

Vertiefungsgebiet Marketing

Inhalt und Struktur:

Das Vertiefungsgebiet „Marketing“ kann als Vertiefungsgebiet 1 bis 3 gewählt werden. Das Gebiet hat folgende Modulstruktur:

- Das Modul „*Business- und Dienstleistungsmarketing*“ (WS) beinhaltet die speziellen Marketingaufgaben, die bei der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen an Geschäftskunden anfallen. Hierzu werden die Wertschöpfungsstrukturen und Marktstufen auf Business- und Dienstleistungsmärkten sowie die Besonderheiten des Kaufverhaltens von Unternehmen sowie des Geschäftsbeziehungsmanagements in diesem Bereich erläutert. Daraus lassen sich verschiedene Geschäftstypen ableiten, für die sodann die entsprechenden geschäftstypenspezifischen Marketingprogramme dargelegt werden.
- In einem zweiten Modul „*Marketingplanung*“ (SomSem) wird der Prozess der Entwicklung von Marketingplänen mit seinen verschiedenen Schritten von strategischen Entscheidungen bis zum Einsatz der Instrumente des Marketings behandelt. Die spezielleren Fragen des Internationalen Marketings und der Markenführung werden in diesen Rahmen integriert. Zu der Erläuterung der verschiedenen Planungsschritte gehören in der Regel entsprechende Analysemethoden und Entscheidungshilfen.

Berufliche Perspektiven:

Ein Vertiefungsgebiet Marketing ist ein erster Schritt, um die Qualifikationen für die entsprechenden spezielleren Tätigkeiten (z.B. im Produkt-Management, im Vertrieb, in der Marktforschung oder in der Werbung) zu entwickeln. Da das Marketing heute für unterschiedlichste Unternehmen und Branchen – auch im Nonprofit-Bereich – wesentliche Bedeutung hat sind einschlägige Kenntnisse auch für Tätigkeiten mit anderem Schwerpunkt nützlich. Darüber hinaus bereitet ein Vertiefungsgebiet Marketing auch auf ein Master-Studium mit der Ausrichtung „Management & Marketing“ vor.

Empfohlene Fächerkombinationen:

Es wird empfohlen, Marketing mit Gebieten aus dem Management-Bereich („Strategie und Kooperation“, „Organisation und Personal“) oder mit analytisch ausgerichteten Gebieten (Statistik, Ökonometrie) zu kombinieren.

Ansprechpartner:

Bei weiterführenden Fragen zu dem Vertiefungsgebiet können Sie sich an die Professoren und wissenschaftlichen MitarbeiterInnen des Marketing-Departments wenden:

- Marketing-Department, Otto-von-Simson-Str. 19, 14195 Berlin
Tel. 030-838 52135 oder 52493 (Sekretariat), www.wiwiss.fu-berlin.de/institute/marketing , marketing@wiwiss.fu-berlin.de