



Betriebswirt/in (Hochschule) - Marketing

Die Ausbildung im Überblick

Marketing kann man als eigenständiges Fach sowie als Schwerpunkt, Studienrichtung oder Vertiefungsrichtung innerhalb von Studiengängen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre oder Wirtschaftswissenschaften studieren.

Nachfolgend wird das Bachelorstudium Marketing beschrieben, das zu einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss führt.

Ausbildungsinhalte

Das Studium umfasst eine wissenschaftliche, aber auch praktisch orientierte Ausbildung in Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Marketing. Man erlernt betriebswirtschaftliche Managementmethoden, die speziell auf den Marketingsektor angepasst wurden, um dort Fach- und Führungsaufgaben zu übernehmen.

Die Studierenden besuchen Vorlesungen, Seminare und praktische Übungen an der Hochschule, z.B. in folgenden Pflichtfächern und -modulen:

- Grundlagen der Finanzmathematik
- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Buchführung/Rechnungswesen
- Betriebswirtschaftliche Prozesse, Funktionen und Entscheidungen
- Grundlegende Instrumente des Marketings
- Grundlagen der deskriptiven Statistik
- Mikroökonomie und Makroökonomie
- Markt- und Werbepsychologie

Daneben sind Wahlpflichtfächer bzw. -module zu belegen, z.B.:

- Wirtschafts- und Sozialgeschichte
- Europäische Integration
- Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Umweltmanagement

Darüber hinaus arbeiten die Studierenden an Projekten mit und nehmen an Exkursionen (z.B. Betriebsbesichtigungen) teil.

An Fachhochschulen sind eine oder mehrere Praxisphasen in das Studium integriert. Dabei kann es sich um ein mehrwöchiges Praktikum in einem Betrieb, eine Projektarbeit oder um ein ganzes Praxissemester handeln. Ziel ist es, das an der Hochschule erworbene theoretische Wissen praktisch anzuwenden. Je nach Hochschule kann das Praktikum auch im Ausland abgeleistet werden. Angaben zum Inhalt und zum Ablauf der Praxisphasen an Fachhochschulen sind in der entsprechenden Praktikumsordnung zu finden. Freiwillige Betriebspraktika leistet man in der vorlesungsfreien Zeit oder vor Studienbeginn ab.

Der Studiengang wird auf Grundlage der Studienordnung der jeweiligen Hochschule durchgeführt.

Lernorte

Die Studierenden nehmen an Lehrveranstaltungen in den Hörsälen und Seminarräumen der Hochschule teil. Sie besuchen auch Lehrangebote weiterer Fachdisziplinen, insbesondere der Mathematik, der Informatik und der Sozialwissenschaften. Sofern diese Fachbereiche an unterschiedlichen Orten untergebracht sind, müssen die Studierenden dann, oftmals in kurzer Zeit, den Lehrveranstaltungsort wechseln.



Während der Arbeit in Bibliotheken und zu Hause am Computerarbeitsplatz erschließen sie sich eigeninitiativ Lernstoffe und fertigen Hausarbeiten und Referate an. Für Praktika außerhalb der Hochschule kommen Dienstleistungsunternehmen, Betriebe des produzierenden Gewerbes oder des Bereichs Wirtschaft und Verwaltung infrage. Exkursionen, z.B. zu Informationsveranstaltungen in Wirtschaftsunternehmen, bieten ebenfalls einen Einblick in die betriebliche Praxis.

Oft wird empfohlen, ein Semester im Ausland zu studieren. Bei internationalen Studiengängen ist ein Studiensemester im Ausland meist Pflichtbestandteil des Studiengangs.

Heimat- und Studienort sind nicht immer identisch. Nicht alle Hochschulen bieten den gewünschten Studiengang an; darüber hinaus können Zulassungsbeschränkungen und spezielle Zugangsvoraussetzungen die freie Wahl der Hochschule einschränken.

Ausbildungsbedingungen

Worauf man sich einstellen sollte

Theorie: Vorlesungen - Seminare - Lernkontrollen

Hochschulveranstaltungen wie Vorlesungen, Seminare und Übungen finden i.d.R. Montag bis Freitag tagsüber statt, teilweise aber auch in den frühen Abendstunden. Studierende sollten mit Lehrveranstaltungen im Umfang von bis zu 30 Semesterwochenstunden (SWS) rechnen. Dazu kommt die Zeit, die man benötigt, um die Veranstaltungen vor- und nachzubereiten. Im European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) ist ein Semester auf 30 Leistungspunkte ausgelegt. Jeder Leistungspunkt entspricht einem geschätzten Arbeitsaufwand für das Präsenz- und Selbststudium von 25-30 Stunden. Pro Semester sollten Studierende also von 750-900 Arbeitsstunden ausgehen.

Besucht man Lehrveranstaltungen verschiedener Fachbereiche, die räumlich voneinander getrennt sind, muss man Wegezeiten einplanen.

In vorlesungsfreien Zeiten fertigen die Studierenden Hausarbeiten an, bereiten das neue Semester vor oder absolvieren Praktika.

Das Pensum wird überwiegend im Einzelstudium erarbeitet, zum Teil in selbst organisierten Lerngruppen.

Im Vergleich zur Schulzeit werden höhere Anforderungen an die selbstständige Arbeitsorganisation gestellt. Denn für die Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen und die termingerechte Ausarbeitung von Referaten und Seminararbeiten ist jeder selbst verantwortlich. Lerninhalte müssen sich die Studierenden auch selbstständig und eigeninitiativ aneignen, z.B. bei Recherchearbeiten in Bibliotheken und am häuslichen Computerarbeitsplatz.

In fachbereichsübergreifenden Veranstaltungen und im Rahmen von Wahlpflicht- und Wahlmodulen studiert man auch mit Kommilitonen anderer Studiengänge und Fachdisziplinen, z.B. der Mathematik oder der Sozialwissenschaften.

In jedem Semester sind Leistungsnachweise in Form von studienbegleitenden Modulprüfungen zu erbringen, z.B. durch Referate, Seminararbeiten oder Klausuren. Auch hier müssen die Studierenden selbst dafür sorgen, dass sie die vorgeschriebenen Studien- und Prüfungsleistungen rechtzeitig zu den festgesetzten Terminen vorweisen und die im jeweiligen Semester anstehenden Pflichtveranstaltungen belegen. Das erfordert ein hohes Maß an Eigenverantwortlichkeit und Selbstdisziplin.

Kann der gewünschte Studiengang nicht in der Nähe des Heimatortes absolviert werden, steht ein Umzug an, der gegebenenfalls auch die Trennung vom gewohnten sozialen Umfeld bedeutet. Daneben muss man sich im ungewohnten Hochschulbetrieb zurechtfinden. Die Hochschulen unterstützen die Studienanfänger/innen jedoch mit zum Teil umfangreichen Informations- und Beratungsangeboten.

Praxis: Übungen - Projekte - Betriebspraktika

Um die theoretischen Kenntnisse anzuwenden und praktische Erfahrungen zu sammeln, nehmen die angehenden Betriebswirte und Betriebswirtinnen für Marketing an der Hochschule an Übungen, Projekten und



Praktika teil. Durch Exkursionen, z.B. in Marketingabteilungen großer Unternehmen, erhalten sie einen Einblick in betriebliche Abläufe und Aufgaben.

Mit der Berufswirklichkeit machen sie sich meist schon während des Studiums vertraut, indem sie einschlägige Praktika in Wirtschaftsunternehmen absolvieren. Dabei arbeiten sie mit Fachkräften der Betriebe zusammen. Unter Anleitung von erfahrenen Mitarbeitern setzen sie das erworbene theoretische Wissen in die Praxis um. Die Studierenden sind häufig selbst dafür zuständig, sich eine Praktikumsstelle und evtl. eine Unterkunft zu beschaffen. Wenn der Studiengang Praxisphasen in Betrieben vorsieht, sind die Hochschulen unter Umständen bei der Suche nach einer geeigneten Praktikumsstelle behilflich.

Ausbildungsvergütung

Wer an Hochschulen studiert, erhält keine Vergütung. Im Praktikum kann eine Vergütung gezahlt werden.

Ausbildungskosten

Studienkosten

In einigen Bundesländern erheben neben den privaten auch staatliche Hochschulen allgemeine Studienbeiträge. Die Spanne reicht bei staatlichen Hochschulen meist von 300 bis 500 € pro Semester. Die Studienbeiträge an privaten Hochschulen sind häufig deutlich höher.

In manchen Bundesländern fallen Gebühren für "Langzeit-Studierende", für ein Zweitstudium oder nach Verbrauch eines festgesetzten Studienguthabens an. Einschreibgebühren und Semesterbeiträge (Sozialbeiträge) sind immer zu entrichten. Ihre Höhe ist von Hochschule zu Hochschule unterschiedlich. Zu den Semesterbeiträgen zählen Beiträge für die Arbeit des Studierendenwerks und für die verfasste Studentenschaft, oft auch für ein Semesterticket des öffentlichen Nahverkehrs. Manche Hochschulen erheben zusätzlich Verwaltungsgebühren.

Hinzu kommen Aufwände für Lernmittel und Studienbedarf, z.B. für Bücher, Kopien, Exkursionen.

Neben den Ausgaben, die unmittelbar mit dem Studium zusammenhängen, sind vor allem die Lebenshaltungskosten zu berücksichtigen. Ihre Höhe ist unter anderem davon abhängig, ob ein eigener Haushalt geführt wird und in welcher Stadt sich die Hochschule befindet.

Sind Studierende über 25 Jahre alt oder werden bestimmte Einkommensgrenzen überschritten, kommt in der Regel eine Familienversicherung (Mitversicherung bei den Eltern in der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung) nicht mehr infrage. Dann müssen Beiträge für eine eigene studentische Kranken- und Pflegeversicherung aufgebracht werden.

Über die durchschnittlichen Ausgaben von Studierenden informiert das Deutsche Studentenwerk:

Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks

Internet: http://www.sozialerhebung.de/pdfs/Soz19_Haupt_Internet_A5.pdf

Studienförderung

Die finanziellen Belastungen durch ein Studium können erheblich sein. Damit ein Studium nicht an der sozialen und wirtschaftlichen Situation eines Studierwilligen scheitert, können Studierende finanziell gefördert werden.

BAföG (Bundesausbildungsförderungsgesetz)

Diese Ausbildungsförderung wird je zur Hälfte als zinsloses Darlehen und als Zuschuss gewährt. Auf den Internet-Seiten des Bundesministeriums für Bildung und Forschung kann man sich einen Überblick über das Bundesausbildungsförderungsgesetz verschaffen, Regelungen, Beispiele und Gesetzestexte nachlesen und die nötigen Informationen über die Antragstellung und das zuständige Amt für Ausbildungsförderung ermitteln.

Das neue BAföG



Internet: <http://www.bafoeg.bmbf.de/>

Bildungskredit

Ergänzend zum BAföG können Studierende in fortgeschrittenen Ausbildungsphasen durch einen zeitlich befristeten, zinsgünstigen Kredit unterstützt werden. Einkommen und Vermögen der Studierenden oder ihrer Eltern spielen dabei keine Rolle. Informationen hierzu:

Bildungskredit

Internet:

http://www.bva.bund.de/nn_538526/DE/Aufgaben/Abt_IV/Bildungskredit/bildungskredit-node.html__nnn=true

Studiengebührenkredite, Studienkredite, Bildungsfonds

Die Bundesländer, die allgemeine Studiengebühren (Studienbeiträge) erheben, haben ihre Landesbanken dazu verpflichtet, Studiengebührenkredite anzubieten. Die entsprechenden Konditionen variieren. Meist muss die Rückzahlung des Darlehens einkommensabhängig etwa ein oder zwei Jahre nach Studienende beginnen. Daneben bieten andere Banken und Sparkassen spezielle Kredite für Studierende an, sogenannte Studienkredite. Studierende mit überdurchschnittlichen Leistungen können außerdem durch einen Bildungsfonds finanziell unterstützt werden. Einen Überblick über Studienkreditangebote und Bildungsfonds findet man hier:

- **Centrum für Hochschulentwicklung (CHE)**

Internet: http://www.che.de/downloads/CHE_AP145_Studienkredit_Test_2011.pdf

- **Studienkredit.de - Das Infoportal rund um Studienkredite**

Internet: <http://www.studienkredit.de>

Stipendien

Im Rahmen des nationalen Stipendienprogramms finanzieren der Staat und private Geldgeber einkommensunabhängige Stipendien. Diese werden von den staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen vorwiegend nach Leistung und Begabung, aber auch nach sozialen Kriterien vergeben. Weitere Informationen:

Deutschlandstipendium

Internet: <http://www.deutschland-stipendium.de>

Daneben gibt es Stiftungen und Förderwerke, die Studierende mit Geld- bzw. Sachleistungen unterstützen. Manche sind hochschul-, fachrichtungs- oder auch konfessionsgebunden, andere richten sich ausschließlich an bestimmte Zielgruppen. Informationen unter:

Stipendienlotse: Die Stipendiendatenbank des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF)

Internet: http://www.stipendienlotse.de/suche_stipendien.php

Informationen

Informationen und Unterlagen zum Thema Studienkosten und Finanzierungsmöglichkeiten sind an allen Hochschulorten bei den lokalen Studierendenwerken und bei allen Ämtern für Ausbildungsförderung erhältlich. Das Deutsche Studentenwerk bietet vielfältige Informationen an unter:

Deutsches Studentenwerk

Internet: <http://www.studentenwerke.de>

Tips und weitere Informationen zu Studienkosten, Studienbeiträgen und Förderung bietet:

Studien- und Berufswahl

Internet: <http://www.studienwahl.de>

Ausbildungsdauer

Bei Bachelorstudiengängen ist eine Regelstudienzeit (gemäß Beschluss der Kultusministerkonferenz) von 6 bis 8 Semestern vorgegeben. Tatsächlich wurden im Prüfungsjahr 2010 im Studienbereich "Wirtschaftswissenschaften" Bachelorstudiengänge durchschnittlich nach 6,6 Semestern abgeschlossen. Quelle: Statistisches Bundesamt, Fachserie 11, Reihe 4.2, Bildung und Kultur - Prüfungen an Hochschulen 2010



Verkürzungen/Verlängerungen

- **Verkürzung der Studienzeit**
Um die Studienzeit zu verkürzen, sehen die Prüfungsordnungen der Hochschulen zum Teil die Möglichkeit von Freiversuchen vor: Erstmals nicht bestandene Modulprüfungen gelten als nicht unternommen, wenn sie zu bestimmten Prüfungsterminen bzw. vor dem im Studienablaufplan vorgesehenen Zeitpunkt abgelegt werden.
- **Überschreiten der Regelstudienzeit**
Das Überschreiten von Regelstudienzeiten ist grundsätzlich möglich. Allerdings legen die Hochschulprüfungsordnungen Fristen für die Ablegung von Prüfungen fest, die die Studiendauer faktisch begrenzen.
Die Hochschulgesetze der Bundesländer sehen vor, dass z.B. Auslandssemester, Elternzeit und Zeiten von Mutterschutz oder längerer Krankheit auf Antrag von der Anrechnung auf die Regelstudienzeit ausgenommen werden können.

Ausbildungsaufbau

Für Bachelorstudiengänge gibt es keine verbindlichen Rahmenordnungen. Die Ausrichtung oder Schwerpunktsetzung der Studiengänge im Bereich Marketing kann deshalb von Hochschule zu Hochschule unterschiedlich sein.

Möglicher Studienverlauf im Bachelorstudiengang Marketing an einer Hochschule

Bachelorstudiengang mit Praxisprojekt

Die Studiengänge setzen sich - je nach Hochschule - aus einer unterschiedlichen Anzahl von Modulen zusammen. Sie umfassen neben Lehrveranstaltungsmodulen (Pflicht- und Wahlpflichtmodule) auch ein Praxisprojekt bzw. ein Praxissemester und eine Bachelor Thesis (Bachelorarbeit).

Die Lehrveranstaltungsmodule bestehen in der Regel aus Pflicht- und Wahlpflichtmodulen. Pflichtmodule sind obligatorisch zu belegenden Lehreinheiten. Innerhalb der Wahlpflichtmodule kann eine Auswahl aus mehreren Lehreinheiten getroffen werden.

Das Praxisprojekt bzw. das Praxissemester wird in einem Betrieb oder an der Hochschule durchgeführt. Gegen Ende des Studiums ist die Bachelor Thesis anzufertigen.

Pflichtmodule sind beispielsweise

- Grundlagen der Finanzmathematik
- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Buchführung/Rechnungswesen
- Betriebswirtschaftliche Prozesse, Funktionen und Entscheidungen
- Grundlagen der deskriptiven Statistik
- Grundlegende Instrumente des Marketings
- Einführung und Mikroökonomie
- Makroökonomie
- Markt- und Werbepsychologie
- Vertragsmanagement
- Marktforschung
- Internationales Marketing



Mögliche Wahlpflichtmodule

- Wirtschafts- und Sozialgeschichte
- Europäische Integration
- Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Umweltmanagement

Ausbildungsabschluss, Nachweise und Prüfungen

Studienabschluss

Das Studium ist erfolgreich absolviert, wenn die Zahl der erforderlichen Leistungspunkte (ECTS-Punkte) erreicht ist. Es führt zum ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss Bachelor of Arts (B.A.) bzw. Bachelor of Science (B.Sc.).

Bei einer Regelstudienzeit von 6 Semestern benötigt man mindestens 180 Leistungspunkte, bei einer Regelstudienzeit von 7 Semestern 210 Leistungspunkte und bei 8 Semestern Regelstudienzeit 240 Leistungspunkte bis zum erfolgreichen Abschluss des Studiums.

Rechtsgrundlagen

Studien- und Prüfungsordnungen der jeweiligen Hochschule

Nachweise und Prüfungen

Modulprüfungen

Module sind in sich abgeschlossene Lehreinheiten, die meist mit einer Prüfung abgeschlossen werden. In der Regel gilt Folgendes:

- Pflichtmodule müssen absolviert werden.
- Bei Wahlpflichtmodulen besteht eine Auswahlmöglichkeit, d.h., nicht alle Module müssen absolviert werden.
- Ergänzende Wahlmodule können nach eigenen Interessen zusammengestellt werden.

Alle Modulprüfungen werden studienbegleitend durchgeführt. Sie können in Form von Klausuren, mündlichen Prüfungen, schriftlichen Hausarbeiten, Referaten mit schriftlicher Ausarbeitung oder Projektarbeiten abgelegt werden.

Bachelor Thesis

Zum Abschluss des Studiums ist eine Bachelor Thesis (Bachelorarbeit) zu verfassen. Je nach Prüfungsordnung ist auch ein Kolloquium abzulegen.

Zeugnis und Urkunde

Die Noten der Modulprüfungen und der Bachelorarbeit gehen in das Abschlusszeugnis ein, das auch die Studiengangsbezeichnung enthält.

Neben dem Abschlusszeugnis erhalten die Absolventen und Absolventinnen eine Urkunde mit dem akademischen Grad (Bachelorgrad) und ein in der Regel in englischer Sprache abgefasstes Diploma Supplement.

Prüfungswiederholung

Modulprüfungen, Bachelorarbeit und Kolloquium können bei Nichtbestehen in der Regel einmal wiederholt werden. Gegebenenfalls ist in Ausnahmefällen eine zweite Wiederholung möglich.



Prüfende Stelle

Prüfungen werden durch Professoren und andere prüfungsberechtigte Personen der jeweiligen Hochschule bzw. Fakultät abgenommen.

Abschluss-/Berufsbezeichnungen

Abschlussbezeichnungen

Nach erfolgreich absolviertem Bachelorstudium verleiht die Hochschule einen der folgenden akademischen Grade:

- Bachelor of Arts (B.A.)
- Bachelor of Science (B.Sc.)

Zugangsvoraussetzungen für die Ausbildung

Zulassungsvoraussetzungen für ein Studium der Betriebswirtschaftslehre im Bereich Marketing:

- an Fachhochschulen : mindestens die Fachhochschulreife oder
- ein von der zuständigen Stelle des Bundeslandes (z.B. Kultusministerium, Staatliches Schulamt, ggf. auch die Hochschule) als gleichwertig anerkanntes Zeugnis

Daneben wählen die Hochschulen ihre Studierenden auch zunehmend durch eigene Zulassungsverfahren aus. Zudem sind länderspezifische Zulassungsvoraussetzungen möglich.

Nähere Informationen zu den Zulassungsvoraussetzungen der einzelnen Studienangebote enthält die Datenbank KURSNET.

Hinweis: In allen Bundesländern bestehen Sonderbestimmungen zum Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber/innen ohne schulische Zugangsberechtigung.

Weitere Informationen:

Zugang zur Hochschule in den einzelnen Bundesländern

Internet:

http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2011/2011_07_00-Synopse-Hochschulzugang-berufl-Qualifizierter.pdf

Auswahlverfahren

Bundesweite Auswahlverfahren

Es gibt kein bundesweit einheitlich geregeltes Auswahlverfahren für Studiengänge des Marketings.

Hochschuleigene Auswahlverfahren

Hochschulen können Auswahlverfahren durchführen. Studiengänge im Bereich Marketing sind häufig örtlich zulassungsbeschränkt.

Ein wichtiges Auswahlkriterium ist der schulische Leistungsstand, oft insbesondere der im Fach Mathematik, bei internationalen Studiengängen auch der in den Fremdsprachen. Auch Wartezeiten spielen eine Rolle. Darüber hinaus nehmen Eignungsprüfungen an Bedeutung zu. Die Auswahlkriterien sind in der jeweiligen Hochschulsatzung bzw. Zulassungsordnung geregelt.

Studienbewerber/innen für Marketing werden z.B. im Rahmen eines Studierfähigkeitstests daraufhin geprüft, ob sie die erforderlichen Kenntnisse in den Bereichen Textverständnis, Sprachgefühl, schlussfolgerndes Denken und Diagrammanalyse aufbringen. Geprüft wird dabei die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte zu erfassen und richtig zu interpretieren.



Einschlägige Berufspraktika können die Chancen auf einen Studienplatz erhöhen.

Weitere Ausbildungsvoraussetzungen

An vielen Hochschulen kann das Studium nur im Wintersemester begonnen werden.

Wichtige Schulfächer

Schulkenntnisse

Eine wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches Studium des Marketings bilden vertiefte Kenntnisse in nachfolgend genannten Schulfächern:

Schulfach	Begründung
Mathematik	Während des Studiums und im späteren Berufsalltag sind z.B. in Methoden der Marktforschung und Kosten-und-Leistungs-Rechnung fundierte Mathematikkenntnisse erforderlich.
Wirtschaft/Recht	Vorkenntnisse im Fach Wirtschaft erleichtern den Zugang zu betriebswirtschaftlichen Studieninhalten. Im späteren Berufsalltag werden planerische, konzeptionelle oder organisatorische Entscheidungen u.a. mithilfe betriebswirtschaftlicher Methoden getroffen. Studieninhalte wie Vertragsrecht bauen auf Kenntnissen im Schulfach Recht auf.
Englisch	Die Internationalisierung der Wirtschaft erfordert Fremdsprachenkenntnisse. Da Englisch als Wirtschaftssprache im Studium häufig Pflichtmodul ist, gehören gute Englischkenntnisse zu den wichtigen Voraussetzungen.

Darüber hinaus sollte man gute Kenntnisse in folgendem Fach mitbringen:

Schulfach	Begründung
Informatik	Wissen über Datenstrukturen, Algorithmen oder Programmiersprachen erleichtert den Zugang zur Wirtschaftsinformatik. Darüber hinaus sollte man z.B. mit Textverarbeitungs- und Tabellenkalkulationsprogrammen sowie mit dem Internet umgehen können. Anwenderkenntnisse sind auch für das Erstellen von Seminararbeiten nötig.

Ausbildung im Ausland und internationale Zusatzqualifikation

Studium im Ausland

Für das Berufsleben gewinnen internationale Erfahrungen mehr und mehr an Bedeutung. Neben der Möglichkeit, das gesamte Studium an einer ausländischen Hochschule zu absolvieren, gibt es zahlreiche Wege, einen Teil des Studiums im Ausland zu verbringen, z.B.:

- **Internationale Studiengänge**
Hier sind ein oder mehrere Semester an ausländischen Partnerhochschulen und/oder Praktikumsphasen im Ausland in das Studium integriert.



Eine Übersicht über internationale Studiengänge, bei denen das Studium teils an einer deutschen, teils an einer ausländischen Partnerhochschule durchgeführt wird, findet sich unter:

Studieren, Forschen und Lehren im Ausland (DAAD)

Internet: <http://www.daad.de/ausland/studienmoeglichkeiten/internationales-studium/05108.de.html>

Beispiel für einen internationalen Studiengang im Bereich Marketing

Die Hochschule Pforzheim bietet gemeinsam mit ihren Partnerhochschulen in Frankreich, Indonesien und Mexiko den überwiegend englischsprachigen Studiengang International Marketing an.

Die ersten drei Semester verbringen die Studierenden an der Hochschule Pforzheim. Im 4. und 5. Semester studieren sie an einer der ausländischen Partnerhochschulen in Frankreich, Mexiko, Peru oder Indonesien. Das 6. Semester ist ein Praxissemester und soll ebenfalls im Ausland absolviert werden. Im 7. Semester studiert man wieder an der Hochschule Pforzheim.

Nähere Informationen:

Hochschule Pforzheim: Internationaler Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft/International Marketing

Internet:

<http://www.hs-pforzheim.de/De-de/Wirtschaft-und-Recht/Bachelor/International-Marketing/Seiten/Inhaltseite.aspx>

- **Auslandssemester und Auslandspraktika**

Informationen und organisatorische Unterstützung bei der Vorbereitung von Auslandsaufenthalten im Rahmen des Studiums an einer deutschen Hochschule bieten die Akademischen Auslandsämter sowie die Praktikantenämter der Hochschulen.

Für die Vermittlung von Praktika im Ausland zuständige Organisationen sind unter folgendem Link zu finden:

Vermittlungsstellen für fachbezogene Praktika im Ausland (DAAD)

Internet:

<http://www.daad.de/ausland/praktika/vermittlungsstellen-fuer-fachbezogene-praktika/00671.de.html>

Förderungsmöglichkeiten

Auch für Studienphasen im Ausland kann Förderung in Anspruch genommen werden.

Eine Übersicht über verschiedene Förderungsmöglichkeiten bietet der Deutsche Akademische Austausch Dienst unter:

Förderungsmöglichkeiten (DAAD)

Internet: <http://www.daad.de/ausland/foerderungsmoeglichkeiten/00655.de.html>

Anerkennung von Studienleistungen

Für die Anerkennung und Anrechnung von im Ausland erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen ist in der Regel die jeweilige Heimathochschule zuständig.

Eine Übersicht über weitere Zuständigkeiten sowie praktische Tipps finden sich unter:

Anerkennung von im Ausland erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen (DAAD)

Internet:

<http://www.daad.de/ausland/tipps-vorab/anrechnung-und-erkennung-von-im-ausland-erbrachten-studien-und-pruefungsleistungen/00637.de.html>

Dokumentation von Lernaufenthalten im europäischen Ausland

Im Ausland absolvierte Ausbildungs- und Lernabschnitte kann man im Europass dokumentieren lassen.

Seine standardisierten und europaweit einheitlichen Dokumente machen Qualifikationen, Fähigkeiten und Kompetenzen transparent und vergleichbar.



Nähere Informationen:

Europass

Internet: <http://www.europass-info.de/>

Weitere Informationen

Die Auslandsvermittlung der Bundesagentur für Arbeit informiert umfassend, detailliert und länderspezifisch über berufliche Bildungs- und Arbeitsmöglichkeiten im Ausland:

Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV)

Internet: <http://www.ba-auslandsvermittlung.de>

Perspektiven nach der Ausbildung

Die Karriereplanung frühzeitig beginnen

Bereits während des Studiums können angehende Betriebswirte und Betriebswirtinnen für Marketing die Weichen für ihre spätere Karriere stellen. Abhängig davon, welches Einsatzgebiet sie anstreben, können sie z.B. Praktika bei Wirtschaftsunternehmen mit eigener Marketingabteilung ableisten. Ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt verbessern sie zudem, indem sie Angebote der Hochschule wahrnehmen, um z.B. Schlüssel- und Zusatzqualifikationen zu erwerben.

Schlüsselqualifikationen: Die Career Center der Hochschulen bieten den Studierenden die Möglichkeit, aus einem Katalog an überfachlichen Qualifikationen auszuwählen. Angehende Betriebswirte und Betriebswirtinnen für Marketing können z.B. Qualifikationen in den Bereichen Kommunikations- und Sozialkompetenz oder Management erwerben.

Zusatzqualifikationen: Zur Erweiterung des Kompetenzprofils können Betriebswirte und Betriebswirtinnen beispielsweise Zusatzqualifikationen aus dem fremdsprachlichen Bereich erwerben. Fachbezogene Angebote finden sich u.a. auf den entsprechenden Hochschuleseiten bzw. den Seiten ihrer Career Center.

Career Center der Hochschulen

Internet: <http://www.hs-kompass2.de/kompass/xml/m22320.htm>

Die passende Beschäftigung finden

Die Beschäftigungsmöglichkeiten von Betriebswirten und Betriebswirtinnen für Marketing hängen u.a. davon ab, welchen Abschluss sie erworben, welche Schwerpunkte sie gesetzt haben. Das Spektrum an Einsatzmöglichkeiten ist breit und reicht von Aufgaben in Marketingabteilungen über Unternehmensberatung bis hin zur wirtschaftswissenschaftlichen Lehre und Forschung an Hochschulen.

Bei der Suche nach dem passenden Arbeitsplatz hilft die **JOBBÖRSE der Bundesagentur für Arbeit**

Internet: <http://jobboerse.arbeitsagentur.de/vamJB/startseite.html?kgr=as&aa=1&m=1>

Informationen zu weiteren Stellenbörsen bietet das Informationssystem BERUFENET in der Rubrik "Stellen- und Bewerbersuche".

Die Beschäftigungsfähigkeit sichern

Um den Anforderungen des Arbeitsalltags gerecht zu werden, müssen Betriebswirte und Betriebswirtinnen für Marketing ihr Fachwissen stets aktuell halten und ihre Fachkenntnisse erweitern.

Informationen zu möglichen Anpassungsweiterbildungen bietet das Informationssystem BERUFENET in der Rubrik "Weiterbildung" unter dem Navigationspunkt "Tätigkeit".

Auf der Karriereleiter nach oben

Wer beruflich vorankommen will, kann z.B. ein Masterstudium in Betracht ziehen.



Informationen zu konkreten weiterführenden Studiengängen bietet das Informationssystem BERUFENET in der Rubrik "Weiterbildung" unter dem Navigationspunkt "Tätigkeit".

Sich selbstständig machen

Auch der Schritt in die Selbstständigkeit ist möglich: Betriebswirte und Betriebswirtinnen für Marketing können z.B. mit einem eigenen Marketing- oder PR-Unternehmen oder als Unternehmensberater/innen tätig werden.

Ausbildungsalternativen

Zu diesem Hochschulberuf gibt es Alternativen in folgenden Bereichen:

Kommunikationswissenschaften

- Kommunikationswissenschaftler/Kommunikationswissenschaftlerin
- Journalist/Journalistin (Hochschule)

Vergleichbare Studien- bzw. Tätigkeitsinhalte: Gemeinsame Kenntnisse in Publizistik, Journalistik und Public Relations, Medienökonomie und Kommunikationsmarketing.

Betriebswirtschaft / Volkswirtschaft

- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für allgemeine Betriebswirtschaft
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Automobilwirtschaft
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Dienstleistungsmanagement
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für E-Business
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Handel
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Immobilien
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Internationale Wirtschaft
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Industrie
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Marktforschung
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Regionalmanagement
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Technische Betriebswirtschaft
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Touristik
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Verkehr
- Betriebswirt/Betriebswirtin (Hochschule) für Versicherung
- Ökonom/Ökonomin (Hochschule)
- Volkswirt/Volkswirtin

Vergleichbare Studien- bzw. Tätigkeitsinhalte: Wahrnehmung kaufmännisch-betriebswirtschaftlicher Fach- und Führungsaufgaben; übereinstimmende Studieninhalte wie z.B. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Marketing, Rechnungswesen, Statistik und Recht.

Wirtschaftsinformatik

- Informatiker/Informatikerin (Hochschule) für Wirtschaftsinformatik

Vergleichbare Studien- bzw. Tätigkeitsinhalte: Umgang mit Informationssystemen, Programmen und anderen IT-Anwendungen für betriebswirtschaftliche und Management-Aufgaben und Funktionen, gemeinsame Kenntnisse über wirtschaftswissenschaftliche Themen, allerdings mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung.