



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

International Business and Marketing

Studiengang International Business and Marketing
Fakultät Wirtschaft und Soziales *Abschluss: Master*

**Wie sieht das
Tätigkeitsfeld für
Master-Absolventen
des Studienganges
International
Business and
Marketing aus?**

Aufbauend auf den im Bachelor-Studium erworbenen theoretischen und praktischen Erfahrungen erwerben die Studierenden im Master-Studium International Business and Marketing wertvolle zusätzliche Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie für Führungspositionen in international tätigen Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen qualifizieren. Absolventen sind einerseits mit allen betriebswirtschaftlich relevanten Bereichen und Problemstellungen durch theoretischen und praxisnahen Unterricht vertraut. Darüber hinaus haben sie spezialisierte Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie für den unmittelbaren Einsatz in Führungspositionen von internationalen Unternehmen besonders hervorheben. Der enge Praxisbezug und die Zusammenarbeit mit der Praxis liefern wichtige Bausteine für eine optimale Vorbereitung auf den Beruf.

**Was sind die Inhalte
des Studiums?**

Der Schwerpunkt des Masters International Business and Marketing umfasst alle wesentlichen Aspekte des internationalen Marketings. Hierzu gehören zunächst die internationale Informationsbeschaffung mit Methoden der Marktforschung und die Auswahl geeigneter Auslandsmärkte und Marktsegmente. Die Ergebnisse bilden die Basis für Entscheidungen zur internationalen Strategie. Im Rahmen der gewählten internationalen Marketingstrategie müssen dann im internationalen Kontext Entscheidungen getroffen werden zum Produktprogramm, gegebenenfalls zur Markenführung, der Preispolitik, der Kommunikationspolitik und der Auswahl der Distributionspartner und Distributionskanäle. Bei allen diesen Entscheidungen stellen sich neben grundsätzlichen Überlegungen zum Grad der Zentralisierung / Dezentralisierung eine Vielzahl von Überlegungen zum Einsatz der Marketinginstrumente auf dem Heimatmarkt und auf den internationalen Märkten in ihren wechselseitigen Beziehungen und Abhängigkeiten. Zum internen Marketing gehören Fragen zur Implementierung einer internationalen Marketingorganisation und eines international ausgerichteten Führungs- und Managementverhaltens. Neben dem fachlichen Schwerpunkt können Veranstaltungen aus weiteren Fachgebieten gewählt werden, um spezifisches betriebswirtschaftliches Know-How zu erwerben. Für alle verpflichtend sind Veranstaltungen, die das Verständnis internationaler wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und sprachliche und interkulturelle Fähigkeiten verfestigen und vertiefen. Anders als in den Bachelor-Studium, bei dem vor allem eine Orientierung an operativen und taktischen Fragestellungen und die Vermittlung von grundlegenden fachlichen und methodischen Kenntnissen im Vordergrund steht, sollen im Master-Studiengang strategische und führungsrelevante Fragen behandelt werden, da die Absolventen im Anschluss an Ihr Studium in der Lage sein sollen, Führungsaufgaben in einer internationalen Unternehmung zu übernehmen

**Welche Interessen
und Fähigkeiten
sollte ich mitbringen?**

Beim Master-Programm International Business and Marketing handelt es sich um einen 3-semesterigen konsekutiven Studiengang, d.h. bereits im Bachelor-Studium behandelte Themen werden fachlich erweitert und vertieft. Vorausgesetzt wird daher ein Bachelor-Studium mit wirtschaftswissenschaftlichem Schwerpunkt. Darüber hinaus werden Kenntnisse in den jeweiligen Spezialisierungsfächern und fundierte Englischkenntnisse vorausgesetzt

**Was muss ich als
ausländische/r
Studienbewerber/in
beachten?**

Ausländische StudienbewerberInnen sollten Fragen über Studienmöglichkeiten, Zulassung, Studiengang und Anerkennung ausländischer Zeugnisse rechtzeitig vor ihrer Reise nach Deutschland - möglichst ein Jahr vor dem gewünschten Studienbeginn - klären. Informationen finden Sie im Internet unter <http://www.haw-hamburg.de/international>

**Kann ich auch im
Ausland studieren?**

In diesem Master-Studiengang ist ein Studiensemester im Ausland nicht vorgesehen

**Wie viele Studierende
und wie viele
Lehrende gibt es im**

In diesem Department studieren 1015 Studierende (437 Studentinnen und 578 Studenten) und lehren 10 Professorinnen und 13 Professoren.

Department?

Wie bewerbe ich mich um einen Studienplatz?

Für die Bewerbung um einen Studienplatz und die Zulassung ist das Studentensekretariat und Prüfungsamt der HAW Hamburg zuständig:

**Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Studentensekretariat und Prüfungsamt**

im Studierendenzentrum
Stiftstraße 69
20099 Hamburg (Campus Berliner Tor)
Servicetelefon: + 49.40.25 41 47 40
Mo - Do 9 - 16 Uhr und Fr 9 - 12 Uhr
studentensekretariat@haw-hamburg.de

Persönliche Sprechzeiten:
Mo bis Mi 11 - 13 Uhr, Do 14 - 17 Uhr

Informationen zur Master-Bewerbung finden sie Im Internet unter:
www.haw-hamburg.de/1422.html.

Wann bewerbe ich mich?

Der Studiengang nimmt nur zum Sommersemester StudienanfängerInnen auf!
Bewerbungsfrist:
1. Dezember - 15. Januar

Welche Voraussetzungen muss ich für eine Bewerbung mitbringen?

1. Ein erfolgreich abgeschlossenes grundständiges Studium im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich mit einer Vertiefung auf dem Gebiet des Marketings:
Bachelor (7 Semester) oder Diplom inklusive Praxissemester mindestens 6 Monate oder
6 sem. Bachelor + Praktikum in Unternehmen durch Department Wirtschaft betreut.
(Mindestens 3,5 Jahre, Note 2,59 oder gut)
2. Diploma Supplement oder Auflistung aller studierten Fächer mit Angabe der Noten
3. Für alle ausländische BewerberInnen: zusätzlich Nachweis deutscher Sprachkenntnisse (TestDaF, DSH, ZOP u.a.). Mindestens DSH 2
4. Nachweis englischer Sprachkenntnisse durch anerkannte Abschlüsse z.B. TOEFL-Test (Grenze: 220/550/83), IELTS (mindestens 6) oder Abiturzeugnis mindestens "gut"
5. Empfehlung (optional)
6. Lebenslauf
7. Begründung

Wann beginnen die Vorlesungen?

Der Vorlesungsbeginn für die kommenden Semester ist wie folgt:
Sommersemester 2009: 16. März 2009
Wintersemester 2009/2010: 21. September 2009.
Weitere Informationen finden Sie auf unserer Homepage unter www.haw-hamburg.de

Wie lange dauert das Studium?

Die Regelstudienzeit beträgt 3 Semester.

Kostet das Studium etwas?

Sie müssen pro Semester an der HAW Hamburg folgende Beiträge und Gebühren entrichten:

- **259,70 € Semesterbeitrag** (setzt sich zusammen aus: 47.50 € für das Studierendenwerk, 18.50 € für die Studierendenschaft (AStA), 4,- € für den Härtefond, 139.70,- € für das Semesterticket des Hamburger Verkehrsverbundes (HVV) und 50,- € Verwaltungskostenbeitrag) und
- Ab dem WS 2008/09 beträgt die Höhe der pro Semester durch die Studierenden zu zahlenden Allgemeinen Studiengebühren **375,00 €**.
Informationen über Zahlungsmodalitäten, Nachlagerung der Zahlung etc. erhalten sie im Büro für Studiengebühren unter: www.haw-hamburg.de/studiengebuehren .

Welchen Abschluss kann ich erreichen?

Master of Arts (MA)

Wer hilft mir bei weiteren Fragen?

Zentrale Studienberatung

im Studierendenzentrum
Stiftstraße 69
20099 Hamburg (Campus Berliner Tor)
Tel.: + 49.40.428 75-9110;
studienberatung@haw-hamburg.de
Persönliche Sprechstunde: Mo – Mi 11 – 13, Do 14 – 17 Uhr
Telefonische Sprechstunde: Mo – Mi 10 – 11, Do 13 – 14 Uhr
Abendsprechstunde für Berufstätige: Do 17 – 18 Uhr

Studienfachberatung

Prof. Dr. Werner Röhrs
Berliner Tor 5, Raum 09.17
20099 Hamburg
Tel.: + 49.40.428 75-6938 oder -6977 (Verwaltung)
roehrs@wiwi.haw-hamburg.de

Praktikumsberatung

Prof. Dr. Bernd Meyer-Eilers
Berliner Tor 5, Raum 09.14
20099 Hamburg
Tel.: + 49.40.428 75-6911 oder -6977 (Verwaltung)
meyer-eilers@wiwi.haw-hamburg.de

Weitere Informationen

...finden Sie unter www.haw-hamburg.de/wirtschaft

Studienplan International Business and Marketing

Studienplan

Fachgebiet	Modul	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.	Prüfung
		hours	credit points	hours	credit points	**	
Pflichtmodule							
Marketing	Dienstleistungsmarketing im nationalen und internationalen Kontext	4	5				K, P, Ü
	Consumer Relationship Management bei Konsumgütern, Industriegütern und Dienstleistungen	4	5				K, P
	B-to-B Marketing im nationalen und internationalen Kontext			4	5		K, P, Ü
	Markenmanagement im nationalen und internationalen Kontext			4	5		K, P, Ü
Technik	Internationale Aspekte der Technik			2	2,5		K
Internationale BWL	International Strategic Management			2	2,5		K
	Case study international management			2	2,5		K, P
	International Finance			2	2,5		K
Volkswirtschaftslehre	Economics in International Business			4	5		K, R
Kultur- und Sozialwissenschaften	Kultur und Management im Kontext von Globalisierungsprozessen	4	5				K, H, P
Recht	Internationales Recht des Marketings			4	5		K, Ü, S, P, H
Wahlmodule*							
Rechnungswesen und Controlling	Controlling	6	7,5				P, M
Wirtschaftsinformatik	Wirtschaftsinformatik	6	7,5				P, K, H, M
Quantitative Methoden	Quantitative Methoden	6	7,5				H, P
Sozialwissenschaft und Management	Human Resource Management	6	7,5				K, P, H
Summe		24	30	24	30		

K: Abschlussklausur

S: Semesterbegleitende Tests

Studiengang International Business and Marketing (Master)

P: Präsentationen

Ü: Übungen

M: Mündliche Prüfung

H: Hausarbeit

SWS: Semesterwochenstunde = 45 Minuten

CP: ECTS Credit Points

R Referat

* Zwei Wahlmodule im Umfang von 12 SWS (15 CP) müssen belegt werden.

** Anfertigung der Master-Thesis im 3. Semester (30 CP)



HAW Hamburg
Fakultät Wirtschaft und Soziales
Studiendepartment Wirtschaft
Berliner Tor 5
D-20099 Hamburg
Tel. +49.40.428 75-0
Fax +49.40.428 75 69 99