

Marketing Management M.Sc. - Hochschule Hof — Hof University

Source: <https://www.hof-university.de/studium/studiengaenge-und-weiterbildungs-programme/studiengaenge/marketing-management-msc.html>

Übersicht

Der Abschluß befähigt Sie zur Übernahme von Leitungsaufgaben in Marketing und Vertrieb von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, sowie zu anspruchsvollen Tätigkeiten in der Unternehmensberatung.

Das Studium wird als Vollzeitstudium angeboten und ist vollständig modular aufgebaut. Der Einstieg ist im Sommersemester und im Wintersemester möglich.

In der Gestaltung des zeitlichen Studienablaufs und bei der Entscheidung für Wahlpflichtfächer bestehen große Freiheitsgrade für die Studierenden. Der Stundenplan gewährt genügend Freiräume für selbstverantwortliches Arbeiten im Selbststudium und für Gruppenarbeiten.

Aufgrund des Einsatzes qualifizierten Lehrpersonals aus der Praxis werden einzelne Kurse in Form von Blockveranstaltungen durchgeführt, zum Teil als Wochenendseminare und an externen Standorten.

Hauptfächer des Studienprogramms:

Dienstleistungs- und Handelsmarketing

Dialogmarketing und Customer Relationship Management

Marketingrecht

Investitionsgütermarketing und technischer Vertrieb

Distributionslogistik

Online-Marketing und E-Commerce

Regionalmarketing und Management der öffentlichen Betriebe

Marktforschungsprojekt

Seminar Fallstudien Marketingforschung

Fallstudien Strategisches/Internationales Management

Marketing-Controlling

Planspiel Marketing und Management

Verhandlungsführung

Konsumentenverhalten

Exemplarische zusätzliche Wahlfächer der vergangenen Semester:

Five Sense Branding

Globale Marketing-Strategien

Studien zur Empirischen Marktsegmentierung

Unternehmensführung

Wirtschaftsethik

Organisationspsychologie

Business-Plan-Erstellung

Wirtschaftsförderung

Die einzelnen Fächer, ihr Umfang und die Art der zu erbringenden Prüfungsleistung können der Studien- und Prüfungsordnung in der jeweils gültigen Form entnommen werden.

Zur zeitlichen Planung des individuellen Studienverlaufs kann die Datei "Gesamtübersicht über die Marketingausbildung" verwendet werden.

Die Masterarbeit ist als empirische Arbeit mit eigener Datenerhebung durchzuführen, in der Regel als frei wählbares Forschungsprojekt oder in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen. Für alle marketingrelevanten Themen steht Lehrpersonal für die Betreuung zur Verfügung.

Das Thema kann bereits im zweiten Fachsemester festgelegt werden, für die Bearbeitung steht im Regelfall das dritte Studiensemester zur Verfügung. Empirische Forschungsarbeiten unserer Studierenden werden durch einen zusätzlichen Dozenten umfangreich fachlich betreut.

Studienverlaufsplan empfohlen für Winterstarter ab WS 2025 Master Marketing Management M.Sc.

Die Einstufung im Zulassungsbescheid (Zulassung für Semester „1Z“) erfolgt aufgrund der von Ihnen bei der Bewerbung eingereichten Unterlagen (Zeugnisse). Mitunter sind diese Unterlagen unvollständig oder nicht eindeutig; sollten Sie Zweifel haben, ob die betriebswirtschaftliche Zusatzausbildung in Ihrem Fall notwendig ist, so fragen Sie per eMail bei der Studiengangleitung nach (riedl(at)hof-university.de).

Die betriebswirtschaftliche Zusatzausbildung stellt keinen Makel für die Beurteilung von Bewerbern dar. Etwa die Hälfte der Studierenden im MM durchlaufen diese Ausbildung.

Der Studienverlauf im Kernprogramm des Master Marketing unterscheidet sich nicht von dem der anderen Studierenden.

Die betriebswirtschaftliche Zusatzausbildung erfolgt parallel zum Masterstudium. Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen, dass sie bei besonderer Leistungsbereitschaft sogar ohne Studienzeitverlängerung absolviert werden kann (dies ist aber keine Verpflichtung).

Die Kurse der Zusatzausbildung müssen nur bestanden werden. Sie erscheinen nicht im Masterzeugnis und zählen nicht zur Gesamtnote.

Die individuell in Frage kommenden Kurse können aus einer großen Zahl von Kursen der Hochschule Hof und der virtuellen Hochschule Bayern (www.vhb.org) ausgewählt werden. Ihr Studienberater legt gemeinsam mit Ihnen fest, was für Sie relevant ist.

Vor Studienbeginn bestehen für Sie keine besonderen Verpflichtungen. Die für die Zusatzausbildung in Frage kommenden Kurse können stets kurz vor Semesteranfang festgelegt werden und werden rechtzeitig in Moodle veröffentlicht.

Alle relevanten Fragen werden bei der Semestereinführungsveranstaltung angesprochen.

Der Studiengang geht hinsichtlich Inhalt, Umfang und Praxisvertiefung weit über das hinaus, was „normalerweise“ in einem Studienschwerpunkt an Marketingwissen vermittelt wird.

Fallstudien, Anwendungsübungen und Planspiele sind gegenüber dem Lernstoffvermittelnden Frontalunterricht übergewichtet. Den späteren Berufsanforderungen entsprechend, wird von den Studierenden ein hohes Maß an Engagement und Mitwirkung erwartet.

Eine Übersicht zu den in den einzelnen Modulen zu erwerbenden Kompetenzen erhalten Sie in der Kompetenzmatrix des Studiengangs.

Tätigkeiten in Marketing und Vertrieb sind eine der wichtigsten Beschäftigungsformen für Absolventen betriebswirtschaftlicher und verwandter Studiengänge. Auch Absolventen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge ergreifen häufig Erstbeschäftigungen im Vertriebsbereich.

Die Unternehmenspraxis äußert in Befragungen immer wieder einen Bedarf an Absolventen mit fundierter Ausbildung in Marketing- und Vertriebsfragen. Dieser Anforderung kann in einem normalen Studienschwerpunkt eines Betriebswirtschaftsstudiums nur begrenzt nachgekommen werden, da die Zeit für die Spezialisierungsfächer des Marketings, die Arbeit an Fallstudien und die Vertiefung anhand von Praxisprojekten, vielfach fehlt. Diese Lücken schließt der Master-Studiengang "Marketing Management".

Fachlich werden dabei Schwerpunkte in den empirisch relevanten Bereichen Marktforschung, Marktsegmentierung, Direktmarketing und Vertrieb gesetzt. Es gibt bewusst keine Einschränkung nach Wirtschaftszweigen, d. h. es werden gleichermaßen Aspekte des Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungssektors sowie des Handels behandelt.

Internationale Fragestellungen sind Teil der Lehrveranstaltungen und der bearbeiteten Case Studies. Auch die Belange mittelständischer Unternehmen werden in allen Veranstaltungen besonders berücksichtigt.

Das Studienkonzept wurde unter Berücksichtigung der Anforderung der Unternehmenspraxis festgelegt. Aufgrund der Vertiefung der Inhalte und der dezidierten Praxisorientierung des Studiums ist davon auszugehen, dass Absolventen gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben.

Qualifikationsvoraussetzungen für die Zulassung zum Masterstudiengang sind:

Die Prüfungsgesamtnote 2,5 (oder besser) im zuvor abgeschlossenen Erststudium an einer staatlich anerkannten Hochschule. Gleichwertige Abschlüsse ausländischer Hochschulen mit abweichendem Notenschema können anerkannt werden.

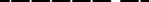
Alternative: Bei einer Prüfungsgesamtnote besser als 3,0 können Bewerber zugelassen werden, wenn sie eine besondere Qualifikation für den Studiengang nachweisen, zum Beispiel durch ein vollständiges Auslandsstudium, eine einschlägige Berufserfahrung oder ein Gutachten.

Das Bestehen der Eignungsfeststellung. Diese wird anhand von drei Unterlagen durchgeführt, die alle Studienbewerber in deutscher Sprache einreichen müssen:

- 1) EinLebenslauf (CV)von maximal zwei Seiten,
 - 2) EinBewerbungsschreiben (Letter of Intent)von maximal zwei Seiten, im dem die Erwartungen anden Studiengang geschildert und die eigene Motivation zur Aufnahme dieses Studiums erläutertwerden und
 - 3) Die kurze Beschreibung (ca. 2 Seiten) eines selbst ausgewählten, aus öffentlichen Medienzugänglichen aktuellenFallbeispiels (Case Study). Das kann zum Beispiel eine Akquisition, eineDiversifikation oder eine Standortentscheidung eines bekannten Unternehmens sein, also einVorgang, in dem der Bewerber eine wichtige Fragestellung des Managements bzw. Marketingserkennt. Weiterführende Hinweise zur Case Study finden Siehier.

Die Regelstudiensprache ist deutsch. Studienbewerber müssen in der Lage sein, den Veranstaltungen zu folgen und Prüfungen in deutscher Sprache abzulegen. Voraussetzung dafür sind Deutschkenntnisse auf dem Sprachniveau C1 bzw. TestDaF TDN 4.

Da die im Studium behandelten Case Studies vielfach in Englisch abgefasst sind, werden Englischkenntnisse vorausgesetzt.

Arabisch  / Französisch Français

Aus Argentinien nach Hof / desde argenti

Aus Mexiko nach Hof / de méxico a Hof

Aus Österreich zum Studieren nach Hessen

Chinesisch / ■■

Georgisch / ████

Italienisch / in Italiano

Kasachisch / Russisch

Nepalesisch /

Portugisisch / Português (B)

Rumänisch / Român ■

Russisch / P█████████

Spanisch / español

Tschechisch / Český

Tunesisch Tounsi/ Fr

Aktuelles

Wichtige a

Hier finden Sie Veranstaltungen, News und das Hochschulmagazin campus

Marketing Management

15 November bis 15 Jan

01. Mai bis 15. Juli - WiSe

Information und Services

Stundenplan

Hier können

Hier können Sie Ihren Stundenplan in der Wochenübersicht sehen und werden über Stundenplanänderungen informiert.

Bei Campus ist das Management- und Verwaltungszentrum der Hochschule. Hier finden Sie die Hochschulbibliothek, High-Tech-Labore und Hochschulsportangebote.

Campus Hor. Hintergrund und visuell Lern-Bereichs-Abgrenzung/Muster-Merkz.

Jörg Ralther, Absolvent Master Marketing (M.Sc.)
Anna Blaum, Absolventin Master Marketing Management

Anna Pleier, Absolventin Master Marketing Management (M.Sc.)

Studiengangleiter

Zentr. Studienberatung

Studiengangreferentin

Prof. Dr. Joachim Riedl

Doreen Rustler

Kathrin Schötz