

Master in Marketing

Der Studiengang Master in Marketing richtet sich an Bachelor-Absolventen mit Interesse am Bereich Marketing und Marktforschung. Es erfolgt sowohl eine zielgerichtete Vorbereitung auf Führungstätigkeiten in nationalen und internationalen Unternehmen als auch eine fundierte Ausbildung für eine weiterführende wissenschaftliche Laufbahn.

Das Studium ist durch seine interdisziplinäre, praxisorientierte und internationale Ausrichtung gekennzeichnet.

Alle Teilnehmer des Studiengangs belegen ein umfassendes Grundlagenprogramm. Anschließend stehen mit „Marketing Management“ und „Marketing Research“ zwei Vertiefungsrichtungen zur Auswahl. Den Abschluss bildet im vierten Semester die Master-Arbeit.

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften auf einen Blick

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften geht auf die Nürnberger Handelshochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zurück, die im Jahr 1918 gegründet wurde. Seit dieser Zeit wird die fächerübergreifende Vernetzung zwischen betriebs- und volkswirtschaftlichen sowie sozialwissenschaftlichen Fächern gelebt. Heute ist der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften eine der renommiertesten Einrichtungen seiner Art mit etwa 5.000 Studierenden, 34 Lehrstühlen, weltweiten Kontakten und einem der vielfältigsten Fächerangebote im deutschsprachigen Raum. Gegründet als praxisnahe Hochschule ist der Fachbereich bis heute universitäre Denkfabrik und gefragter Standortpartner in der Metropolregion Nürnberg. Die Stadt Nürnberg vereint mittelalterliches Ambiente und modernes Lebensgefühl, fränkisches Flair und studentisches Leben. Die traditionsreiche Handwerkermetropole wirkt beschaulich und pulsierend zugleich. Sie ist internationaler Messeplatz und Sitz vieler weltweit bekannter Unternehmen.

Herausgeber: Universität Erlangen-Nürnberg, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Kommunikation;
Verantwortlich: Prof. Dr. Martina Steul-Fischer; Fotos: Stephan Mix; Fachbereich Wirtschaftswissenschaften;
Grafik: zurgestaltung, Nürnberg; Druck: Nova Druck Goepfert GmbH, Nürnberg; Stand: 03/2009; Auflage: 5.000 Stück

MASTER

Mehr wissen

Master in Marketing

Wirtschaftswissenschaften studieren

Kontakt

Prof. Dr. Andreas Fürst, Lehrstuhl für Marketing,
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg, Tel.: 0911/5302-214
www.marketing.wiso.uni-erlangen.de

Prof. Dr. Nicole Koschate, GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence,
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg, Tel.: 0911/5302-757
www.mi.wiso.uni-erlangen.de

Prof. Dr. Martina Steul-Fischer, Lehrstuhl für Versicherungsmarketing
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg, Tel.: 0911/5302-763
www.versicherungsmarketing.rw.uni-erlangen.de

Weitere Informationen zum Master in Marketing
finden Sie unter: www.wiso.uni-erlangen.de/marketing

Für Fragen stehen wir Ihnen unter folgender E-Mail-Adresse
zur Verfügung: master.marketing@wiso.uni-erlangen.de

Master in Marketing

Der Studiengang vermittelt umfassende Kenntnisse über die verschiedenen Aufgaben und Instrumente des Marketings und der Marktforschung. Ein Schwerpunkt ist das Erlernen von Kompetenzen und wissenschaftlichen Methoden, mit denen marketingspezifische Probleme und Fragestellungen gelöst werden.

Neben den Marketingmodulen erhalten die Studierenden ein breit gefächertes Angebot aus den Bereichen Statistik, Wirtschaftsinformatik, Psychologie und Kommunikationswissenschaft.

Ergänzt wird die interdisziplinäre Ausbildung durch einen hohen Praxisbezug. Die Praxisorientierung erfolgt u.a. durch Praktikervorträge, praxisnahe Fallstudien und die Vermittlung von Unternehmenspraktika.

Der Studiengang ist durch seine internationale Ausrichtung gekennzeichnet. Neben dem Angebot an englischsprachigen Veranstaltungen bietet der Fachbereich Partnerprogramme mit herausragenden Universitäten im Ausland.

Verlauf und Schwerpunkte

Zunächst belegt jeder Studierende ein umfassendes Grundlagenprogramm, das Module wie z.B. Produkt- und Preismanagement und Marktforschung enthält. Darauf aufbauend kann innerhalb des Studiums zwischen zwei Vertiefungsrichtungen gewählt werden. Diese setzen sich je aus mehreren Pflicht-, Pflichtwahl- und Wahlmodulen zusammen.

Die Module in der Vertiefungsrichtung „Marketing Management“ umfassen u.a. strategisches Marketing, Kundenmanagement, Dienstleistungsmarketing, Business-to-Business-Marketing und Kommunikations- und Vertriebsmanagement.

In der Vertiefungsrichtung „Marketing Research“ werden vor allem Methoden der Marktforschung sowie ihre Anwendungen vorgestellt. Es werden u.a. folgende Module angeboten: E-Business Intelligence and Relationships, Konsumentenverhalten und Panel- und Evaluationsverfahren.

Der Studiengang schließt mit der Master-Arbeit im vierten Semester ab.

Teilnehmer

Herausragende und motivierte Absolventen von

- wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bachelor-Studiengängen von Universitäten und Fachhochschulen
- anderen Fachrichtungen mit ausreichenden wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnissen

Auswahlkriterien

Die Teilnehmer des Masters in Marketing werden insbesondere anhand folgender Kriterien ausgewählt:

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- Abiturnote
- Praxiserfahrung
- Auslandsaufenthalte

Berufsziele

Die Teilnehmer des Studiengangs können in Wirtschaftsunternehmen (Industrie, Handel, Dienstleister), Marktforschungsinstituten, Werbeagenturen und Beratungsgesellschaften beispielsweise folgende Tätigkeiten mit direktem Marketingbezug aufnehmen:

- Strategisches Marketing
- Marketing-Management
- Vertrieb und Key Account Management
- Marktforschung
- Customer Relationship Management
- Marketingplanung und -controlling

Kompetenzen

Durch das Institut für Marketing in Nürnberg mit drei Marketing-Lehrstühlen und sechs fachlich-komplementären Lehrstühlen wird mit dem Studiengang Master in Marketing eine hervorragende Marketingausbildung angeboten. Das Lehrangebot in Nürnberg wird von renommierten Professoren und hochkarätigen Dozenten aus der Praxis gestaltet.

Am Fachbereich bestehen Austauschprogramme mit herausragenden Universitäten im Ausland.

Lehrstühle und Professoren

- *Prof. Dr. Andreas Fürst*
Lehrstuhl für Marketing
- *Prof. Dr. Nicole Koschate*
GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence
- *Prof. Dr. Martina Steul-Fischer*
Lehrstuhl für Versicherungsmarketing
- *Prof. Dr. Freimut Bodendorf*
Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik II
- *Prof. Dr. Christina Holtz-Bacha*
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft
- *Prof. Dr. Ingo Klein*
Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie
- *Prof. Dr. Klaus Moser*
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialpsychologie
- *Prof. Dr. Kathrin M. Möslein*
Lehrstuhl für Industrielle Informationssysteme
- *Prof. Regina Riphahn, Ph.D.*
Lehrstuhl für Statistik und empirische Wirtschaftsforschung

