



# Berufsbegleitender Master-Studiengang in Marketing Management (MMM)

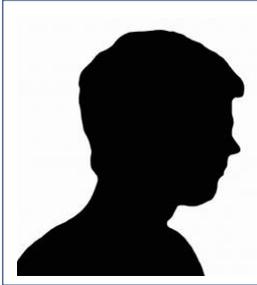
MIT SPEZIALISIERUNG IN MARKETING,  
VERTRIEB UND MARKTFORSCHUNG

Universität Erlangen-Nürnberg  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Nürnberg, 09.05.2016

- 1. Relevanz des Studiengangs**
- 2. Konzept des Studiengangs**
- 3. Institutionen und Personen im Studiengang**
- 4. Bewerbungs- und Zulassungsverfahren des Studiengangs**
- 5. Weitere Informationen zum Studiengang**

# 1. RELEVANZ DES STUDIENGANGS

# 1. Relevanz des Studiengangs: Zielgruppe „Bachelor-Absolventen“

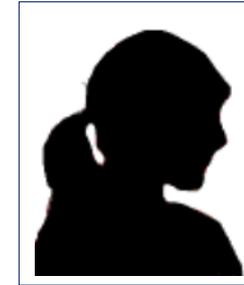


**FAU Bachelor-Absolvent**

*„6 Semester Bachelor-Studium sind genug.  
Ich will jetzt in die Praxis, Geld verdienen und  
meine Karriere zu starten. Ein Master-Studium  
kommt für mich daher nicht in Frage ...*

*... wengleich mir ohne Master-Abschluss vielleicht  
später mal Fachwissen fehlen könnte oder ich  
geringere Aufstiegschancen habe.“*

Nach dem Bachelor-Studium:  
→ **Berufseinstieg**



**FAU Bachelor-Absolventin**

*„Um meine Arbeitsmarktchancen zu erhöhen,  
will ich auf jeden Fall einen Master machen ...*

*... dafür nehme ich auch in Kauf, noch 4 oder 5  
Semester an der Uni zu bleiben, statt wie einige  
meiner Kommilitonen bereits Geld zu verdienen  
und Praxiserfahrung zu sammeln. “*

Nach dem Bachelor-Studium:  
→ **Master-Studium**

*Geht nicht auch beides?*

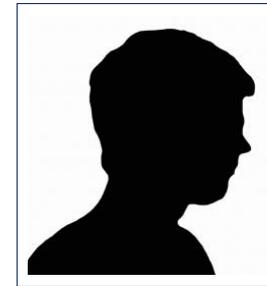
**Berufseinstieg + Master-Studium = Berufsbegleitendes Master-Studium**



**Young Professional  
mit wirtschaftswissenschaftlichem  
Bachelor-Abschluss**

*„6 Semester Bachelor-Studium waren mir genug.  
Ich wollte endlich in die Praxis, Geld verdienen und  
meine Karriere starten.“*

*Allerdings merke ich mittlerweile schon, dass mir  
breiteres und tiefergehendes Fachwissen in  
Marketing, Vertrieb bzw. Marktforschung  
sehr helfen würde und ein Master-Abschluss  
auch im Hinblick auf meine Möglichkeiten der  
internen Weiterentwicklung hilfreich wäre.“*

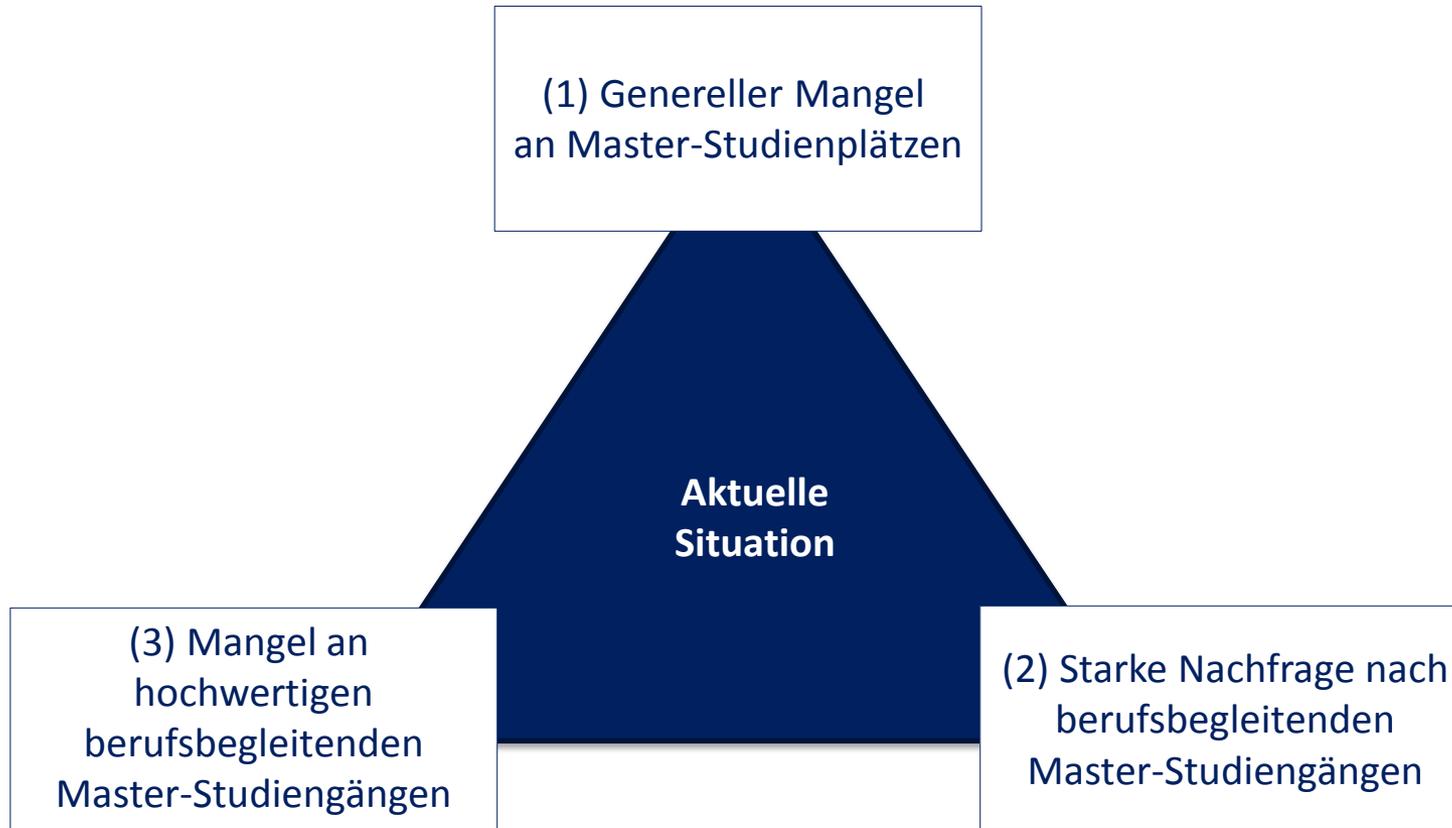


**Young Professional  
mit nicht-wirtschaftswissenschaftlichem  
Bachelor-/Master-Abschluss  
(„Quer-Einsteiger“)**

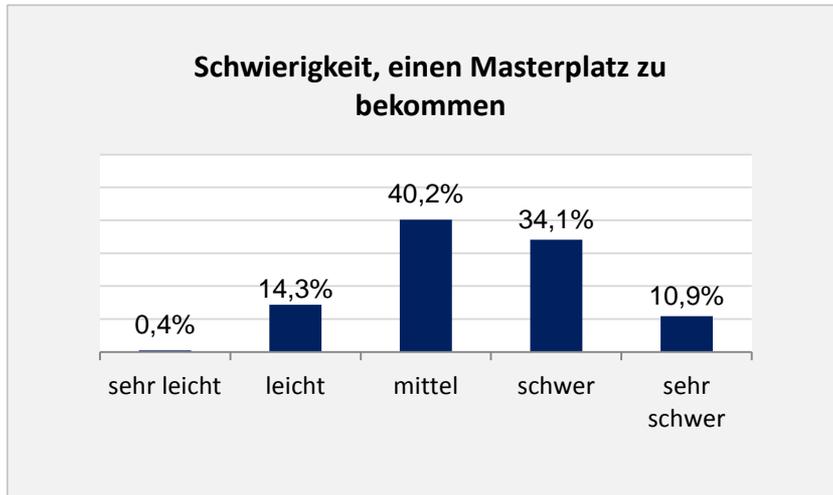
*„Vor kurzem bin ich in den Bereich  
Marketing, Vertrieb bzw. Marktforschung  
meiner Firma gewechselt.“*

*Ich merke schon, dass mir bedingt durch meinen  
nicht-wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss  
fundiertes Fachwissen in diesem Bereich  
bei der täglichen Arbeit fehlt und  
würde mir dieses daher gerne aneignen.“*

**Berufstätigkeit + Weiterqualifikation + Master-Abschluss = Berufsbegleitendes Master-Studium**



## Genereller Mangel an Master-Studienplätzen

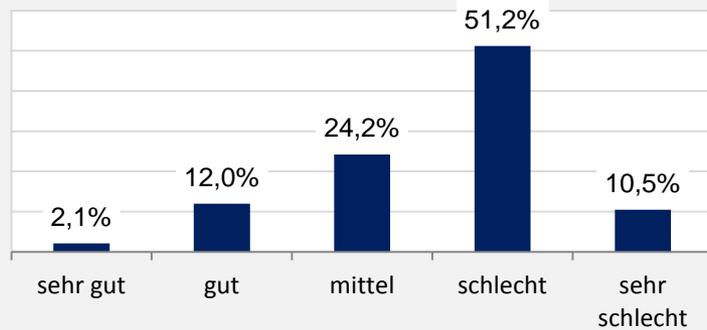


### Hauptgründe (für hohe Schwierigkeit)

- Zu wenig verfügbare Plätze
- Zu hohe bzw. unflexible Auswahlkriterien
- Zu unflexibles Bewerbungs- und Zulassungsverfahren

## Starke Nachfrage nach berufsbegleitenden Master-Studiengängen (1)

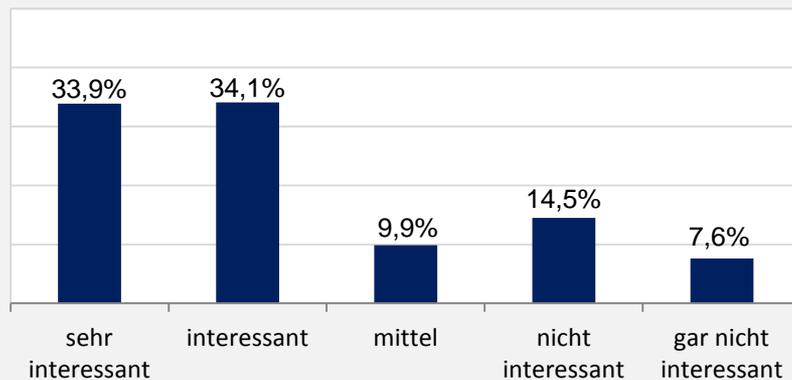
**Arbeitsmarktchancen mit Bachelor-Abschluss (i.V.z. Master)**



### Hauptgründe (für Master)

- Fachliche Weiterqualifizierung
- Bessere Karrierechancen
- Bessere Verdienstmöglichkeiten
- Höheres Sozial-Prestige
- Möglichkeit der Promotion

**Interesse an berufsbegleitendem Master**

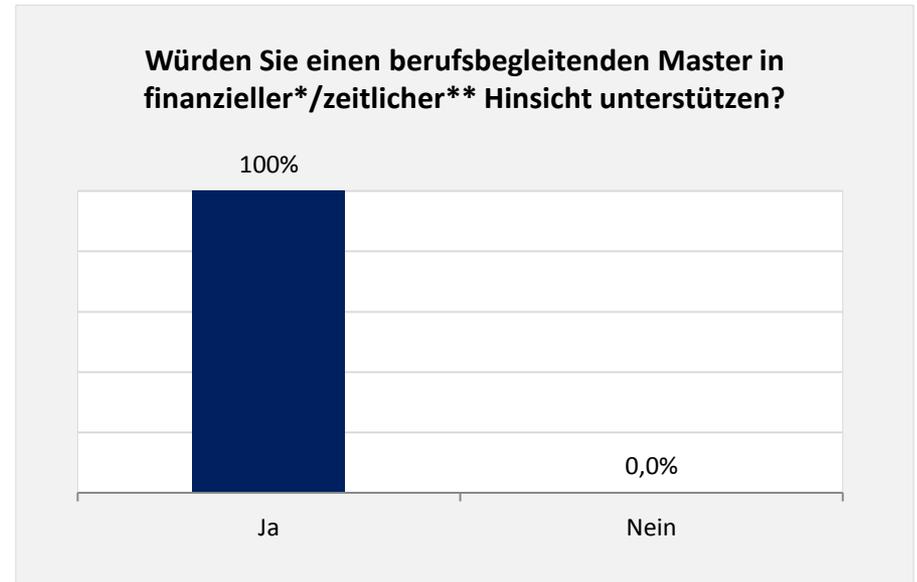
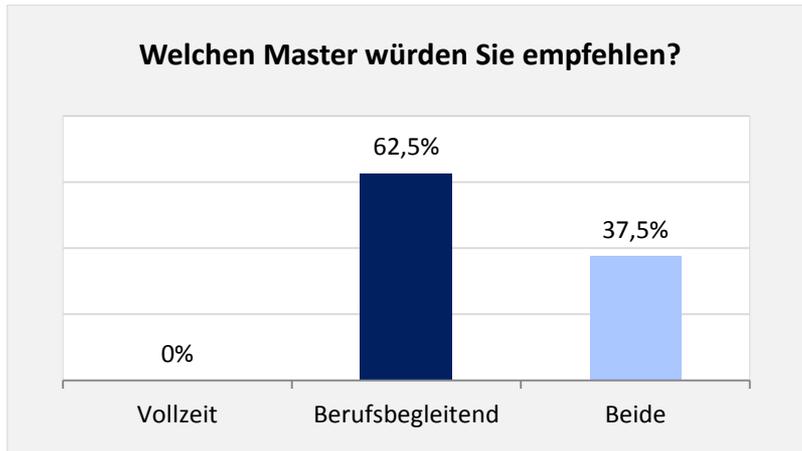


→ Insb. für den Bereich Marketing/Vertrieb

### Hauptgründe (für berufsbegleitenden Master)

- Früherer Berufseinstieg
- Finanzielle Vorteile (frühere Verdienstmöglichkeiten und schnellere Karrierechancen)
- Stärkere Praxisorientierung (Einbringen eigener praktischer Erfahrungen, Lernen von praktischen Erfahrungen anderer Studierender, direkte Anwendbarkeit von Wissen im Berufsleben)
- Intensivere Betreuung und interaktivere Veranstaltungen durch geringere Teilnehmerzahlen

## Starke Nachfrage nach berufsbegleitenden Master-Studiengängen (2)



\* mindestens im oberen vierstelligen Bereich

\*\* u.a. mit Freistellung und flexiblen Arbeitszeitmodellen

Quelle: Befragung von Personalverantwortlichen in Unternehmen

## Stimmen aus der Praxis



**Herbert Hainer**  
Vorsitzender des Vorstands, adidas AG

*„In Zeiten von Globalisierung und hohem Wettbewerbsdruck nimmt das Marketing eine zentrale Stellung in Unternehmen ein. Der berufsbegleitende Studiengang ‚Marketing-Management‘ gibt seinen Teilnehmern das nötige Rüstzeug an die Hand, um als Führungskraft oder Spezialist die beruflichen Herausforderungen der Zukunft zu meistern.“*



**Bernhard Maier**  
Mitglied des Vorstands Vertrieb und Marketing, Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

*„Die Verbindung von Beruf und Studium stellt das optimale Umfeld für ein praxisnahes Lernen bei zeitgleicher Anwendung des Erlernten im Berufsalltag dar. Der berufsbegleitende Master in Marketing Management erlaubt es den Teilnehmern, sich theoretische Inhalte anzueignen und gleichzeitig in der Praxis am Ball zu bleiben.“*



**Dr. Gerhard Hausruckinger**  
Mitglied des Vorstands, GfK SE

*„In Zeiten zunehmender Informationsüberflutung kommt der Marktforschung eine zentrale Rolle zu. Für dieses Tätigkeitsfeld bietet der MMM-Studiengang die seltene Möglichkeit einer berufsbegleitenden universitären Weiterbildung inklusive des Erwerbs eines entsprechenden Master-Abschlusses. Er eröffnet damit Teilnehmern vielversprechende Karrierechancen in Marktforschungsinstituten, Beratungsunternehmen und Hersteller-Unternehmen, die Wert auf fundierte Management-Entscheidungen legen.“*



**Ralf-Michael Franke**  
CEO der Drive Technologies Division, Siemens AG

*„Wer in einer schnelllebigen Technologiebranche Karriere machen will, benötigt fundiertes Know-How, praktische Erfahrung und gutes Verständnis für aktuelle und zukünftige Entwicklungen am Markt. Aufgrund seines berufsbegleitenden Charakters sowie seiner inhaltlichen und didaktischen Ausrichtung dient der Studiengang in Marketing Management daher als ideale Vorbereitung auf fach- und führungsbezogene Aufgaben – sei es für Teilnehmer mit als auch ohne fachspezifischem Hintergrund.“*

## 2. KONZEPT DES STUDIENGANGS

## 2. Konzept des Studiengangs

### Inhaltlicher Vergleich mit Vollzeit-Master

	<i>Vollzeit-Master</i>	<i>Berufsbegleitender Master</i>
Kernzielgruppe	Studierende, die interessenbedingt nach Bachelor-Abschluss weiter an Hochschule bleiben wollen	Studierende, die interessen-/karriere-/verdienstbedingt direkt nach Bachelor-Abschluss den Berufseinstieg machen wollen / gemacht haben
Start	jedes WS	jedes WS
Bewerbung/Zulassung	Deadline im Mai, Zulassungsbescheid im Juli/August des jeweiligen Jahres	laufend
Erwartete Praxiserfahrung	ca. 1-2 qualifizierte Praktika	min. 1 Jahr bis zu Studienbeginn
Semester	4-5 (je nachdem, ob Praxis-/Auslandssemester)	3+1 (bzw. 4+1) (zzgl. Anrechnung berufsbezogener Kompetenzen)
Präsenzzeit	3 Tage netto (werktags)	1 Tag netto (halber Tag Fr./Sa.) im Schnitt alle 2 Wochen (ca. 12 Präsenz-Netto-Tage pro Semester)
Spezialisierungsmöglichkeiten	Marketing Management / Market Research	Marketing / Vertrieb / Marktforschung
Anteil Praxis (vs. Theorie)	25%	50%
Max. Größe Studiengänge	70-75	20-25
Betreuungs-/Interaktionsgrad (mit Dozent & zwischen Studenten)	mittel	hoch
Beitrag für Studiengang (pro Semester)	-	3.750 € / Semester * (ca. 2.625 € nach Steuern)

\* Über 4 Semester hinweg; Notwendig zur Kostendeckung des Studiengangs (Dozenten, Verwaltungspersonal, Pausenverpflegung, Lehrmaterialien, Exkursionen, Events); Möglichkeit der steuerlichen Absetzbarkeit als Werbungskosten bzw. oftmals Übernahme (teilweise oder komplett) durch Arbeitgeber

## 2. Konzept des Studiengangs

### Finanzieller Vergleich mit Vollzeit-Master

	<i>Vollzeit-Master</i>		<i>Berufsbegleitender Master</i>	
	Fall 1: Einkünfte ohne Arbeit neben Studium *	Fall 2: Einkünfte mit Arbeit neben Studium *	Einkünfte nach Berufseinstieg (nach Steuern) **	Beitrag für Studiengang (nach Steuern) ***
WS 16/17	-	3.000 €	12.000 €	2.625 €
SS 17	-	3.000 €	12.000 €	2.625 €
WS 17/18	-	3.000 €	12.000 €	2.625 €
SS 18	6.000 €	6.000 €	12.000 €	2.625 €
WS 18/19	-	3.000 €	12.000 €	
<b>Überschuss</b>	<b>6.000 €</b>	<b>18.000 €</b>	<b>49.500 €</b>	

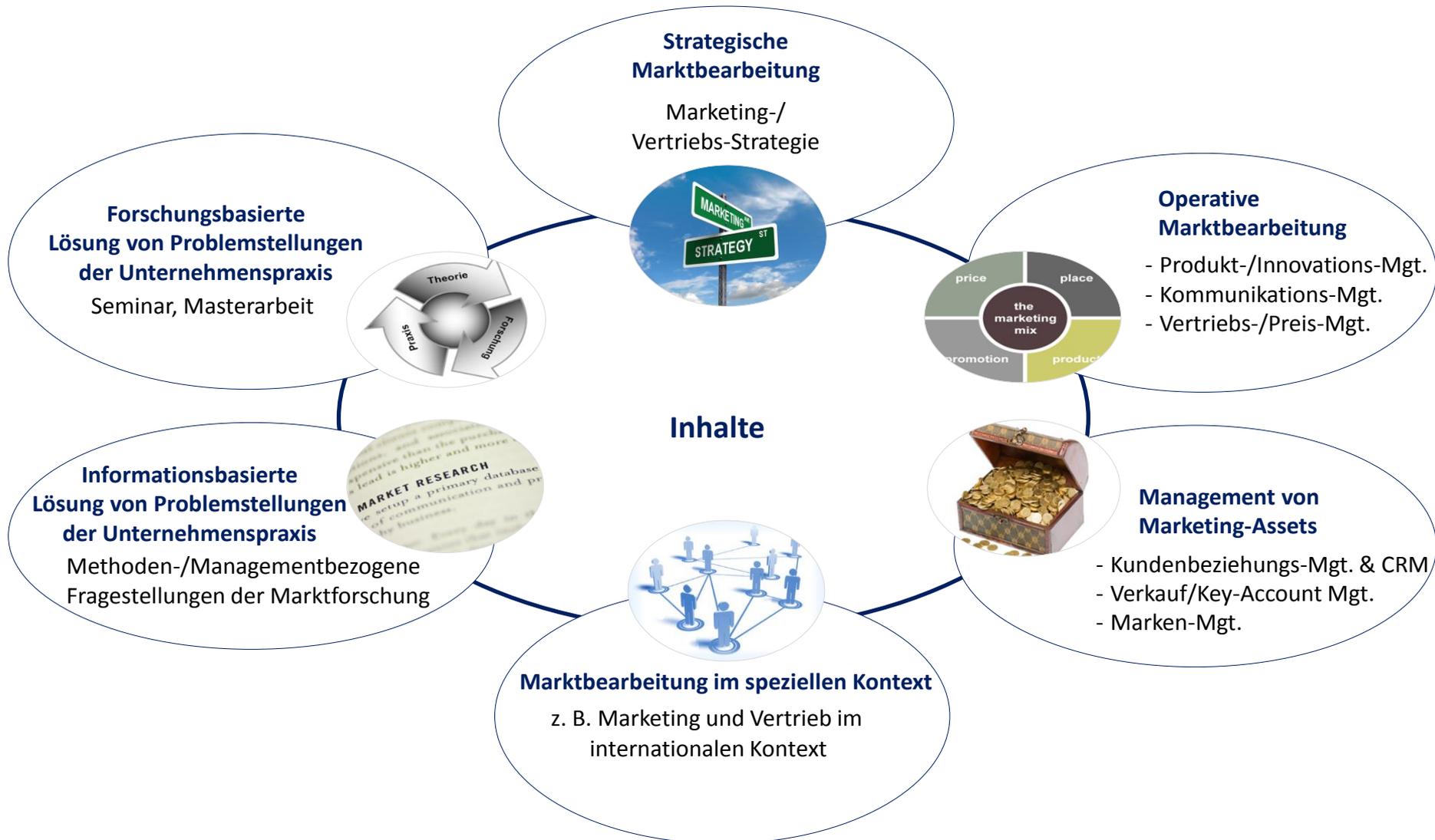
43.500 € bzw. 31.500 €

### Finanzielle Vorteilhaftigkeit im Vergleich zu Vollzeit-Master

- \* Bei Einkünften von 500 € pro Monat (nach Steuern) im Fall 2 und bei Praxis-/Auslandssemester mit Einkünften von 1.000 € pro Monat (nach Steuern) nach dem 3. Fachsemester
- \*\* Bei Einstiegsgehalt von ca. 40.000 € pro Jahr (vor Steuern) und 24.000 € pro Jahr (nach Steuern)
- \*\*\* Bei 3.750 € Studienbeitrag pro Semester und steuerlicher Absetzbarkeit als Werbungskosten (über 4 Semester hinweg)









## 3. INSTITUTIONEN UND PERSONEN IM STUDIENGANG

# 3. Institutionen und Personen im Studiengang: Organisationen



## Inhaltliche Verantwortung

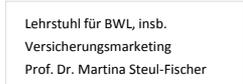
**Prof. Dr. Andreas Fürst**

Vorsitzender des Prüfungsausschusses



**Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer**

Mitglied des Prüfungsausschusses\*



**Prof. Dr. Martina Steul-Fischer**

Mitglied des Prüfungsausschusses\*



## Universitäre Verantwortung

**Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt**

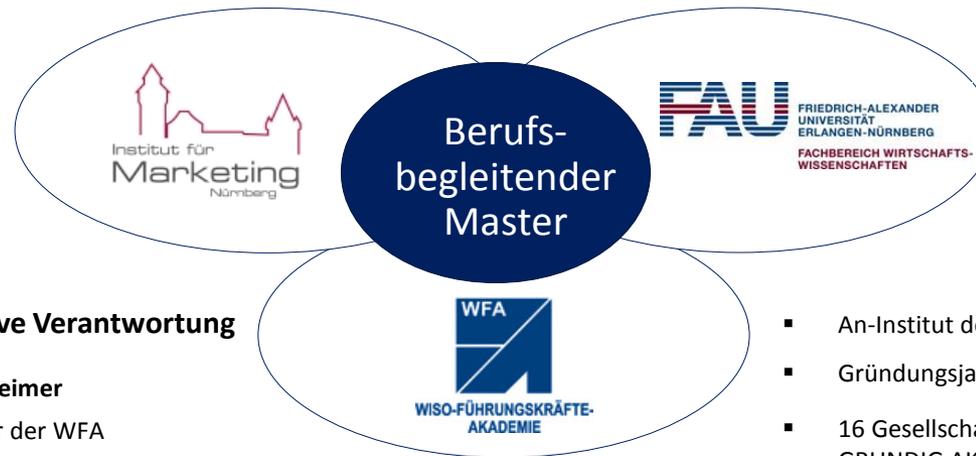
Mitglied des Prüfungsausschusses

Weiterbildungsbeauftragter der Fakultät



**Dr. Sybille Reichert**

Universitätskanzlerin



## Administrative Verantwortung



**Dietmar Bendheimer**

Geschäftsführer der WFA

- An-Institut der FAU Erlangen-Nürnberg
- Gründungsjahr: 1989
- 16 Gesellschafter, darunter u.a. FAU Erlangen-Nürnberg, GRUNDIG AKADEMIE, afwn, Stadt Nürnberg, Leoni, Staedtler, NürnbergMesse, Nestlé Schöller
- Langjähriger Dienstleister in den Bereichen
  - Weiterbildung (u.a. MBA Business Mgt.)
  - Veranstaltungen (u.a. akademika)

\* Turnusmäßig abwechselnd

### 3. Institutionen und Personen im Studiengang: Aktueller Jahrgang



24 TN



MMM Class I  
(2014-2016)



33 TN



MMM Class II  
(2015-2017)

+38 %

### 3. Institutionen und Personen im Studiengang: Aktueller Jahrgang

- **Gesamtzahl:** 33
- **Frauenanteil:** 49%
- **Alter:** im Durchschnitt 27 Jahre
- **Wohnort:** Bayern, Baden-Württemberg, Hessen
- **Branchen:** Automotive, Banken, Baubranche, Energieerzeugung, Großhandel, Kosmetik, Lebensmittel und Getränke, Logistik, Marketingberatung, Messewesen, Schreibwaren, Touristik und Versandhandel
- **Vertiefungsrichtung:** 76% Marketing und 24% Vertrieb
- **Ausgewählte Unternehmen:**



### 3. Institutionen und Personen im Studiengang: Impressionen



### 3. Institutionen und Personen im Studiengang: Impressionen



### 3. Institutionen und Personen im Studiengang: Ausgewählte Dozenten



**Prof. Dr. Freimut Bodendorf**  
Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik II  
Raum-Nr. 4.445  
Tel. 0911 / 5302 - 450  
Fax 0911 / 5302 - 379  
[freimut.bodendorf@fau.de](mailto:freimut.bodendorf@fau.de)  
<http://www.wi2.fau.de/>  
Dozent für Kundenbeziehungs- und CRM-Management



**Prof. Dr. Martina Steul-Fischer**  
Lehrstuhl für Versicherungsmarketing  
Raum-Nr. 5.221  
Tel. 0911 / 5302 - 763  
Fax 0911 / 5302 - 764  
[martina.steul-fischer@fau.de](mailto:martina.steul-fischer@fau.de)  
<http://www.versicherungsmarketing.rw.fau.de>  
Dozentin für Marketing- und Vertriebsstrategie



**Prof. Dr. Andreas Fürst**  
Lehrstuhl für Marketing  
Raum-Nr. 6.221  
Tel. 0911 / 5302 - 214  
Fax 0911 / 5302 - 210  
[andreas.fuerst@fau.de](mailto:andreas.fuerst@fau.de)  
<http://www.marketing.wiso.fau.de>  
Dozent für Vertriebs- und Preismanagement  
Dozent für Kommunikationsmanagement  
Dozent für Kundenbeziehungs- und CRM-Management  
**Vorsitzender des MMM-Prüfungsausschusses**



**Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt**  
Lehrstuhl für Industrielles Management  
Raum-Nr. 5.175  
Tel. 0911 / 5302 - 244  
Fax 0911 / 5302 - 238  
[kai-ingo.voigt@fau.de](mailto:kai-ingo.voigt@fau.de)  
<http://www.industrial-management.rw.fau.de>  
Dozent für Produkt- und Innovationsmanagement  
**Mitglied des MMM-Prüfungsausschusses**



**Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer**  
GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence  
Raum-Nr. 6.219  
Tel. 0911 / 5302 - 757  
Fax 0911 / 5302 - 758  
[wivi-sekretariat-koschate-fischer@fau.de](mailto:wivi-sekretariat-koschate-fischer@fau.de)  
<http://marketing-intelligence.wiso.fau.de>  
Dozentin für Vertriebs- und Preismanagement  
**Mitglied des MMM-Prüfungsausschusses**

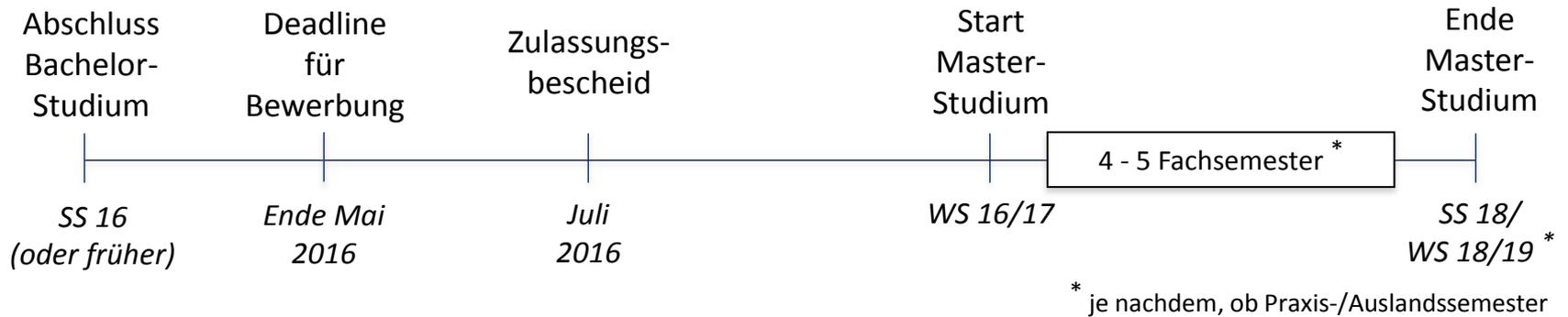


**Prof. Dr. Björn Ivens**  
Otto-Friedrich-Universität Bamberg  
Fakultät Sozial- und Wirtschaftswissenschaften  
Lehrstuhl für Marketing  
Feldkirchenstrasse 21  
96045 Bamberg  
Raum-Nr. F02.26  
[bjoern.iven@uni-bamberg.de](mailto:bjoern.iven@uni-bamberg.de)  
<http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/>  
Dozent für Verkauf und Key Account Management

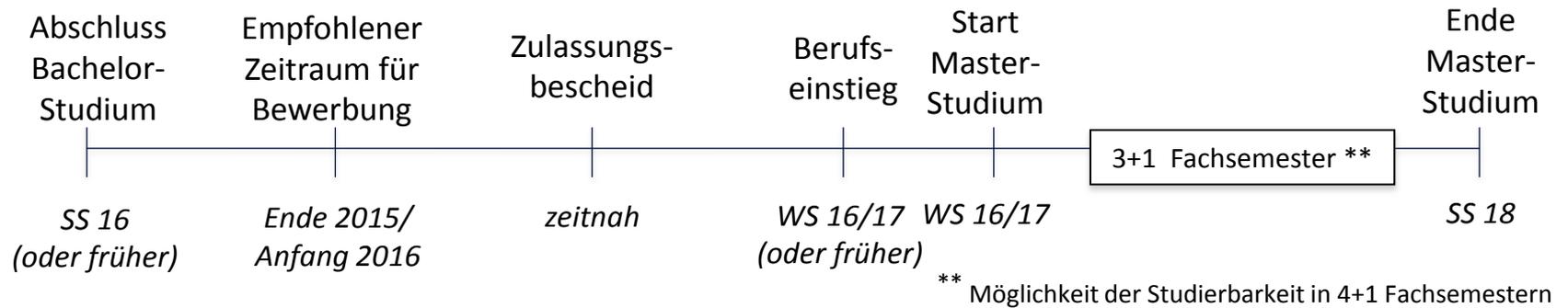
## 4. BEWERBUNGS- UND ZULASSUNGSVERFAHREN DES STUDIENGANGS

# 4. Bewerbungs- und Zulassungsverfahren des Studiengangs

## Vollzeit-Master



## Berufsbegleitender Master



### ▪ **Bewerbungsverfahren**

- Zeitlich flexible Bewerbung (spätestens einige Monate vor Studienbeginn)
- Bewerbungsschluss für MMM Class III (2016-2018): **15. Juni 2016**
- Bewerbungsunterlagen:
  - Anschreiben, Lebenslauf, Zeugnisse
  - Nachweis über ersten berufsqualifizierenden Abschluss (z. B. Bachelor) in einem wirtschaftswissenschaftlichen, fachverwandten oder sonstigem gleichwertigen Studiengang
  - Nachweis über Auslandsaufenthalte (Zeiten, Leistungsnachweise), Englischkenntnisse und Deutschkenntnisse (bei nicht-muttersprachlichen Bewerberinnen und Bewerbern)
  - Nachweis über bisherige Praxiserfahrung (mindestens ein Jahr bis zu Studienbeginn)

### ▪ **Zulassungsverfahren**

- Zweistufiger Prozess:
  - 1. Stufe: Bewertung der Bewerbungsunterlagen, v.a. Studienleistungen (Bachelornote, Marketing- und Statistikenkenntnisse), Sprachkenntnisse und Praxiserfahrung
  - 2. Stufe: Gespräch mit Zulassungskommission (ca. 30 Minuten)
- Laufende Zulassung
- Feedback über Zulassung spätestens zeitlich parallel zum Vollzeit-Master

## 5. WEITERE INFORMATIONEN ZUM STUDIENGANG



FRIEDRICH-ALEXANDER  
UNIVERSITÄT  
ERLANGEN-NÜRNBERG  
FACHBEREICH WIRTSCHAFTS-  
WISSENSCHAFTEN

### Berufsbegleitender Master-Studiengang in Marketing Management (MMM)

MIT SPEZIALISIERUNG IN MARKETING,  
VERTRIEB UND MARKTFORSCHUNG



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

# 5. Weitere Informationen zum Studiengang

## Online

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Berufsbegleitendes Master-Studium - Marketing, Vertrieb, Marktforschung'. The page header includes the Facebook logo, a 'Registrieren' button, and fields for 'E-Mail-Adresse oder Handynummer' and 'Passwort'. Below the header is a blue banner with the text 'Berufsbegleitendes Master-Studium - Marketing, Vertrieb, Marktforschung ist bei Facebook.' and a call to action: 'Um dich mit Berufsbegleitendes Master-Studium - Marketing, Vertrieb, Marktforschung zu verbinden, registriere dich noch heute für Facebook.' There are 'Registrieren' and 'Anmelden' buttons. The profile picture shows a group of students. The cover photo features the MMM logo and the text 'Berufsbegleitendes Master-Studium - Marketing, Vertrieb, Marktforschung' and 'Schule · Hochschule und Universität'. Below the cover photo are navigation tabs: 'Chronik', 'Info', 'Fotos', 'Bewertungen', and 'Mehr'. A search bar is visible on the left with the text 'Suche nach Beiträgen auf dieser Seite'. Below the search bar is a 'PERSONEN' section with a right arrow. A post from '30. April um 06:35' is shown with the text: 'We like >>> 1.500 Likes <<< Vor kurzem wurde die 1.500er-Marke auf Facebook geknackt. Das Team des berufsbegleitenden Master in Marketing Management (MMM) möchte sich aus diesem Anlass für die große Resonanz bedanken!' There are five blue stars and the text '1513 „Gefällt mir“-Angaben'.

[www.facebook.com/MasterinMMM](http://www.facebook.com/MasterinMMM)

The screenshot shows the website for 'Berufsbegleitender Master-Studiengang in Marketing Management (MMM)'. The header includes the MMM logo and navigation links: 'Kontakt', 'Impressum', 'Datenschutz', 'Suche', and 'Inhaltsübersicht'. Below the header is a banner image showing students in a classroom. A search bar is present with the text 'Suchbegriff eingeben' and a 'suchen' button. Below the search bar is a navigation menu with the following items: 'Aktuelles', 'QUICK FACTS', 'Studiengang', 'Organisatorisches', 'Bewerbung', 'Info anfordern', and 'Kontakt'. The 'Aktuelles' section is active, showing a post titled 'Info-Abend am 09. Mai 2016'. The text of the post reads: 'Für Interessenten am berufsbegleitenden Master in Marketing Management (MMM) findet in Kürze eine Informationsveranstaltung am WiSo-Fachbereich der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg statt. Termin: Montag, 09. Mai 2016, 19.00 Uhr Ort: Raum 2.429, Lange Gasse 20, Nürnberg'.

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

# 5. Weitere Informationen zum Studiengang

## Lehrstuhl für Marketing

Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg

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



### Prof. Dr. Andreas Fürst

Inhaber des Lehrstuhls  
für Marketing  
Vorsitzender des  
MMM-Vorstands  
Tel. +49 911 5302 214  
Fax +49 911 5302 210  
[andreas.fuerst@fau.de](mailto:andreas.fuerst@fau.de) ✉



### Bettina Herrmann

Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Kundenberaterin MMM  
(telefonische Beratung nach  
Vereinbarung)  
Fax +49 911 5302 210  
[bettina.herrmann@fau.de](mailto:bettina.herrmann@fau.de) ✉



## WiSo-Führungskräfte-Akademie (WFA)

An-Institut der Universität Erlangen-Nürnberg, Klingenhofstraße 58, 90411 Nürnberg

► [www.wfa-akademie.de](http://www.wfa-akademie.de)



### Dietmar Bendheimer

Geschäftsführer WFA  
Kundenberater MMM  
Tel. +49 911 95 117 283  
Fax +49 911 95 117 289  
[bendheimer@wfa-akademie.de](mailto:bendheimer@wfa-akademie.de) ✉



### Thomas Nickoleit

Projektleitung Bildung  
Kundenberater MMM  
Tel. +49 911 95 117 291  
Fax +49 911 95 117 289  
[nickoleit@wfa-akademie.de](mailto:nickoleit@wfa-akademie.de) ✉



ausgezeichnet für innovative  
Bildungsangebote von



**VIELEN DANK UND WIR FREUEN UNS AUF IHRE BEWERBUNG!**