

## Master in Marketing

Der Studiengang Master in Marketing richtet sich an Bachelor-Absolventen mit Interesse am Bereich Marketing und Marktforschung. Es erfolgt sowohl eine zielgerichtete Vorbereitung auf Führungstätigkeiten in nationalen und internationalen Unternehmen als auch eine fundierte Ausbildung für eine weiterführende wissenschaftliche Laufbahn. Das Studium ist durch seine interdisziplinäre, praxisorientierte und internationale Ausrichtung gekennzeichnet. Alle Teilnehmer des Studiengangs belegen ein umfassendes Grundlagenprogramm. Anschließend stehen mit „Marketing Management“ und „Marketing Research“ zwei Vertiefungsrichtungen zur Auswahl. Den Abschluss bildet im vierten Semester die Masterarbeit.



[www.wiso.fau.de/marketing](http://www.wiso.fau.de/marketing)

## Der Fachbereich auf einen Blick

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften geht auf die Nürnberger Handelshochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zurück, die im Jahr 1918 gegründet wurde. Seit dieser Zeit wird die fächerübergreifende Vernetzung zwischen betriebs- und volkswirtschaftlichen sowie sozialwissenschaftlichen Fächern gelebt. Heute ist der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften eine der renommiertesten Einrichtungen seiner Art mit etwa 6.000 Studierenden, über 35 Lehrstühlen, weltweiten Kontakten und einem der vielfältigsten Fächerangebote im deutschsprachigen Raum. Gegründet als praxisnahe Hochschule ist der Fachbereich bis heute universitäre Denkfabrik und gefragter Standortpartner in der Metropolregion Nürnberg. Die Stadt Nürnberg vereint mittelalterliches Ambiente und modernes Lebensgefühl, fränkisches Flair und studentisches Leben. Die traditionsreiche Handwerkermetropole wirkt beschaulich und pulsierend zugleich. Sie ist internationaler Messeplatz und Sitz vieler weltweit bekannter Unternehmen.

## Kontakt

*Prof. Dr. Andreas Fürst*  
Lehrstuhl für Marketing  
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg, Tel. 09115302-214  
[www.marketing.wiso.uni-erlangen.de](http://www.marketing.wiso.uni-erlangen.de)

*Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer*  
GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence  
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg, Tel. 0911 5302-757  
[www.mi.wiso.uni-erlangen.de](http://www.mi.wiso.uni-erlangen.de)

*Prof. Dr. Martina Steul-Fischer,*  
Lehrstuhl für Versicherungsmarketing  
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg, Tel. 0911 5302-763  
[www.versicherungsmarketing.rw.uni-erlangen.de](http://www.versicherungsmarketing.rw.uni-erlangen.de)

Weitere Informationen zum Master of Science in Marketing finden Sie unter: [www.wiso.fau.de/marketing](http://www.wiso.fau.de/marketing)

Für Fragen stehen wir Ihnen unter folgender E-Mail-Adresse zur Verfügung: [master.marketing@wiso.uni-erlangen.de](mailto:master.marketing@wiso.uni-erlangen.de)

Herausgeber: Universität Erlangen-Nürnberg, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Kommunikation und Marketing;  
Inhaltlich verantwortlich: Prof. Dr. Martina Steul-Fischer; Fotos: Stephan Minx, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften;  
Grafik: zur.gestaltung, Nürnberg; Druck: Onlineprinters; Stand: März 2013; Auflage: 5.000 Stück

Masterstudiengang

## Master in Marketing (M.Sc.)

Wirtschaftswissenschaften  
studieren

Mehr  
wissen



[www.wiso.fau.de/marketing](http://www.wiso.fau.de/marketing)

## Master in Marketing

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.

Neben den Marketingmodulen erhalten die Studierenden ein breit gefächertes Angebot v. a. aus den Bereichen Statistik, Wirtschaftsinformatik, Psychologie und Kommunikationswissenschaft.

Ergänzt wird die interdisziplinäre Ausbildung durch einen hohen Praxisbezug. Die Praxisorientierung erfolgt u.a. durch Praktikervorträge, praxisnahe Fallstudien und die Vermittlung von Unternehmenspraktika.

Der Studiengang ist durch seine internationale Ausrichtung gekennzeichnet. Neben dem Angebot an englischsprachigen Veranstaltungen bietet der Fachbereich Partnerprogramme mit herausragenden Universitäten im Ausland.

## Verlauf und Schwerpunkte

Zunächst belegen die Studierenden ein umfassendes Grundlagenprogramm, das Module wie z. B. Produkt- und Preismanagement und Marktforschung enthält. Darauf aufbauend kann innerhalb des Studiums zwischen zwei Vertiefungsrichtungen gewählt werden. Diese setzen sich je aus mehreren Pflicht- bzw. Wahlpflichtmodulen zusammen.

Die Module in der Vertiefungsrichtung „Marketing Management“ umfassen z. B. strategisches Marketing, Internationales Marketing, Dienstleistungsmarketing und Business-to-Business-Marketing.

In der Vertiefungsrichtung „Marketing Research“ werden vor allem Methoden der Marktforschung sowie ihre Anwendungen vorgestellt. Es werden u. a. folgende Module vermittelt: Ökonometrie und Panel- und Evaluationsverfahren. Darüber hinaus steht den Studierenden beider Vertiefungsrichtungen ein umfangreicher Wahlbereich zur individuellen Schwerpunktsetzung zur Verfügung.

Der Studiengang schließt mit der Masterarbeit im vierten Semester ab.

## Teilnehmer

Herausragende und motivierte Absolventen von

- wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Studiengängen von Universitäten und Fachhochschulen
- anderen Fachrichtungen mit ausreichenden wirtschaftswissenschaftlichen und statistischen Kenntnissen

## Auswahlkriterien

Die Teilnehmer des Masters in Marketing werden insbesondere anhand folgender Kriterien ausgewählt:

- Vornoten aus dem Bachelor-Studium
- Marketing- und Statistikkenntnisse
- Praxiserfahrung
- Auslandsaufenthalte
- Englischkenntnisse
- Exposé

## Berufsziele

Die Teilnehmer des Studiengangs können in Wirtschaftsunternehmen (Industrie, Handel, Dienstleister), Marktforschungsinstituten, Werbeagenturen und Beratungsgesellschaften beispielsweise folgende Tätigkeiten mit direktem Marketingbezug aufnehmen:

- Strategisches Marketing
- Marketing-Management
- Vertrieb und Key Account Management
- Marktforschung
- Customer Relationship Management
- Marketingplanung und -controlling

## Kompetenzen

Durch das Institut für Marketing in Nürnberg mit drei Marketing-Lehrstühlen und sechs fachlich-komplementären Lehrstühlen wird mit dem Studiengang Master in Marketing eine hervorragende Marketingausbildung angeboten. Das Lehrangebot in Nürnberg wird von renommierten Professoren und hochkarätigen Dozenten aus der Praxis gestaltet. Am Fachbereich bestehen Austauschprogramme mit herausragenden Universitäten im Ausland.

## Lehrstühle und Professoren

- Lehrstuhl für Marketing  
*Prof. Dr. Andreas Fürst*
- GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence  
*Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer*
- Lehrstuhl für Versicherungsmarketing  
*Prof. Dr. Martina Steul-Fischer*
- Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik II  
*Prof. Dr. Freimut Bodendorf*
- Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft  
*Prof. Dr. Christina Holtz-Bacha*
- Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie  
*Prof. Dr. Ingo Klein*
- Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialpsychologie  
*Prof. Dr. Klaus Moser*
- Lehrstuhl für Industrielle Informationssysteme  
*Prof. Dr. Kathrin M. Möslein*
- Lehrstuhl für Statistik und empirische Wirtschaftsforschung  
*Prof. Regina Riphahn, Ph.D.*

