

Die Inhalte

Im Rahmen dieses berufsbegleitenden Master-Studiengangs erwerben Sie eine wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisbezogene Aus- bzw. Weiterbildung.

Module (in Auswahl):

- Marketing- und Vertriebsstrategie
- Produkt- und Innovationsmanagement
- Vertriebs- und Preismanagement
- Kommunikationsmanagement
- Kundenbeziehungs- und CRM-Management
- Markenmanagement
- Verkauf- und Key-Account-Management
- Marketing und Vertrieb im internationalen Kontext
- Methodenbezogene Fragestellungen der Marktforschung
- Managementbezogene Fragestellungen der Marktforschung

Der Veranstalter

Die 1743 gegründete Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) zählt international zu Deutschlands forschungsstärksten, innovativsten und renommiertesten Hochschulen. Ihre Wirtschaftswissenschaften zeichnen sich durch eine hervorragende Vernetzung von Forschung und Praxis aus und sind ein leistungsstarker Wirtschaftspartner. Unterstützt wird die FAU von ihrem Spin-off, der WiSo-Führungskräfte-Akademie (WFA), einem prämierten Anbieter und Dienstleister im Bildungsmanagement.

www.fau.de



www.mmm.wiso.fau.de



Die Ansprechpartner



Prof. Dr. Andreas Fürst

Inhaber des Lehrstuhls für Marketing
Vorsitzender des MMM-Vorstands
Tel. +49 911 5302 214
Fax +49 911 5302 210
andreas.fuerst@fau.de



Dietmar Bendheimer

Geschäftsführer WFA
Kundenberater MMM
Tel. +49 911 95 117 283
Fax +49 911 95 177 289
bendheimer@wfa-akademie.de

Weiterführende Informationen zum Studiengang erhalten Sie unter:

www.mmm.wiso.fau.de

www.facebook.com/MasterinMMM



MMM
MASTERSTUDIENGANG
MARKETING MANAGEMENT

Berufsbegleitender Master-Studiengang in Marketing Management (MMM)

MIT SPEZIALISIERUNG IN MARKETING,
VERTRIEB UND MARKTFORSCHUNG



MMM
MASTERSTUDIENGANG
MARKETING MANAGEMENT

www.mmm.wiso.fau.de

Der Studiengang

Fokussierte Ausrichtung

Der Studiengang rüstet seine Studierenden durch eine wissenschaftlich fundierte, zeitlich straff organisierte und ergebnisorientierte Ausbildung für die Anforderungen des modernen Marketing-Managements. Zusätzlich zum Erwerb einer breiten fachlichen Basis ermöglicht der Studiengang eine Fokussierung auf die spezifischen Management-Herausforderungen im Bereich Marketing, Vertrieb oder Marktforschung. Durch die Wahl einer Spezialisierungsrichtung können sich die Studierenden zielgerichtet auf fach- und führungsbezogene Aufgaben entsprechend ihrer aktuellen oder zukünftigen beruflichen Position vorbereiten.

Praxisorientierte Inhalte

Der Studiengang orientiert sich an Problemstellungen aus der Unternehmenspraxis und befähigt Studierende, diese erfolgreich zu bearbeiten und zu lösen. Dabei wird durch die Einordnung der Problemstellungen in übergeordnete Zusammenhänge ganzheitliches Denken gefördert sowie die Urteilsfähigkeit und Kompetenz der Studierenden zur kritischen Reflexion von Wissenschaft und beruflicher Praxis vertieft. Die Inhalte des Studiengangs adressieren praktische Problemstellungen, die sowohl für große als auch für mittlere und kleine Unternehmen relevant sind, unabhängig von Kernprodukt (Sachgut/Dienstleistung), Geschäftsumfeld (B2B/B2C) und Branche.

Interaktive Veranstaltungsformen

Der Studiengang zeichnet sich in seiner didaktischen Konzeption durch ein hohes Maß an Interaktion aus. Dies ermöglicht optimale Bedingungen für den Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Dozenten, Studierenden und externen Referenten.



Die Zielsetzungen

Im Zentrum des Studiums stehen die Vermittlung und Förderung von Fach-, Lern-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen sowie der Transferkompetenz, Wissen lösungsorientiert auf Fragestellungen aus der Praxis anzuwenden. Mit Abschluss des Studiums erhalten die Absolventen den international anerkannten akademischen Grad „Master of Marketing Management“ inklusive der Möglichkeit des Mitführens eines Zusatzes je nach gewählter berufsbezogener Spezialisierung (Marketing, Vertrieb oder Marktforschung).

Die Zielsetzungen im graphischen Überblick:



Die Zielgruppen

Der Studiengang spricht primär zwei Hauptzielgruppen an:

- Absolventen eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Studiengangs oder nicht-wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-/Master-Studiengangs, die Berufseinstieg und Masterstudium in Marketing, Vertrieb bzw. Marktforschung kombinieren wollen.
- Young Professionals mit wirtschaftswissenschaftlichem Bachelor-Abschluss oder nicht-wirtschaftswissenschaftlichem Bachelor-/Masterabschluss, die parallel zur beruflichen Tätigkeit ein Master-Studium in Marketing, Vertrieb bzw. Marktforschung absolvieren möchten.

Die Teilnahme-Vorteile

Sowohl für die Teilnehmer als auch für deren Arbeitgeber bietet der Studiengang zahlreiche Vorteile:

Nutzen für Teilnehmer

- **Erwerb eines anerkannten akademischen Abschlusses**
- **eigene Weiterqualifizierung**
- **bessere Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung**
- **früherer Berufseinstieg** (im Vgl. zum Vollzeit-Master)
- **stärkerer Praxisbezug** (im Vgl. zum Vollzeit-Master)
- **bessere finanzielle Situation**

Nutzen für Arbeitgeber

- **Profilierung als attraktiver Arbeitgeber** (im Bewerber-/Mitarbeitergespräch und/oder durch Engagement im Studiengang)
- **bessere Chancen der Mitarbeiter-Akquise**
- **bessere Chancen der Mitarbeiter-Bindung** (Vermeidung eines kurzfristigen Arbeitgeber-Wechsels oder Wechsels in einen Vollzeit-Master)
- **Weiterqualifizierung der Mitarbeiter** (ohne internen Aufwand für Schulungen)
- **stärkerer Praxisbezug** (im Vgl. zum Vollzeit-Master)