



Staatlich anerkannte, private
**Fachhochschule des
Mittelstands (FHM)**

Bachelor of Arts (B.A.)

Marketingmanagement



Studienform:	Vollzeit
Studienort:	Bielefeld, Köln, Hannover
Studienstart:	Mai & Oktober
Studiendauer:	3 Jahre, inkl. 24 Wochen Praxisphase im In- oder Ausland
Studiengebühr:	575,00 EUR/Monat
Bewerbungsgebühr:	50,00 EUR
Auswahlverfahren:	100,00 EUR
Abschlussprüfung:	500,00 EUR

Stand der Information: Dezember 2011

Welche Besonderheiten bietet der Studiengang?

Gute Produkte oder Dienstleistungen und ein perfekter Vertrieb reichen bei den bestehenden, externen Wettbewerbsverhältnissen schon lange nicht mehr aus. Unternehmen, die Erfolg im Markt haben wollen, müssen vielmehr ein hohes Maß an Wettbewerbsbeobachtung mit einem Maximum an Kundenorientierung verbinden. Dies leistet ein professionelles Marketingmanagement. Es übernimmt die Planung, setzt Ziele, leitet konkrete Aktionen und Programme ab und kontrolliert zusätzlich deren Wirksamkeit. Die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) reagiert mit dem Bachelor-Studiengang Marketingmanagement auf die Nachfrage unterschiedlicher Branchen nach Fach- und Führungskräften, die Marketing- und Vertriebsaufgaben professionell übernehmen können. Das Studium verbindet dabei theoretisches Fachwissen mit praxisorientierten Kompetenzen. Aufbauend auf ein grundlegendes, allgemeines Wirtschaftswissen vermittelt das Studium umfassende Kenntnisse und Kompetenzen in den Bereichen Marketing und Vertrieb.

Zentraler Bestandteil des Studiums Marketingmanagement ist eine fundierte empirisch-methodische Ausbildung im Bereich der Marketingforschung. Einen zweiten Schwerpunkt des Studiums bilden darüber hinaus studienbegleitende Marketingprojekte, bei deren selbstständiger Bearbeitung die Studierenden lernen, ihre theoretischen Methodenkenntnisse im Rahmen konkreter Problemstellungen anzuwenden. Die Studierenden erwerben so bereits während des Studiums praktische Konzeptions- und Umsetzungs-kompetenzen und entwickeln ein Gefühl für Marktdynamik, ablaufende Transformationsprozesse und die Markt- bzw. Erfolgsmöglichkeit von Ge-

schäftsmodellen. Neben der grundlegenden Wirtschaftskompetenz und fachwissenschaftlichen Bestandteilen vermittelt das Studium personale und soziale Kompetenzen sowie Aktivitäts- und Handlungskompetenzen, die für erfolgreiche Fach- und Führungskräfte unerlässlich sind.

Wer sollte Marketingmanagement studieren?

Mit dem Bachelor Marketingmanagement spricht die FHM Studieninteressierte an, die Marketing im Sinn einer ganzheitlichen Führung von Unternehmen, Institutionen und Verbänden professionell gestalten oder die Vermarktung und den Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen übernehmen möchten. Vielleicht beabsichtigen Sie auch, bei einem Institut oder einem Unternehmen im Bereich der Marktforschung tätig zu werden. Oder Sie sehen Ihre Zukunft in der Marketingberatung sowie in einer Werbeagentur. Sie interessieren sich für die psychologischen, sozialen und kulturellen Hintergründe von Kaufentscheidungen und möchten das Verhalten von Käufern verstehen. Sie wollen die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge sämtlicher Bereiche des Marketings kennen lernen. Sie sind kundenorientiert und denken analytisch. Ihr Ziel ist es, in Fach- und Führungspositionen Marketingstrategien zu entwickeln, Kundenbedürfnisse zu untersuchen und an zentraler Stelle unternehmerische Entscheidungen mitzugestalten. Dann bietet Ihnen der Bachelor Marketingmanagement mit einem international anerkannten Hochschulabschluss eine optimale Vorbereitung auf eine Karriere in Marketing und Vertrieb. Aber auch, wenn Sie planen, sich nach dem Bachelor-Studium selbstständig zu machen oder ein wissenschaftlich vertiefendes Master-Studium anstreben, bietet der Abschluss eine ideale Ausgangsbasis.



Staatlich anerkannte, private
**Fachhochschule des
Mittelstands (FHM)**

Staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM)

// Bielefeld: Hotline 05 21. 9 66 55-21, bielefeld@fh-mittelstand.de
Ravensberger Straße 10 G, 33602 Bielefeld

// Köln: Hotline 02 21. 25 88 98-0, koeln@fh-mittelstand.de
Hohenzollernring 16-18, 50672 Köln

// Hannover: Hotline 05 11. 3 74 96-80, hannover@fh-mittelstand.de
Lister Straße 18, 30163 Hannover



Prof. Dr. Eric Schirrmann, Wissenschaftlicher Studienleiter

Welche Perspektiven bietet das Studium?

Marketingkompetenz wird zunehmend wichtiger für die erfolgreiche Führung von Unternehmen und Organisationen. Es fehlen jedoch Fach- und Führungskräfte, die markt- und kundenorientiertes Denken und Handeln mit administrativen Steuerungsmechanismen verbinden können. Daher sind die Berufsperspektiven für Marketingspezialisten als positiv zu bewerten. Der Bachelor-Studiengang Marketingmanagement eröffnet Absolventinnen und Absolventen ein breites Spektrum möglicher Tätigkeitsbereiche. Perspektiven bieten sich in der Unternehmensführung, in Marketing- und Vertriebsabteilungen, als Produktmanager, Vertriebsbeauftragte, Marketingcontroller, in der Marktforschung von Instituten oder Unternehmen, als Kundenbetreuer in Werbeagenturen oder als Marketing-Consultants in der Unternehmensberatung. Außer im kommerziellen Bereich bieten sich auch Berufsperspektiven bei öffentlichen und privaten Institutionen und bei Verbänden. Unabhängig davon, für welchen späteren Tätigkeitsbereich sich die Absolventinnen und Absolventen entscheiden, bietet die enge Verzahnung von Theorie und Praxis ideale Voraussetzungen, früh mit potentiellen Arbeitgebern aus unterschiedlichen Branchen in Kontakt zu treten.

Welche Studieninhalte führen zum Abschluss?

Das Studienkonzept der FHM umfasst vier Kompetenzbereiche: die allgemeine Wirtschaftskompetenz, die Marketingmanagement-Kompetenz, die personale und soziale Kompetenz sowie die Aktivitäts- und Handlungskompetenz. Der Bereich der allgemeinen Wirtschaftskompetenz vermittelt betriebs- und volkswirtschaftliche Basiskompetenzen, Kenntnisse in den Bereichen Unternehmensführung, Marketing und Vertrieb, Rechnungswesen,

Die Studieninhalte im Überblick:

Allgemeine Wirtschaftskompetenz

- // Volkswirtschaftslehre
- // Betriebswirtschaftslehre
- // Unternehmensführung
- // Marketing & Vertrieb
- // Rechnungswesen/Finanzierung
- // Controlling
- // Wirtschaftsrecht
- // Wirtschaftsmathematik/Statistik

Personale und soziale Kompetenz

- // Wirtschaftsenglisch
- // Selbstmanagement und -marketing
- // Teammanagement
- // Präsentation und Moderation
- // Studium Generale

Marketingmanagement-Kompetenz

- // Marketingmanagement
- // Internationales Marketing
- // Sektorales Marketing
- // Vertriebssteuerung und -optimierung
- // Marketing-Projektmanagement
- // Marketingforschung
- // Angewandte Marketingforschung
- // Kundenbeziehungsmanagement
- // Kommunikation und Strategie
- // Unternehmensplanspiel
- // Projektarbeiten

Aktivitäts- und Handlungskompetenz

- // Studium in der Praxis (SiP)
im In- oder Ausland
- // Wissenschaftliches Arbeiten
- // Unternehmensgründung
- // Strategische Karriereplanung

Finanzierung, Controlling sowie Wirtschaftsrecht und Mathematik/Statistik. Im Bereich der Marketingmanagement-Kompetenz werden umfassende Marketing- und Vertriebskompetenzen vermittelt. Nach der Beschäftigung mit grundlegenden Fragestellungen des Marketingmanagements werden die Themen internationales und sektorales Marketing vertieft. Die Studierenden erwerben Kenntnisse in der Vertriebssteuerung und -optimierung und setzen sich intensiv mit dem Management von Marketingprojekten auseinander. Aufbauend auf der Vermittlung empirisch-methodischer Fachkenntnisse haben die Studierenden die Möglichkeit, in diversen Praxisprojekten anhand konkreter Fragestellungen Erfahrungen in der Anwendung ihrer Methodenkenntnisse zu erwerben. Dabei liegt der Fokus auf den Methoden der quantitativen Marketingforschung. Die Studierenden befassen sich mit den Möglichkeiten der langfristigen Kundenbindung durch professionelles Kundenbeziehungsmanagement, mit der Konzeption von Kommunikationsstrategien und kommunikationspolitischen Fragestellungen. Die Förderung personaler und sozialer Kompetenzen ist Ziel des dritten Kompetenzfeldes. In diesem Bereich ist neben Wirtschaftsenglisch die Weiterentwicklung der Soft-Skills angesiedelt. Schlüsselkompetenzen wie Selbstmanagement und -marketing, Teammanagement, Präsentation und Moderation, die eine entscheidende Rolle für die erfolgreiche Tätigkeit in Fach- und Führungspositionen darstellen, werden gezielt trainiert. Im Bereich der Aktivitäts- und Handlungskompetenz stehen der intensive und permanente Austausch mit Unternehmen und Institutionen sowie die Kooperation mit der Wirtschaft im Fokus. Mit der Bachelor-Arbeit weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, ein Problem aus dem berufspraktischen Umfeld mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.