



**Ma**

**MASTER**  
**FERNSTUDIENGANG**  
**SALES AND MARKETING**



**WINGS-FERNSTUDIUM**  
AN DER HOCHSCHULE WISMAR



## LIEBE LESERINNEN LIEBE LESER

**V**ielen Dank für Ihr Interesse an dem Fernstudiengang Master Sales and Marketing der Hochschule Wismar – University of Applied Sciences: Technology, Business and Design.

Die Wirtschaft ist geprägt von scharfem Wettbewerb in gesättigten Märkten. Unternehmen, die hier bestehen wollen, brauchen aktuelles und fundiertes Know-how für die Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Mit dem Fernstudium Master Sales and Marketing der Hochschule Wismar erwerben Sie innerhalb von vier Semestern die Schlüsselqualifikationen, um in den Bereichen Marketing und Vertrieb anspruchsvolle Fach- und Führungsaufgaben zu übernehmen – in mittelständischen Unternehmen ebenso wie in Konzernen oder dem öffentlichen Sektor. Als Fernstudent/in beweisen Sie zudem in hohem Maß Ihren Willen, durch persönliches Engagement und Leistung auch im Wettbewerb der Talente zu überzeugen. So sind Sie als Absolvent besonders attraktiv und schaffen einen wichtigen Baustein für Ihre weitere berufliche Karriere. Darüber hinaus eröffnet Ihnen der akademische Grad „Master of Arts“ die Möglichkeit zur Promotion.

Wir würden uns freuen, Sie als Fernstudent/in an der Hochschule Wismar begrüßen zu dürfen.

Ihr

Prof. Dr. jur. Bodo Wiegand-Hoffmeister  
Rektor der Hochschule Wismar



**Ma** **INHALTSVERZEICHNIS**  
**MASTER-FERNSTUDIENGANG**  
**SALES AND MARKETING**

<b>1</b>	<b>WINGS-FERNSTUDIUM</b> AN DER HOCHSCHULE WISMAR	<b>8</b>	<b>MODULE</b> 3. SEMESTER 2/2
<b>2</b>	<b>PRO FERNSTUDIUM</b> ASPEKTE FÜR IHRE ENTSCHEIDUNG	<b>9</b>	<b>MODULE</b> 4. SEMESTER
<b>3</b>	<b>PERSÖNLICHE PERSPEKTIVEN</b> KARRIERECHANCEN	<b>10</b>	<b>ORGANISATION</b> LEHRFORMEN
<b>4</b>	<b>UNSERE</b> FERNSTUDIENZENTREN	<b>11</b>	<b>ORGANISATION</b> PRÜFUNGSLEISTUNGEN
<b>5</b>	<b>CURRICULUM</b> STUDIENAUFBAU	<b>12</b>	<b>ZULASSUNG</b> VORAUSSETZUNGEN
<b>6</b>	<b>MODULE</b> 1. UND 2. SEMESTER	<b>13</b>	<b>KOSTEN</b> FINANZIERUNG
<b>7</b>	<b>MODULE</b> 3. SEMESTER 1/2	<b>14</b>	<b>BERATUNG</b> ANMELDUNG
		<b>15</b>	<b>UNSERE ONLINE-/ FERNSTUDIENANGEBOTE</b> UND WEITERBILDUNGEN



◀ **Ihr WINGS-Team:** Individuelle Studienberatung und -betreuung



# 1

## WINGS-FERNSTUDIUM AN DER HOCHSCHULE WISMAR

**D**ie Hochschule Wismar – University of Applied Sciences: Technology, Business and Design ist eine leistungsstarke und innovative Bildungs- und Forschungsstätte mit einer über 100-jährigen akademischen Tradition. Sie ist international, praxisorientiert und unternehmerisch ausgerichtet und definiert sich mit **über 8.000 Studierenden im Präsenz- und Fernstudium** als Hochschule mittlerer Größe. Seit 1952 führt die Hochschule Wismar auch Fernstudiengänge durch und gehört damit zu den erfahrensten Anbietern in Deutschland.

Jeder Fernstudent wird als regulär an der Hochschule Wismar eingeschriebener Student individuell durch die WINGS betreut. **Die WINGS (Wismar International Graduation Services) – das Fernstudienzentrum der Hochschule Wismar** – entwickelt und organisiert berufsbegleitende Online- und Fernstudiengänge sowie zertifizierte Weiterbildungen unter der akademischen Kompetenz der Hochschule Wismar. Hier unterstützt unser Konzept zur Optimierung des berufsbegleitenden Studierens – eine Kombination aus den vier Bausteinen: Selbststudium, Präsenzveranstaltungen an Wochenenden, Telefon- und Videokonferenzen sowie dem Online-Campus. Die hohe Qualität der Lehre wird Akkreditierung der Fernstudiengänge durch die FIBAA, ASIIN bzw. ACQUIN unterstrichen.

Aufgrund zahlreicher Kontakte in Europa, dem baltischen Raum, Amerika, Lateinamerika, Asien finden interkulturelle Aspekte einen deutlichen Niederschlag in Forschung und Lehre sowie in den Herkunftsorten unserer Fernstudenten. So nehmen derzeit Studierende aus der Schweiz, Spanien, Russland, China, Thailand, Ecuador und den USA neben dem Beruf an unseren Weiterbildungsprogrammen teil. Mit mehr **als 4.000 Fernstudierenden und rund 600 Weiterbildungsteilnehmern** an bundesweit 10 Studienstandorten zählt die WINGS zu den führenden staatlichen Fernstudienanbietern in Deutschland.

MODERNE AUSBILDUNG AN EINER  
HOCHSCHULE MIT TRADITION

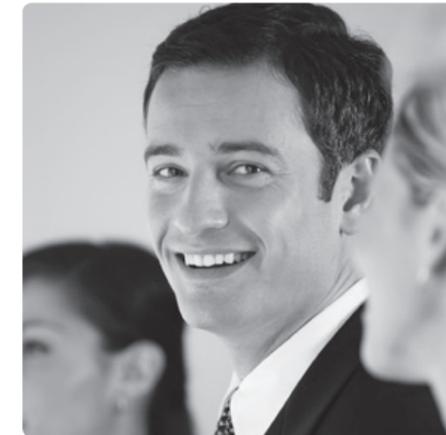
## 2

### PRO FERNSTUDIUM ASPEKTE FÜR IHRE ENTSCHEIDUNG

**B**rauchen Sie das Rüstzeug für den nächsten Karriereschritt? Wollen Sie sich beruflich neu orientieren? Oder möchten Sie einfach „am Ball“ bleiben, ohne eine Auszeit zu nehmen? Dann kann ein Fernstudium an der Hochschule Wismar parallel zu Ihrer Berufstätigkeit die ideale Lösung sein. Der Master Sales and Marketing ist ein speziell auf die Anforderungen an Führungskräfte in Vertrieb, Produktmanagement, Marketing oder vergleichbaren Unternehmensfunktionen konzipiertes Studium. Da die Hochschule Wismar Berufserfahrung voraussetzt, sind Sie Teil einer Gruppe von erfahrenen Fachkräften. Studienaufgaben werden zum Teil in kleinen Gruppen vor Ort oder virtuell über das Internet bearbeitet und dann am Präsenztage im Plenum präsentiert. Sie profitieren von der Erfahrung Ihrer Kommilitonen, lernen neue Anwendungsgebiete und Branchen kennen und erproben die Zusammenarbeit in verteilten Teams. Das Fernstudium wird hier zu einer Plattform für den Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen erfahrenen Praktikern aus unterschiedlichsten Unternehmen.

Die Professoren der Hochschule Wismar stehen daneben für die hohe akademische Qualität des Masterstudiums Sales and Marketing. Sie betreuen Sie auch bei inhaltlichen Fragen zum Fachgebiet. Daneben ergänzen erfahrene Experten aus der Wirtschaft als Lehrbeauftragte die wirtschaftswissenschaftlichen Inhalte durch die Praxis aus den Unternehmen. Die Akkreditierung durch die FIBAA e.V. unterstreicht die Qualität des Studienangebots auf universitärem Niveau.

Der Abschluss „**Master of Arts (M.A.)**“ ist ein international anerkannter, von der Hochschule Wismar vergebener staatlicher Hochschulabschluss. Das Fernstudium umfasst 15 Module und somit 15 reguläre Präsenzveranstaltungen, die ausschließlich an Wochenenden stattfinden. Das bedeutet: Sie müssen nur an jeweils zwei bis drei Wochenenden pro Semester am Studienstandort Ihrer Wahl präsent sein. Die durchschnittliche, wöchentliche Arbeitsbelastung ist stark abhängig von Ihren Vorkenntnissen und praktischen Erfahrungen, liegt aber in der Regel 15 Wochenstunden.



## 3

### PERSÖNLICHE PERSPEKTIVEN KARRIERECHANCEN



**D**as Fernstudium Master Sales and Marketing bietet Ihnen vielfältige berufliche und persönliche Optionen. Nach erfolgreichem Studienabschluss sind Sie als Absolvent in der Lage, die Zusammenhänge der Themengebiete Marketing und Vertrieb zu überblicken und komplexe Problemstellungen im Kontext zu analysieren. Situative Beurteilungen und Lösungsansätze können so wissenschaftlich fundiert erarbeitet und in dem jeweiligen beruflichen Umfeld realisiert werden. Damit qualifizieren Sie sich innerhalb von vier Semestern auf universitärem Niveau für Fach- und Führungsaufgaben in mittelständischen Unternehmen ebenso wie in international tätigen Konzernen oder im öffentlichen Dienst.

Langjährige Berufspraxis erleichtert die Integration der theoretischen Kenntnisse in Ihr berufliches Umfeld. Ziel des von der **FIBAA e.V.** akkreditierten Fernstudiums Master Sales and Marketing der Hochschule Wismar ist der Studienabschluss mit dem akademischen Grad „**Master of Arts (M.A.)**“. Dieser staatliche Hochschulabschluss beinhaltet das **Recht zur Promotion** entsprechend der Promotionsordnung der jeweiligen Universität und eröffnet Ihnen den **Zugang zum höheren Dienst**.



# 4

## UNSERE FERNSTUDIENZENTREN

Zurzeit bieten wir an bundesweit neun Standorten Fernstudiengänge für Berufstätige mit den staatlichen akademischen Graduierungen Bachelor, Diplom (FH) und Master an.

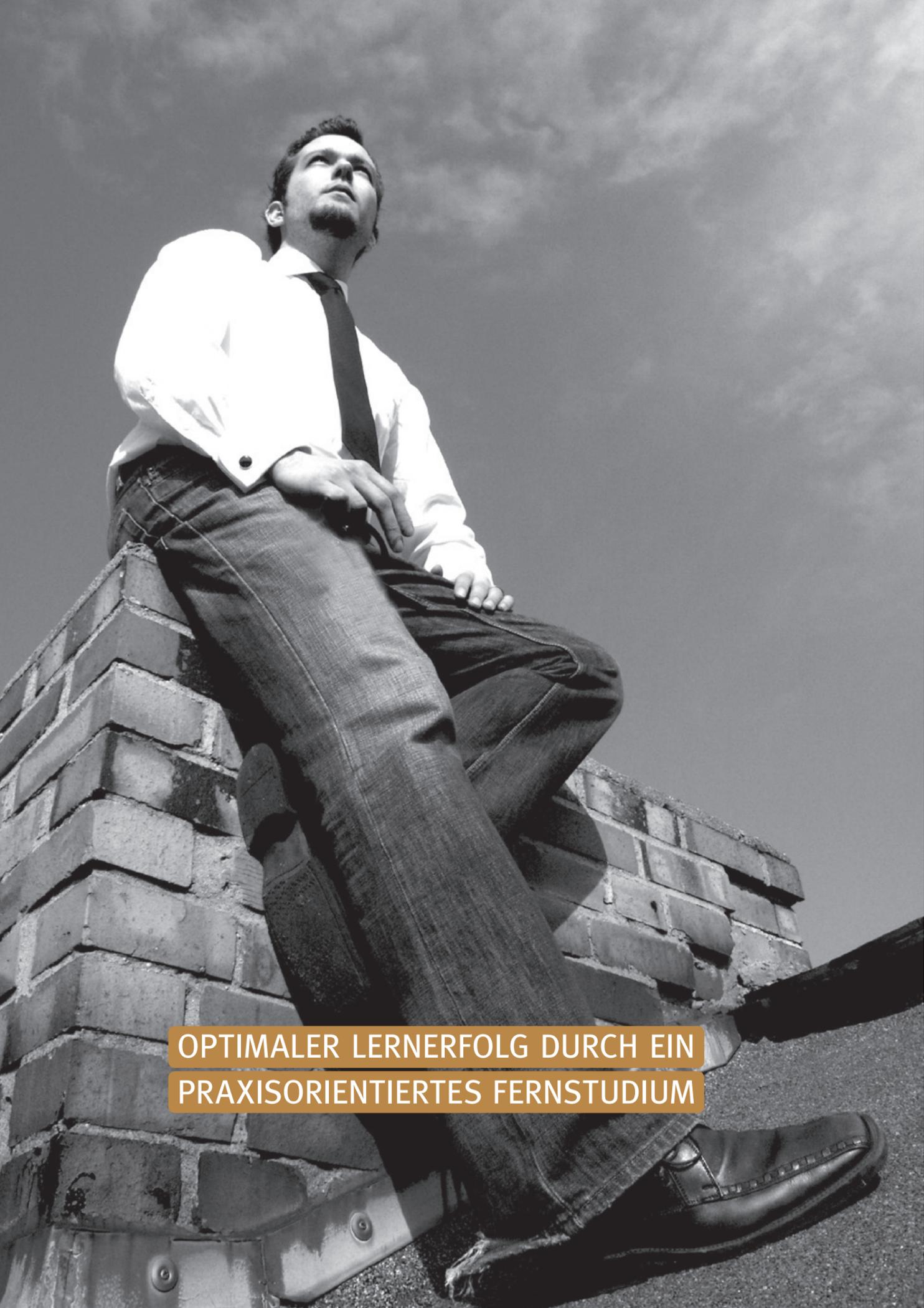
Wir sind an folgenden Standorten für Sie mit unseren Studienzentren aktiv:

- Wismar
- Hamburg
- Hannover
- Berlin
- Leipzig
- Düsseldorf
- Frankfurt am Main
- Stuttgart
- München

Über die aktuell für den Fernstudiengang Master Sales and Marketing angebotenen Standorte informieren Sie sich gern auf unserer Website oder direkt bei unseren Mitarbeitern der WINGS.

[www.wings-fernstudium.de](http://www.wings-fernstudium.de)





OPTIMALER LERNERFOLG DURCH EIN  
PRAXISORIENTIERTES FERNSTUDIUM

## 5 CURRICULUM STUDIENAUFBAU

Das Curriculum des Studiums umfasst vielfältige Themengebiete des Sales and Marketing. Entsprechend internationalem Standard werden die Studienmodule und die Master-Thesis mit ECTS-Credits bewertet. Insgesamt werden 90 Credits vergeben.

### 1. SEMESTER CREDITS

Wissenschaftliche Methoden	5
Grundlagen des Marketing	5
Grundlagen des Vertriebs	5
Marketing- und Vertriebscontrolling	5
Unternehmensstrategie	5

### 2. SEMESTER CREDITS

Konsumentenverhalten	5
Marketing- und Vertriebsrecht	5
Customer Relationship Marketing	5
Verhandlungstechnik	5

### 3. SEMESTER CREDITS

WÄHLEN SIE EINE DER ZWEI FOLGENDEN SPEZIALISIERUNGEN:

#### SPEZIALISIERUNG MARKETING CREDITS

Strategisches Marketing	5
Brand Management	5
Online Marketing	5
Marktforschung	5
Internationales Marketing	5

#### SPEZIALISIERUNG VERTRIEB CREDITS

Cross Channel Management	5
Verkaufpsychologie	5
After Sales Management	5
Vertriebsführung	5
Internationaler Vertrieb	5

### 4. SEMESTER CREDITS

Master-Symposium	0
Master-Thesis	20

# 6

## MODULE 1. UND 2. SEMESTER

### 1. SEMESTER

#### Wissenschaftliche Methoden

Wissenschaftliches Arbeiten beschreibt ein Vorgehen, bei dem die Ergebnisse der Arbeit für jeden objektiv nachvollziehbar und wiederholbar sind. So werden Informationsquellen offen gelegt und korrekt angegeben sowie Experimente so beschrieben, dass sie reproduziert werden können. Im Modul werden die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens wiederholt und trainiert. Sie erhalten zudem ein Repetitorium in den Grundlagen der Statistik. Diese bilden für das gesamte Studium Ihr Handwerkzeug. Dadurch können Sie wissenschaftliche Publikationen analysieren und für Ihre Hausarbeiten und die Master-Thesis richtig interpretieren.

- Wissenschaftliche Methoden
- Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit
- Statistik
- Präsentation

#### Grundlagen des Marketing

Marketing gilt zu Recht als Kerndisziplin bei der Positionierung von Angeboten am Markt und zur Steuerung aller relevanten Instrumente. Das Modul gibt einen Überblick über Ziele, Instrumente und Vorgehensweisen eines modernen Marketing-Managements.

- Ziele, Strategien, Instrumentarien und Methoden im Marketing
- Analyseinstrumente und Ergebnisbewertung
- 4 P's: Product, Price, Promotion and Place
- Ethik, Moral und Wertewandel / -management

#### Grundlagen des Vertriebs

Der Vertrieb ist eine zentrale Funktion im Unternehmen, wenn es um die Erzielung von Umsätzen geht. Das Modul gibt einen Überblick über die verschiedenen Vertriebsarten und -möglichkeiten sowie ein Grundverständnis für Organisation, Prozesse, Aufgaben, Funktionen und Verantwortungsbereiche im Vertrieb.

- Psychologische Grundlagen des Vertriebs
- Aufbau und Ablauf einer Vertriebsorganisation
- Steuerung eines Verkaufsteams unter Kostenbetrachtung
- E-Commerce, Cross Channel / Multiverkaufsformen

#### Marketing- und Vertriebscontrolling

In diesem Modul erhalten Sie einen Überblick über die entscheidenden Bereiche des Marketing- und Vertriebscontrollings und können geeignete Prozesse auszuwählen, initiieren und steuern.

- Controlling als Management- und Führungsinstrument
- Aufgaben und Prozesse im Vertriebscontrolling
- Operatives und strategisches Vertriebscontrolling
- Portfolioanalyse, Kennzahlensystem und Kundenpotenzialanalyse
- Deckungsbeitrag und Break Even Analyse
- Customer Value Management
- Product Life Cycle Rechnung

#### Unternehmensstrategie

Jede Aktivität in den Bereichen Sales und Marketing muss in eine übergreifende Unternehmens- oder Geschäftsgebietsstrategie eingebettet sein. Die Entwicklung einer geeigneten Strategie ist eine wesentliche Voraussetzung für den unternehmerischen Erfolg.

- Inhalte und Merkmale von Unternehmensstrategien
- Portfoliomanagement
- Grundlegende Modelle: Mintzberg, Porter, Ansoff
- Abgrenzung zu anderen Strategien
- Formulierung von Strategien
- Ein- / Unterordnung von Marketing- und Vertriebsstrategien in die Unternehmensstrategie
- Kennzahlenbasierte Analyse
- Erfolgskontrolle

### 2. SEMESTER

#### Konsumentenverhalten

Das Verhalten von Käufern steht im Mittelpunkt dieses Moduls. Wie kann das Wo, Wann, Wie und Warum einer Kaufentscheidung analysiert, begründet und prognostiziert werden?

- Psychologie des Konsumentenverhaltens
- Psychologie der Informationsverarbeitung
- Aktivierende Prozesse des menschlichen Verhaltens
- Psychologie von Kaufentscheidungen
- Affektive vs. kognitive Kaufentscheidungen
- Geschlechterspezifische Kaufentscheidungen
- Hybrides Kaufverhalten

#### Marketing- und Vertriebsrecht

Im globalen Wettbewerb sind Schutzrechte eine wichtige Waffe, z. B. in Form von Patenten oder Marken. Die juristische Dimension des Marketing-Managements spielt so eine immer größere Rolle. Das Modul vermittelt die Grundlagen relevanter Rechtsgebiete.

- Urheberrecht
- Patentrecht
- Markenrecht
- Unlauterer Wettbewerb (UWG)
- Vertriebsrecht

#### Customer Relationship Marketing

Zufriedene Kunden zu halten, gilt als wichtige Erfolgsstrategie. Customer Relationship Marketing (CRM) schafft die Voraussetzungen, um durch geeignete Prozesse, Methoden und Werkzeuge die Kundenbeziehungen professionell zu analysieren und weiterzuentwickeln.

- Überblick CRM
- Konzepte des Data Warehousing
- Modellierungswerkzeuge des SAP BW
- Datenbereitstellung, Reporting, Analyse
- Analytisches und kommunikatives CRM
- CRM als ein ganzheitlicher Ansatz
- Mobile CRM, Social CRM, Value Innovation

#### Verhandlungstechnik

Das Modul versetzt Sie in die Lage, in unterschiedlichsten Verhandlungssituationen die Ansätze für gemeinsame, nachhaltige Lösungen zu erkennen und in entsprechende Verhandlungsergebnisse umzusetzen.

- Harvard-Konzept
- Verhandlungsvorbereitung
- Erzielen der besten Alternative zum Verhandlungsergebnis
- Grundlagen der Verhandlungstechnik
- Verhandlungstechnik bei Konflikten
- Grundlagen der Mediation

## MARKUS WEINLÄNDER

Großraum Nürnberg  
Leiter Product Management

*Welche Motivation hatten Sie, sich in das Fernstudium Master Sales and Marketing einzuschreiben?*

Ich suchte eine fachspezifische Weiterbildung, die mir für meine Führungsfunktion im Marketing zusätzliches Rüstzeug mitgibt. Das spezielle Argument für die WINGS war die geringe Anzahl der Präsenzveranstaltungen, die sich mit meinem beruflichen Alltag gut vereinbaren ließ.

*Welche Erfahrungen haben Sie im Fernstudium gemacht und wurden Ihre Erwartungen erfüllt?*

Das Fernstudium hat sich als eine Plattform erwiesen, auf der die Studenten – alle mit tollem beruflichen Background – die Lehrinhalte mit ihren eigenen Erfahrungen ergänzen konnten. Eine wichtige Erfahrung war auch das Arbeiten anhand der Fallstudien, die einen tiefen Einblick in andere Unternehmen und Branchen ermöglichten. Schließlich bot die Master-Thesis die einmalige Gelegenheit, mich intensiv mit einem hochinteressanten Thema auseinander zu setzen.

*Was kam nach dem Master-Studium?*

Ich sehe mich heute in der Lage, berufliche Aufgabenstellungen deutlich fundierter zu lösen.

# 7

## MODULE 3. SEMESTER 1/2

### 3. SEMESTER

#### SPEZIALISIERUNG MARKETING

##### Strategisches Marketing

Das strategische Marketing befasst sich mit der generellen Ausrichtung aller Marketingaktivitäten. Das Modul beinhaltet eine „Schritt für Schritt“ Anleitung, wie Sie aus den gegebenen Unternehmenszielen eine optimale Marketingstrategie ableiten. Dazu gehören die Situationsanalyse, das Manifestieren und Kontrollieren von Zielen sowie die Verknüpfung von theoretischen und konzeptionellen Modellen.

- Strategische, operative und taktische Marketingziele
- Arten und Ausprägungen von Marketingstrategien
- Marketing-Mix-Planung und zielstrategisches Aktivitätsniveau
- Marketingbudgetierung
- Markt- und Marketingforschung
- Marketingkonzeption

##### Brand Management

Das Brand Management befasst sich mit der Erstellung, Pflege, Entwicklung und Positionierung einer Marke sowie deren Kommunikation in der relevanten Umwelt. Sie erfahren in diesem Modul, welche grundlegenden Strategien hinsichtlich Design, Markenführung, Planung sowie Konzeption zu beachten sind und wie diese von Konsumentenseite rezipiert werden. Dazu werden Sie im Bereich der Markt- und Werbepsychologie geschult.

- Einordnung in die Unternehmensstrategie
- Aufbau und Entwicklung von Marken
- Brand Design
- Markenführung, -planung und -konzeption
- Image und Imagemessung
- Brand Commitment & Brand Citizenship Behavior
- Markt- und Werbepsychologie
- Neuromarketing

##### Online Marketing

Facebook, Twitter & Co stellen die Marketing-Manager vor neue Herausforderungen: Geringe Kosten und hohe Reichweite eröffnen neue Dimensionen in der Kommunikation. Doch das Online Marketing birgt auch Risiken, die zu beherrschen sind.

- E-Commerce: Chancen und Risiken
- Wahrnehmung von Werbung im Internet
- Social Media Marketing
- Search Engine Optimization
- Usability meets Webdesign
- Conversationrate Optimierung

##### Marktforschung

Hohe Entwicklungskosten für neue Produkte, immer kürzere Time-to-Market-Phasen und ein intensiver Wettbewerb: In gesättigten Märkten ist ein optimaler Marketing-Mix unverzichtbar. Die Grundlage hierfür legt eine zielgerichtete und effiziente Marktforschung, die wertvolle Informationen für das Produktmanagement und die Entwicklung liefert.

- Planung empirischer Studien
- Methoden der Datenerhebung
- Fragebogenkonstruktion
- Ablauf eines Marktforschungsprojektes
- Methoden der Datenanalyse im Marketing
- Softwaregestützte Marktanalysen

##### Internationales Marketing

Nicht nur Konzerne sind international tätig: Gerade kleine und mittelständische Unternehmen nutzen Absatz- und Wachstumschancen im Ausland. In diesem Modul geht es um die politischen, kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Einflüsse auf das Marketing im internationalen Kontext.

- Besonderheiten im internationalen Marketing
- Informationsbeschaffung
- Marktwahl, Markteintrittsstrategien
- Marketinginstrumente
- Finanzierung und Zahlungsmethoden im Export
- Organisation internationaler Marketingaktivitäten

# 8

## MODULE 3. SEMESTER 2/2

### SPEZIALISIERUNG VERTRIEB

#### Cross Channel Management

Kunden haben heute zahlreiche Möglichkeiten, um mit Unternehmen in Interaktion zu treten: Filialen, Kataloge, Websites, Mobile uvm. Das Modul vermittelt Ihnen wesentliche Aspekte für ein professionelles Management der unterschiedlichen Kanäle und zur Gestaltung der Interferenzen zwischen den Kanälen.

- Einordnung des Cross Channel Managements in die 4 P's
- Ziele im Cross Channel Marketing
- Chancen und Risiken
- Selektion der Marketingkanäle und Absatzmittler
- Channel Relationship Management
- Komplexitätsmanagement

#### Verkaufpsychologie

Sie lernen den Verkaufsprozess aus der psychologischen Perspektive und auf Basis von gesicherten wissenschaftlichen Erkenntnissen kennen. Es wird hinterfragt, welche Konstrukte zu Compliance bzw. zu ähnlichem Verhalten bei Ihren Konsumenten führen. Dazu zählt die Reziprozität, das Force Compliance, der Werther-Effekt, Autoritätshörigkeit etc. Diese werden hinsichtlich der psychologischen Wirkmechanismen untersucht und auf den Einsatz, Wirkung und ethische Vertretbarkeit im täglichen Verkaufsprozess bewertet.

- Motive, Anreize und Kaufverhalten
- Phasen des Verkaufsprozesses
- Primacy- / Recency-Effekte
- Commitment & Konsistenz
- Interaktion und Kommunikation

#### After Sales Management

Sie werden hinsichtlich Service- und Dienstleistungsqualität sensibilisiert. Grundlegende Gedanken werden dazu vermittelt. Aufbau und Strategie des After Sales gehören genauso dazu, wie der Dienstleistungsgedanke per se. Was zeichnet Mitarbeiter aus, die im Kundenkontakt erfolgreich sind? Wie können Mitarbeiter weitergebildet werden, sodass diese im Kundenkontakt einen Mehrwert für den Konsumenten und das Unternehmen schaffen?

- Servicegedanke und Servicekostenbetrachtung
- Image, Kundenbindung, Markenmehrwert
- Instrumente des After Sales Service
- Cross Selling
- Servicepolitik
- Dienstleistungsmanagement
- Trends im Multi-Channel-Management

#### Vertriebsführung

Das Modul richtet sich an Sie als zukünftige Vertriebsmanager. Im Detail erfahren Sie, welche Erkenntnisse es im Bereich der Führungsforschung gibt, wie Konflikte entstehen und behoben werden können und wie Motivation sowie Zufriedenheit von Mitarbeitern entsteht. Ein weiterer Aspekt manifestiert sich in der Personalauswahl.

- Führung von Vertriebsmitarbeitern
- Zielvereinbarung, Leistungsbeurteilung, Feedbackgespräche
- Konfliktmanagement im Vertrieb
- Motivation von Vertriebsmitarbeitern
- Anforderungsanalyse, Personalmarketing, Personalauswahl

#### Internationaler Vertrieb

Vertriebsmanagement im internationalen Kontext wird beeinflusst durch politische, kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einflüsse. Bspw. sind Vertriebsziele an die jeweilige Landeskultur anzupassen, um erfolgreich zu sein. Sie verstehen den Einfluss der Globalisierung auf den Vertrieb und kennen mögliche Strategien zur Gestaltung internationaler Vertriebsaktivitäten.

- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- Kulturelle Unterschiede im internationalen Vertrieb
- E-Commerce als internationaler Vertriebsweg
- Besonderheiten der Gestaltung & Programmierung
- Länderkulturspezifika und Multilingualität

# 9

## MODULE 4. SEMESTER

### 4. SEMESTER

#### Master-Symposium

Sämtliche Erkenntnisse aus dem Studium können in die Master-Thesis einfließen. Das Master-Symposium bereitet Sie stringent auf die Erstellung Ihrer Thesis vor. Hier können Sie Fragen zum Aufbau, Inhaltsverzeichnis, zu wissenschaftlichen Teilaspekten etc. stellen. Sie erhalten Einblicke in die Arbeiten Ihrer Kommilitonen und können einen Benchmarking-Prozess zu Ihrer Thesis durchführen. Ziel ist es, Sie bei der Vorbereitung zu unterstützen, sodass Sie eine Arbeit nach den wissenschaftlichen Kriterien Objektivität, Reliabilität und Validität erstellen.

#### Master-Thesis

Den Abschluss Ihres Studiums bildet Ihre Master-Thesis. Für diese wissenschaftliche Arbeit stimmen Sie ein Thema mit einem Dozenten Ihrer Wahl ab und haben dann 20 Wochen Zeit zur schriftlichen Ausarbeitung. Es wird empfohlen, ein Thema aus Ihrem beruflichen Umfeld zu wählen. Neben der schriftlichen Ausarbeitung gehört die Verteidigung der Thesis zur Prüfung. Dabei präsentieren Sie die wesentlichen Aspekte Ihrer Arbeit und stellen sich den Fragen Ihrer Betreuer.

MASTER OF ARTS

INVESTITION IN IHRE ZUKUNFT

## **BIRGITT KOK**

Leipzig,  
Leiterin Vertrieb, EVENT PARK GmbH & Co. KG

### *Welche Motivation hatten Sie, sich in das Fernstudium Master Sales and Marketing einzuschreiben?*

Ich war bereits seit längerer Zeit auf der Suche nach einer Weiterbildung, deren inhaltlicher Schwerpunkt dem Vertrieb gewidmet war und bei dem ich meine langjährige berufliche Vertriebserfahrung um neue wissenschaftliche Erkenntnisse ergänzen konnte. Meine Motivation bestand darin, mich persönlich weiterzuentwickeln, den Blick aus der Praxis mit einem Blick aus der Wissenschaft zu kombinieren, bestehende Dinge in Frage zu stellen und somit neue Erkenntnisse für meine Arbeit zu erlangen. Gleichzeitig sollte mir das Fernstudium eine Flexibilität in der Zeiteinteilung im Rahmen des Selbststudiums bieten, um den Anforderungen des Studiums mit den täglichen Herausforderungen meines Jobs als Vertriebsleiterin gerecht zu werden. Die Kombination aus Selbststudium und Präsenzwochenenden waren für mich ein wesentliches Entscheidungskriterium für das Fernstudium bei der WINGS.

### *Welche Erfahrungen haben Sie im Fernstudium gemacht und wurden Ihre Erwartungen erfüllt?*

Der direkte Austausch mit den Kommilitonen, die gemeinsame Realisierung von Gruppenarbeiten und der damit verbundene Wissenstransfer zwischen Berufseinsteigern und Berufserfahrenen habe ich als sehr positiv erfahren. Auch über das Studium hinaus besteht mit den Mit-Studenten weiter ein reger Erfahrungsaustausch. Meine Erwartungen, die sich aus meiner Motivation (wie oben beschrieben) ergeben, haben sich bei diesem Fernstudium erfüllt.

### *Was kam nach dem Master-Studium?*

Ich bin weiterhin als Vertriebsleiterin für EVENT PARK tätig. Ausgesprochene Empfehlungen, die ich im Rahmen der Master-Thesis erarbeitet habe, wurden bereits im Unternehmen realisiert und werden sukzessive vorangetrieben. Die Erarbeitung der Master-Thesis und die konsequente Auseinandersetzung mit einem Thema hat mir neben den fachlichen und wissenschaftlichen Erkenntnissen und Ergebnissen letztendlich auch viel Spaß gemacht und Neugier auf mehr.



## ABLAUFPLAN

### BEISPIEL 1. SEMESTER

IMMATRIKULATION	TERMINE
Antrag auf Zulassung zum Fernstudium	bis zum 31. August des jeweiligen Jahres
Zulassungsbescheid	bis spätestens 30. September des jeweiligen Jahres
Versand Ihres Semesterpaketes (Studienbriefe, Literatur und alle relevanten Informationen)	bis zum 01. Oktober des jeweiligen Jahres

### VERANSTALTUNGEN (OKT. – FEB.)

#### 1. PRÄSENZWOCHENENDE

Auftaktveranstaltung	Samstag, 08.00 – 11.00 Uhr
Wissenschaftliche Methoden	Samstag, 11.00 – 18.00 Uhr
Gemeinsames Abendessen	Samstag, 18.00 – 22.00 Uhr
Grundlagen des Vertriebs	Sonntag, 09.00 – 18.00 Uhr

#### 2. PRÄSENZWOCHENENDE

Unternehmensstrategie	Samstag, 09.00 – 18.00 Uhr
Grundlagen des Marketing	Sonntag, 09.00 – 18.00 Uhr

#### 3. PRÄSENZWOCHENENDE

Marketing- und Vertriebscontrolling	Samstag, 09.00 – 18.00 Uhr
-------------------------------------	----------------------------

## 10 ORGANISATION LEHRFORMEN

Mit unserer Studienorganisation möchten wir sicherstellen, dass Ihr Fernstudium optimal mit Ihrer beruflichen Tätigkeit vereinbar ist. Sie entscheiden selbst, wann Sie sich mit den Studieninhalten beschäftigen. Gleichzeitig gibt Ihnen die Terminübersicht zu Semesterbeginn die nötige Planungssicherheit. Das Fernstudienkonzept der WINGS kombiniert die folgenden vier Bausteine:

### SELBSTSTUDIUM

Zu Semesterbeginn wird Ihnen Ihr **Semesterpaket mit allen relevanten Studienmaterialien** per Post zugeschickt. Das Paket beinhaltet neben Fach- und Lehrbüchern auch didaktisch entsprechend gestaltete Studienbriefe und -anweisungen Ihrer Dozenten. Mit diesen klassischen Lehrmaterialien möchten wir die örtliche, zeitliche und technische Ungebundenheit Ihres Fernstudiums sicherstellen. Zudem erhalten Sie einen Zugang zum Springer-E-Book-Verlag: Hier können Sie weitere Fachliteratur kostenlos online abrufen.

### PRÄSENZVERANSTALTUNGEN

An zwei bis drei Wochenenden (ausschließlich Samstag und Sonntag) pro Semester finden Sie sich zu **Präsenzveranstaltungen am Studienort Ihrer Wahl ein**. Die meist achtstündigen Präsenzveranstaltungen stellen die ergänzende Aufarbeitung der in den Studienmaterialien vermittelten Inhalte dar. Dabei bleibt genug Raum zur Beantwortung aller offenen Fragen und zur Diskussion aktueller Trends und Konzepte. Zudem legen Sie an den Präsenztagen in der Regel auch die erforderliche Prüfungsleistung ab.

### TELEFON- / VIDEOKONFERENZEN

Die Konferenzen dienen zum Teil der **Vor- und Nachbereitung der Präsenzveranstaltungen** sowie der Besprechung von Prüfungsleistungen. So können Sie offene Fragestellungen zusammen mit Ihrem Dozenten sowie Ihrer Studiengruppe diskutieren. Auch die Bearbeitung von Gruppenaufgaben kann virtuell über das Internet organisiert werden.

### ONLINE-CAMPUS

Während Ihres gesamten Studiums steht Ihnen der Online-Campus (STUD.IP) zur Verfügung. Diese Internet-Plattform ist das studienbegleitende zentrale Kommunikationsmedium, um **Kontakt mit Kommilitonen, Dozenten und Ihrer persönlichen Studienbetreuerin** aufzunehmen. Gleichzeitig werden Ihnen dort zusätzliche Lehrmaterialien digital zur Verfügung gestellt und weitere Tools und Praxisbeispiele angeboten. Über Stud.IP erhalten Sie alle wichtigen Informationen aus Lehre und Studienorganisation ohne Zeitverzug und rund um die Uhr.



BRANCHENÜBERGREIFENDES KNOW-HOW  
MIT HOHEM PRAXISBEZUG

## 11 ORGANISATION PRÜFUNGSLEISTUNGEN

Zum erfolgreichen Abschluss des Fernstudiums gehören natürlich Prüfungsleistungen, mit denen Sie Ihren Lernfortschritt belegen. **Jedes Modul schließt mit einer Prüfungsleistung, die in Form einer Klausur, einer Projekt- oder Hausarbeit bzw. einer Präsentation abgelegt wird, ab.**

Die Klausuren dauern in der Regel 120 Minuten und werden am Ende der Präsenzveranstaltung geschrieben. Dies hat den Vorteil, dass der Lehrstoff zuvor nochmal durch den Dozenten wiederholt wird und alle offenen Fragen im Vorwege beantwortet sind. Bei den alternativen Prüfungsleistungen (also Hausarbeit und/oder Präsentation) arbeiten Sie in der Regel mit Fallstudien aus dem jeweiligen Modul, die Sie wahlweise auch aus Ihrer eigenen Berufspraxis entnehmen können. Zum Teil erfolgt die Bearbeitung auch in Kleingruppen, so dass Sie auch einen detaillierten Einblick in fremde Unternehmen und Branchen tätigen können.

Im vierten Semester fertigen Sie als Abschlussarbeit Ihre Master-Thesis an. Hier haben Sie die Möglichkeit, ausführlich ein Thema Ihrer Wahl (in Absprache mit den Dozenten) fundiert zu bearbeiten. Meist bietet es sich an, ein Thema aus Ihrem beruflichen Umfeld zu wählen. Neben der schriftlichen Einreichung präsentieren Sie die Ergebnisse in einem Kolloquium und stellen sich hier auch den Fragen der Prüfer.

Die Gesamtnote des Studiums setzt sich aus den gewichteten Noten der Modulprüfungen und der Note Ihrer Master-Thesis zusammen.



## 12 ZULASSUNG VORAUSSETZUNGEN

Um zu dem Fernstudium Master Sales and Marketing zugelassen zu werden, sind zwei Voraussetzungen zu erfüllen:

- ein Hochschulabschluss einer nationalen oder internationalen Hochschule (unabhängig von der Fachrichtung) sowie
- eine i.d.R. mindestens einjährige kaufmännische Berufspraxis nach dem ersten Hochschulabschluss

### BESONDERHEITEN

- für ausländische Studienbewerber: Nachweis ausreichender Deutschkenntnisse (DSH bzw. TestDAF)
- Studierende mit einem 6-semesterigen Studienabschluss mit insgesamt 180 ECTS-Punkten müssen zusätzlich 1,5 Jahre (insgesamt 2,5 Jahre) einschlägige Berufspraxis nachweisen.

## 13 KOSTEN FINANZIERUNG

Der Semesterbeitrag von 2.650 Euro umfasst alle Ihr Fernstudium betreffenden Leistungen. Dazu zählen neben der persönlichen Studienbetreuung, sämtliche Studienmaterialien (Studienbriefe und Fachliteratur), die Prüfungsleistungen sowie die Präsenzveranstaltungen inklusive Catering. Auf Wunsch bieten wir Ihnen die Ratenzahlung der Semesterbeiträge an.

### PRIVATE FINANZIERUNG

Unser Fernstudium ist auf die Bedürfnisse von Berufstätigen ausgelegt. So können Sie das Fernstudium neben dem Beruf absolvieren und erhalten Ihren finanziellen Spielraum. Der Staat fördert Ihre Weiterbildung durch individuelle Steuererleichterungen. Abhängig von Ihrem persönlichen Einkommen und Ihrer beruflichen Situation können Sie die **Kosten Ihres Fernstudiums als Werbungskosten oder Sonderausgaben steuerlich geltend machen** und so einen Teil erstattet bekommen.

### FINANZIERUNG ÜBER DEN ARBEITGEBER

Viele Unternehmen unterstützen die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter durch **zeitliche Freistellung oder finanzielle Unterstützung**. Im Rahmen von individuellen Vereinbarungen gibt es die Möglichkeit Ihr Qualifizierungsziel in das persönliche Personalentwicklungskonzept zu integrieren. Ferner ist für Bundeswehrangehörige eine **Förderung durch den BFD möglich**.

## KOMPETENTE BERATUNG

### VOR ORT

#### IHR STUDIENGANG AUF EINEN BLICK:

- **Hochschulabschluss:** Master of Arts (M.A.)
- **Akkreditierung:** FIBAA e.V. 02/2015
- **Studienart:** berufsbegleitendes, weiterbildendes Fernstudium
- **Voraussetzungen:** erster Hochschulabschluss  
(sowie mind. ein Jahr kaufmännische Berufspraxis nach dem ersten Hochschulabschluss)
- **Studienbeginn:** jeweils zum Wintersemester (Start 01. September)
- **Studiendauer:** 4 Semester
- **Unterrichtssprache:** Deutsch
- **Semesterbeitrag:** 2.650 Euro

# 14

## BERATUNG ANMELDUNG

### ANMELDUNG

Sollten Sie sich für das Fernstudium Master Sales and Marketing entschieden haben, füllen Sie einfach den beiliegenden Antrag auf Zulassung zum Fernstudium aus oder laden ihn sich von unserer Homepage herunter und schicken uns diesen mit allen erforderlichen Unterlagen an die folgende Adresse:

#### WINGS GmbH

Ein Unternehmen der Hochschule Wismar  
Philipp-Müller-Str. 14  
23966 Wismar

### WEITERE INFORMATIONEN

Falls Sie Fragen haben, erreichen Sie uns unter:

**Tel.:** +49 (0) 3841 / 7537-676

**E-Mail:** p.hoppe@wings.hs-wismar.de

Wir führen regelmäßig Informationsveranstaltungen an den verschiedenen Standorten durch. Informieren Sie sich darüber bitte auf unserer Homepage. Dort finden Sie auch eine FAQ-Aufstellung sowie wichtige Neuigkeiten in dem Bereich „News“.

[www.wings-fernstudium.de](http://www.wings-fernstudium.de)

### PORTALE

Zusätzlich finden Sie auf folgenden Portalen weitere Informationen:



Nachfolgend finden Sie eine Übersicht unserer aktuellen Fern- und Online-Studienangebote sowie Weiterbildungen. Da wir ständig an der Entwicklung neuer Angebote arbeiten, können wir an dieser Stelle keine Garantie für die Vollständigkeit übernehmen.

Bei Interesse informieren Sie sich bitte auf unserer Website [www.wings-fernstudium.de](http://www.wings-fernstudium.de) bzw. wenden sich an unsere Mitarbeiter ([studienberatung@wings.hs-wismar.de](mailto:studienberatung@wings.hs-wismar.de) bzw. Tel. +49 (0) 3841 / 7537-586).

## FERNSTUDIENGÄNGE

### BACHELOR

#### Bachelor Betriebswirtschaft

8 Semester – Bachelor of Arts (B.A.)

#### Bachelor Sportmanagement

7 Semester - Bachelor of Arts (B.A.)

#### Bachelor Wirtschaftsinformatik

7 Semester – Bachelor of Science (B.Sc.)

#### Bachelor Forensic Engineering

8 Semester – Bachelor of Engineering (B.Eng.)

### BACHELOR ONLINE

#### Bachelor Betriebswirtschaft (Online)

6 bzw. 8 Semester – Bachelor of Arts (B.A.)

#### Bachelor Management von Gesundheitseinrichtungen (Online)

6 bzw. 8 Semester – Bachelor of Arts (B.A.)

#### Bachelor Management von Non-Profit-Organisationen (Online)

6 bzw. 8 Semester – Bachelor of Arts (B.A.)

#### Bachelor Wirtschaftsrecht (Online)

8 Semester – Bachelor of Laws (LL.B.)

## MASTER

#### Master Business Consulting

4 Semester – Master of Business Consulting (M.BC.)

#### Master Sales and Marketing

4 Semester – Master of Arts (M.A.)

#### Master Gesundheitsmanagement

4 Semester – Master of Health Care Management (M.HCM.)

#### Master Wirtschaftsinformatik

5 Semester – Master of Science (M.Sc.)

#### Master Wirtschaftsingenieurwesen

4 Semester - Master of Engineering (M.Eng.)

#### Master Quality Management

4 Semester – Master of Engineering (M.Eng.)

#### Master Facility Management

4 Semester – Master of Science (M.Sc.)

#### Master Bautenschutz

4 Semester – Master of Science (M.Sc.)

#### Master Architektur und Umwelt

4 Semester – Master of Science (M.Sc.)

#### Master Integrative StadtLand-Entwicklung

5 Semester – Master of Science (M.Sc.)

#### Master Lighting Design

4 Semester – Master of Arts (M.A.)

#### Master Business Systems

4 Semester – Master of Business Systems (M.BS.)



## STUDIEN VON ÜBERALL

## DIPLOM

#### Diplom Betriebswirtschaft - Grundständig

9 Semester – Dipl.-Kff. / Dipl.-Kfm. (FH)

#### Diplom Betriebswirtschaft - Postgradual

7 Semester – Dipl.-Kff. / Dipl.-Kfm. (FH)

#### Diplom Betriebswirtschaft - Zusatzzertifikat Gesundheitswesen

9 Semester – Dipl.-Kff. / Dipl.-Kfm. (FH) + Hochschulzertifikate

#### Diplom Wirtschaftsinformatik

9 Semester – Dipl.-Wirt.-Inf. (FH)

## WEITERBILDUNGEN

#### Weiterbildung Mediation

8 Monate – Hochschulzertifikat Mediator/in (Uni of A. Sciences)

#### Weiterbildung Familienmediation

12 Monate – Hochschulzertifikat Mediator/in (Uni of A. Sciences) mit Spezialisierung im Bereich Familie und Erbe

#### Weiterbildung Wirtschaftsmediation

12 Monate – Hochschulzertifikat Wirtschaftsmediator/-in (Uni of A. Sciences)

#### Weiterbildung Wirtschaftspsychologie

10 Wochen je Kompetenzfeld – Hochschulzertifikat (Uni of A. Sciences)

#### Weiterbildung Systemischer Business Coach

5–7 Monate – Hochschulzertifikat Systemischer Business Coach (Uni of A. Sciences)

#### Weiterbildung Business Mentor

5–7 Monate – Hochschulzertifikat Business Mentor/-in (Uni of A. Sciences)

#### Weiterbildung Human Resource Manager

6–8 Monate – Hochschulzertifikat HR-Manager/-in (Uni of A. Sciences)

#### Weiterbildung Gesundheitswesen

9 Monate – Hochschulzertifikat Gesundheitswesen

#### Weiterbildung Sanierungs- und Insolvenzberatung

5–6 Monate – Hochschulzertifikat Sanierungs- und Insolvenzberatung

#### Weiterbildung Strategieberatung

2–3 Monate – Hochschulzertifikat Strategieberater/-in

#### Maritime Weiterbildungen Seefahrt

Individuelle Kurse – Hochschulzertifikate

#### DSH (Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang)

2 Wochen – DSH - Zeugnis der Hochschule Wismar

## IMPRESSUM

Copyright 2015 by WINGS GmbH, 10. Auflage

Fotos: WINGS, Fotolia, Mirko Runge, Photocase, Annette Kradisch

Konzept: Lachs von Achtern; Layout/Satz: Christina Schrage

Die WINGS GmbH übernimmt keine Gewähr dafür, dass die bereitgestellten Informationen vollständig, richtig und aktuell sind. Änderungen, Druckfehler und Irrtümer sind vorbehalten. Die WINGS GmbH behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung, Änderungen oder Ergänzungen vorzunehmen.

## KONTAKT

# WINGS GmbH

### WINGS GmbH

Ein Unternehmen der Hochschule Wismar  
Philipp-Müller-Str. 14  
23966 Wismar

Tel.: +49 (0) 3841 / 7537-676

Fax: +49 (0) 3841 / 7537-296

E-Mail: [p.hoppe@wings.hs-wismar.de](mailto:p.hoppe@wings.hs-wismar.de)



[www.wings-fernstudium.de](http://www.wings-fernstudium.de)