Marketing

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Master of Science

Profil

Aufgaben, Instrumente und aktuelle Entwicklungen des Marketings

Der Studiengang mit dem Abschluss „Master of Science (M.Sc.)“ vermittelt umfassende Kenntnisse über die verschiedenen Aufgaben und Instrumente des Marketings und der Marktforschung. Ein Schwerpunkt ist das Erlernen von Kompetenzen und wissenschaftlichen Methoden, mit denen marketingspezifische Probleme und Fragestellungen gelöst werden.

Zur individuellen Schwerpunktsetzung können Studierende zwischen den drei Vertiefungsbereichen Marketing Management, Marketing Research und Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science wählen. In dem neusten Vertiefungsbereich Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science werden die Studierenden durch die enge Verknüpfung von Marketing und Informatik auf besonders zukunftsrelevante Tätigkeiten im Bereich Data Analytics / Data Science, die Nutzung (digitaler) Daten und den Einsatz von Künstlicher Intelligenz vorbereitet.

Ergänzt wird die interdisziplinäre Ausbildung in den Bereichen Psychologie, Kommunikationswissenschaft, Data Science, Wirtschaftsinformatik und Statistik. Sie zeichnet sich durch einen hohen Praxisbezug und den Umgang mit aktuellen Marketingtrends wie beispielsweise dem digitalen Marketing und Social Media Marketing, der Bedeutung von Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility für das Marketing, sowie dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz und Big Data aus. Der Studiengang ist außerdem durch seine internationale Ausrichtung wie die Möglichkeit eines Auslandssemesters oder Doppelmasters gekennzeichnet.

Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften | WiSo

Kontakt

Eva Leonhardt
Studiengangskoordinatorin des Master in Marketing
Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence

Telefon:0911-5302-95754
E-Mail: wiso-master-marketing@fau.de

Website >

Studienverlauf

Studienverlauf

Aufbauend auf einem umfassenden Pflichtbereich (z. B. Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Vertriebsmanagement) kann innerhalb des Studiums zwischen drei Vertiefungsbereichen gewählt werden:

- Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science
- Marketing Research
- Marketing Management

Darüber hinaus steht den Studierenden ein umfangreicher Wahlpflichtbereich zur individuellen Schwerpunktsetzung zur Verfügung. Der Studiengang schließt mit der Masterarbeit im vierten Semester ab.

Genauere Informationen zum Studienverlauf sind in der Prüfungsordnung und im Modulhandbuch des Master in Marketing zu finden.

Vertiefungsbereich Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science

Wahl von 2 aus 2 Modulen

- Ökonometrie

- Panel- und Evaluationsverfahren

Bei der Vertiefung Marketing Research mit Schwerpunkt Data Science ist zusätzlich verpflichtend zu belegen:

- Informatik für Nebenfachstudierende 1
- Informatik für Nebenfachstudierende 2
- Konzeptionelle Modellierung

Darüber hinaus sind drei weitere Module der Modulgruppe „Data Science“ im Umfang von 15 ECTS zu belegen.

Vertiefungsbereich Marketing Research

Wahl von 2 aus 2 Modulen

- Ökonometrie
- Panel- und Evaluationsverfahren

Vertiefungsbereich Marketing Management

Wahl von 2 aus 4 Modulen

- Advanced Marketing Management I: Service Marketing
- Advanced Marketing Management III: International Marketing
- Advanced Marketing Management IV: Strategisches Marketing
- Advanced Marketing Management V: Business-to-Business Marketing

Karriere

Karrieremöglichkeiten

Absolventen des Masterstudiengangs zielen auf Tätigkeiten mit direktem Marketingbezug ab, wie zum Beispiel Marktforschung, Data Science, Customer Relationship Management, Vertrieb und Key Account Management, Strategisches Marketing, Marketing Management oder Marketingplanung und -controlling. Potenzielle Arbeitgeber sind neben Industrie-, Handels und Dienstleistungsunternehmen auch Marktforschungsinstitute, Beratungsgesellschaften und Werbeagenturen. Es bestehen Kooperationen mit namhaften Partnern wie zum Beispiel der GfK, Adidas, Audi, Porsche oder Siemens.

Bewerbung

Zulassungsprozess

Die Zielgruppe des „Master in Marketing“ sind Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge. Generell ist ein Einstieg zum Master in Marketing auch mittels eines fachfremden Studiums möglich. Notwendige Zulassungsvoraussetzung für alle Bewerber sind mindestens 50 ECTS in Wirtschaftswissenschaften sowie zuzüglich mindestens 10 ECTS in Statistik sowie 10 ECTS in Marketing.

Zulassungsvoraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen zum Master in Marketing sind mindestens 50 ECTS in der Fachgruppe Wirtschaftswissenschaften, mindestens 10 ECTS in der Fachgruppe Statistik sowie mindestens 10 ECTS in der Fachgruppe Marketing.

Der Nachweis über die erforderlichen ECTS (z. B. Transcript of Records, Notenauszug) ist bereits bei der Bewerbung zu Erbringen und kann nicht im Lauf des Masterstudiums nachgeholt werden. Bitte fügen Sie die jeweiligen aussagekräftigen Modulbeschreibungen (englisch oder deutsch) Ihrer ausgewiesenen ECTS in Statistik und Marketing bei. Nur so können diese anerkannt werden. Eine nachträgliche Anerkennung von Leistungen, die Sie nicht aufgeführt haben, ist nicht möglich. Die im Rahmen der Bachelorarbeit erbrachten ECTS gehen nicht in die Berechnung der nachzuweisenden ECTS ein.
Bei Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen, werden die Bewerbungsunterlagen hinsichtlich der Auswahlkriterien (siehe unten) geprüft. Innerhalb des Qualitätsfeststellungsverfahrens werden insgesamt 120 Punkte vergeben. Erreicht die Bewerbung mind. 70 Punkte, erfolgt eine Zulassung. Nähere Informationen können der Prüfungsordnung entnommen werden.

Bewerbung

Der Studienbeginn des Master in Marketing ist jeweils nur zum Wintersemester möglich. Der Bewerbungszeitraum beginnt Anfang Februar und endet zum 31.05. jeden Jahres.

Folgende Unterlagen sind der Bewerbung beizulegen:

- Unterschriebener Antrag auf Zulassung
- Hochschulzugangsberechtigung (z. B. Abiturzeugnis)
- Tabellarischer Lebenslauf
- Bachelorzeugnis soweit vorhanden (alternativ: Nachweis über bisher erzielte Leistungen mit ausgewiesener Durchschnittsnote)
- Modulbeschreibungen Ihrer Universität/Hochschule (englisch oder deutsch) über die Kenntnisse in den Bereichen Statistik und Marketing
- Diskussion eines vorgegebenen Fachartikels. Länge: max. zwei DIN-A4 Seiten. Weitere Informationen entnehmen Sie der Prüfungsordnung

Gegebenenfalls hinzuzufügen sind:

- Bewerber aus dem nicht-deutschsprachigen Ausland müssen die deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH) der Niveaustufe 2 nachweisen

Bitte bewerben Sie sich hier online. Bitte beachten Sie, dass die Bewerbungen in der Form bewertet werden, wie sie zum Bewerbungsschluss vorliegen. Das bedeutet, dass Unterlagen, die nach dem Bewerbungsschluss eingehen (auch Nachreichungen) nicht berücksichtigt werden können.

Studienort

Weltweit vernetzt – Lokal verbunden

Forschung und Lehre auf internationalem Spitzenniveau, Praxisorientierung, eine hervorragende Vernetzung mit der Unternehmenswelt und ein konsequentes Qualitätsmanagement sind die Erfolgsfaktoren des Fachbereichs Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo).

Die Forschung am Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften ist – in der Tradition der früheren Handelshochschule Nürnberg – den Herausforderungen in Wirtschaft und Gesellschaft verpflichtet. Das vielfältige Forschungsprofil der WiSo ist gekennzeichnet durch die Verschränkung von betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und sozialwissenschaftlichen Perspektiven und Forschungsansätzen sowie die Kooperation mit benachbarten Disziplinen. Dabei fokussiert sie ihre breite Expertise in sieben Forschungsfeldern und sucht gezielt Anknüpfungspunkte zur Forschungskooperation in Nachbardisziplinen.

Die WiSo bietet somit exzellente Forschungsleistungen und eine entsprechend internationale Ausrichtung in Forschung und Lehre. Sie verbindet ein international ausgerichtetes Studium mit einem weltweiten Forschungsnetz.

Heute ist der Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften eine der renommiertesten Einrichtungen seiner Art mit über 6.000 Studierenden, über 40 Lehrstühlen, weltweiten Kontakten und einem der vielfältigsten Fächerangebote im deutschsprachigen Raum.

Gegründet als praxisnahe Hochschule ist die WiSo bis heute universitäre Denkfabrik und gefragter Standortpartner in der Metropolregion Nürnberg.

© xStudy SE 1997 - 2024