

Marketing und Sales

Master

BWL-MASTERKONZEPT AN DER HOCHSCHULE BIELEFELD

Die Anforderungen an Absolventinnen und Absolventen eines betriebswirtschaftlichen Studiums sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Herausragende Persönlichkeiten mit vertieftem Wissen in Spezialgebieten der Ökonomie sowie umfassenden Fremdsprachenkenntnissen und außerfachlichen Kompetenzen sind gefragt, um Vorgänge und Probleme in der sich zunehmend dynamischer entwickelnden Wirtschaftspraxis zielgerichtet analysieren und lösen zu können.

Ein viersemestriges Masterstudium der Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Bielefeld qualifiziert Sie umfassend für diese komplexen Herausforderungen, denn darin erwerben Sie die Fähigkeiten, welche die Arbeitgeber heute von Ihnen erwarten: Neben dem erforderlichen Fachwissen und der hohen Motivation zur flexiblen Auseinandersetzung mit fachübergreifenden Inhalten sowie der starken Praxisorientierung zählen Mehrsprachigkeit, Führungs-, Team- und Integrationsfähigkeit dazu.

Die Hochschule Bielefeld bietet vor diesem Hintergrund sechs spezialisierte Masterstudiengänge in Vollzeit an. Sämtliche Studiengänge sind miteinander verbunden und verfügen in Teilbereichen über ein konzeptionell sorgsam ausgewähltes gemeinsames Modulangebot, das einerseits die Behandlung von fachspezifischen Themenstellungen in kleinen Gruppen mit einem hohen Interaktionsgrad ermöglicht und andererseits den interdisziplinären Gedankenaustausch in größeren Gruppen mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern verschiedener Fachhintergründe fördert.



STUDIENZIELE

Als Absolventin bzw. Absolvent des Studiengangs Marketing und Sales zeichnen Sie folgende Qualifikationen aus:

- **Fachliche Kompetenz**
Sie verfügen über ein breites, spezifisches und kritisches Verständnis auf dem aktuellen Stand des Wissens und wissenschaftlicher Methoden im Bereich Marketing und Vertrieb. Dies versetzt Sie in die Lage, Handlungsalternativen zu bewerten, konkrete Lösungsvorschläge für praktische Probleme sowohl im nationalen als auch internationalen Kontext zu erarbeiten, umzusetzen und zu evaluieren. Beispielsweise können Sie nach Abschluss des Studiums eigenständig (strategische) Marketingkonzepte erarbeiten, spezielle Fragen des Vertriebsmanagements sowie generell Marketingprobleme diverser Branchen (z. B. Handel, Industrie, Konsumgüter) analysieren, diese lösen und begründete Handlungsempfehlungen geben.
- **Methodische Kompetenz**
Sie wenden Ihr Wissen mit Hilfe moderner medialer und digitaler Techniken, Instrumente und Methoden auf bekannte und neue Situationen Ihres Fachgebietes praxisorientiert an. Dabei berücksichtigen Sie auch fachübergreifende, gesellschaftliche und ethische Aspekte.
- **Soziale Kompetenz**
Sie verstehen und praktizieren effiziente Formen der Kommunikation in sozialen Gruppen, verfügen über emotionale Intelligenz sowie interkulturelle Kompetenz. Sie sind emphatisch und teamfähig, können argumentativ überzeugen, Aufgaben delegieren und Teammitglieder zielorientiert in Problemlösungen und bei Entscheidungen einbinden.

AUFBAU / INHALT

1. Semester

- Unternehmensplanung und -kontrolle
- Projektmanagement und Geschäftsprozessoptimierung
- Unternehmensbesteuerung und Unternehmensprüfung
- Strategisches Personalmanagement und Strategisches Marketingmanagement
- Brand Management und Customer Relationship Management

2. Semester

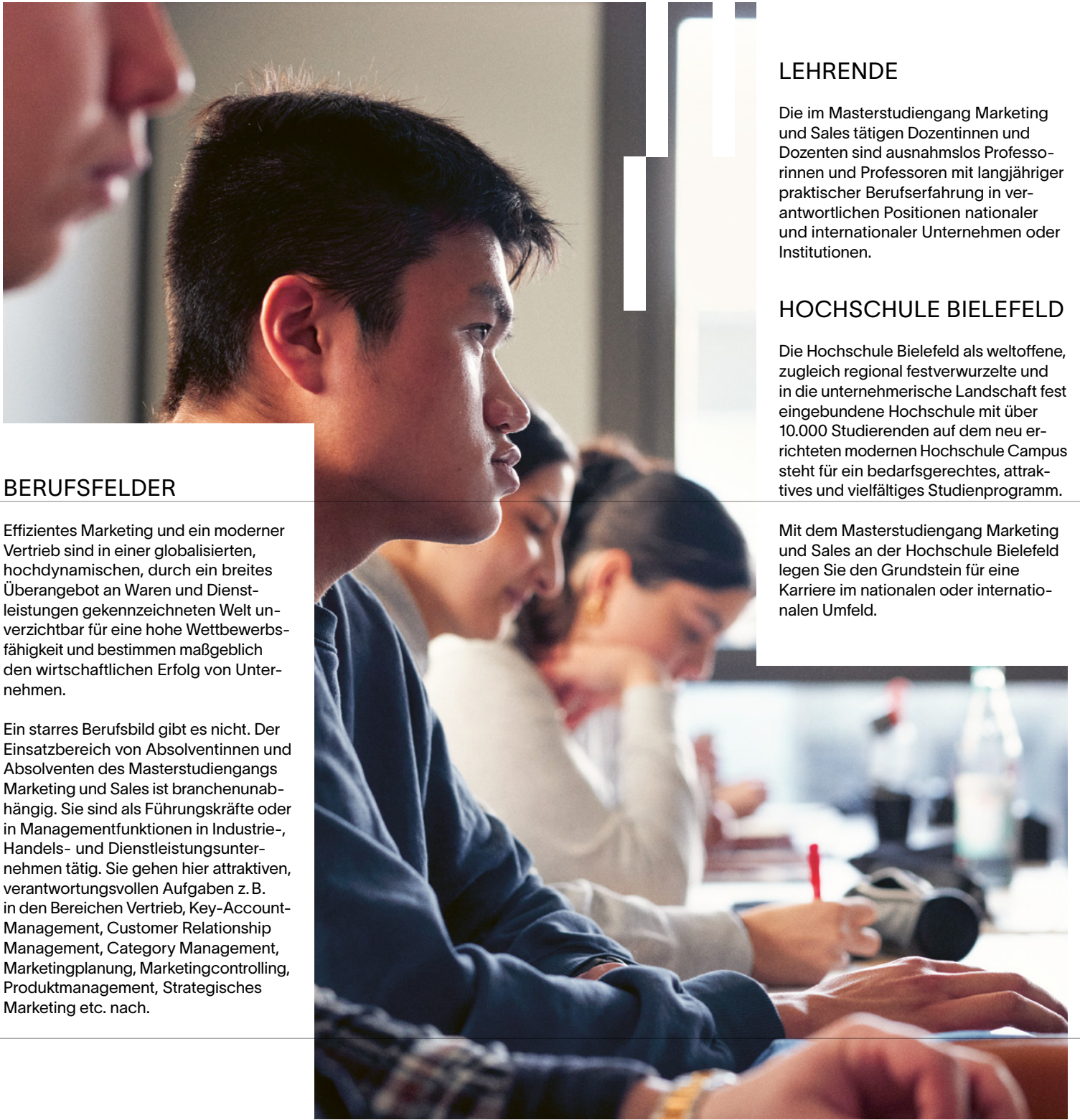
- Entrepreneurship und Unternehmensdynamik
- Vertriebsmanagement und Retail Marketing
- Schwerpunktmodul aus Marketing und Sales
- Wahlmöglichkeit:
 - Branchenlogistik
 - Aufbauorganisation und Change Management
 - Kostenmanagement
 - Vertiefung nationaler und internationaler Steuerlehre

3. Semester

- Industriegütermarketing und Marketingcontrolling
- Schwerpunktmodul aus Marketing und Sales
- Wahlmöglichkeit:
 - Qualitäts- und Logistikmanagement
 - Prozess- und Projektorganisation
 - Corporate Financial Management
 - Vertiefung der Prüfungstheorie und angewandter Unternehmensprüfung
 - Digital Business
 - Consumer Marketing
 - International Financial Reporting Standards
 - Weitere Wahlmöglichkeit aus verschiedenen aktuellen und fachübergreifenden Modulen

4. Semester

- Master-Thesis



LEHRENDE

Die im Masterstudiengang Marketing und Sales tätigen Dozentinnen und Dozenten sind ausnahmslos Professorinnen und Professoren mit langjähriger praktischer Berufserfahrung in verantwortlichen Positionen nationaler und internationaler Unternehmen oder Institutionen.

HOCHSCHULE BIELEFELD

Die Hochschule Bielefeld als weltoffene, zugleich regional festverwurzelte und in die unternehmerische Landschaft fest eingebundene Hochschule mit über 10.000 Studierenden auf dem neu errichteten modernen Hochschule Campus steht für ein bedarfsgerechtes, attraktives und vielfältiges Studienprogramm.

Mit dem Masterstudiengang Marketing und Sales an der Hochschule Bielefeld legen Sie den Grundstein für eine Karriere im nationalen oder internationalen Umfeld.

BERUFSFELDER

Effizientes Marketing und ein moderner Vertrieb sind in einer globalisierten, hochdynamischen, durch ein breites Überangebot an Waren und Dienstleistungen gekennzeichneten Welt unverzichtbar für eine hohe Wettbewerbsfähigkeit und bestimmen maßgeblich den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen.

Ein starres Berufsbild gibt es nicht. Der Einsatzbereich von Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs Marketing und Sales ist branchenunabhängig. Sie sind als Führungskräfte oder in Managementfunktionen in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen tätig. Sie gehen hier attraktiven, verantwortungsvollen Aufgaben z. B. in den Bereichen Vertrieb, Key-Account-Management, Customer Relationship Management, Category Management, Marketingplanung, Marketingcontrolling, Produktmanagement, Strategisches Marketing etc. nach.

FAKTEN

Zugangsvoraussetzungen

- Bachelorabschluss der Betriebswirtschaftslehre oder eines wirtschaftswissenschaftlich kombinierten Studienganges mit mindestens der Gesamtnote 2,5 sowie
- mindestens 30 ECTS (exklusive Praxis- und Projektmodule und Bachelorarbeit) aus Modulprüfungen im Bereich Marketing (z. B. Grundlagen Marketing, Käuferverhalten, Marketingforschung etc.)
 - eine einschlägige Bachelorarbeit aus dem Bereich Marketing,
 - ggf. ausstehende Leistungen aus dem Bachelorstudium im Umfang von maximal 15 ECTS (Bachelorzeugnis und Urkunde sind bis zum 30.11. nachzureichen).

Studiendauer

4 Semester (120 credit points)

Studienabschluss

Master of Arts (M.A.)

Bewerbung / Studienbeginn

Das Studium beginnt immer zum Wintersemester. Die Bewerbung läuft von Anfang Juni bis zum 15. Juli.

Die Bewerbung erfolgt online

➔ www.hsbi.de/studium/bewerbung

Weitere BWL-Master der Hochschule Bielefeld

- Personalmanagement und Organisation
- Produktions- und Logistikmanagement
- Controlling Finance Accounting
- Steuern und Unternehmensprüfung
- International Business Management

Studienort

Hochschule Bielefeld
Fachbereich Wirtschaft
Interaktion 1, 33619 Bielefeld
➔ www.hsbi.de/wirtschaft



KONTAKT

Hochschule Bielefeld
Interaktion 1, 33619 Bielefeld

Allgemeine Fragen zum Studium

Zentrale Studienberatung
Telefon +49 521.106-7758
➔ zsb@hsbi.de
➔ www.hsbi.de/zsb

Fragen zur Bewerbung / Zulassung

Studierendenservice
– Jolanta Stolarczyk
Telefon +49 521.106-70985
➔ jolanta.stolarczyk@hsbi.de
➔ www.hsbi.de/studierendenservice

