

Master of Arts

MARKETING MANAGEMENT

Markttrends aufspüren, internationale Kommunikationskonzepte entwickeln, Produkte auf Kundenbedürfnisse ausrichten, kosteneffiziente Distributionssysteme schaffen



Besuch uns am Campus ▶

Lass Dich beraten ▶



Campus
Köln



Vorlesungssprache
Deutsch



Dauer
4 Semester



Studienbeginn
Wintersemester (August)



Studienform
Vollzeit (120 ECTS)



Auslandssemester
im 4. Semester (optional)

Studieninhalte

Der Masterstudiengang „Marketing Management“ ist auf das Anforderungsprofil von Marketingmanager:innen in Führungsebenen internationaler Konzerne und global tätiger Unternehmen ausgerichtet. Deren Aufgabe ist unter anderem, über den Einsatz von bewährten oder unkonventionellen Strategien zu entscheiden. Deshalb befasst Du Dich im ersten Semester mit der Vielfalt von Marketingstrategien, der Entwicklung von Marketingkonzepten sowie Besonderheiten branchenspezifischer und digitaler Marketingansätze.

Das zweite Semester behandelt aktuelle Trends und Techniken des Content und Social Media Marketing sowie Suchmaschinenmarketing. Du lernst anhand von Best Practices, wie Du ganzheitliche Strategien entwickelst, die Kundenanforderungen gerecht wirst und neue Zielgruppen erschließt.

Es ist wichtig, einen Schritt voraus zu sein – aber es ist genauso wichtig, neue Entwicklungen analytisch zu betrachten und Hypes kritisch zu hinterfragen. Im dritten Semester stehen daher E-Commerce und Power Pricing im Mittelpunkt. Du diskutierst aktuelle Marketingentwicklungen, lernst Plattformen und Anbieter kennen und entwickelst Omnichannel-Strategien.

Alumni dieses Studiengangs arbeiten häufig in folgenden Unternehmens- und Tätigkeitsbereichen:

- Marketing/Sales
- Brand Management
- Communications
- Product Pricing
- Public Relations
- Project Management