

Qualifikationsziele des berufsbegleitenden Masterstudiengangs Marketing and Sales Management

Folgende Qualifikationsziele sollen im Verlauf des Studiums erreicht werden:

- Absolventen sind in der Lage auf Basis eines fundierten Fach- und Methodenwissens **Situationen angemessen zu reflektieren** und eine **begründete Auswahl geeigneter marktorientierter Modelle und Instrumente zu treffen**.
- Absolventen haben im Laufe des Studiums ihre **Managementfähigkeiten weiterentwickelt**, so dass sie **Führungsaufgaben** unter Berücksichtigung sozialer und ethischer wahrnehmen können.
- Absolventen sind in der Lage, **Synergiepotenziale und Schnittstellenprobleme** zwischen Marketing und Vertrieb **zu erkennen, zu bewerten** und in ihren **Entscheidungen zu berücksichtigen**.
- Absolventen können mit **interkulturellen Herausforderungen** in einem globalisierten Umfeld **souverän umgehen** und deren Auswirkungen auf die Effektivität und Effizienz von Marketing und Verkauf beurteilen.
- Absolventen sind in der Lage, **Marketing und Vertrieb im gesamtunternehmerischen Kontext zu analysieren** und **relevante Zusammenhänge** mit dem betrieblichen Geschehen und der Gesamtunternehmensstrategie **in marktbezogenen Entscheidungen zu berücksichtigen**.
- Absolventen können im Hinblick auf marktorientierte Unternehmensfunktionen interdisziplinär denken und handeln.
- Absolventen können **spezielle Herausforderungen des Marketings**, insbesondere im Rahmen der Marketinginnovation, des strategischen Marketings, der Markenpolitik sowie der Marktforschung und des Marketingcontrollings **erkennen** und die daraus **resultierenden Erfordernisse und Handlungsoptionen ableiten**.
- Absolventen sind in der Lage, **eine Vertriebsorganisation zu leiten**, Verhandlungen zu führen und **Kundenbeziehungen profitabel und nachhaltig zu gestalten**.