

MASTER

Mehr wissen

Wirtschaftswissenschaften
studieren

Herausgeber: Universität Erlangen-Nürnberg, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Kommunikation, Christoph A. Loos; Fotos: Stephan Minx,
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften; Grafik: zur.gestaltung, Nürnberg; Druck: Nova Druck, Coppel GmbH, Nürnberg; Stand: 06/2008; Auflage: 8.000 Stück



MASTER

Mehr wissen

Wirtschaftswissenschaften
studieren

www.master.wiso.uni-erlangen.de

Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg





Das Master-Studium am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Nach dem Bachelor-Abschluss geht das Studium weiter. Neun Master-Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften bereiten ab dem Wintersemester 2009/10 auf die Karriere in der Wissenschaft, in Unternehmen oder in Organisationen vor. Im Mittelpunkt der Studiengänge stehen betriebs- und volkswirtschaftliche Disziplinen sowie Sozialökonomik.

Neuartige Studienkonzepte verbinden Forschung und Wissenschaft einer Universität mit der berufsbezogenen Praxis. Die viersemestrigen Studiengänge vertiefen ausgewählte Aspekte der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und führen zum Titel Master of Science (M.Sc.).

Das Plus des Master-Studiums am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften ist die weltweite Vernetzung mit über einhundert Universitäten auf der ganzen Welt. Der enge Austausch in Forschung und Lehre eröffnet die Möglichkeit, mit einem Auslandsaufenthalt die internationale Erfahrung auszubauen.

Mehr wissen mit einem Master-Studiengang des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften.



„Mir gefallen die praxisnahen Master-Studiengänge, mit denen Sie sicher hervorragende Startmöglichkeiten bei Unternehmen finden werden.“

Prof. Dieter Kempf,
Vorstandsvorsitzender der DATEV eG



Aufbau des Master-Studiums

Das Master-Studium am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften ist auf vier Semester angelegt. Studienbeginn ist immer im Wintersemester.

In den ersten Semestern werden die Pflichtmodule der einzelnen Master-Studiengänge belegt. In den weiteren Semestern kann aus verschiedenen fachbezogenen Modulen ausgewählt werden. Das Studium schließt im vierten Semester mit der Master-Arbeit ab. Nach dem erfolgreichen Studium erhalten die Absolventen den Titel Master of Science und sind für die Anforderungen des modernen Arbeitslebens und der wissenschaftlichen Karriere gerüstet.

Know-how für Führungskräfte

- wissenschaftlich und praxisnah studieren
- internationale Erfahrung sammeln
- fächerübergreifend vertiefen
- Entscheidungsstärke aufbauen
- unternehmerisches Denken anwenden
- komplexes Denken trainieren
- verantwortungsvolles Handeln erlernen

Mehr wissen – die Master-Studiengänge

- Arbeitsmarkt und Personal
- (Doctoral) MSc in Economics
- Finance, Auditing, Controlling, Taxation (FACT)
- International Business Studies (MIBS)
- International Information Systems (IIS)
- Management
- Marketing
- Sozialökonomik
- Wirtschaftspädagogik



Master in Arbeitsmarkt und Personal

Der Studiengang vertieft die vielfältigen Aspekte des Arbeitsmarktes, der Arbeitswelt und des Personalwesens aus verschiedenen Perspektiven. Charakteristisch ist die stark empirische und interdisziplinäre Ausrichtung des Studiengangs. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung von fachbezogenen Kompetenzen in mehreren wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen.

Studium

In einem breit angelegten Kernbereich in den ersten beiden Semestern werden die theoretischen und empirischen Grundlagen gelegt. Im dritten Semester setzen die Studierenden Schwerpunkte je nach Interesse und Berufsziel, indem Sie drei Vertiefungsfächer wählen. Den Abschluss bildet im vierten Semester die Masterarbeit.

Berufsziele

Tätigkeiten in Forschung, Organisations- und Personalentwicklung, Wirtschafts- und Politikberatung; mögliche Arbeitgeber sind z.B. Forschungsinstitute, Bundesagentur für Arbeit, Personalabteilungen, Unternehmensberatungen, Verbände und Ministerien

Zielgruppe

Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen sowie Absolventen der Studiengänge Sozialwissenschaften und Sozialökonomik mit Grundkenntnissen in Statistik und Wirtschaftswissenschaften

Auswahlkriterien

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- einschlägige Vorkenntnisse in Statistik und Wirtschaftswissenschaften
- ggf. Eignungsprüfung

(Doctoral) MSc in Economics

Der Studiengang bietet eine moderne, international orientierte Ausbildung in Volkswirtschaftslehre an. Er ermöglicht einen berufsqualifizierenden Masterabschluss und führt darüber hinaus gezielt an die Promotion heran. In der ersten Ausbildungsstufe wird das Master-Studium abgeschlossen. Als zweite Stufe schließt sich für gute Absolventinnen und Absolventen direkt die Promotion mit intensiver Betreuung und der Möglichkeit eines Forschungsaufenthaltes im Ausland an.

Studium

Nach einem Grundlagenprogramm im ersten Semester werden im zweiten und dritten Semester in einem breiten Fächerangebot individuelle Schwerpunkte gesetzt. Das Seminar im dritten Semester bereitet auf die Masterarbeit vor, die im vierten Semester geschrieben wird. Die Lehrveranstaltungen finden in deutscher und englischer Sprache statt.

Berufsziele

Wissenschaftliche und analytische Tätigkeiten in Universitäten und Forschungsinstituten, internationalen Organisationen, Behörden, Verbänden, Beratungsfirmen und Großunternehmen

Zielgruppe

Gute Absolventinnen und Absolventen einschlägiger Bachelor-Studiengänge von Universitäten

Auswahlkriterien

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- Fachrichtung des Bachelor-Studiums
- ggf. Eignungsprüfung

Master in FACT – Finance, Auditing, Controlling, Taxation

Das Kennzeichen des Studiengangs ist die interdisziplinäre, aufeinander abgestimmte Ausbildung in den Bereichen Finance, Auditing, Controlling und Taxation. Die vielseitigen Wahlmöglichkeiten erlauben auch eine Vorbereitung auf das Wirtschaftsprüfer- und Steuerberaterexamen. Namhafte Unternehmen gehören zum Förderkreis und unterstützen als Praxispartner die Ausbildung.

Studium

Das Studium besteht aus sechs Pflichtmodulen, zwölf frei wählbaren Wahlmodulen und der Master-Arbeit. Das klassische Studium wird durch Fallstudien, Projektarbeiten, Exkursionen sowie Praxis-Veranstaltungen ergänzt. Den Abschluss bildet im vierten Semester die Master-Arbeit.

Berufsziele

Leiter Finanz- und Rechnungswesen, Controller, Unternehmensplanung, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Investmentbanker, Finanzanalyst, Firmenkundenbetreuer bei Banken, kaufmännische Geschäftsführung, Consultant

Zielgruppe

Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen, die sich auf wissenschaftlicher Grundlage für leitende Funktionen in den Berufsbereichen Finance, Auditing, Controlling und Taxation vorbereiten

Auswahlkriterien

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- Fachrichtung des Bachelor-Studiums
- Berufserfahrung
- Abitur- und Arbeitszeugnisse

Master in International Business Studies (MIBS)

Im Master-Studiengang International Business Studies steht die Vermittlung von Wissen und Fähigkeiten im Vordergrund, die für ein selbständiges Urteil über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge in einem internationalen Umfeld erforderlich sind. Das Erkennen und die Analyse von Problemen sowie die Entwicklung von Lösungsmöglichkeiten dienen der Bewältigung komplexer Herausforderungen in einem global vernetzten Handlungsfeld. Der Erwerb fundierter Kenntnisse im internationalen Management wird begleitet vom Aufbau interkultureller Kompetenzen und Kommunikationsfähigkeiten, um diesen Herausforderungen gerecht zu werden.

Studium

Der Studiengang erstreckt sich über eine Regelstudienzeit von vier Semestern und setzt sich zusammen aus fünf Kernmodulen (Environment of International Business, International Management, International Accounting, Financial and Tax Management, Practice of International Business), einem Wahlmodul Area Studies sowie der Master-Arbeit. Die Lehrveranstaltungen finden in englischer Sprache statt.

Berufsziele

Führungspositionen in weltweit tätigen Unternehmen, Verbänden und Organisationen

Zielgruppe

Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen, Absolventen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen mit Nachweis ausreichender wirtschaftswissenschaftlicher Kenntnisse

Auswahlkriterien

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- Abiturnote
- Praxiserfahrung
- Auslandsaufenthalte
- gute Kenntnisse der englischen Sprache
- Grundkenntnisse der deutschen Sprache

Master in International Information Systems (IIS)

Der Studiengang verbindet Informatikkenntnisse mit Managementwissen und interdisziplinären Fachkompetenzen. Die Lehre besteht aus einer Kombination von fächerübergreifender Wissensvermittlung, Vorbereitung auf wissenschaftliche Tätigkeitsfelder und karrierespezifischer Kompetenzentwicklung. Die Unterrichtssprachen des nicht-konsekutiven Studiengangs sind Deutsch und Englisch.

Studium

In den ersten drei Semestern werden international und interdisziplinär orientierte Veranstaltungen angeboten – ergänzt durch spezifische Module aus dem Bereich „Softskills“. Das dritte Semester bereitet unter anderem mit einem Projekt- und Forschungsseminar auf zukünftige Aufgabenfelder im E-Business und IT-Management vor. Im vierten Semester wird die Master-Arbeit in Kontakt mit internationalen Unternehmen oder akademischen Auslandspartnern erstellt.

Berufsziele

Führungspositionen in global agierenden Hightech-Unternehmen

Zielgruppe

Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher oder technischer Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen, die einen Master-Abschluss in Wirtschaftsinformatik erlangen möchten und Interesse an innovativen Anwendungen der Informations- und Kommunikationstechnologie haben.

Auswahlkriterien

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- Fachrichtung des Bachelor-Studiums vorzugsweise in Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre, Informatik oder ähnlichen Studienrichtungen
- Praxiserfahrung
- gute Kenntnisse der englischen Sprache
- gute Kenntnisse der deutschen Sprache



Master in Management

Der Studiengang ist international ausgerichtet und vermittelt ein ganzheitliches Verständnis von den Aufgaben und Instrumenten des Managements aus markt- und ressourcenorientierter Sicht. Es wird aufgezeigt, wie die Wertschöpfung und das marktorientierte Handeln von Unternehmen durch unterschiedliche Managementprozesse beeinflusst werden. Dabei lernen die Teilnehmer, praxisrelevante Managementprobleme mit wissenschaftlichen Methoden zu lösen.

Studium

Der Studiengang erstreckt sich über eine Regelstudienzeit von vier Semestern und setzt sich zusammen aus einem Pflichtprogramm, einem berufsfeldbezogenen Vertiefungsblock und einer Master-Arbeit im vierten Semester. Während das Pflichtprogramm die Vermittlung der ganzheitlichen Perspektive des Managements sicherstellt, bereitet der Vertiefungsblock gezielt auf die Übernahme von Managementaufgaben in einem bestimmten Unternehmenstyp vor. Dabei kann zwischen folgenden inhaltlichen Schwerpunkten gewählt werden: Dienstleistungsunternehmen, Unternehmen im Gesundheitssektor, globale Unternehmen, industrielle Unternehmen und Start-up-Unternehmen.

Berufsziele

- Mittleres/oberes Management von Unternehmen unterschiedlicher Größe/Branche
- Unternehmensgründung und Unternehmensberatung

Zielgruppe

- Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen
- Absolventen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen mit Nachweis ausreichender wirtschaftswissenschaftlicher Kenntnisse

Auswahlkriterien

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

Master in Marketing

Der Studiengang vermittelt Kenntnisse über Aufgaben und Instrumente des Marketings und der Marktforschung. Ein Schwerpunkt ist das Erlernen von Kompetenzen, mit denen marketingspezifische Probleme gelöst werden. Ergänzt wird die interdisziplinäre Ausbildung in den Bereichen Marketing, Psychologie, Kommunikationswissenschaft, Wirtschaftsinformatik und Statistik durch einen hohen Praxisbezug.

Studium

Aufbauend auf einem umfassenden Grundlagenprogramm (z. B. Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Vertriebspolitik) kann innerhalb des Studiums zwischen den beiden Vertiefungsrichtungen Marketing Management und Market Research gewählt werden. Diese setzen sich je aus mehreren Pflicht- und Wahlmodulen zusammen. Die Module in der Vertiefungsrichtung Marketing Management umfassen u. a. strategisches Marketing, Konsumgütermarketing, Dienstleistungsmarketing und Business-to-Business Marketing. In der Vertiefungsrichtung Market Research werden vor allem Methoden der Marktforschung sowie ihre Anwendungen vorgestellt. Der Studiengang schließt mit der Master-Arbeit im vierten Semester ab.

Berufsziele

Tätigkeiten mit direktem Marketingbezug wie z.B. strategisches Marketing, Marketing-Management, Vertrieb und Key Account Management sowie Marktforschung in Wirtschaftsunternehmen (Industrie, Handel, Dienstleister), bei Marktforschungsinstituten und Beratungsgesellschaften.

Zielgruppe

Absolventen wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Diplom- oder Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen.

Auswahlkriterien

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

Master in Sozialökonomik

Der Studiengang besteht aus einer Kombination von wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Inhalten. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung der empirischen, methodischen und theoretischen Kenntnisse für gestaltende und beratende Aufgaben in Wirtschaft und Verwaltung. Besonderes Gewicht wird auf die Erhebung, Auswertung und Interpretation empirischer Daten gelegt.

Studium

Zu Beginn werden die theoretischen und empirischen Grundlagen vermittelt. Darauf aufbauend sieht das Studium eine Kombination aus empirischer Wirtschafts- und Sozialforschung und sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Vertiefungsfächern vor, die ganz nach Interesse und Berufsziel gewählt werden können. Der Studiengang schließt mit der Master-Arbeit im vierten Semester ab.

Berufsziele

Alle Tätigkeiten in Wirtschaft und Verwaltung, in denen der Einsatz empirischer Methoden in Verbindung mit anspruchsvollen analytischen Fähigkeiten gefordert wird, wie z.B. in der Sozial- und Wirtschaftsplanung, der empirischen Sozial-, Markt- und Meinungsforschung, den Medien, der Personal- und Organisationsentwicklung, der Weiter- und Erwachsenenbildung oder der Unternehmensberatung.

Zielgruppe

Absolventen wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen

Auswahlkriterien

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- einschlägige Vorkenntnisse in Statistik und empirischer Sozialforschung sowie Grundkenntnisse in Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
- ggf. Eignungsprüfung



Master in Wirtschaftspädagogik

Der Studiengang kombiniert wirtschaftswissenschaftliche, wirtschaftspädagogische sowie gesellschafts- und geisteswissenschaftliche Inhalte. Innerhalb der integrativen Ausbildung können die Studierenden zwischen zwei Studienrichtungen ihren persönlichen Schwerpunkt wählen.

Studium

In der ersten Studienrichtung stehen wirtschaftspädagogische und wirtschaftswissenschaftliche Inhalte im Mittelpunkt. Die zweite Studienrichtung kombiniert wirtschaftspädagogische und wirtschaftswissenschaftliche Inhalte mit einem Zweitfach wie Wirtschaftsinformatik, Englisch, Französisch, Spanisch, Deutsch, Geschichte, Mathematik, Sport sowie evangelische und katholische Religion. Den Abschluss bildet im vierten Semester die Master-Arbeit.

Berufsziele

Lehrkraft in einer beruflichen Schule des Bereichs „Wirtschaft und Verwaltung“, pädagogischer Professional in einem Unternehmen, betriebswirtschaftliche Tätigkeitsfelder, insbesondere Tätigkeiten in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung und Personalentwicklung.

Zielgruppe

Absolventen wirtschaftspädagogischer Bachelor-Studiengänge von Universitäten, Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Diplom- und Bachelor-Studiengänge von Universitäten und Hochschulen

Auswahlkriterien

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium oder Abschlussnote des Diplom-Studiums
- Fachrichtung des Diplom- oder Bachelor-Studiums
- Abiturnote
- Motivation
- ggf. Eignungsprüfung



Fachbereich Wirtschaftswissenschaften auf einen Blick

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften ist eine der renommiertesten Einrichtungen seiner Art mit etwa 5.000 Studierenden, 32 Lehrstühlen, weltweiten Kontakten und einem der vielfältigsten Fächerangebote im deutschsprachigen Raum. Bis heute ist der Fachbereich 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. Den Ausgleich zum Studentenleben bieten die Fränkische Schweiz mit den Kletterfelsen oder das fränkische Seenland mit dem universitätseigenen Wassersportzentrum.