



# Berufsbegleitender Master-Studiengang in Marketing Management (MMM)

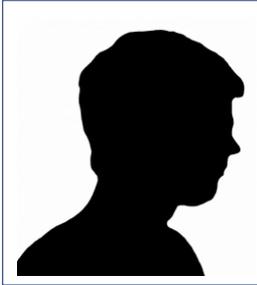
MIT SPEZIALISIERUNG IN MARKETING,  
VERTRIEB UND MARKTFORSCHUNG

Universität Erlangen-Nürnberg  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Nürnberg, 09.03.2017

- 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 ...*

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

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



**FAU Bachelor-Absolventin**

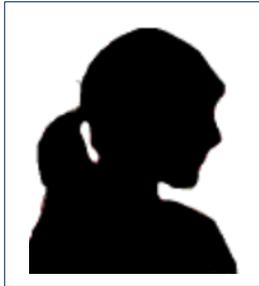
*„Um meine Arbeitsmarktchancen zu erhöhen,  
will ich auf jeden Fall einen Master machen ...*

*... 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?*

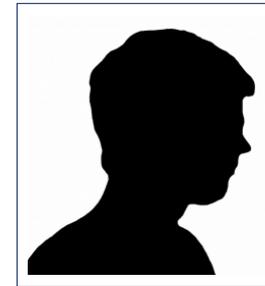
**Berufseinstieg + Master-Studium = Berufsbegleitendes Master-Studium**



**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.“*

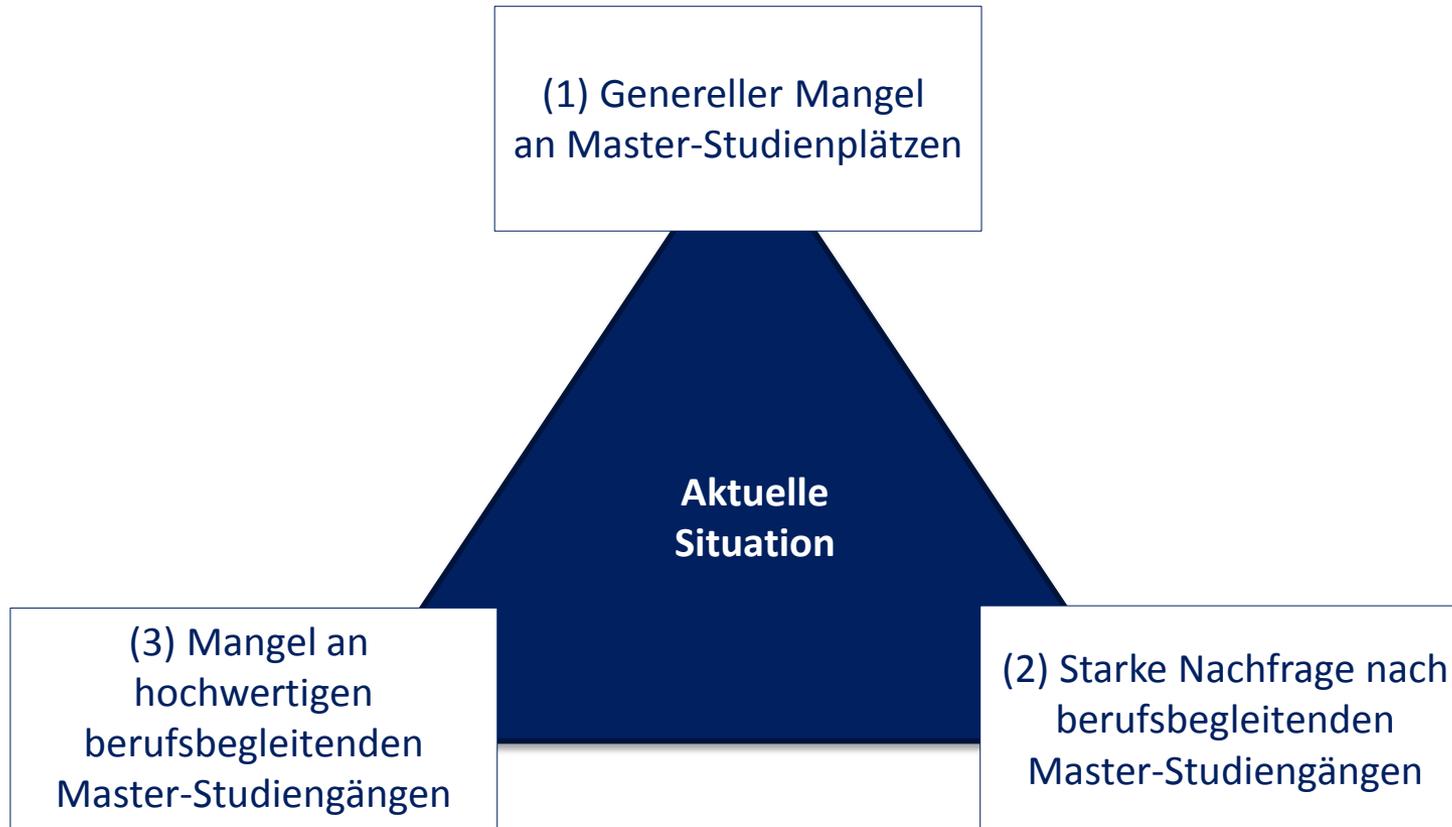


**Young Professional  
mit nicht-wirtschaftswissenschaftlichem  
Bachelor-/Master-Abschluss  
(„Quer-Einsteiger“)**

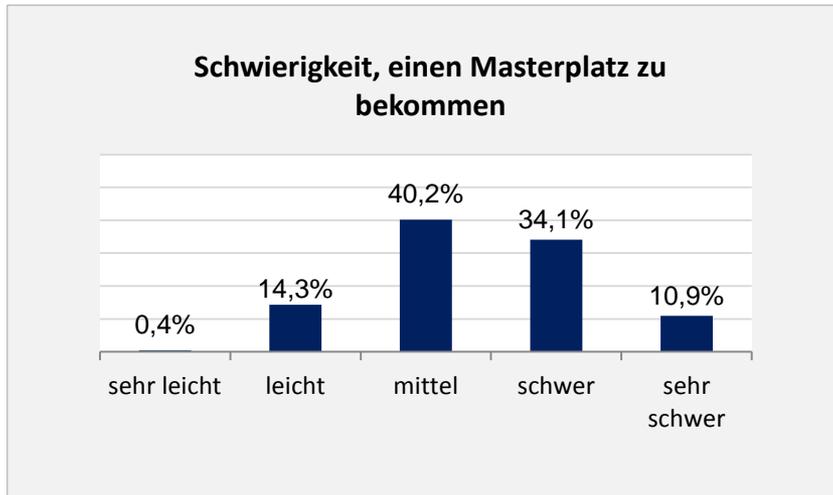
*„Vor kurzem bin ich in den Bereich  
Marketing, Vertrieb bzw. Marktforschung  
meiner Firma gewechselt.“*

*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

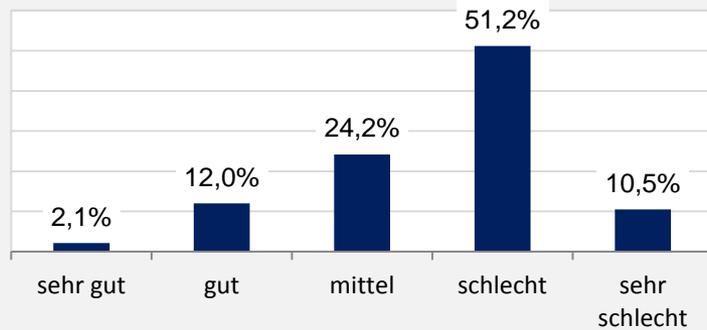


### Hauptgründe (für hohe Schwierigkeit)

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

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

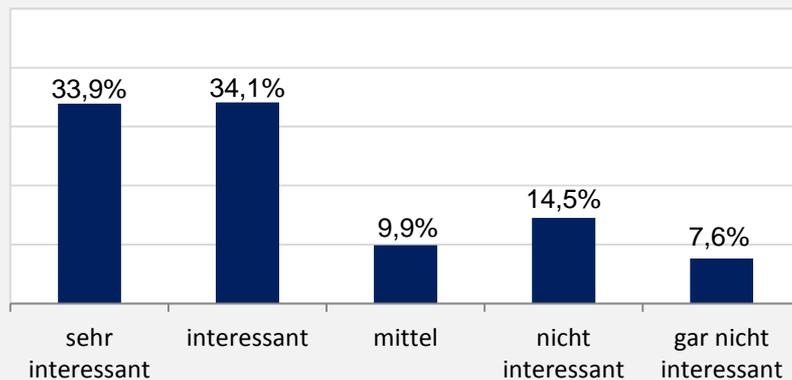
**Arbeitsmarktchancen mit Bachelor-Abschluss (i.V.z. Master)**



### Hauptgründe (für Master)

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

**Interesse an berufsbegleitendem Master**



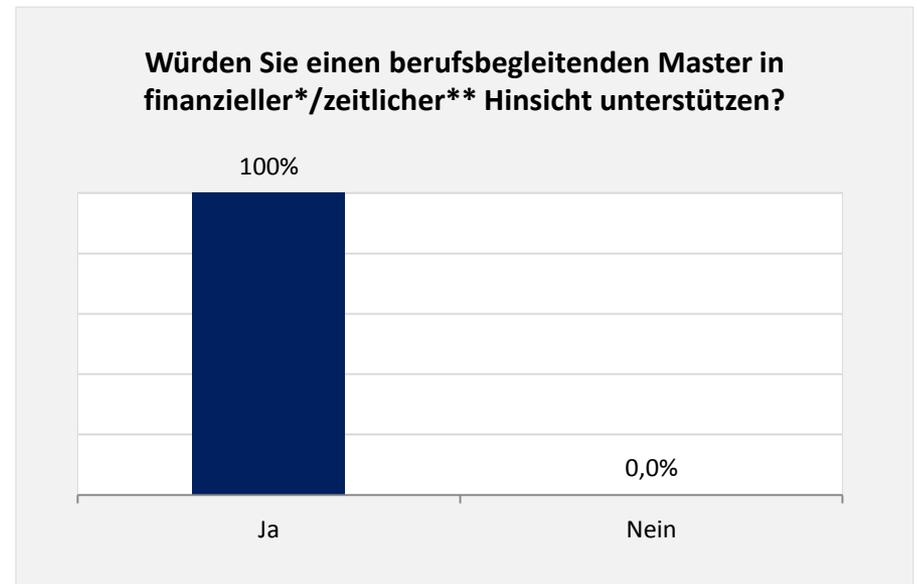
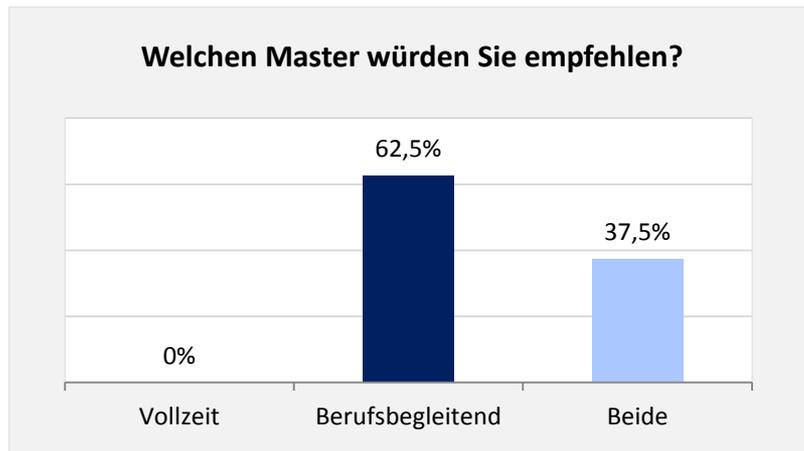
→ Insb. für den Bereich Marketing/Vertrieb

### 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



*„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.“*

**Herbert Hainer**

ehem. Vorsitzender des Vorstands, adidas 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.“*

**Bernhard Maier**

ehem. Mitglied des Vorstands Vertrieb und Marketing,  
Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG



*„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.“*

**Dr. Gerhard Hausruckinger**

Sprecher des Vorstands und CCO, GfK SE



*„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.“*

**Ralf-Michael Franke**

CEO der Drive Technologies Division,  
Siemens AG

## 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

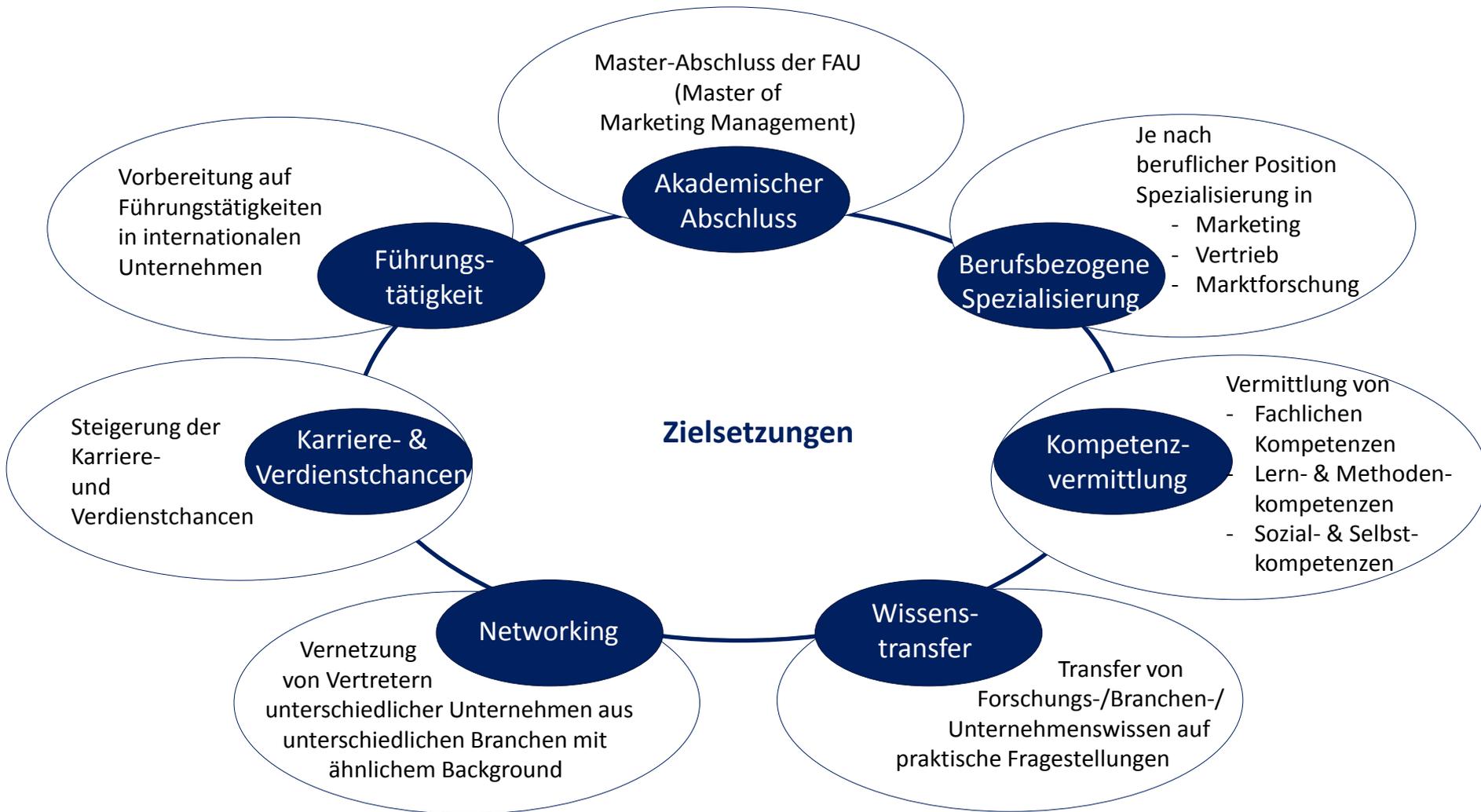
	<i>Vollzeit-Master</i>		<i>Berufsbegleitender Master</i>	
	Fall 1: Einkünfte ohne Arbeit neben Studium *	Fall 2: Einkünfte mit Arbeit neben Studium *	Einkünfte nach Berufseinstieg (nach Steuern) **	Beitrag für Studiengang (nach Steuern) ***
WS 16/17	-	3.000 €	12.000 €	2.625 €
SS 17	-	3.000 €	12.000 €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

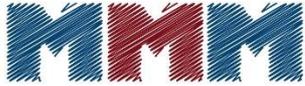
## 2. Konzept des Studiengangs



## 2. Konzept des Studiengangs



# 2. Konzept des Studiengangs



## 1. Semester MMM

Oktober		November		Dezember		Januar		Februar		März	
1 Sa	V	1 Di	Allerheiligen	S	1 Do	Neujahr	V,S	1 Mi		1 Mi	V, S
2 So	V	2 Mi		S	2 Fr	Marketing- und Vertriebsstrategie II	V,S	2 Do		2 Do	V, S
3 Mo	Tag der Deutschen Einheit	3 Do		S	3 Sa		V,S	3 Fr	Produkt- u. Innovationsmgt. IV	3 Fr	V, S
4 Di	V	4 Fr		S	4 So		V,S	4 Sa		4 Sa	V
5 Mi	V	5 Sa			5 Mo		V,S	5 So		5 So	V
6 Do	V	6 So			6 Di		V,S	6 Mo		6 Mo	V
7 Fr	Vertriebs- und Preisgmt. I	7 Mo			7 Mi			7 Di		7 Di	V
8 Sa	V	8 Di			8 Do	Marketing- und Vertriebsstrategie III		8 Mi		8 Mi	V
9 So	V	9 Mi			9 Fr			9 Do		9 Do	V
10 Mo	V	10 Do			10 Sa			10 Fr		10 Fr	V
11 Di	V	11 Fr	Vertriebs- und Preisgmt. III		11 So			11 Sa		11 Sa	V
12 Mi	V	12 Sa			12 Mo			12 So		12 So	V
13 Do	V	13 So			13 Di		Produkt- u. Innovationsmgt. I	13 Mo	V	13 Mo	V
14 Fr	Vertriebs- und Preisgmt. II	14 Mo			14 Mi			14 Di	V	14 Di	V
15 Sa	V	15 Do			15 Do			15 Mi	V	15 Mi	V
16 So	V	16 Mi			16 Fr	Marketing- und Vertriebsstrategie IV		16 Do	V	16 Do	V
17 Mo	V	17 Do			17 Sa			17 Fr	Kommunikationsmanagement I	17 Fr	V
18 Di	V	18 Fr	Vertriebs- und Preisgmt. IV		18 So			18 Sa	V	18 Sa	V
19 Mi	V	19 Sa			19 Mo			19 So	V	19 So	V
20 Do	V	20 So			20 Di		Produkt- u. Innovationsmgt. II	20 Mo	V	20 Mo	V
21 Fr	Marketing- und Vertriebsstrategie I	21 Mo			21 Mi			21 Di	V	21 Di	V
22 Sa	V	22 Do			22 Do			22 Mi	V	22 Mi	V
23 So	V	23 Mi			23 Fr			23 Do	V	23 Do	V
24 Mo	V	24 Do			24 Sa		V,S	24 Di	Kommunikationsmanagement II	24 Fr	V
25 Di	V	25 Fr			25 So	1. Weihnachtsfeiertag	V,S	25 Mi	V	25 Sa	V
26 Mi	V	26 Sa			26 Mo	2. Weihnachtsfeiertag	V,S	26 Do	V	26 So	V
27 Do	V	27 So			27 Di		V,S	27 Fr	Produkt- u. Innovationsmgt. III	27 Mo	V,S
28 Fr	V	28 Mo			28 Mi		V,S	28 Sa		28 Di	V
29 Sa	V	29 Do			29 Do		V,S	29 So	Beginn des Praxis-Modul-Berichts	28 Di	V,S
30 So	V	30 Mi			30 Fr		V,S	30 Mo		30 Do	V
31 Mo	S	31 Sa			31 Sa		V,S	31 Di		31 Fr	V

**Legende:**

V = vorlesungsfreie Zeit (FAU)

S = Schulferien Bayern

= Sonn- und Feiertag

= Pflichtveranstaltung

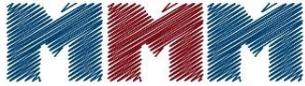
**Studienzeiten:**

Freitags 15:00-20:00 Uhr

Samstags 08:00-14:00 Uhr



# 2. Konzept des Studiengangs



## 2. Semester MMM

April		Mai		Juni		Juli		August		September		
1 Sa		1 Mo	Tag der Arbeit	1 Do		1 Sa	Kontext I	1 Di		V, S	1 Fr	V, S
2 So		2 Di		2 Fr	Verkauf und Key-Account-Mgt. II	2 So		2 Mi		V, S	2 Sa	V, S
3 Mo		3 Mi		3 Sa		3 Mo		3 Do		V, S	3 So	V, S
4 Di		4 Do		4 So		4 Di		4 Fr		V, S	4 Mo	V, S
5 Mi		5 Fr	Kundenbeziehungs-Mgt. u. CRM III	5 Mo	Pfingstmontag	5 Mi		5 Sa		V, S	5 Di	V, S
6 Do		6 Sa		6 Di		6 Do		6 So		V, S	6 Mi	V, S
7 Fr	Kundenbeziehungs-Mgt. u. CRM I	7 So		7 Mi		7 Fr	Marketing u. Vertrieb i. intern.	7 Mo		V, S	7 Do	V, S
8 Sa		8 Mo		8 Do		8 Sa	Kontext II	8 Di		V, S	8 Fr	V, S
9 So		9 Di		9 Fr		9 So		9 Mi		V, S	9 Sa	V, S
10 Mo		10 Mi		10 Sa		10 Mo		10 Do		V, S	10 So	V, S
11 Di		11 Do		11 So		11 Di		11 Fr		V, S	11 Mo	V, S
12 Mi		12 Fr	Kundenbeziehungs-Mgt. u. CRM IV	12 Mo		12 Mi		12 Sa		V, S	12 Di	V
13 Do		13 Sa		13 Di		13 Do		13 So		V, S	13 Mi	V
14 Fr	Karfreitag	14 So		14 Mi		14 Fr	Marketing u. Vertrieb i. intern.	14 Mo		V, S	14 Do	V
15 Sa		15 Mo		15 Do	Fronleichnam	15 Sa	Kontext III	15 Di		V, S	15 Fr	V
16 So		16 Di		16 Fr		16 So		16 Mi		V, S	16 Sa	V
17 Mo	Ostermontag	17 Mi		17 Sa		17 Mo		17 Do		V, S	17 So	V
18 Di		18 Do		18 So		18 Di		18 Fr		V, S	18 Mo	V
19 Mi		19 Fr	Verkauf und Key-Account-Mgt. I	19 Mo		19 Mi		19 Sa		V, S	19 Di	V
20 Do		20 Sa		20 Di		20 Do		20 So		V, S	20 Mi	V
21 Fr		21 Mo		21 Mi		21 Fr	Marketing u. Vertrieb i. intern.	21 Mo		V, S	21 Do	V
22 Sa		22 Do		22 So		22 Sa	Kontext IV	22 Di		V, S	22 Fr	V
23 So		23 Di		23 Fr	Verkauf und Key-Account-Mgt. IV	23 So		23 Mi		V, S	23 Sa	V
24 Mo		24 Mi		24 Sa		24 Mo		24 Do		V, S	24 So	V
25 Di		25 Do	Himmelfahrt	25 So		25 Di		25 Fr		V, S	25 Mo	V
26 Mi		26 Fr	Verkauf und Key-Account-Mgt. II	26 Mo		26 Mi		26 Sa		V, S	26 Di	V
27 Do		27 Sa		27 Di		27 Do		27 So		V, S	27 Mi	V
28 Fr	Kundenbeziehungs-Mgt. u. CRM II	28 Mo		28 Mi		28 Fr		28 Mo		V, S	28 Do	V
29 Sa		29 Do		29 So		29 Sa		29 Di	S	V, S	29 Fr	V
30 So		30 Di		30 Fr	Marketing u. Vertrieb i. intern.	30 So		30 Mi	S	V, S	30 Sa	Abgabe des Praxis-Modul-Berichts
		31 Mi				31 Mo		31 Do	S	V, S		

Legende:  
 V = vorlesungsfreie Zeit (FAU)      = Sonn- und Feiertag  
 S = Schulferien Bayern              = Pflichtveranstaltung

Studienzeiten:  
 Freitags 15:00-20:00 Uhr  
 Samstags 08:00-14:00 Uhr

# 2. Konzept des Studiengangs



## 3. Semester MMM

Oktober		November		Dezember		Januar		Februar		März	
1 So	V	1 Mi	Allerheiligen	S	1 Fr	Marketing-Seminar/Vertriebs-Seminar	1 Mo	Neujahr	V,S	1 Do	V
2 Mo	V	2 Do		S	2 Sa	Kick Off Veranstaltung	2 Di		V,S	2 Fr	V
3 Di	Tag der Deutschen Einheit	3 Fr		S	3 So		3 Mi		V,S	3 Sa	V
4 Mi		4 Sa			4 Mo		4 Do		V,S	4 So	V
5 Do		5 So			5 Di		5 Fr		V,S	5 Mo	V
6 Fr		6 Mo			6 Mi		6 Sa	Drei Könige	V	6 Di	V
7 Sa		7 Di			7 Do		7 So			7 Mi	V
8 So		8 Mi			8 Fr		8 Mo			8 Do	V
9 Mo		9 Do			9 Sa		9 Di			9 Fr	V
10 Di		10 Fr	Markenmanagement II		10 So		10 Mi			10 Sa	Marketing- und Vertriebs-Seminar
11 Mi		11 Sa			11 Mo		11 Do			11 So	V
12 Do		12 So			12 Di		12 Fr			12 Mo	V,S
13 Fr		13 Mo			13 Mi		13 Sa			13 Di	V
14 Sa		14 Di			14 Do		14 So			14 Mi	V
15 So		15 Mi			15 Fr		15 Mo			15 Do	V
16 Mo		16 Do			16 Sa		16 Di			16 Fr	Präsentation
17 Di		17 Fr			17 So		17 Mi			17 Sa	Marketing- und Vertriebs-Seminar
18 Mi		18 Sa			18 Mo		18 Do			18 So	V
19 Do		19 So			19 Di		19 Fr			19 Mo	V
20 Fr		20 Mo			20 Mi		20 Sa			20 Di	V
21 Sa		21 Di			21 Do		21 So			21 Mi	V
22 So		22 Mi			22 Fr		22 Mo			22 Do	V
23 Mo		23 Do			23 Sa		23 Di			23 Fr	V
24 Di		24 Fr	Markenmanagement III		24 So		24 Mi			24 Sa	V
25 Mi		25 Sa			25 Mo	1. Weihnachtsfeiertag	25 Do			25 So	V
26 Do		26 So			26 Di	2. Weihnachtsfeiertag	26 Fr			26 Mo	V,S
27 Fr	Markenmanagement I	27 Mo			27 Mi		27 Sa			27 Di	V
28 Sa		28 Di			28 Do		28 So			28 Mi	Beginn des Praxis-Modul-Berichts
29 So		29 Mi			29 Fr		29 Mo			29 Do	V,S
30 Mo		30 Do			30 Sa		30 Di			30 Fr	Karfreitag
31 Di	Reformationstag	31 So			31 Mo		31 Mi			31 Sa	Abgabe des Praxis-Modul-Berichts

**Legende:**  
 V = vorlesungsfreie Zeit (FAU)  
 S = Schulferien Bayern  
 [grey box] = Sonn- und Feiertag  
 [blue box] = Pflichtveranstaltung

**Studienzeiten:**  
 Freitags 15:00-20:00 Uhr  
 Samstags 08:00-14:00 Uhr

# 2. Konzept des Studiengangs

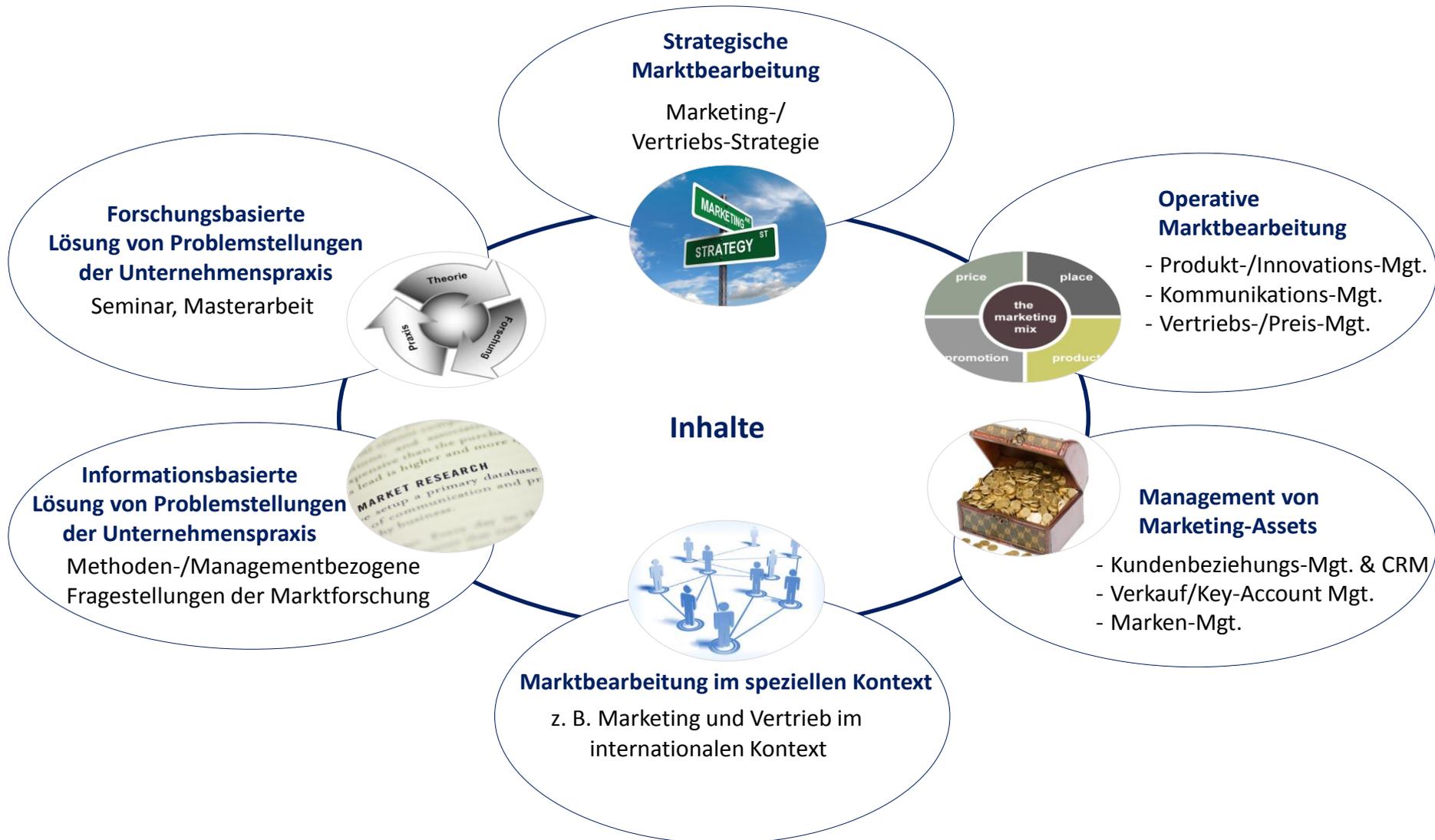


## 4. Semester MMM

April		Mai		Juni		Juli		August		September		
1 So	Beginn der Masterarbeit	V, S	1 Di	Tag der Arbeit		S	1 So		1 Mi	V, S	1 Sa	V, S
2 Mo	Ostermontag	V, S	2 Mi			S	2 Mo		2 Do	V, S	2 So	V, S
3 Di		V, S	3 Do				3 Di		3 Fr	V, S	3 Mo	V, S
4 Mi		V, S	4 Fr				4 Mi		4 Sa	V, S	4 Di	V, S
5 Do		V, S	5 Sa				5 Do		5 So	V, S	5 Mi	V, S
6 Fr		V, S	6 So				6 Fr		6 Mo	V, S	6 Do	V, S
7 Sa		S	7 Mo				7 Sa		7 Di	V, S	7 Fr	V, S
8 So			8 Di				8 So		8 Mi	V, S	8 Sa	V, S
9 Mo			9 Mi				9 Mo		9 Do	V, S	9 So	V, S
10 Di			10 Do	Himmelfahrt			10 Di		10 Fr	V, S	10 Mo	V, S
11 Mi			11 Fr				11 Mi		11 Sa	V, S	11 Di	V
12 Do			12 Sa				12 Do		12 So	V, S	12 Mi	V
13 Fr			13 So				13 Fr		13 Mo	V, S	13 Do	V
14 Sa			14 Mo				14 Sa		14 Di	V, S	14 Fr	V
15 So			15 Di				15 So		15 Mi	V, S	15 Sa	V
16 Mo			16 Mi				16 Mo	V	16 Do	V, S	16 So	V
17 Di			17 Do				17 Di	V	17 Fr	V, S	17 Mo	V
18 Mi			18 Fr				18 Mi	V	18 Sa	V, S	18 Di	V
19 Do			19 Sa				19 Do	V	19 So	V, S	19 Mi	V
20 Fr			20 So				20 Fr	V	20 Mo	V, S	20 Do	V
21 Sa			21 Mo	Pfingstmontag			21 Sa	V	21 Di	V, S	21 Fr	V
22 So			22 Di		S		22 So	V	22 Mi	V, S	22 Sa	V
23 Mo			23 Mi		S		23 Mo	V	23 Do	V, S	23 So	V
24 Di			24 Do		S		24 Di	V	24 Fr	V, S	24 Mo	V
25 Mi			25 Fr		S		25 Mi	V	25 Sa	V, S	25 Di	V
26 Do			26 Sa		S		26 Do	V	26 So	V, S	26 Mi	V
27 Fr			27 So		S		27 Fr	V	27 Mo	V, S	27 Do	V
28 Sa			28 Mo		S		28 Sa	V	28 Di	V, S	28 Fr	V
29 So			29 Di		S		29 So	V	29 Mi	V, S	29 Sa	V
30 Mo			30 Mi		S		30 Mo	V, S	30 Do	V, S	30 So	V
			31 Do	Fronleichnam	S		31 Di	Abgabe der Masterarbeit	V, S	31 Fr		V

**Legende:**  
 V = vorlesungsfreie Zeit (FAU)  
 S = Schulferien Bayern  
 = Sonn- und Feiertag  
 = Pflichtveranstaltung

**Studienzeiten:**  
 Freitags 15:00-20:00 Uhr  
 Samstags 08:00-14:00 Uhr





## 3. INSTITUTIONEN UND PERSONEN IM STUDIENGANG



## Inhaltliche Verantwortung

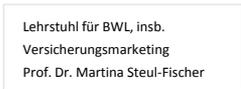
**Prof. Dr. Andreas Fürst**

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**

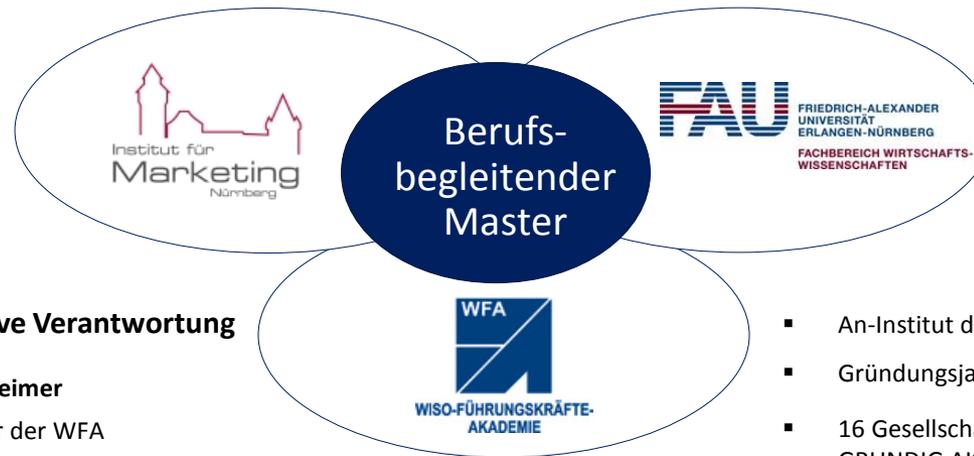
Mitglied des Prüfungsausschusses

Weiterbildungsbeauftragter der Fakultät



**Christian Zens**

Universitätskanzler



## 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

#### Feierliche Verabschiedung der Absolventen im Hirsvogelsaal des Tucherschlosses:





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

- **Gesamtzahl:** 34
- **Frauenanteil:** 59%
- **Alter:** im Durchschnitt 25 Jahre
- **Wohnort:** Bayern, Baden-Württemberg
- **Branchen:** Automobilindustrie, Bildung, Chemie, Dienstleistungen, Elektronik Einzelhandel, Elektrotechnik, Gesundheitswesen, Großhandel, Logistik, Marketingagentur, Marktforschung, Medienbranche, Medizintechnik, Pharmazie, Sportausrüster, Unternehmensberatung, Versicherung
- **Vertiefungsrichtung:** 59% Marketing und 41% 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**

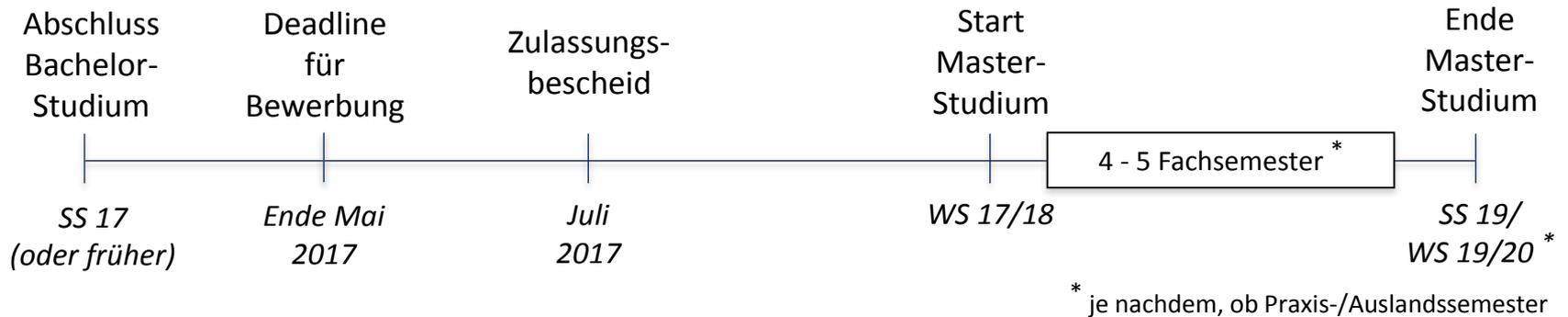


**Prof. Dr. Björn Ivens**  
Otto-Friedrich-Universität Bamberg  
Fakultät Sozial- und Wirtschaftswissenschaften  
Lehrstuhl für Marketing  
Feldkirchenstrasse 21  
96045 Bamberg  
Raum-Nr. F02.26  
[bjoern.iven@uni-bamberg.de](mailto:bjoern.iven@uni-bamberg.de)  
<http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/>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

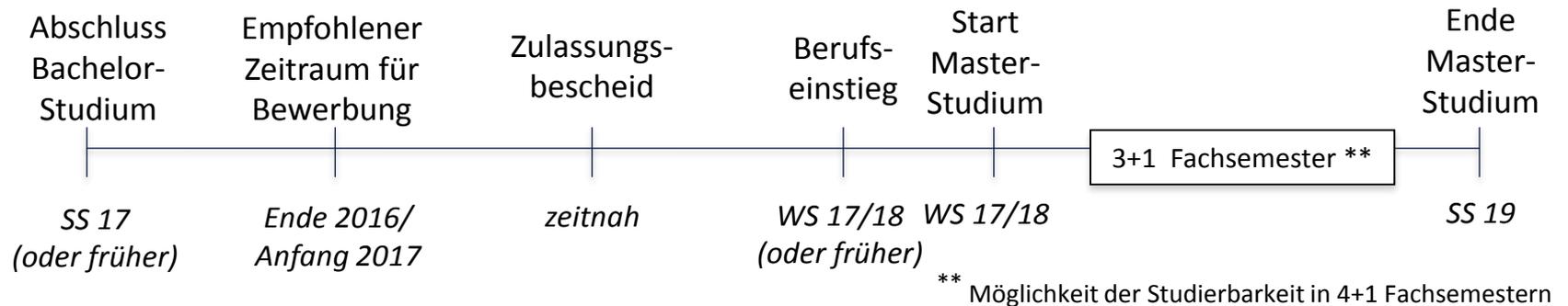
## 4. BEWERBUNGS- UND ZULASSUNGSVERFAHREN DES STUDIENGANGS

# 4. Bewerbungs- und Zulassungsverfahren des Studiengangs

## Vollzeit-Master



## Berufsbegleitender Master



### ▪ **Bewerbungsverfahren**

- Zeitlich flexible Bewerbung (spätestens einige Monate vor Studienbeginn)
- Bewerbungsschluss für MMM Class IV (2017-2019): **15. Juni 2017**
- 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

### Early Bird Bewerberslot

Alle Bewerbungen, die bis zum **31. März 2017** eingehen, werden noch für die Auswahlgespräche im April 2017 berücksichtigt.



## 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

facebook

MMM  
MASTERSTUDIENGANG  
MARKETING MANAGEMENT

Berufsbegleitendes  
Master-Studium  
– Marketing,  
Vertrieb,  
Marktforschung

@MasterinMMM

Startseite  
Info  
Fotos  
Bewertungen  
„Gefällt mir“-Angaben  
Veranstaltungen  
Beiträge  
Eine Seite erstellen

Tritt Facebook bei oder melde ...

Gefällt mir Nachricht senden Teilen Mehr

Jetzt anrufen

Bevorstehende Veranstaltungen Alle anzeigen

Hochschule und Universität  
in Nürnberg  
4.6 ★★★★★

Suche nach Beiträgen auf dieser Seite

PERSONEN

★★★★★  
1.513 „Gefällt mir“-Angaben

INFO

DEZ 8  
Info-Abend zum Master in Marketing Manage...  
Do 19:00 UTC+01 · Lange Gasse 20, Nürnberg, Raum 2...  
★ Interessiert  
10 Personen haben Interesse

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

MMM Berufsbegleitender  
Master-Studiengang in Marketing Management

Aktuelles

**Early Bird Bewerbungstermin**

Für alle, die gerne frühzeitig Planungssicherheit haben, gibt es unseren Early Bird Bewerbungstermin Bewerbungen, die bis zum 8. November eingereicht werden, können nach erfolgreicher Prüfung der Unterlagen noch für die Auswahlgespräche Mitte November berücksichtigt werden.

Weiterführende Informationen zum Thema „Bewerbung“ finden Sie [hier](#).

**Informationsveranstaltung am 8. Dezember**

Erfahren Sie alles Wissenswerte zu unserem MMM Programm, klären Sie offene Fragen im direkten Gespräch und gewinnen Sie einen persönlichen Eindruck im Rahmen unserer nächsten Informationsveranstaltung am 8. Dezember um 19 Uhr. Die Veranstaltung findet am WiSo-Fachbereich (Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg) in Raum 2.429 statt. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich. Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

QUICK FACTS

Studiengang

Organisatorisches

Bewerbung

Info anfordern

Kontakt

FAU FRIEDRICH-ALEXANDER  
UNIVERSITÄT  
ERLANGEN-NÜRNBERG  
RECHTS- UND WIRTSCHAFTS-  
WISSENSCHAFTLICHE FAKULTÄT

ACQUIN

Wissenschaftliche  
Weiterbildung  
Kontaktstelle für Wissens-  
und Technologieanbieter

[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)



**Eva Moosbrugger**  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Kundenberaterin MMM  
(telefonische Beratung nach  
Vereinbarung)  
Fax +49 911 5302 210  
✉ [eva.moosbrugger@fau.de](mailto:eva.moosbrugger@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)

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