

Hochschule  
München  
University of  
Applied Sciences

Fakultät für  
Betriebswirtschaft

# Marketing Management



**FIBAA**  
akkreditiert

# H M M

# Inhalt

Hochschule München	3
Marketing Management – zentraler Erfolgsfaktor	5
Stimmen von Alumni	6
Karrieremöglichkeiten	7
Praxisprojekte & Exkursionen	8
Studienstruktur	9
Studienmodule	10
Dozentinnen und Dozenten	15
Kompetenzförderung	17
Auslandsaufenthalt	18
Akademischer Grad	18
Zulassungsvoraussetzungen	19
Wichtige Termine	19
Kontakt	20

# Hochschule München

Die Hochschule München ist die größte Hochschule für angewandte Wissenschaften des Freistaats Bayern und eine der größten ihrer Art in Deutschland. Ein vielseitiges Studienangebot, das effizient organisierte Studium und der persönliche Kontakt zu den Professorinnen und Professoren machen die Hochschule München zu einer stark begehrten Hochschule. Zurzeit werden über 85 Bachelor- und Masterstudiengänge angeboten. Rund 1.250 Professor:innen und Lehrbeauftragte sowie ca. 675 Mitarbeiter:innen betreuen rund 18.900 Studierende.



Hochschule München, Lothstrasse 64

Die Hochschule München ist lokal und international ausgezeichnet vernetzt. Dies zeigt sich zum Beispiel in der Vielzahl an Unternehmen, mit denen wir in engem Kontakt stehen – sei es durch Praxisangebote für die Studierenden aus der Wirtschaft oder Kooperationen in der angewandten Forschung. Auch mit anderen Hochschulen kooperieren wir auf deutscher und internationaler Ebene – von Hochschulnetzwerken wie UAS7 oder EUA bis hin zu etwa 250 Einzelkooperationen mit Hochschulen aus aller Welt. Dies ermöglicht einen intensiven Austausch von Studierenden, Dozentinnen und Dozenten und Forscherinnen und Forschern sowie einen Dialog über Methoden und internationale Trends in Lehre und Forschung.

# Fakultät für Betriebswirtschaft

Die Fakultät für Betriebswirtschaft gehört mit über 2.000 Studierenden, rund 50 Professorinnen und Professoren sowie ca. 70 Lehrbeauftragten zu den größten betriebswirtschaftlichen Fakultäten in Deutschland und kann somit ein attraktives und einzigartig vielseitiges Angebot in Lehre und Forschung bieten. In Hochschul-Rankings wie z. B. dem Ranking der Wirtschaftswoche, das auf regelmäßigen Befragungen der Wirtschaft basiert, liegt die Fakultät für Betriebswirtschaft seit Jahren unter den TOP 5 in Deutschland.

Studieren am Campus Pasing unserer Hochschule bedeutet studieren in einer Weltstadt, aber dennoch im Grünen. Gemeinsam mit der Fakultät für angewandte Sozialwissenschaften befindet sich die Fakultät für Betriebswirtschaft direkt am Pasinger Stadtpark. Mit einer Kombination aus alten und modernen Bauten bietet sich so eine besondere Umgebung und Atmosphäre zum Studieren. Der Campus verfügt über eine Bibliothek, eine Mensa und ein Studierendencafé. Der Stadtteil Pasing liegt im Südwesten Münchens und ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln (S-Bahn, Bus) gut zu erreichen.



Hochschule München, Campus Pasing

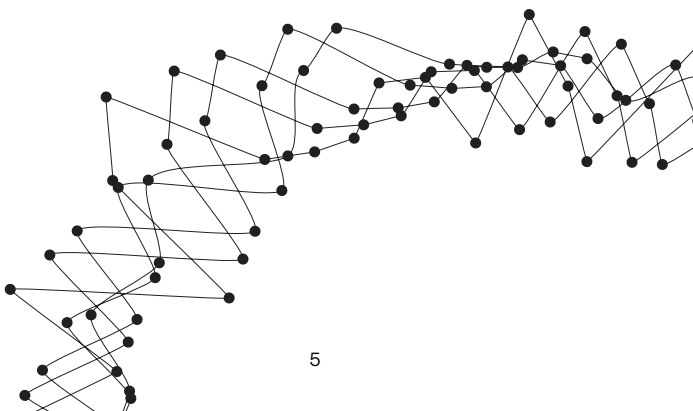
# Marketing Management – zentraler Erfolgsfaktor

Wie in einer Zeit der höchsten Marktdynamik und Volatilität – geprägt durch Globalisierung und gleichzeitig Lokalisierung, durch die Digitalisierung und die Dringlichkeit der Integration sozialer, ökonomischer und ökologischer Nachhaltigkeit – Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle mit Kunden- und Gesellschaftsmehrwert entwerfen, umsetzen und vermarkten?

Was für eine anspruchsvolle und für unser aller Zukunft entscheidende Aufgabe! Sie haben die Chance, die aktuellen und zukünftigen Leistungen von Unternehmen markt- und gesellschaftsgerecht, d.h. entsprechend den Anforderungen an Nachhaltigkeit, Digitalisierung, „GLokalisierung“, Kunden- Value-Add und auch Profitabilität zu gestalten und zu vermarkten. Hierzu bedarf es analytischer, konzeptioneller, technologischer und empathischer Fähigkeiten.

Der Master Marketing Management bereitet Sie auf diese Aufgaben vor und stattet Sie mit dem dafür benötigten Know-How und den Fähigkeiten zur praktischen Umsetzung aus. Wir greifen die genannten Themen in unserem Programm interaktiv gestalteter Lehrveranstaltungen zusammen mit Unternehmenspartnern aus unterschiedlichsten Branchen auf und reflektieren wissenschaftliche Erkenntnisse in der Praxis.

Bewerben Sie sich für den Master Marketing Management an der Hochschule München. Ihre Dozentinnen und Dozenten des Marketing-Teams freuen sich, Sie kennenzulernen.



# Stimmen von Alumni



„Durch die abwechslungsreichen Projekte mit Unternehmen aus diversen Branchen und die Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Teams bietet der Masterstudiengang Marketing Management an der HM ideale Einblicke in die Praxis. Dadurch konnte ich von Anfang an vor allem die konzeptionellen Fähigkeiten und strategischen Denkstrukturen in meinen persönlichen Arbeitsalltag als Marketing Kommunikationsmanagerin einbringen, die mir durch das Masterstudium vermittelt wurden.“

Michaela Baumann, Marketing Communications Manager, Rohde & Schwarz



„Der praxisnahe und vielseitige Master im Marketing Management an der Hochschule München bietet einen perfekten Grundstein für den Berufseinstieg in verschiedensten Industrien. Gemeinsam konnten wir mit globalen Unternehmen aus zahlreichen Branchen an echten Problemstellungen aus der Praxis arbeiten und hierbei unser theoretisches Wissen gezielt anwenden sowie vertiefen.“

Philipp Derenthal, Global Alliances Associate, ProGlove (Workaround GmbH)



„Dank des praxisbezogenen Studienkonzepts, welches sich durch eine Zusammenarbeit mit renommierten Unternehmen in Form von sehr konkreten Vermarktungsprojekten auszeichnet, habe ich gelernt, mich mit verschiedenen Problemstellungen im modernen Marketing auseinanderzusetzen. Somit kann ich behaupten, dass der Master Studiengang Marketing Management die perfekte Vorbereitung auf meine berufliche Zukunft war.“

Stefanie Kirschner, Digital Marketing Consultant Cloudbridge Consulting GmbH



„Der Studiengang Marketing Management hat mich durch die ausgeprägte Praxisorientierung optimal auf meinen Berufseinstieg vorbereitet. Vor allem die Tatsache, dass die meisten Professorinnen und Professoren und Lehrbeauftragten selber in der Wirtschaft bei namhaften Unternehmen tätig waren – oder es bis heute sind –, hat die Vorlesung extrem aktuell und realitätsnah gemacht.“

Tobias Weber, Head of Global Entertainment Marketing bei BMW

# Karrieremöglichkeiten



Präsentation von Projektergebnissen auf der BAUMA

In einer durch die Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit geprägten und global vernetzten Welt mit höchster Marktdynamik stellen Expertinnen und Experten im Bereich Marketing Management einen zentralen Erfolgsfaktor für jegliche Unternehmen dar. Als Absolventinnen und Absolventen unseres Masterstudiums ergeben sich für Sie interessante Perspektiven u. a. in folgenden kundennahen Tätigkeitsfeldern:

- Product Manager
- Key Account Manager
- Sales Manager
- Markt- & Mediaforscher
- Campaign Manager
- Business Development Manager
- Brand Manager
- Social Media Manager
- Online Marketing Manager
- E-Commerce Manager
- SEO Manager & Analyst
- Content Marketing Manager

# Kooperationsprojekte & Exkursionen

Viele der Studienmodule werden in Kooperation mit Großunternehmen, KMUs oder Start-ups aus verschiedenen Branchen durchgeführt. Hierdurch werden die theoretischen Studieninhalte direkt in Praxisprojekten angewandt und umgesetzt.



Projektabschluss und Exklursion zu einem Partnerunternehmen

Exkursionen in/um München sowie ins Ausland sollen helfen, umfassendere Erfahrungswerte in direktem Austausch mit Unternehmensvertreterinnen und -vertretern zu gewinnen (Exkursionen können Voraussetzungen für die Zulassung zu Prüfungen sein). (Auslands-) Exkursionen können verpflichtend sein und zu Reisekosten von insgesamt bis zu € 500 pro Semester führen.



Exkursion & Projekt Briefing bei einem Partnerunternehmen



# Studienstruktur

Studienmodul	Prüfungsleistungen	ECTS	SWS
<b>1. Studiensemester</b>			
Economic Analysis of Countries and Markets	schrP o. ModA	5	4
Communication Management and Concept Development	ModA	5	4
Project Study: Strategic Marketing & Technology Management in B2B Industries	ModA	5	4
Digital Commerce	ModA	5	4
Marketing Research Methods and Projects	ModA	5	4
Digital & Sustainable Consumer Behaviour Analysis	ModA	5	4
<b>2. Studiensemester</b>			
Leadership and Change Management	ModA	5	4
Brand Management	ModA	5	4
Cross-cultural Management and Negotiation	ModA o. Präs	5	4
Marketing Decisions & Financial Impacts	ModA	5	4
Sales and Key Account Management for Industrial Goods and Services	ModA o. schrP + ModA	5	4
Customer Relationship Management	ModA o. schrP	5	4
<b>3. Studiensemester</b>			
Sustainable New Business Development, Product Management and Innovation Management	ModA	5	4
Research Project: International Marketing Management	ModA	5	4
Master's Thesis and Oral Defense	MA, Präs	20	2

schrP=Schriftliche Prüfung,  
 ModA=Modularbeit, Präs=Präsentation  
 MA=Masterarbeit  
 Änderungen vorbehalten



Modulvorlesung am Campus Pasing

## Studienmodule

Das Lehrangebot umfasst die modernen Methoden und Instrumente des Marketing Managements:

- Strategisches Marketing
- Markt- und Konsumentenforschung & Data Analytics
- Methoden des Innovationsmanagement und der nachhaltigen Produktentwicklung
- Strategien und operative Maßnahmen des internationalen und globalen Marketings
- E-Commerce & Multi-Channel-Distribution
- Integriertes Vertriebs- & Technologiemanagement
- CRM- und Kundenmanagement
- Marketingkommunikation & Brand Management
- Nachhaltigkeitsmarketing.

Hierbei werden die Besonderheiten einzelner Branchen sowohl im Business-to-Consumer als auch im Business-to-Business Bereich beleuchtet: von Handels- und Dienstleistungsunternehmen, über Luxus- und Modeunternehmen, hin zu IT-Unternehmen, Industrie und verarbeitendem Gewerbe sowie Medienunternehmen, Marktforschungsunternehmen, Werbeagenturen und Beratungen.

Die Themenbereiche werden im Kontext ihrer Anwendung für Großunternehmen, KMUs und Start-ups reflektiert und vor dem Hintergrund aktueller Praxiserfahrungen der Dozentinnen und Dozenten analysiert und diskutiert.



Masterstudierende Marketing Management Studienbeginn WS 2022/23

## Beispiel Studienmodul: Brand Management

- Nach dem Besuch dieser Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, ausgewählte Themenbereiche des Markenmanagements auf eine aktuelle Problemstellung hin anzuwenden und konzeptionelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten
- Sie verstehen die grundlegenden Wirkungsmechanismen erfolgreicher Markenführung und kennen die methodischen Ansätze der Markenforschung
- Im Rahmen eines mehrstufigen Projektprozesses (Marken-Lernwerkstatt) werden zielbezogenen Problemlösungen in Kleingruppen erarbeitet und reflektiert
- Selbständige Recherchen und qualitative/quantitative Analysen von Zielgruppen, Markenidentitäten, Markenwebsites, Marken-Kontaktpunkten und markenbezogener Social Media-Kommunikation
- Konzipierung und Umsetzung empirischer Forschungsprojekte z.B. zur Messung des Markennutzens, des Markenimages oder der Markenstärke

# Beispiel Studienmodul: Marketing Research Methods and Projects

- Es werden verschiedene quantitative Ansätze in der Marktforschung vorgestellt (multivariate Verfahren, entscheidungs- und spieltheoretische Ansätze usw.)
- Einsatz quantitativer Marktforschungsmethoden im Rahmen von Marketing-Anwendungen
- Praxisnahe und eingehende Vertiefung der behandelten Methoden anhand von Fallstudien



Gruppenarbeit im Modul CRM

# Beispiel Studienmodul: Customer Relationship Management (CRM)

- Grundlagen und Konzeptionierung des CRM, Ausgewählte Methoden der Kundenanalyse
- Planung der strategischen Ausrichtung sowie des operativen Einsatzes des CRM
- Beschreibung der strategischen und operativen Prozesse sowie der Ansätze zur Implementierung und Kontrolle des CRM
- Praktische Anwendung von Kundenbindungsinstrumenten anhand von Fallbeispielen und der Ausarbeitung zahlreicher praktischer Fragestellungen

# Beispiel Studienmodul: Sales and Key Account Management for Industrial Goods and Services

- Trends & Threats im internationalen BtB Sales- & AfterSales Umfeld
- Methoden und Instrumente zur Ableitung ausgewählter BtB Sales & AfterSales Strategien via Case Studies
- Methoden und Instrumente des angewandten operativen BtB Sales & AfterSales Management
- Contracts & Consortia im BtB Kontext
- Key Account Management-Konzepte
- Training & Controlling der operativen Salesforce
- Digitalisierung von Sales & AfterSales Prozessen in BtB Märkten
- Unternehmensinternes R&D-Coaching durch das Salesmanagement (BtB)
- Technologie- und Innovationsmonitoring durch das Salesmanagement (BtB)



Projektbriefing bei einem Partnerunternehmen für ein Praxisprojekt

# Beispiel Studienmodul: Digital Commerce

- Die Studierenden erhalten im Rahmen eines Briefings eine spezifische, aktuelle Aufgabe im E-Marketing bzw. E-Commerce bzw. Multichannel-Integration
- Selbstständige Recherchen bzw. qualitative/quantitative Analysen z. B. von Websites und/oder mobilen Applikationen bzw. digitalen Instore-Medien
- Entwicklung von Lösungsvorschlägen in Form von E-Marketingkonzeptionen bzw. Multichannel-Konzeptionen (einschließlich Business-Pläne)
- Vorstellung der Ergebnisse der Projektarbeit durch die Studierenden im Rahmen einer Präsentation

# Beispiel Studienmodul: Sustainable New Business Development, Product Management and Innovation Management

- Methoden, Instrumente und Vorgehensweisen des New Business Development, Business Modeling, Product Development und Product & Innovation Management
- Kreierung und Entwicklung neuer Produkt- und Servicekonzepte für nationale und internationale Märkte
- Durchführung von Marketing & Business Feasibility-Analysen und Pilot-Marketing-Maßnahmen
- Realisierung von Markteinführungskonzepten



Gruppenarbeit im Modul Digital Commerce

# Dozentinnen & Dozenten



Matthias Schlipf, Prof. Dr.-Ing.  
Koordination Marketing Management  
BtB Marketing,  
Vertriebs- und Technologie-  
management



Eva Anderl, Prof. Dr.  
Digitale Geschäftsmodelle,  
Data Science & Analytics,  
Data Driven Marketing,  
Customer Relationship Manag.



Nicole Brunnhuber, Prof. Dr.  
Inter- & Cross-cultural Business  
Communication,  
Cross-cultural Management



Klaus Gutknecht, Prof. Dr.  
Handels-, Dienstleistungs-  
und Electronic Marketing,  
Mobile Marketing,  
Marketing Controlling,  
Unternehmenssimulation



Stefan Hohberger, Prof. Dr.  
Mikro- & Makroökonomik,  
Umweltpolitik



Wilhelm Maier, Prof. Dr.  
Leadership,  
Change Management,  
Persönlichkeitsorientierte  
Führungskommunikation



Werner M. Thieme, Prof. Dr.  
Marketing Management &  
Unternehmensführung,  
Brand Management



Markus Wessler, Prof. Dr.  
Wirtschafts- und Finanzmathe-  
matik, Multivariate statistische  
Verfahren,  
Entscheidungstheorie



Susanne Wigger-Spintig, Prof. Dr.  
Konsumgütermarketing &  
Konsumentenverhalten,  
Customer Relationship Manag.,  
Neue Geschäftsmodelle



Andrea Cornelius, Dr.  
Artificial Intelligence in eCommerce  
und Marketing



# Kompetenzförderung



Projektbriefing bei einem Partnerunternehmen für ein Praxisprojekt

Gemäß unserem Leitbild integrieren wir auch Ihre Persönlichkeitsbildung in das Masterstudium. Neben der fachlichen Kompetenz werden deshalb auch Seminare zur Förderung der kommunikativ-sozialen, persönlichen sowie interkulturellen Fähigkeiten angeboten.

Bereits seit einigen Jahren unterstützt die Hochschule München den Grundgedanken der UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung. Wir setzen uns dafür ein, nachhaltiges Denken und Handeln interdisziplinär in Lehre, Forschung und Verwaltung der Hochschule zu verankern.

Darüber hinaus werden innovative Lehr- und Lern-Formen wie E-Learning und Blended Learning integrativ in den Lehrveranstaltungen eingesetzt und zahlreiche weiterbildende Seminare durch das Career Center der Hochschule München angeboten. Unsere Workshops, Fallstudien sowie der in Kleingruppen durchgeführte seminaristische Unterricht leben von der engen Zusammenarbeit und dem persönlichen Kontakt zwischen den Studierenden und den Dozentinnen und Dozenten.

# Auslandsaufenthalt

Ein mehrmonatiges Auslandspraktikum wird unterstützt: Sie können während Ihrer Studienzeit für mehrere Monate in ein international agierendes Unternehmen gehen, um sich vor Ort über die Planung einer interessanten Masterarbeit auf einen Arbeits-/Unternehmensschwerpunkt zu konzentrieren.

Mit einem interkulturellen Training und Studien zur Niederlassung deutscher Unternehmen im Ausland werden Sie auf eine Auslandstätigkeit vorbereitet. Studierende des Masterstudiengangs Betriebswirtschaft an der Hochschule München können ein Auslandsstudium im Rahmen eines Zusatzsemesters an einer akkreditierten ausländischen Hochschule realisieren. Über die Anerkennung eines im Ausland erbrachten Studienmoduls entscheidet die Prüfungskommission.

# Akademischer Grad

Master of Science (M. Sc.).



Modul am Campus Pasing: Sind Sie bald dabei?

# Zulassungsvoraussetzungen

- Ein mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassendes betriebswirtschaftliches oder inhaltlich gleichwertiges Studium (210 ECTS): Bei 180 ECTS müssen fehlende ECTS während des Masterstudiums durch ein 20-wöchiges zusammenhängendes Praktikum in Vollzeit vor dem Eintritt in das dritte Studiensemester nachgeholt werden.
- Der Nachweis von mindestens 20 ECTS-Kreditpunkten aus Studienmodulen der Volkswirtschaftslehre und/oder der Mathematik und/oder Statistik aus dem o.g. Studium.
- Note 2,5 oder besser
- Ein mit Erfolg abgelegtes Aufnahmegespräch ca. Anfang/Mitte Juli eines Jahres an der Hochschule München: Zeit und Inhalte des Aufnahmegesprächs werden auf der Homepage [bw.hm.edu](http://bw.hm.edu) veröffentlicht.

## Wichtige Termine

- Studienbeginn im Masterstudiengang ist zum Wintersemester (01. Oktober) eines Jahres möglich
- Die Bewerbung für das Wintersemester erfolgt vom 02. Mai bis 31. Mai eines Jahres
- Mit einem ausländischen Bachelorabschluss bewerben Sie sich bitte zunächst unter [uni-assist.de](http://uni-assist.de) (spätestens bis 31. März)
- Die Bewerbung erfolgt online über das HM Portal: [hm.edu/master-bewerbung](http://hm.edu/master-bewerbung)

# Kontakt und Information

Januar 2023

Hochschule München  
University of Applied Sciences  
Fakultät für Betriebswirtschaft  
Am Stadtpark 20, 81243 München

[bwl.hm.edu/s/m/msc\\_bwl/marketing.de.html](http://bwl.hm.edu/s/m/msc_bwl/marketing.de.html)



Folgen Sie uns doch auf Social Media via

[linkedin.com/company/marketing-management-hm/](https://www.linkedin.com/company/marketing-management-hm/)



Die Hochschule München ist Bayerns größte Hochschule für angewandte Wissenschaften: Über 80 attraktive und zukunftsorientierte Studiengänge bilden die Basis für eine erfolgreiche Karriere. Neben fachlichen Kompetenzen fördert die Hochschule nachhaltiges und unternehmerisches Denken und Handeln sowie internationale und interkulturelle Erfahrungen, z. B. durch Auslandsaufenthalte.

Die Fakultäten bereiten die Studierenden darauf vor, sich mit Weitblick, Kreativität und Verantwortungsbewusstsein in Beruf und Gesellschaft einzubringen. Die engen Kontakte zu Unternehmen am High-Tech-Standort München sorgen für praktische Erfahrungen bereits während des Studiums. Und nicht zu vergessen: Das attraktive Kultur- und Freizeitangebot Münchens bietet viel Abwechslung.