

→ Studiengang im Überblick

Abschluss
Regelstudienzeit
Studienbeginn
Bewerbungsfrist
Studiengebühren
Teilzeitstudium
Akkreditierung
Besonderheiten

Master of Science
4 Semester
Wintersemester
15. Juli
keine
möglich
FIBAA
empirische Ausrichtung

**Hochschule für
Technik und Wirtschaft
des Saarlandes**
University of
Applied Sciences

**Fakultät für
Wirtschafts-
wissenschaften**
Business School

**wirtschafts
wissenschaften**
htw saar

Marketing Science
Master



Kontakt

Sekretariat
Wirtschaftswissenschaften

Campus Rotenbühl
Waldhausweg 14
66123 Saarbrücken

t +49 (0) 681 58 67-558
f +49 (0) 681 58 67-504
wiwi-sek@htwsaar.de

Studienplatzvergabe
Bewerbungsunterlagen
Studierendensekretariat
der htw saar

t +49 (0) 681 5867-115
f +49 (0) 681 5867-151
stud-sek@htwsaar.de

www.htwsaar.de/wiwi

→ Warum Marketing Science?

Die Marketing-Perspektive integriert die Kunden- und Wettbewerbssicht in die Unternehmensentscheidungen. Entsprechend beinhaltet das Marketing die Bandbreite von strategischen Fragestellungen im Sinne einer markt-orientierten Unternehmensführung über Segmentierungs- und Positionierungsentscheidungen bis hin zu Umsetzungsaspekten. Hierzu gehört die zielgruppenspezifische Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen genauso wie die der zugehörigen Vermarktungsinstrumente und -konzepte im nationalen und internationalen Kontext. Dabei ist sowohl für die Entscheidungsfindung im Management als auch für die Arbeit in der Marketingwissenschaft die Informationsbeschaffung und -analyse von besonderer Bedeutung.

Der Studiengang hat den Ausbau der fachlichen Kompetenzen auf Basis wissenschaftlicher Methodik zum Ziel, ohne dabei die Anwendungsorientierung zu vernachlässigen. Die Studierenden lernen, Zusammenhänge in den fachlichen Kontext einzuordnen und selbständig komplexe Probleme strukturiert zu analysieren sowie Lösungen methodisch fundiert zu erarbeiten. Der Studiengang bereitet auf die Übernahme anspruchsvoller Fach- und Führungsaufgaben in den Bereichen Marketing und Management in nahezu allen Wirtschaftszweigen vor.



Exkursionen und Unternehmensprojekte gehören genauso zum Studium wie Seminare und Fallstudien



Ausbau der fachlichen Marketing-Kompetenzen basierend auf wissenschaftlicher Methodik

Studium

Das viersemestrige Master-Studium baut auf einem ersten Hochschulabschluss und ggf. danach gewonnenen beruflichen Erfahrungen auf. Das Studium verfolgt folgende Ziele:

- Vertiefung von marketingspezifischem Fach- und Methodenwissen, insbesondere Ausbau der analytisch-quantitativen Kompetenzen.
- Erweiterung der wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse schwerpunktmäßig in den Bereichen Strategie und Projektmanagement.
- Anwendungsorientierung durch Fallstudien, Exkursionen, Seminare und Unternehmensprojekte.
- Stärkung der Teamfähigkeit und der sozialen Kompetenz.

Kollegium

Die studienrelevanten Inhalte werden von Professor(inn)en und Dozent(inn)en mit langjähriger Praxiserfahrung vermittelt. Der Studiengang profitiert ebenfalls von neuesten Forschungserkenntnissen durch die anwendungsbezogene Forschung und aktive Publikationstätigkeit der Lehrenden im Bereich Marketing. Die Lehrveranstaltungen werden durch Vorträge von Gastreferent(inn)en aus der Wirtschaft ergänzt, die Einblicke und Kontakte in die Praxis vermitteln.

Standort

Im Herzen Europas gelegen, vereint Saarbrücken deutsch-französisches Flair in einer geschichtsträchtigen Region mit der Dynamik einer Landeshauptstadt. Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften befindet sich im grünen Stadtteil Rotenbühl und ist gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Die Vielfalt der Studiengänge in einer service-orientierten Lernumgebung, die zahlreichen Kooperationen mit renommierten internationalen Hochschulen einerseits und innovativen Unternehmen andererseits garantieren eine inspirierende Atmosphäre zum Studieren.

Zulassungsvoraussetzungen

- Bachelor- oder Diplom-Abschluss mit wirtschaftswissenschaftlichen Inhalten und mindestens der Note 2,9
- Vorkenntnisse im Umfang von:
 - 15 ECTS-Punkten im Bereich Marketing (Marketing, Strategie, Marktforschung). Bei Nichterfüllung können bis zu 5 ECTS-Punkte im 1. Studienjahr nachgeholt werden.
 - 9 ECTS-Punkten im Bereich Mathematik/Statistik. Bei Nichterfüllung können bis zu 4 ECTS-Punkte im 1. Studienjahr nachgeholt werden.
- Nachweis über ausreichende Englischkenntnisse (upper intermediate level bzw. Stufe B2/C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens)

Studienverlauf

1. Semester

- Internationales Kaufverhalten
- Entscheidungstheorie
- Projektmanagement und Teamorganisation
- Quantitative Methoden
- Business English

2. Semester

- Marktforschung und Multivariate Analyse
- Sektorspezifisches Marketing
- Marketing-Projekt
- Finanzmanagement
- Wahlpflichtmodul I

3. Semester

- Internationales Markenmanagement
- Customer Relationship Management
- Marketing-Seminar
- Strategisches Management
- Wahlpflichtmodul II

4. Semester

- Master-Kolloquium
- Master-Abschlussarbeit
- Wahlpflichtmodul III