

Master Marketing (M. A.)

WIRTSCHAFT

Studieninhalte individuell
zusammenstellen leicht gemacht!
Jetzt testen:
www.cas.dhbw.de/modul-o-mat

DHBW Center for Advanced Studies
Bildungscampus 13, 74076 Heilbronn
Tel.: +49 (0) 7131 . 3898 - 098
info@cas.dhbw.de

Prof. Dr. Erich Klaus
DHBW Villingen-Schwenningen
Tel.: +49 (0) 7720 . 3906 - 400
erich.klaus@dhbw-vs.de

www.cas.dhbw.de/marketing

Wählen Sie jetzt Ihren Dualen Master – passgenau und flexibel

Marketing (M. A.)

STUDIENGANGS-KERNMODULE

alle Module sind obligatorisch

<input checked="" type="checkbox"/>	Fachübergreifende Kompetenzen
<input checked="" type="checkbox"/>	Forschungsmethoden
<input checked="" type="checkbox"/>	Kolloquium: Aktuelle Managementthemen
<input checked="" type="checkbox"/>	Forschungsprojektarbeit I
<input checked="" type="checkbox"/>	Forschungsprojektarbeit II
<input checked="" type="checkbox"/>	Masterarbeit

STUDIENGANGS-MODULE

5 Module sind zu belegen

<input checked="" type="checkbox"/>	Strategisches Marketing
<input checked="" type="checkbox"/>	Marktforschung/Projekt
<input type="checkbox"/>	B2B Marketing
<input type="checkbox"/>	Online Marketing
<input type="checkbox"/>	Preismanagement
<input type="checkbox"/>	Markenmanagement
<input type="checkbox"/>	Marketing Communication Insights
<input type="checkbox"/>	Kundenmanagement/CRM
<input type="checkbox"/>	Business Development
<input type="checkbox"/>	Neuromarketing
<input type="checkbox"/>	Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
<input type="checkbox"/>	Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
<input type="checkbox"/>	Customer Experience Management
<input type="checkbox"/>	Business Analytics

WAHLMODULE DES STUDIENGANGS

4 Module sind aus folgenden Modulen zu belegen

<input type="checkbox"/>	B2B Marketing
<input type="checkbox"/>	Online Marketing
<input type="checkbox"/>	Preismanagement
<input type="checkbox"/>	Markenmanagement
<input type="checkbox"/>	Marketing Communication Insights
<input type="checkbox"/>	Kundenmanagement/CRM
<input type="checkbox"/>	Business Development
<input type="checkbox"/>	Neuromarketing
<input type="checkbox"/>	Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
<input type="checkbox"/>	Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
<input type="checkbox"/>	Customer Experience Management
<input type="checkbox"/>	Business Analytics
<input type="checkbox"/>	Management and Corporate Communication
<input type="checkbox"/>	Digitale Transformation, Big Data und Künstliche Intelligenz
<input type="checkbox"/>	Innovations- und Changemanagement
<input type="checkbox"/>	Strategisches Vertriebsmanagement
<input type="checkbox"/>	Strategisches Verkaufsmanagement
<input type="checkbox"/>	Strategisches Verhandlungsmanagement
<input type="checkbox"/>	Multichannel-Management
<input type="checkbox"/>	Tools für die Strategie-Beratung

Maximal zwei Module sind nach vorheriger Genehmigung der Wissenschaftlichen Leiter*innen der jeweiligen beteiligten Studiengänge aus dem Gesamtmodulangebot des DHBW CAS fachbereichsübergreifend frei wählbar.

Wer zuvor fachfremd studiert hat oder weniger als 210 ECTS-Leistungspunkte mitbringt, belegt zusätzliche Grundlagenmodule, um sich passend zu qualifizieren.

Die Beschreibungen zu den einzelnen Modulen finden Sie auf www.cas.dhbw.de/marketing unter „Modulangebot“.

die gekennzeichneten Module sind verpflichtend

Insgesamt 15 Module