

# *Master Marketing (M. A.)*

WIRTSCHAFT

Studieninhalte individuell  
zusammenstellen leicht gemacht!

Jetzt testen:  
[www.cas.dhbw.de/modul-o-mat](http://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](mailto:info@cas.dhbw.de)

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

[www.cas.dhbw.de/marketing](http://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](http://www.cas.dhbw.de/marketing) unter „Modulangebot“.

die gekennzeichneten Module sind verpflichtend

**Insgesamt 15 Module**