



„Master of Business Marketing“ ist eine lohnende Investition!

Umfrage der Freien Universität Berlin zeigt:

„Master of Business Marketing“ ist eine lohnende Investition!

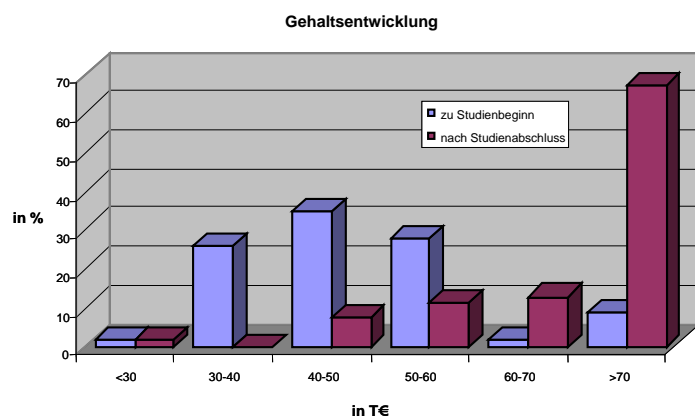
MBM-Absolventen: Leistungssteigerung durch Kompetenzzuwachs

Eine Umfrage der Freien Universität Berlin unter ehemaligen Studienteilnehmern macht es deutlich: Das berufsbegleitende Weiterbildungsstudium zum „Master of Business Marketing (MBM)“ ist eine lohnende Investition. Zu Studienbeginn überwiegend als Vertriebsingenieur oder Produktmanager tätig, haben heute nahezu 70% der MBM-Absolventen die Position eines Vertriebsleiters oder Geschäftsführers inne. „Die Erkenntnisse, die im MBM-Studium gewonnen werden, befähigen die Teilnehmer, sich neuen Herausforderungen erfolgreich zu stellen und Führungsverantwortung zu übernehmen“, erklärt Studienleiter Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp die positive Entwicklung seiner „Ehemaligen“.

„Pay for performance“ – Gehaltssteigerung um 40%

Die verbesserte Performance der MBM-Absolventen wird von den Unternehmen durchgehend honoriert:

Beträgt das durchschnittliche Jahresgehalt der Teilnehmer bei Studienbeginn noch etwa 50.000€, so liegt es bei den MBM-Absolventen innerhalb weniger Jahre im Durchschnitt bei über 70.000€. Eine Steigerung von 40%, die auf den Wissens- und Kompetenzzuwachs der MBM-Absolventen zurückzuführen ist.



Nutzen für Firma und Persönlichkeit

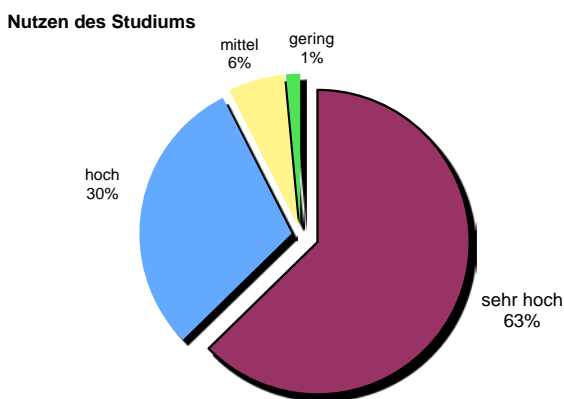
Ein besonderer Akzent des Studiengangs liegt in der Umsetzung der Studieninhalte in die praktische Anwendung. Auf den Präsenzseminaren werden anhand von Praxisfallstudien reale Marktsituationen analysiert und konkrete Lösungskonzepte erarbeitet. Praxisrelevanz sichern darüber hinaus zahlreiche Vorträge von renommierten Marketing-Entscheidern aus unterschiedlichen Branchen wie Telekommunikation, Chemie, Anlagenbau oder Software. Laut Umfrage wird von Vorgesetzten, deren Mitarbeiter den MBM-Studiengang absolviert haben, gerade diese Praxisnähe des Studiums als besonders bemerkenswert hervorgehoben. Der Nutzen für das Unternehmen bzw. die Organisation sei dadurch unmittelbar zu spüren.

Die MBM-Absolventen selbst stellen für die eigene Berufstätigkeit neben dem Praxisbezug des

Studiengang noch folgende Aspekte als besonders positiv heraus: die Aktualität des vermittelten Vertriebs- und Marketing-Know-hows; die durch den Studiengang und das dort vermittelte Wissen gestiegene Problemlösungskompetenz; die Erweiterung der Wissensbasis der Studienteilnehmer um betriebswirtschaftliche/ökonomische Zusammenhänge.

Das Studium zum MBM bereichert aber auch persönlich: Mehr Selbstbewusstsein und das Gefühl, etwas Bedeutendes geschafft zu haben, machen Mut zur Übernahme neuer Aufgaben.

Nutzen des MBM-Studiums als hoch bis sehr hoch bewertet



Angesichts dieser Ergebnisse verwundert es auch nicht, dass der Nutzen des Studiums von den meisten Teilnehmern als hoch bis sehr hoch eingestuft wird.

Was das MBM-Studium bringt... Absolventen im „O-Ton“:

- „Dieses Studium ist die ideale Weiterbildung, um praxisgerechte Marketingkenntnisse für den Vertrieb im Business-to-Business-Sektor zu erwerben.“ (Absolvent 2002, Vertriebsingenieur)
- „Nirgendwo kann man in so kurzer Zeit relevantes Fachwissen auf neuestem Stand und auf so hohem Niveau erwerben, wobei das Kosten-/Nutzenverhältnis absolut stimmt.“ (Absolvent 1990, Niederlassungsleiter)
- „Jetzt habe ich die Werkzeuge, um systematisch den Markt oder einzelne Teile davon zu analysieren und unser Angebot darauf abzustimmen. Kein "Trial and Error" mehr, keine unsicheren Gefühlsentscheidungen mehr.“ (Absolvent 1992, Produktmanager)
- „Das Studium bietet eine kompakte und praxisorientierte Qualifizierung und Optimierung der persönlichen Weiterentwicklungsmöglichkeit.“ (Absolvent 1995, Abteilungsleiter)
- „Die Entscheidung für das Studium habe ich nie bereut. Es vergeht kein Tag, an dem ich nicht das im Studium erworbene Wissen nutze.“ (Absolvent 1995, Geschäftsführer)
- „Das Studium hilft, über den Tellerrand hinauszusehen. Es ist das beste Sprungbrett für die Karriere.“ (Absolvent 1994, Geschäftsleiter)
- „Das Studium hat mir Selbstsicherheit, Professionalität und die Fähigkeit gegeben, hohe Leistung zu erbringen. Die Zeit- und Geldinvestition hat sich gelohnt!“ (Absolvent 1992, Vertriebsleiter)

* Die Angaben beruhen auf Befragungen der ehemaligen Teilnehmer des weiterbildenden Studiengangs zum „Master-of-Business-Marketing“.