

MASTER IN BUSINESS MANAGEMENT
STUDIENRICHTUNG MARKETING

Modulangebot und Wahlmöglichkeiten

STAND: 09.08.2018



Inhaltsverzeichnis

Einführung.....	3
Aufbau des Master-Studiengangs.....	4
Auszug aus der Studien- und Prüfungsordnung	5
Wählbare Module in den Modulgruppen.....	7
Ansprechpartner	10

Einführung

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie interessieren sich für den Studiengang Master in Business Management mit der Studienrichtung **Marketing** am DHBW CAS oder studieren bereits bei uns?

In diesem Leitfaden finden Sie Informationen zum Modulangebot der Studienrichtung sowie Antworten auf wichtige Fragen rund um die Planung Ihres persönlichen Studienwegs:

- Wie sind der Studiengang und die Studienrichtung aufgebaut?
- Welche Regeln gibt es bezüglich der Wahl der Module?
- Welche Module und Modulgruppen stehen zur Auswahl?
- Wer sind meine Ansprechpartner/-innen?

Folgende ergänzenden Informationen finden Sie darüber in weiteren PDF-Dokumenten auf der Webseite:

- detaillierte Modulbeschreibungen
- technische Anleitung für die Modulwahl
- konkrete Termine für Veranstaltungen und Klausuren

Selbstverständlich stehen Ihnen bei weiteren Fragen die Mitarbeiter/-innen am DHBW CAS jederzeit gerne als erste Ansprechpartner zur Verfügung. Abhängig von Ihren Themen stehen darüber hinaus auch die Modulverantwortlichen, Standortrepräsentanten/-innen und Wissenschaftlichen Leitungen Rede und Antwort.

Nutzen Sie diese Möglichkeit des engen Kontakts, denn wir streben gemeinsam das gleiche Ziel an: Ihren Erfolg im Master-Studium!

Alles Gute für Ihre duale Studienzeit!

Prof. Dr. Andreas Mitschele

Dekan Wirtschaft CAS

Aufbau des Master-Studiengangs

Der duale „Master in Business Management“ setzt sich aus General-Management-Modulen, Studienrichtungskernmodulen, Studienrichtungswahlmodulen, dem Modul Fachübergreifende Kompetenzen oder Studienbegleitendes Kompetenztraining sowie zwei Forschungsprojektarbeiten und der Masterarbeit zusammen. Die folgende Grafik veranschaulicht diesen modularen Aufbau des Studiums und fasst zudem die Bestimmungen der Prüfungsordnung zusammen, die im nachfolgenden Abschnitt dokumentiert werden:

GENERAL MANAGEMENT 6 Pflichtmodule (30 ECTS-Punkte)		STUDIENRICHTUNG 6 Wahlmodule (30 ECTS-Punkte)	
GM I: Anwendungsorientierte Forschung	(5 ECTS-Punkte)	<div style="text-align: center; background-color: #4a5558; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 5px;"> <i>Mindestens 5 Studienrichtungskernmodule*</i> </div> <div style="text-align: center; background-color: #4a5558; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 5px;"> <i>Bis zu 5 Studienrichtungswahlmodule*</i> </div> <p style="text-align: center; font-size: small;">* Keine Mindest- oder Maximalbeschränkung in MBM General Business Management</p>	
GM II: Strategisches Management	(5 ECTS-Punkte)		
GM III: Managerial Economics und Recht	(5 ECTS-Punkte)		
GM IV: Führung, Organisation und Ethik	(5 ECTS-Punkte)		
GM-Wahlpool: (Wahl 1 aus 7 Modulen) Aktuelle Managementthemen	(5 ECTS-Punkte)		
Fachübergreifende Kompetenzen	(5 ECTS-Punkte)		
3 WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN: FORSCHUNGSPROJEKTARBEITEN UND MASTERARBEIT (30 ECTS-Punkte)			
Forschungsprojektarbeit I	(5 ECTS-Punkte)	Forschungsprojektarbeit II	(5 ECTS-Punkte)
		Masterarbeit	(20 ECTS-Punkte)

Auszug aus der Studien- und Prüfungsordnung

Version für Studierende mit Studienbeginn Wintersemester 2018/19

§ 21a Studiengang Master in Business Management

- (1) Der Studiengang „Master in Business Management“ (MBM) gliedert sich in die Studienrichtungen:
 - Accounting, Controlling und Steuern
 - Dienstleistungen
 - Finance
 - Handel
 - International Business
 - Marketing
 - Medien und Marketing
 - Personal und Organisation
 - Supply Chain Management, Logistik und Produktion
 - General Business Management
- (2) Im Studiengang „Master in Business Management“ verleiht die Hochschule nach erfolgreichem Abschluss den akademischen Grad „Master of Arts“ (M.A.).
- (3) Im Studiengang „Master in Business Management“ werden Module genutzt, die zu folgenden Modulgruppen gehören:
 - Fachübergreifende Kompetenzen (Modul „Fachübergreifende Kompetenzen“ oder „Studienbegleitendes Kompetenztraining“)
 - Grundlagenmodule Betriebswirtschaftslehre
 - Grundlagenmodule Wirtschaftsinformatik
 - Kernmodule Master in Business Management
 - Wahlmodule Master in Business Management
 - Studienrichtungsmodule Accounting, Controlling und Steuern
 - Studienrichtungsmodule Dienstleistungen
 - Studienrichtungsmodule Finance
 - Studienrichtungsmodule Handel
 - Studienrichtungsmodule International Business
 - Studienrichtungsmodule Marketing
 - Studienrichtungsmodule Medien und Marketing
 - Studienrichtungsmodule Personal und Organisation
 - Studienrichtungsmodule Supply Chain Management, Logistik und Produktion
 - Studienrichtungsmodule General Business Management.

²In den Modulgruppen der Studienrichtungen wird unterschieden in Studienrichtungskernmodule und Studienrichtungswahlmodule.

- (4) In allen Studienrichtungen außer General Business Management ist eine Mindestanzahl von drei Modulen aus den Studienrichtungskernmodulen zu belegen. ²In der Studienrichtung General Business Management sind die Studienrichtungsmodule nach Absatz 3 aus mindestens drei weiteren Modulgruppen der Studienrichtungsmodule und/oder Wahlmodule Master in Business Management zu wählen.
- (5) Der Studienplan gliedert sich in Studiengangsmodule und Studienrichtungsmodule nach folgender Tabelle:

Master in Business Management				
Modul oder Modulbereich	Anzahl der Module	Benotete Prüfungsleistungen	Unbenotete Prüfungsleistungen	ECTS-LP
Studiengangsmodule				
4 Module der Modulgruppe Kernmodule Master in Business Management	4	4	0	20
1 Modul aus der Modulgruppe Wahlmodule Master in Business Management	1	1	0	5
Fachübergreifende Kompetenzen	1	0	1	5
Forschungsprojektarbeit I	1	1	0	5
Forschungsprojektarbeit II	1	1	0	5
Masterarbeit	1	2	0	20
Studienrichtungsmodule				
Insgesamt 6 Module aus den Studienrichtungsmodulen der jeweiligen Studienrichtung und/oder den Wahlmodulen Master in Business Management, davon mindestens Studienrichtungskernmodule nach Absatz 4*	6	6	0	30

* Im Ausnahmefall und nach Genehmigung durch die Wissenschaftliche Leitung darf ein Modul aus dem gesamten Modulangebot des DHBW CAS gewählt werden.

- (6) Studierende, die mindestens drei Studienrichtungskernmodule einer Studienrichtung gewählt haben und deren Masterarbeit ein studienrichtungsspezifisches Thema behandelt, erwerben einen Masterabschluss in der entsprechenden Studienrichtung. 2Studierende, die jeweils drei Studienrichtungskernmodule aus zwei Studienrichtungen gewählt haben und deren Masterarbeit kein studienrichtungsspezifisches Thema behandelt, haben ein Wahlrecht aus diesen beiden Studienrichtungen. 3Studierende, die weniger als drei Studienrichtungskernmodule in einer Studienrichtung belegen, erwerben den Abschluss MBM General Business Management.
- (7) Die Zulassungsvoraussetzungen für das Modul „Masterarbeit“ sind erfüllt, wenn beide Forschungsprojektarbeiten, weitere Module im Umfang von mindestens 45 ECTS- Leistungspunkten sowie die gegebenenfalls nach § 3 Absatz 3 oder Absatz 4 der Satzung über den Zugang und die Zulassung zu weiterbildenden Masterstudiengängen in der jeweils gültigen Fassung erforderlichen Module erfolgreich abgeschlossen sind.

Wählbare Module in den Modulgruppen

Master in Business Management (MBM)

Studienrichtung Marketing (MKT)

Nummer	Bezeichnung	Modulverantwortliche(r)
Kernmodule MBM		
Pflichtmodule MBM "General Management"		
W2M10001	GM I: Anwendungsorientierte Forschung (MKT)	Thomas Dobbelstein
W2M10002	GM II: Strategisches Management (MKT)	Christian Gruninger-Hermann
W2M10003	GM III: Managerial Economics und Recht (MKT)	Torsten Bleich
W2M10004	GM IV: Führung, Organisation und Ethik (MKT)	Ernst Deuer
Wahlmodule MBM "GM V: Aktuelle Management-Themen"		
TM30211	International Business (Auslands-Exkursion)	Georg Fehling
W2M10005	Innovations- und Changemanagement	Frank O. Bayer
W2M10006	Qualitäts- und Prozessmanagement	Frank Lehmann
W2M10007	Technologien der digitalen Transformation und Anwendungen	Thomas Kessel
W2M10102	Wertorientiertes Management und Controlling	Petra Kroflin
W2M10201	Risikomanagement	Andreas Kaapke
W2M10710	Business Development I	Peter Lehmeier
Fachübergreifende Kompetenzen		
XXM0101	Fachübergreifende Kompetenzen (3 Seminare nach Wahl)	Joachim Frech
Wissenschaftliche Arbeiten		
W2M10011	Forschungsprojektarbeit I	Andreas Mitschele
W2M10012	Forschungsprojektarbeit II	Andreas Mitschele
W2M10013	Masterarbeit	Andreas Mitschele

Nummer	Bezeichnung	Modulverantwortliche(r)
---------------	--------------------	--------------------------------

Studienrichtungs-Kernmodule MKT

W2M10303	Tools für die Strategie-Beratung	Friedrich Augenstein
W2M10502	Multi-Channel-Management	Thomas Asche
W2M10503	Category Management	Peter Lehmeier
W2M10601	International Marketing and Intercultural Management	Thomas Asche
W2M10606	International Sales Management	Marcus Hoffmann
W2M10701	General Marketing-Management	Tilmann Raff
W2M10702	Organisationales Beschaffungsverhalten	
W2M10703	B2B Produkt- und Leistungs politik	Marc Kuhn
W2M10704	Online und Social Media Marketing	Matthias Rehme
W2M10705	B2B Vertriebs- und Preismanagement	Petra Hardock
W2M10706	Markenmanagement	Peter Lehmeier
W2M10707	B2B Kommunikation	Peter Lehmeier
W2M10708	Kundenmanagement / CRM	Matthias Rehme
W2M10709	Premiummarkenführung und Produktmanagement	Verena König
W2M10710	Business Development I	Peter Lehmeier
W2M10711	Qualitative Marktforschung	Matthias Rehme
W2M10712	Quantitative Marktforschung	Marc Kuhn
W2M10713	Business Development II	Peter Lehmeier

Studienrichtungs-Wahlmodule MKT

TM30211	International Business (Auslands-Exkursion)	Georg Fehling
W2M10005	Innovations- und Changemanagement	Frank O. Bayer
W2M10006	Qualitäts- und Prozessmanagement	Frank Lehmann
W2M10007	Technologien der digitalen Transformation und Anwendungen	Thomas Kessel
W2M10102	Wertorientiertes Management und Controlling	Petra Kroflin
W2M10201	Risikomanagement	Andreas Kaapke
W2M10301	Service Excellence & Service Engineering	Lothar Weinland
W2M10302	Projekt- und Multi-Projekt-Management-Tools für Consultants	Friedrich Augenstein
W2M10304	Tools für die Organisations-Beratung	Friedrich Augenstein

W2M10306	Servicequalität	Lothar Weinland
W2M10307	Service Innovation Research	Lothar Weinland
W2M10802	Consumer Insights	Simone Kathrin Besemer
W2M10808	Krisen- und Nachhaltigkeitskommunikation	Simone Kathrin Besemer
W2M10909	Digitale Transformation und Big Data in Organisationen	Michael Lindemann
W2M11006	Einkaufsmanagement des Handels (neu)	Oliver Janz

Die Beschreibungen zu den einzelnen Modulen finden Sie im Modulhandbuch unter https://www.cas.dhbw.de/fileadmin/redakteure/Duale_Master/Fakultaet_Wirtschaft/M_W_MBM_Modulhandbuch_gesamt.pdf

Ansprechpartner

Wissenschaftliche Leitung

Studienberatung, Modulwahl und -wechsel:

Prof. Dr. Matthias Rehme, DHBW Stuttgart

Telefon: +49 (0)711. 1849 - 753

E-Mail: matthias.rehme@dhw-stuttgart.de

Studierendensekretariat DHBW CAS

Zentrale Ansprechpartnerin rund um Ihr Studium, z.B. Krankmeldungen, Veranstaltungsunterlagen, Termine/Räume, Klausuren, Noten, Studiengebühren, etc.

Susanne Maucher, DHBW CAS Heilbronn

Telefon: +49 (0)7131. 3898 - 183

E-Mail: susanne.maucher@cas.dhbw.de

Bibliothek DHBW CAS

E-Books, elektronische Zeitschriften, Datenbanken

Adrian Béjan, DHBW CAS Heilbronn

Telefon: +49 (0)7131. 3898 - 450

E-Mail: bibliothek@cas.dhbw.de

IT-Support DHBW CAS

DUALIS, Moodle, E-Mail

Anton Rentz, DHBW CAS Heilbronn

Telefon: +49 (0)7131. 3898 - 151

E-Mail: support@cas.dhbw.de

Modulverantwortliche

Modulbeschreibungen, inhaltliche Anforderungen (bei Modulen aus anderen Studiengängen), Literatur

Professorinnen und Professoren an den Studienakademien der DHBW

siehe Liste „Wählbare Module in den Modulgruppen“

Studiengangsmangerin

Zentrale Ansprechpartnerin rund um Ihre Bewerbung für das Studium, weiterführende Fragen zum Studienbetrieb, Moodle

Andrea Luise Lang, DHBW CAS Heilbronn

Telefon: +49 (0)7131. 3898 - 184

E-Mail: andrealuise.lang@cas.dhbw.de

Dekan Wirtschaft CAS

Übergreifende Fragestellungen, z.B. Studienmodell, strategische Ausrichtung, Gremien

Prof. Dr. Andreas Mitschele, DHBW CAS Heilbronn

Telefon: +49 (0)7131. 3898 - 270

E-Mail: andreas.mitschele@cas.dhbw.de