

Marketing und Customer Insights

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Bachelor of Arts



Allgemein

Produkte, Preise, Vertriebswege und Werbung passend gestalten

Die Studienrichtung „Marketing und Customer Insights“ des Bachelor Wirtschaftswissenschaften vermittelt Studierenden Kompetenzen in den Bereichen Marketing, Wirtschaftsinformatik, Psychologie und Kommunikationswissenschaft. Der Fokus liegt dabei auf dem Marketing. Diese Bereiche werden im Kontext der Digitalisierung betrachtet und bereiten auf eine Tätigkeit unter anderem in der Konsumgüterbranche, in Marktforschungsunternehmen oder in Beratungsunternehmen sowie auf ein anschließendes Masterstudium vor. Studierende lernen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Determinanten und psychologischen Einflussgrößen des Kundenverhaltens kennen. Sie werden erkennen, wie sie Erkenntnisse über Kunden erlangen und wie diese genutzt werden können, um den Kundenbedürfnissen entsprechend zu handeln. Dadurch lernen sie, Produkte, Preise, Vertriebswege und die Werbung für Produkte oder Dienstleistungen passend zu gestalten, um den Unternehmenserfolg zu steigern.

Zielgruppe

Die Studienrichtung „Marketing und Customer Insights“ richtet sich an Studierende, die Erkenntnisse im Marketing und daran angrenzenden Disziplinen erlangen wollen. Sie ist geeignet für Interessenten, die sich interdisziplinär mit marketingspezifischen Fragestellungen im digitalen Zeitalter beschäftigen möchten. Diese Studienrichtung ist besonders passend für Studierende, die ihre berufliche Zukunft im Marketing-Bereich sehen oder ein Masterstudium anschließen möchten.

Kurzprofil

Abschluss: Bachelor of Arts (BA)

Studiendauer: 6 Semester (Vollzeit)

Studienbeginn: jährlich zum Wintersemester

Unterrichtssprache: Deutsch

Bewerbung: Da der Studiengang keiner Zulassungsbeschränkung (NC) unterliegt, können sich Interessierte ab Mitte Mai direkt über das [Bewerbungsportal der FAU online anmelden](#)

Zulassungsvoraussetzungen: Hochschulzugangsberechtigung, sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse

Gebühren: Es werden generell keine Studiengebühren, allerdings fällt pro Semester für alle Studierenden ein Semesterbeitrag an, der sich aus einem Beitrag für das Studentenwerk und einem Grundbeitrag für das Semesterticket zusammensetzt.



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

Kontakt

Allgemeine Studienberatung

Dr. rer. pol. Bianca Distler

+49 174 6052471

ibz-rewi@fau.de

Susanne Heinrich, Dipl.-Sozw.

+49 174 5863669

ibz-rewi@fau.de

Franziska Hoffmann

E-Mail: [wiso-bachelor-](mailto:wiso-bachelor-marketing@fau.de)

marketing@fau.de

[Website >](#)

Inhalt

Inhalte des Studiums

Wörter wie Customer Lifetime Value, Big Data, oder Data-Driven Marketing klingen interessant, aber man kann sich nichts Genaues darunter vorstellen? Studierende, die gerne mehr darüber erfahren wollen, was sich hinter Customer-Relationship-Management, Machine Learning und Predictive Analytics verbirgt, dann hilft ihnen die Studienrichtung „Marketing und Customer Insights“ dabei, dass diese Begriffe keine Fremdwörter mehr für sie sind.

In der Studienrichtung „Marketing und Customer Insights“ erlangen die Studierenden grundlegende Kenntnisse aus dem Marketing. Zusätzlich betrachten sie interdisziplinär verschiedene methodische und technologische Ansätze aus den Bereichen Wirtschaftsinformatik, Psychologie und Kommunikationswissenschaft. Damit soll der Markt und der Kunde besser verstanden werden, um auf ihn abgestimmte Produkte oder Dienstleistungen anbieten zu können und Marketingaktivitäten effizient zu gestalten.

Studierende können die Vielfalt des Marketings in Modulen wie „Marketing Management“, „Online-Marketing“ und „Customer Analytics“ entdecken. Sie betrachten die Entwicklung und Anwendung von Informations- und Kommunikationssystemen in Modulen der Wirtschaftsinformatik wie „E-Commerce“, „Innovation Strategy“ oder „Service Management und Service Engineering“. Die Studierenden vertiefen ihre Methodenkenntnisse mit „Empirische Methoden und Statistik“ und entdecken die Welt der Denk- und Entscheidungsprozesse von Konsumenten mittels der „Sozialpsychologie“. Aber auch die Tricks und Kniffe einer erfolgreichen Konsumentenansprache werden ihnen mit Veranstaltungen wie „Digital Technologies & Society“ und „Internationale Kommunikation“ vermittelt.

Perspektiven

Kompetenzen

Mit der Studienrichtung „Marketing und Customer Insights“ erhalten die Studierenden eine interdisziplinäre Ausbildung durch drei Marketing-Lehrstühle sowie fachlich-komplementäre Lehrstühle an einer innovationsstarken Universität mit renommierten Professoren und hochkarätige Dozenten aus der Praxis. Sie erlernen grundlegende Technologien, Methoden und Konzepte des Marketings, der Wirtschaftsinformatik, der Psychologie und der Kommunikationswissenschaft. Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, strategische Handlungsoptionen zu identifizieren und auf die Ausgestaltung der Marketingaktivitäten zu übertragen. Außerdem werden sie befähigt, das erlangte Wissen auf die Praxis anzuwenden und Ergebnisse zu evaluieren, zu interpretieren und kritisch zu hinterfragen.

Karrieremöglichkeiten

Diese Studienrichtung ermöglicht den Studierenden vielfältige Karriereperspektiven in unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern. Diese reichen vom Projekt- oder Produktmanagement über Data Analytics bis hin zur Marktforschung oder der Beratung. Sie können aber auch eine Tätigkeit im Content Management, in der strategischen Unternehmensberatung oder im Sales Management aufnehmen. Zu potenziellen zukünftigen Arbeitgebern zählen dabei unter anderem Konsumgüterunternehmen (z.B. Adidas, Procter & Gamble, Schwan-Stabilo), Marktforschungsunternehmen (z.B. GfK, Kantar Group) oder Beratungsunternehmen (z.B. Boston Consulting Group, KPMG, PwC). Die Studienrichtung bildet ebenso eine gute Grundlage für ein weiterführendes Masterstudium wie den Master in Marketing.

Wirtschaftsinformatik

Wirtschaftswissenschaften