung – Lehrintegriertes Forschungsprojekt | Corporate Communication | Auslandsmodul |

Die oben dargestellten Studienverläufe ergeben sich aus den flexiblen Wahlmöglichkeiten innerhalb des Modulkatalogs. Die genannten vier Schwerpunkte sind exemplarisch und weitere Modulkombinationen sind möglich,

z.B. B2B-Marketing. Durch kleine Kursgruppen werden eine optimale Lehr- und Lernumgebung und ein direkter Kontakt zu Dozenten/-innen sichergestellt sowie eine intensive Vernetzung mit Kommilitonen/-innen ermöglicht.

ZEITPLAN – VOM BACHELOR ZUM MASTER



* Die individuelle Auswahl aus dem umfassenden Modulkatalog bewirkt, dass keine allgemeinen Aussagen zum Semesterplan möglich sind.

DER DUALE MASTER – DAS STUDIENKONZEPT



ABSCHLUSS:

Master of Arts (M. A.)

LEHRKONZEPTION:

Berufsintegrierend, Präsenzstudium mit hohen Anteilen Selbststudium

BERUFSINTEGRATION:

Studium und berufliche Herausforderungen sind verknüpft. Zustimmung und Kooperation des Arbeitgebers / Dualen Partners sind notwendig.

STUDIENORTE:

Standortübergreifend; mindestens 50% am CAS in Heilbronn sowie dezentral an den Standorten der DHBW

VERANSTALTUNGSGRÖSSE:

durchschnittlich 18 Studierende je Modul

CREDITS:

90 ECTS-Punkte

REGELSTUDIENZEIT:

Vier Semester, zwei Jahre / In den ersten drei Semestern fallen jeweils etwa 20 Tage Präsenzstudium an. Eine Verlängerung ist möglich.

AKKREDITIERUNG:

Die DHBW und alle ihre Studiengänge sind systemakkreditiert.

MASTER-ARBEIT:

Durchführung im Unternehmen sichert Praxisrelevanz und Unterstützung des Arbeitgebers.

STUDIENSTART:

Jährlich zum Wintersemester (1. Oktober)

STUDIENGEBÜHREN:

15.000 Euro zzgl. einer einmaligen Anmeldegebühr von 300 Euro. Die Gebühren sind anteilig pro Semester zu entrichten.

BEWERBUNG:

Alle Informationen zur Einschreibung finden Sie unter www.cas.dhbw.de/bewerbung.

WISSENSCHAFTLICHE WEITERBILDUNG:

Angebote, um die Zulassungsvoraussetzungen für ein duales Master-Studium zu erfüllen (grundlegende Weiterbildungsmodule)

NEWSLETTER / REGISTRIERUNG:

Bleiben Sie informiert:

- per Newsletter, um allgemeine Informationen zu erhalten:

www.cas.dhbw.de/newsletter

- oder registrieren Sie sich, um den Kontakt mit Verantwortlichen des Studiengangs herzustellen:

www.cas.dhbw.de/registrierung



**BERUFSINTEGRIEREND
UND BERUFSBEGLEITEND**

**DUAL UND
ANWENDUNGSORIENTIERT**

**BEDARFSGERECHT
UND FÖRDERND**

**VERNETZT UND
GEWINNBRINGEND**

**FLEXIBEL UND
EIGENVERANTWORTLICH**

**INDIVIDUELL UND
WISSENSCHAFTLICH FUNDIERT**

**DUALE HOCHSCHULE BADEN-WÜRTTEMBERG
CENTER FOR ADVANCED STUDIES**

Bildungscampus 13
74076 Heilbronn
Tel.: +49 (0) 7131 . 3898 - 098
info@cas.dhbw.de

**ANSPRECHPARTNER
MBM STUDIENRICHTUNG MARKETING**

Prof. Dr. Matthias Rehme
Wissenschaftlicher Leiter
DHBW CAS, Standort Stuttgart
Paulinenstr. 50
70178 Stuttgart
Tel.: +49 (0) 711 . 1849 - 507
matthias.rehme@cas.dhbw.de

Der vorliegende Text bezieht sich gleichermaßen auf männliche und weibliche Personen. Alleine aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde an manchen Stellen auf die zweifache Schreibweise verzichtet.