

# *Studienrichtung Marketing*

FACHBEREICH WIRTSCHAFT

MASTER IN BUSINESS MANAGEMENT (M. A.)



# Der Duale Master am DHBW CAS

## BERUFSBEGLEITEND UND BERUFSINTEGRIEREND STUDIEREN



Der Duale Master am DHBW CAS ist berufsintegrierend. Studierende verbinden das wissenschaftliche Fach- und Methodenstudium mit eigenen Erfahrungen aus der Berufspraxis. Aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung werden mit realen Fragestellungen aus dem Berufsalltag verknüpft – so nutzt der Studierende die erlernte Theorie unmittelbar in seiner Praxis.

Das Master-Studium besteht aus Präsenzphasen und begleitendem Selbststudium, wobei die Präsenztage einen hohen Stellenwert einnehmen: Die Studierenden pflegen einen intensiven Austausch zu den Lehrenden und untereinander und erweitern durch die interdisziplinäre Zusammensetzung der Studiengänge ihren fachlichen Horizont.

Die kompakten Präsenzphasen an der Hochschule und der individuelle Zeitplan für das Selbststudium ermöglichen dem Studierenden die Vereinbarkeit von Beruf und Studium, zudem ist er durch seine Berufstätigkeit finanziell unabhängig. Der Vorlesungsbetrieb findet am DHBW CAS in Heilbronn und an den Standorten der DHBW statt.

Der Studierende kann passend zu seinen vorhandenen Vorkenntnissen, seinen beruflichen Zielen und dem Bedarf seines Arbeitgebers die Studieninhalte flexibel auswählen. Das Master-Studium am DHBW CAS bildet die Studierenden zu handlungskompetenten Fach- und Führungskräften aus, die die gelebte Praxis kritisch hinterfragen und erfolgreich weiterentwickeln.

### DER WEG ZUM DUALEN MASTER

- Mindestens ein Jahr Berufserfahrung nach dem Bachelor-Abschluss
- Bachelor-Abschluss mit wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen (ansonsten sind entsprechende Grundlagenmodule zu belegen)
- Abschlussnote in der Regel 2,5 oder besser
- Berufliche Tätigkeit im Fachgebiet des Bachelor-Abschlusses
- Zustimmung des Arbeitgebers zum dualen Studium (Master-Vereinbarung)

### BEWERBUNG AM DHBW CAS



### MASTER-STUDIUM

- Mit **90 ECTS-Punkten**, falls das Vorstudium 210 ECTS-Punkte umfasst und fachliche Grundlagen vorhanden sind
- Mit **ergänzenden Modulen**, um notwendige ECTS-Punkte zu sammeln oder um fachlichen Einstieg zu ermöglichen (Grundlagenmodule)

### MASTER-ABSCHLUSS M. A. (mit 300 ECTS-Punkten)

# Master in Business Management

## BERUFLICHE HANDLUNGSKOMPETENZ ERWEITERN



Das Business Management fordert vertiefte Kenntnisse von betriebswirtschaftlichen Funktionen und Branchen, Zusammenhänge müssen erkannt, strukturiert und auf das Wesentliche reduziert werden. Der Master in Business Management ist deshalb in mehrere Teile untergliedert.

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 den Studienrichtungen können sich die Studierenden spezialisieren, um auf ihre beruflichen Ziele hinzuarbeiten. 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.

GENERAL MANAGEMENT 6 Pflichtmodule (30 ECTS-Punkte)		STUDIENRICHTUNG 6 Wahlmodule (30 ECTS-Punkte)	
GM I: Anwendungsorientierte Forschung	(5 ECTS-Punkte)	<i>Mindestens 3 Studienrichtungskernmodule*</i>	
GM II: Strategisches Management	(5 ECTS-Punkte)		
GM III: Managerial Economics und Recht	(5 ECTS-Punkte)	<i>Bis zu 3 Studienrichtungswahlmodule*</i>	
GM IV: Führung, Organisation und Ethik	(5 ECTS-Punkte)		
GM-Wahlpool: (Wahl 1 aus 7 Modulen) Aktuelle Managementthemen	(5 ECTS-Punkte)	<i>* Keine Mindest- oder Maximalbeschränkung in MBM General Business Management</i>	
Fachübergreifende Kompetenzen <b>oder</b> Studienbegleitendes Kompetenztraining	(5 ECTS-Punkte)		
3 WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN: FORSCHUNGSPROJEKTARBEITEN UND MASTER-ARBEIT (30 ECTS-Punkte)			
Forschungsprojektarbeit I	(5 ECTS-Punkte)	Forschungsprojektarbeit II	(5 ECTS-Punkte)
		Master-Arbeit	(20 ECTS-Punkte)

# 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 Marketingproblemstellungen 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 et cetera) 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.

# Das Modulangebot im Überblick

FLEXIBEL KOMBINIEREN



STUDIENRICHTUNG MARKETING		
General Marketing Management	Markenmanagement	Business Development I
Online und Social Media Marketing	Premiemarkenführung und Produktmanagement	Business Development II Lehrintegriertes Forschungsprojekt
Kundenmanagement/CRM	Krisen- und Nachhaltigkeitskommunikation	Digitale Transformation und Big Data in Organisationen
International Marketing and Intercultural Management	B2B- Produkt- und Leistungs politik	Wertorientierung bei immateriellen Werten: Personalmanagement, Marken-/Kundenmanagement
International Sales Management	B2B- Vertriebs- und Preismanagement	Consumer Insights
Qualitative Marktforschung Lehrintegriertes Forschungsprojekt	Quantitative Marktforschung Lehrintegriertes Forschungsprojekt	Organisationales Beschaffungsverhalten

Die Studienrichtung Marketing bietet 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 Marketingkenntnisse 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, beispielsweise Eyetracking-Kameras sowie diverse Software zur Durchführung und Auswertung von Marktforschungsstudien. Fakultativ kann ein Auslandssemester an einer Partnerhochschule der DHBW belegt werden.

# Exemplarische Studienverläufe

INDIVIDUELLE SCHWERPUNKTE SETZEN

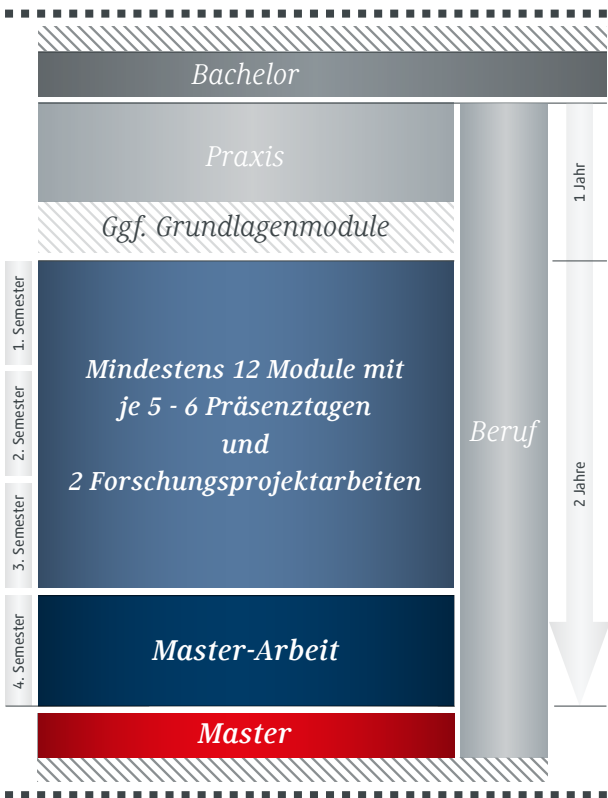


GENERAL MANAGEMENT FACHÜBERGREIFENDE KOMPETENZEN		FORSCHUNGSPROJEKTARBEIT I FORSCHUNGSPROJEKTARBEIT II MASTER-ARBEIT	
STUDIENVERLAUF 1 Schwerpunkt Marketing-Management	STUDIENVERLAUF 2 Schwerpunkt Online Marketing-Management	STUDIENVERLAUF 3 Schwerpunkt Markenmanagement	STUDIENVERLAUF 4 Schwerpunkt Business Development
General Marketing Management	General Marketing Management	General Marketing Management	General Marketing Management
Consumer Insights	Kundenmanagement/CRM	Consumer Insights	Qualitative Marktforschung (Projekt)
Online und Social Media Marketing	Online und Social Media Marketing	Online und Social Media Marketing	Innovations- und Changemanagement
Markenmanagement	Digitale Transformation und Big Data	Markenmanagement	Online und Social Media Marketing
Kundenmanagement/CRM	Business Development I	Premiummarkenführung und Produktmanagement	Business Development I
Marktforschungsprojekt	Business Development II	Krisen- und Nachhaltigkeitskommunikation	Business Development II

Die oben dargestellten Studienverläufe ergeben sich aus den flexiblen Wahlmöglichkeiten innerhalb des Modulkatalogs. Darüber hinaus können nach Absprache auch Module anderer Studienrichtungen gewählt werden. Die genannten vier Schwerpunkte sind exemplarisch und weitere Modulkombinationen sind möglich, beispiels-

weise Sales oder Internationales Marketing Management. Durch kleine Kursgruppen werden eine optimale Lehr- und Lernumgebung und ein direkter Kontakt zu Dozenten sichergestellt sowie eine intensive Vernetzung mit Kommilitonen ermöglicht.

## ZEITPLAN – VOM BACHELOR ZUM MASTER



\* Die individuelle Modulwahl ermöglicht keine allgemeinen Aussagen zum Semesterplan.

## DER DUALE MASTER – ECKPUNKTE



### **ABSCHLUSS**

Master of Arts (M. A.)

### **STUDIENART**

Berufsintegrierend, Präsenzstudium mit hohen Anteilen Selbststudium

### **BERUFSINTEGRATION**

Zustimmung und Kooperation des Arbeitgebers notwendig

### **STUDIENORTE**

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

### **VERANSTALTUNGSGRÖSSE**

Gruppen mit max. 25 Studierenden, durchschnittlich 15 Studierende

### **CREDITS**

90 ECTS-Punkte, ggf. Zusatzmodule

### **REGELSTUDIENZEIT**

Vier Semester, ggf. flexibel anpassbar

### **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) und Sommersemester (1. April)

### **STUDIENGEBÜHREN**

15.300 Euro für 90 ECTS-Punkte

Zzgl. 530 Euro für jedes weitere erforderliche Modul (je 5 ECTS-Punkte)

### **BEWERBUNG**

Alle Informationen zur Einschreibung finden Sie unter

[www.cas.dhbw.de/bewerbung](http://www.cas.dhbw.de/bewerbung)

### **NEWSLETTER/REGISTRIERUNG**

Bleiben Sie informiert:

- Per Newsletter, um allgemeine Informationen zu erhalten

[www.cas.dhbw.de/newsletter](http://www.cas.dhbw.de/newsletter)

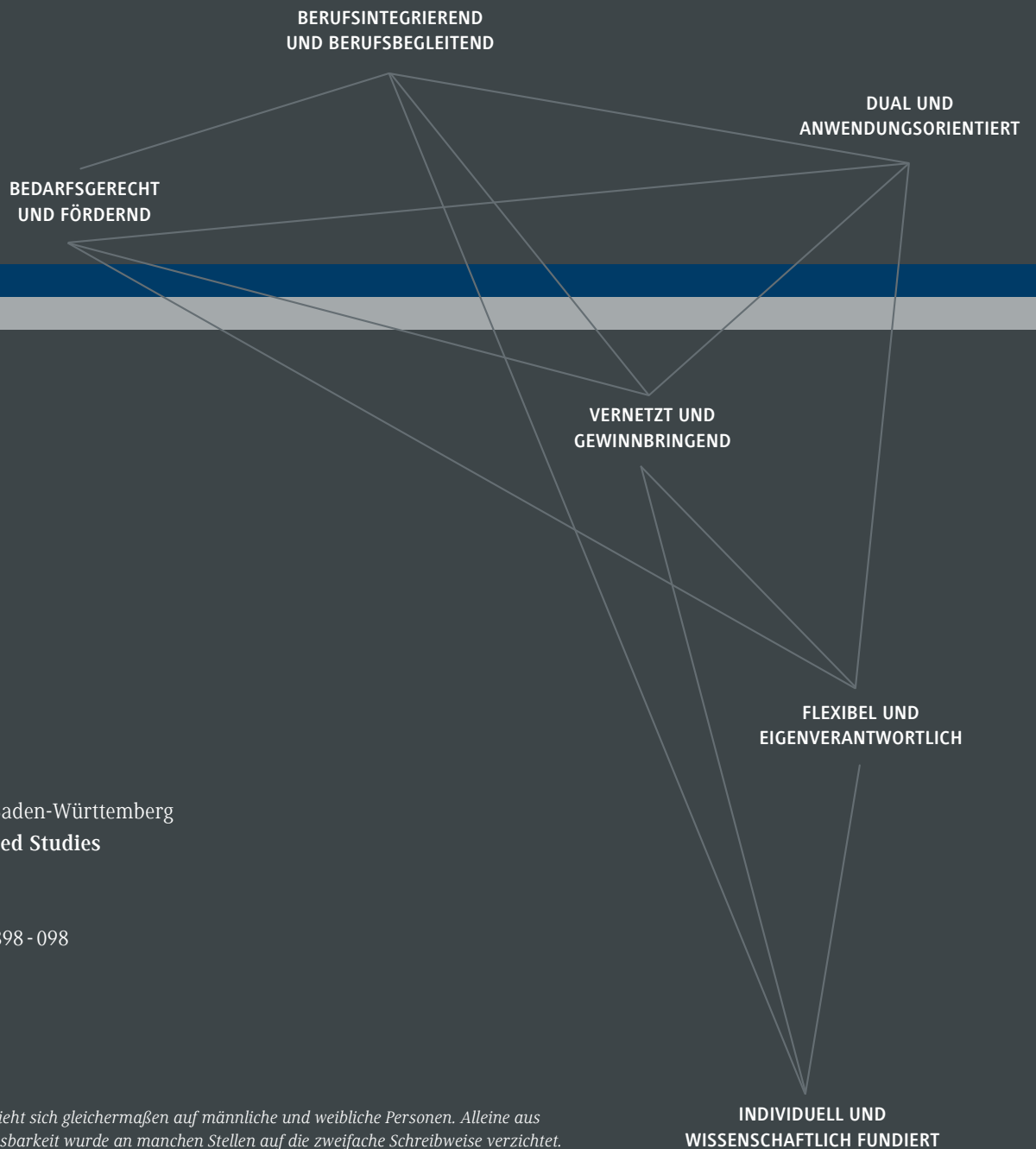
oder

- Registrieren Sie sich, um den Kontakt mit Verantwortlichen des Studiengangs herzustellen

[www.cas.dhbw.de/registrierung](http://www.cas.dhbw.de/registrierung)







Duale Hochschule Baden-Württemberg  
**Center for Advanced Studies**  
Bildungscampus 13  
74076 Heilbronn  
Tel.: +49 (0) 7131 . 3898 - 098  
info@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.*