

## Marketing

das Weiterbildende Studienprogramm für  
Nachwuchskräfte

---

### Zertifizierung:

Marketing-Ökonom/-in

---

### Inhalt

1. Ziele und Aufbau
2. Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen
3. Studieninhalte und Dozenten
4. Leistungsnachweise und Abschluss
5. Studienbeginn, Anmeldung und Teilnahmegebühr
6. Ansprechpartner

#### 1. Ziele und Aufbau

Die Ausrichtung aller Unternehmensaktivitäten auf die Markt- und Umweltaforderungen zielt darauf ab, Wettbewerbsvorteile zu erreichen und zu sichern. Voraussetzung hierfür ist, dass Marketing nicht nur als Unternehmensphilosophie implementiert wird, sondern auch permanent im konkreten Denken und Handeln der Unternehmensmitglieder seinen Niederschlag findet. Marketing ist somit die Aufgabe einer jeden Mitarbeiterin und eines jeden Mitarbeiters im Unternehmen. Voraussetzung für die Wahrnehmung der Marketing-Aufgaben sind ein umfassendes Marketingverständnis, ein professionelles Methodenwissen und ein profundes Umsetzungs-Know-how. Entsprechend diesen Anforderungen vermittelt das

Weiterbildende Studienprogramm Marketing den Studierenden die Kernkonzepte und die strategischen Perspektiven des Marketings sowie die wesentlichen Marketingtechniken. In der praktischen Umsetzung werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, die Segmentierung und gezielte Ansprache von Kunden vorzunehmen, Entscheidungsprozesse von Kunden zu verstehen, die wesentlichen Elemente eines Marketingplans zu identifizieren, den Wert einer Marke und dessen Entwicklung zu verstehen, die Resultate verschiedener Marketingstrategien zu bewerten und die verschiedenen Distributionskanäle zu unterscheiden. Durch die Anwendung quantitativer und qualitativer Methoden und interaktiver Fallstudien erhalten die Studierenden ein gestärktes Verständnis für ihre Kunden und der Rolle des Marketings in ihrem Unternehmen.

Das Weiterbildende Studienprogramm bietet ambitionierten Nachwuchskräften ohne Hochschulausbildung akademische Qualifizierung für die Wahrnehmung von Managementfunktionen. Vermittelt wird Handlungs- und Entscheidungskompetenz, mit der wissenschaftlich fundierte Kenntnisse zielstrebig und souverän zur Lösung praktischer Herausforderungen im Management eingesetzt werden können. Das Qualifikationsprofil von Nachwuchskräften wird in dreierlei Hinsicht geschärft:

- Systematisches analysieren und strukturieren von komplexen Arbeitsgebieten („Methodenkompetenz“)
- Aneignung von unverzichtbarem Faktenwissen („Faktenkompetenz“)
- Stärkung der Fähigkeit, Methoden und Fakten bei der Lösung von Problemen einzusetzen („Anwendungs-kompetenz“)

Das Programm zeichnet sich dadurch aus, dass es wissenschaftliches Niveau, Forschungsorientierung und berufspraktische Erfahrung miteinander verbindet.

Dozenten sind Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen der Universität Kassel und herausragende Praktiker in leitenden Positionen.

Das Programm erstreckt sich über eineinhalb Jahre (drei Semester). Das Studium kann berufsbegleitend absolviert werden. Die Lehrveranstaltungen finden jeweils freitags von 17.00 Uhr bis 20.15 Uhr und samstags von 9.00 Uhr bis 14.00 Uhr in der Universität Kassel statt (Wintersemester von Mitte Oktober bis Mitte Februar und Sommersemester von Mitte April bis Mitte Juli).

## 2. Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen

Das Weiterbildende Studienprogramm Marketing richtet sich an alle Berufstätigen aus den Bereichen Industrie, Dienstleistung, Handel und Verwaltung sowie an Selbständige, die eine wissenschaftliche Zusatzqualifikation auf dem Gebiet des Marketing erwerben wollen.

Teilnahmevoraussetzungen sind:

- Nachweis der allgemeinen oder fachgebundenen Hochschulreife und erfolgreicher Abschluss einer kaufmännischen Ausbildung oder
- Nachweis der erforderlichen Eignung in einer mindestens dreijährigen beruflichen Praxis oder
- Abschluss eines Hochschulstudiums.

## 3. Studieninhalte

1. Semester:

- Elektronische Recherchetechniken
- Strategisches Marketing
- Vertriebspolitik

- Preispolitik
- Kommunikationspolitik

2. Semester:

- Produktpolitik
- Innovations- und Technologiemarketing
- Personalpolitik
- Prozesspolitik
- Physical Evidence
- Marktforschung
- e-Commerce und e-Business

3. Semester:

- Industriegütermarketing
- Dienstleistungs- und Handelsmarketing
- Customer Relationship Management
- Internationales Marketing
- Marketing Controlling

Ihre Dozenten:

### Prof. Dr. Marius Dannenberg

Herr Prof. Dr. Dannenberg war vor seiner Hochschulzeit Consultant bei KPMG Consultancy GmbH, Frankfurt am Main, sowie Business Sector Manager bei debis IT Services North America Inc., Chicago. Darüber hinaus hat er als Vorstandsvorsitzender die Think4You AG geleitet. In der Lehre ist Herr Prof. Dr. Dannenberg an der Hochschule Darmstadt, der Steinbeis-Hochschule Berlin, der Universität Kassel sowie der Libera Università di Bolzano, Italien tätig. Seine Forschungs- und Beratungsschwerpunkte sind strategisches Management und Supply Chain Management.

### Dr. Dirk Schröter

Dozent der UNIKIMS, Fachgebiete Marketing und Controlling.

### Dr. Thorsten Grandjot

Sales Consultant bei der WINGAS GmbH. Langjährige

Tätigkeit als wissenschaftlicher Assistent an der Universität Kassel mit den Lehr- und Forschungsschwerpunkten Marketing-Controlling, CRM, E-/M-Commerce und Performance Measurement.

**Dipl.-Oec. Sascha Barthel**

Marketing- & Business Development Manager  
V-max GmbH, einem Joint Venture der Shell Deutschland Oil GmbH

#### 4. Leistungsnachweise und Abschluss

Die Dozent(inn)en legen zu Beginn ihrer jeweiligen Lehrveranstaltung im Einvernehmen mit den Kursteilnehmer(inne)n die Art des Leistungsnachweises fest.

In der Regel wird dieser in einer Klausur am Ende des Semesters oder in einem Referat mit schriftlicher Ausarbeitung bestehen.

Zur Abschlussprüfung wird zugelassen, wer das dreisemestrige Studium entsprechend der Prüfungsordnung absolviert hat. Die Abschlussprüfung besteht in einer mündlichen Prüfung, durch die nachgewiesen werden soll, dass der/die Studierende Fachkenntnisse erworben hat und berufspraktische Erfahrungen mit wissenschaftlichen Erkenntnissen verbinden kann.

Nach erfolgreich bestandener Prüfung wird den Studierenden ein Zertifikat und ein Zeugnis verliehen, in dem die Qualifikation eines/einer Marketing-Ökonomen/in bescheinigt wird.

#### 5. Studienbeginn, Anmeldung, Gebühren

Das nächste Weiterbildende Studienprogramm beginnt im April 2010. Es wird eine Studiengebühr von Euro 950,00 je Semester erhoben.

#### 6. Ansprechpartner

Dr. Jochen Dittmar (Studienleitung)  
Dipl.-Oec. Markus Oppermann (Beratung und Organisation)

Tel.: +49 (0) 561 - 804 - 2759

Fax: +49 (0) 561 - 804 - 7055

e-Mail: [oppermann@unikims.de](mailto:oppermann@unikims.de)

# Zertifikat

Die Management School der Universität Kassel  
bescheinigt durch diese Urkunde

Herr

**Nachname, Vorname**

geb. am <Geburtsdatum> in <Geburtsort>

aufgrund der bestandenen Abschlussprüfung im  
Weiterbildenden Studienprogramm Marketing die Qualifikation

**Marketing-Ökonom/-in**

Kassel, den <Datum>

Der Dekan

Der Prodekan

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Reinhard Hünerberg

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Rainer Stöttner

(Siegel)

# Zeugnis

Herr

**Nachname, Vorname**

geb. am <Geburtsdatum> in <Geburtsort>

hat im Weiterbildenden Studienprogramm Marketing die  
Prüfungen nach der Studienordnung i. d. F. vom 24.11.2003

am:

mit der Gesamtnote:

bestanden.

Mit der Abschlussprüfung wird ein wissenschaftliches Weiterbil-  
dungsstudium auf Bachelor-Niveau mit einer Regelstudienzeit von  
drei Semestern und einem Veranstaltungsprogramm von ca. 300  
Stunden abgeschlossen.

Seine/Ihre Prüfungsleistungen wurden wie folgt beurteilt:

A - Schriftliche Prüfungen

- |   |             |
|---|-------------|
| 1. Strategisches Marketing                | Note: _____ |
| 2. Produktpolitik                         | Note: _____ |
| 3. Preispolitik                           | Note: _____ |
| 4. Vertriebspolitik                       | Note: _____ |
| 5. Kommunikationspolitik                  | Note: _____ |
| 6. Marktforschung                         | Note: _____ |
| 7. Customer Relationship Management       | Note: _____ |
| 8. e-commerce und e-business              | Note: _____ |
| 9. Marketing-Controlling                  | Note: _____ |
| 10. Industriegütermarketing               | Note: _____ |
| 11. Dienstleistungs- und Handelsmarketing | Note: _____ |
| 12. Internationales Marketing             | Note: _____ |
| 13. Kommunikation und Rhetorik            | Note: _____ |

B - Mündliche Abschlussprüfung Note: \_\_\_\_\_

Prüfungsgebiete:

- 1.)
- 2.)

Kassel, den <Datum>

Der Dekan

Der Prodekan

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Reinhard Hünerberg

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Rainer Stöttner

(Siegel)

