



**Hochschule für Technik  
und Wirtschaft Berlin**

*University of Applied Sciences*

**Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre  
Vertiefung „Marketing“**

## Inhalte der Vertiefung Marketing

- **Marketing für Investitionsgüter** (SB 14),  
4 sws, 5 credits, im 4. Semester
- **Marketing für Konsumgüter** (SB 15),  
4 sws, 5 credits, im 4. Semester
- **Marketing-Projekt** (SB 16),  
4 sws, 5 credits, im 6. Semester
- **Marketing-Seminar** (SB 17),  
2 sws, 4 credits, im 6. Semester

(inhaltliche Beschreibung in der Studienordnung;

[http://www.htw-berlin.de/documents/Amtl\\_Mitteilungsblaetter/2011/12\\_11.pdf](http://www.htw-berlin.de/documents/Amtl_Mitteilungsblaetter/2011/12_11.pdf) )

## Beispiele für Marketing-Projekt

**Marketing-Projekt** (SB 16),

4 sws, 5 credits, im 6. Semester

**Wechselnde aktuelle Themen:**

- **Dienstleistungs- und Handelsmarketing**
- **Kommunikations- und Einzelhandelskonzepte in der Altstadt von Köpenick**
- **Wissens- und Technologietransfer zwischen KMU und Hochschulen**
- **Preis- und Vertriebspolitik der Pharmaindustrie**
- **Markteintrittsstrategien**
- **Kundenzufriedenheitsbefragung bei Hotelgästen**

.....

Vertiefung „Marketing“ im StG BWL (Bachelor)  
HTW Berlin

## Beispiel für Marketing-Seminare

**Marketing-Seminar (SB 17),**

2 sws, 4 credits, im 6. Semester

**Wechselnde Themen:**

- **Exkursionen**
- **Online-Marketing**
- **Immobilienmarketing**
- **Kundenbindungsmanagement**
- **Marketing-Zielgruppen: 50plus, LOHAS**
- **Standort-Marketing**
- **...**

Hausarbeit zur Vorbereitung auf die Abschlussarbeit

## Sinnvolle Kombination mit anderen Vertiefungen

- Rechnungswesen \* \* \*
- Investition und Finanzierung \* \* \*
- Operations Management \* \* \*
- KMU \* \*
- Umwelt \* \*
- Personal und Organisation \*
- Steuern \*

## Unterschiedlichste Unternehmen und Organisationen als Arbeitgeber

Große, mittlere und kleine Unternehmen im In- und Ausland

- Investitions- und Konsumgüterhersteller,
- Unternehmen des Groß- und Einzelhandels,
- Dienstleistungsunternehmen,
- Marktforschungsinstitute und Werbeagenturen,
- Unternehmensberatungsgesellschaften,
- Verbände, Handwerks- und Handelskammern,
- öffentliche und Non-Profit-Organisationen (bspw. im Bereich City-Marketing) etc.

## Vielfältige Berufsmöglichkeiten im Marketing

z.B.

- im Produktmanagement
- im Key Account Management,
- im Category Management,
- im Vertrieb,
- in der Marktforschung,
- in der Werbung
- in Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit,
- im Einkauf,
- in der Unternehmensberatung
- etc.

# Bei gutem Studienabschluss ist Masterstudium möglich

## z.B. MISIM - Master of Industrial Sales and Innovation Management

Die vertrieblichen Aufgaben im Business to Business Geschäft werden in vielerlei Hinsicht zunehmend komplexer und erfordern die Vermittlung wissenschaftlich-systematischer Methoden, mit deren Hilfe Experten und zukünftige Führungskräfte im Vertrieb von Investitionsgütern ihr gegenwärtiges und vor allem zukünftiges Aufgabenspektrum aus gesamtunternehmensbezogener Perspektive analysieren, planen und gestalten können. Der **„Master of Industrial Sales and Innovation Management“** setzt hier an und bildet Studenten für den weltweiten Vertrieb im Business to Business Geschäft aus. Business to Business heißt, dass Unternehmen an Unternehmen verkaufen, nicht an Endverbraucher. Er zielt damit auf folgende Geschäftsarten ab: Anlagengeschäft, Systemgeschäft, Produkt- sowie Zuliefergeschäft.

Der Masterstudiengang „Master of Industrial Sales and Innovation Management“ ist konsekutiv angelegt. Die zukünftigen Absolventen beherrschen die Schnittstelle zwischen den betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten und der technischen Seite des Investitionsgütervertriebs sowie des Innovationsmanagements. Hier liegt ein besonderer Bedarf an rhetorisch gewandten, betriebswirtschaftlich orientierten und technisch verständigen Mitarbeitern, die selbstsicher gegenüber Kunden auftreten und den Verkaufsprozess weltweit gestalten und steuern. Dazu leiten sie interdisziplinäre Teams und entwickeln mit den Kunden gemeinsam innovative Lösungen für Güter und Dienstleistungen.

[http://www.htw-berlin.de/documents/Studienberatung/Studiengaenge/MISIM\\_MA.pdf/](http://www.htw-berlin.de/documents/Studienberatung/Studiengaenge/MISIM_MA.pdf/)

## Lehrkräfte und Ansprechpartner

- Prof. Dr. Brigitte Clemens-Ziegler (Fachkoordinatorin)
- Prof. Dr. Holger Lütters (BIB)
- Prof. Dr. Ronald Pörner (beurlaubt)
- Prof. Dr. Andrea Rumler
- Prof. Dr. Bernd Sonntag (Vertretung)
- Prof. Dr. Annett Wolf (BWL-Fernstudiengang)
- N.N.
- N.N.

Weitere Informationen: <http://www.f3.htw-berlin.de/professoren.html>



Hochschule für Technik  
und Wirtschaft Berlin

*University of Applied Sciences*

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**