



Universität
Basel

Wirtschaftswissenschaftliche
Fakultät

MAS
MARKETING
MANAGEMENT

MAS Marketing Management und Business Development

Berufsbegleitendes Masterprogramm für
professionelles Marketing, Marketing Management
und Business Development.

Beginn: 29. Januar 2018

MAS Marketing Management und Business Development ...



Liebe Interessentin, lieber Interessent!

Vielen Dank, dass Sie sich mit diesem Studiengang befassen und ihn für Ihre Weiterbildung in Betracht ziehen.

Sie können sicher sein, dass Sie hier die relevanten und stets aktualisierten Konzepte, Instrumente und Erfahrungen für die Gestaltung und Umsetzung eines professionellen Marketing Management und Business Development

aufnehmen und vertiefen werden.

Ein werthaltiger Methodenkoffer ist selbstverständlich ein wichtiger Bestandteil des Programms. Konzeption, Gestaltung und Umsetzung müssen dabei Hand in Hand gehen. Ohne Verbindung mit den längerfristigen Zielen und Vorhaben und ohne Erfolgscontrolling würden die «Denkzeuge» fehlen, die dem Einsatz der Methoden und Instrumente ihre Stosskraft verleihen. Auch ein Hammer macht nur Sinn, wenn man weiss, wofür man ihn verwenden kann und will.

Die Dozenten und Dozentinnen und die Studiengangleitung verbinden anwendungsorientiertes Wissen mit viel praktischer Erfahrung. So entsteht für die Teilnehmenden eine anregende Kultur des offenen Austausches und des Praxistransfers.

«Mehr können. Besser entscheiden. Neues erreichen»: Dieses Motto wurde für die Teilnehmenden Realität und für uns zur motivierenden Vision für die Gestaltung des MAS Marketing Management und Business Development.



Prof. Dr. Dr. h.c. Manfred Bruhn

Studiengangsleiter und Dozent am
MAS Marketing Management und Business Development
Universität Basel

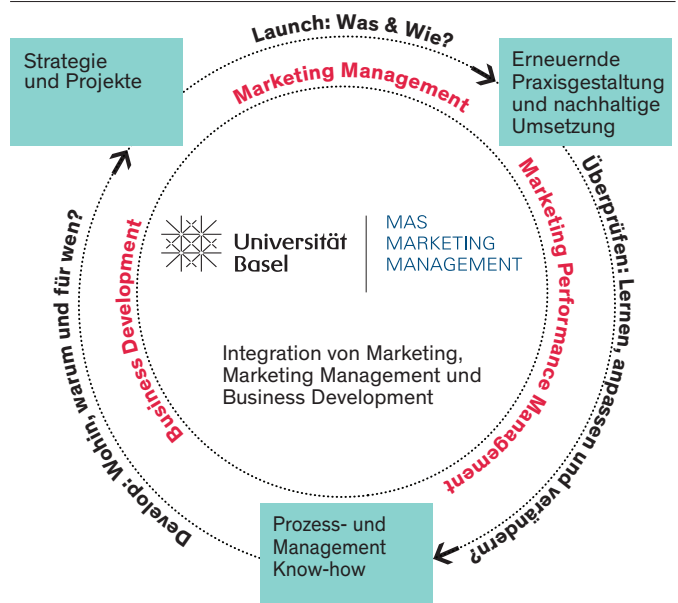
Der Teilnehmerkreis.

Die Teilnehmenden des MAS sind in der Regel bereits in Funktionen tätig, in denen sie wertvolle Beiträge zum Markterfolg und zur Geschäftsentwicklung leisten können. Sie verfügen über eine gute Erstausbildung.

Und sie wissen, was sie anstreben: Sie wollen sich für ihre anspruchsvoller werdende Tätigkeit in Marketing und Business Development fundiert ausrüsten mit relevanten Kenntnissen, mit übersetzbaren theoretischen Überlegungen, mit weiterführenden Konzepten und – nicht zuletzt – mit Anregungen für die Umsetzung in die eigene Praxis.

Mehr noch: Die Praxis von heute ist für sie nicht die Realität von morgen. Sie erwarten, dass dieser «MAS-Rucksack» sie befähigt, tragfähige Marketinglösungen auch in neuartigen Situationen aufbauen zu können, die mit überraschenden Problemstellungen in neuen Märkten und/oder in «fremden» Unternehmensbereichen oder Branchen verbunden sind.

Das MAS MARKETING MANAGEMENT UND BUSINESS DEVELOPMENT ist der richtige Ort, an diesen Zielen und an solchen beruflichen Entwicklungsperspektiven zu arbeiten.



Die Ziele und die Wirkung.

Das MAS Marketing Management und Business Development – eine Weiterbildung mit Wirkung.

Das MAS MARKETING MANAGEMENT UND BUSINESS DEVELOPMENT bietet Ihnen eine exzellente Weiterbildung in Marketing, Marketing Management und Business Development – berufsbegleitend und mit hohem beruflichen Nutzen.

Es wurde für viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu einem wichtigen Schritt für ihren beruflichen Werdegang in den vielfältigen Tätigkeitsfeldern des Marketing und des Business Development.

Marketing und Business Development bilden zusammen die zwei Seiten der gleichen Medaille, nämlich Geschäftsfelder und Kundengruppen nachhaltig auf- und auszubauen und erfolgreich zu verteidigen.

Aus diesem Verständnis heraus wird das MAS gestaltet. In seinen Modulen wird diese Verbindung zwischen der übergreifenden strategischen Vorstellungen und der Gestaltung der Marketingprojekte und Instrumente integriert und vertieft bearbeitet.

Mit dieser Weiterbildung erreichen Sie die fundierte Erweiterung Ihres Wissens und die weitere Stärkung Ihrer fachlichen Kompetenz, mit der Sie anspruchsvolle Aufgaben und neue Herausforderungen in der kundenzentrierten Marktentwicklung aufnehmen können – und werden!

«Apropos Belastung:
In diesem Weiterbildungs-
studium machst Du Dir
den Leistungsdruck selbst;
Du weißt, was Du lernen
und wie Du das nutzen
willst. Das motiviert.
Der anregende Austausch
mit den Dozenten und
Teilnehmenden kam mir da
sehr entgegen.»

Monika Fischer, Teilnehmerin
Market Manager in einem Unternehmen
der Medizintechnik.



Lernen: Verstehen und umsetzen.

Mit dem MAS Marketing Management und Business Development intensivieren Sie für sich und das Unternehmen ...

- die Kenntnisse des modernen Marketing und Business Development und seiner Instrumente, um nachhaltig wirksame Prozesse zur Pflege der Märkte und der Beziehungen zu den Marktpartnern zu gestalten,
- die fachlichen und persönlichen Kompetenzen, um die kundenorientierten Prozesse im Unternehmen an die Markt- und Wertedynamik anzupassen,
- das Können, um das technologische und soziale Marketingpotenzial konzeptionell wirksam zu verbinden, damit die anspruchsvoller und volatiler werdenden Zielgruppen erreicht und tragfähige Beziehungen zu ihnen aufgebaut werden,

- die Fähigkeit, die Dynamik der Märkte, der Kundengruppen und der „business ecosystems“ gut zu verstehen, um die Stossrichtungen des Business Development darauf einzustellen,
- das übergreifende Fach- und Managementwissen, um wichtige Prozess- und Projektpartner fachlich gut zu verstehen und adäquat einzubinden,
- die Kenntnisse, der Kommunikation mit den Märkten und mit den Kunden ein klares Profil und hohe Professionalität zu geben.

Mehr können. Besser verstehen. Neues erreichen.

Wir sind überzeugt davon, dass Marketing mit seiner aufmerksamen 360°-Sicht auf das Marktgeschehen gerade in Zeiten der Digitalisierung der Lebens- und Arbeitswelten erheblich an Bedeutung gewinnt.

«With this MAS I feel well equipped to thrive in a marketing career! It offered me the opportunity not only to deep-dive into frameworks for thinking and acting across the relevant marketing disciplines, but also to learn from marketing practitioners who provided us with a behind-the-scenes look into their marketing strategies.»

Maria Codina Bea, Teilnehmerin
Global Product Manager bei einem weltweit
tätigen Zulieferer der Bauindustrie



Das MAS Marketing Management und Business Development ...

Managementwissen.

Strategische Überlegungen und gute Kenntnisse der gesamtwirtschaftlichen Zusammenhänge bilden ein wichtiges Fundament für das Marketing und Business Development.

Marketing und Business Development haben eine Mitverantwortung für die Budgetierung und für die Ergebnisse der Jahresrechnung. Kenntnisse des Management Accounting und des Controlling gehören deshalb zum Handwerkszeug des Marketers.

Insgesamt 16 Tage Präsenzunterricht

Die Themen.

- Den Rahmen setzen: Strategisches Management.
- Strategien übersetzen und zur Umsetzung bringen.
- Volkswirtschaftliche und wirtschaftspolitische Zusammenhänge verstehen.
- Finanzwirtschaftliche Themen in ihrer Bedeutung für das Marketing verstehen (Management Accounting).
- Aufbau und Analyse der Bilanz- und Jahresrechnung.
- Controlling zur Kosten- und Leistungssteuerung nutzen.

Persönliche Einflusskompetenz.

Wer Business Development- und Marketingprojekte führt, muss auf zahlreiche «Mitspieler» aus unterschiedlichen Bereichen Einfluss nehmen. Die Stärkung der persönlichen Einflusskompetenz gehört deshalb zu den Zielen dieses MAS.

Insgesamt 7 Tage Präsenzunterricht

Die Themen.

- Führung und Einflussnahme in Veränderungsprozessen.
- Interaktion mit fremden Kulturen: Interkulturelles Management.
- Verantwortung und Gesellschaft: Unternehmensethik.
- Unternehmen als Soziale Netzwerke denken und gestalten.

Recht für Marketing und Vertrieb.

Marketing trifft häufig auf rechtliche Fragestellungen. Fehler können dabei rasch teuer werden. Es geht in diesen Modulen nicht um Paragraphenkenntnis, sondern um das Verstehen der rechtlichen Regelungen und der Spielräume, die damit offen gehalten werden.

Insgesamt 4 Tage Präsenzunterricht

Die Themen.

- Marken- und Immaterialgüterrecht.
- Internetrecht.
- Vertragsrecht.
- Vertriebs- und Wettbewerbsrecht.
- Unlauterer Wettbewerb (UWG).
- Haftungsrecht.

... und seine Themen.

Strategien und Instrumente zur kundennahen Marktentwicklung und Marktbearbeitung.

Die dynamische Welt des Marketing, die im MAS MARKETING MANAGEMENT UND BUSINESS DEVELOPMENT vermittelt wird, ist in der Summe ein vernetztes, interaktives System – ständig in Bewegung und mit überraschenden Wendungen. Es ähnelt oft einem Mobile – wenn ein Element angestoßen wird, bewegen sich auch andere Teile, häufig in unerwarteten Richtungen und mit hohem Tempo.

An diesem Zusammenspiel wird im Verlauf des MAS immer wieder gearbeitet. Marketing und Business Development wirken im «Open Space», in dem Veränderungen von aussen die Regel sind. So entsteht für die Teilnehmenden aus den einzelnen Modulen ein integriertes und trotzdem offenes, anpassungsfähiges Gesamtkonzept.

Diesem MAS liegt ein eigenständiges *Marketing Management Modell* zu Grunde, auf das immer wieder zurückgegriffen werden kann.

Es sorgt hier und in der Praxis dafür, dass bei aller Agilität und Flexibilität die Kohärenz und die Integration des Ganzen nicht aus den Augen verloren geht.

Insgesamt 42 Tage Präsenzunterricht

Die Themen.

- Marketing Strategien entwerfen für dynamisierte Märkte.
- Positive Resonanz bei den Kunden bewirken: Relationship Marketing und Integrierte Markt-Kommunikation.
- Die Kunden kontinuierlich begeistern: Branding und Brand-Management.
- Online und Social Media Marketing.
- Geschäftsmodelle für diese digitale Welt: E-Business und Interaktives Marketing.
- Der Schritt über die Grenze(n): Internationales Marketing Management.
- Produktmanagement: Von der Idee bis zum Erfolg.
- Vertriebs- und Key Account Management.
- Erkenntnisse der Konsumentenverhaltensforschung.
- Preispolitik und Preismanagement.
- Customer Insights durch Marktforschung gewinnen.
- Ökologie und Nachhaltigkeit: Bleibende Herausforderung für das Marketing.
- Marketing Performance Management: Aus Erfolgen und Misserfolgen lernen.
- Marketing für Industriegüter und für das B-to-B Geschäft.
- Marketing für Dienstleistungen und Services.
- Relevant nicht nur für Händler: Die Markt- und Marketingdynamik im Handel - online und stationär.

Studienarbeit.

Mit der Studienarbeit wird eine relevante Problemstellung aus dem Unternehmen bearbeitet. Die Studienarbeit und ihre Ergebnisse sind auch aus Sicht der Unternehmen ein praxisnaher und hochwertiger Teil des MAS.

Präsentation und Diskussion der Studienarbeiten.

Der Abschlussworkshop eröffnet einen aufregenden Blick in die vielfältigen Marketing- und Business Development-Realitäten der Teilnehmenden. Problemstellungen aus den Unternehmen und gut durchdachte Lösungsansätze stehen im Zentrum der Studienarbeiten.

Dreitägiges Präsenzmodul

Leistungsnachweise.

Im Verlauf des MAS sind fünf Klausuren zu bestehen und eine Studienarbeit zu erarbeiten.

Abschlussworkshop (Kolloquium).

Die Teilnehmenden stellen wichtige Aspekte ihrer als Einzelleistung erstellten Studienarbeit vor, um sich abschliessend den Fragen der Studiengangleitung und der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu stellen.

Die Dozenten und Dozentinnen ...

Lernen in einem anregenden Umfeld – mit Dozentinnen und Dozenten, die weiterbringen.

Die Teilnahme am MAS MARKETING MANAGEMENT UND BUSINESS DEVELOPMENT befähigt die Teilnehmenden, innovative Vorstellungen für gut durchdachte Marktbearbeitungs- und Marketingprozesse und für ihre wirksame Umsetzung zu entwickeln und zu realisieren.

Das Lernen dafür wird durch ein anregendes Umfeld gefördert. Der engagierte Austausch mit den Dozierenden und den Teilnehmenden, die Bearbeitung von Fallstudien, Gastreferate aus Unternehmen, Beiträge aus dem Teilnehmerkreis und die Studienarbeit schaffen Synergien und stärken den Transfer in die aktuellen und künftigen Aufgabenfelder.

Die Dozentinnen und Dozenten arbeiten sehr gerne mit Studierenden, die voll im Berufsleben stehen. Sie erschliessen die relevanten Kenntnisse ihres Fachgebietes und geben reflektierte Anwendungserfahrungen weiter. Ihr aktivierender Unterrichtsstil fördert den Austausch unter den Teilnehmenden.

Studiengangleitung und Support.

Prof. Dr. Dr. h.c. Manfred Bruhn, Universität Basel
Studiengangleiter, Dozent

Prof. Bruhn verantwortet Inhalt, Weiterentwicklung und Qualität des MAS. Er berät Unternehmen in Fragen der Strategie und der Marketing Kommunikation.

Dr. Mareike Ahlers

Betreuung der Studienarbeiten, Dozentin.

Sie berät Unternehmen in strategischen Projekten und war mehrere Jahre in leitender Stellung im Marketing tätig.

Michael Braune-Krickau

Geschäftsleiter, Studiengangkoordination

Zusammenarbeit mit den Dozierenden, Beratung der InteressentInnen, Betreuung der Teilnehmenden, Qualitätssicherung.

Isabel Plüss, Leiterin der Geschäftsstelle

Anprechpartnerin für Organisation und Administration im MAS. Betreuung des Internet- und Intranetauftritts.

Dr. Mareike Ahlers

Bruhn&Partner, Strategie- und Marketing-Beratung, Basel

Betreute Fachgebiete: Marketing Kommunikation; Strategisches u. operatives Marketing; Markenführung.

Dr. Eva Bilhuber

Human Facts AG, Nesslau

Betreutes Fachgebiet: Unternehmen als Soziale Netzwerke denken und gestalten.

Dr. Simone Brauchbar Birkhäuser

Rechtsanwältin und Rechtsberatung, CMS von Erlach Poncet AG, Zürich

Betreutes Fachgebiet: Marken- und Immaterialgüterrecht.

Prof. Dr. h.c. Manfred Bruhn

Universität Basel, Studiengangsleiter

Betreute Fachgebiete: Strategisches Marketing; Dienstleistungs- und Relationship Marketing; Marketing Kommunikation; Integrierte Markenführung.

Prof. Martina Dalla Vecchia

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Basel

Hochschule für Wirtschaft HSW

Betreutes Fachgebiet: Online-Marketing, Social Media

Ariane Curdy

Ctrl Culture Relations, Lausanne

Betreutes Fachgebiet: Interkulturelles Management

Prof. Dr. Stefan Dierkes

Georg-August-Universität Göttingen,

Lehrstuhl für Finanzen und Controlling

Betreutes Fachgebiet: Controlling zur Kosten- und Leistungssteuerung.

Lukas Fässler

Rechtsanwalt und Informatikexperte, FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG, Zug

Betreutes Fachgebiet: Internetrecht.

... und ihre Fachgebiete.

Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein

Universität des Saarlandes, Institut für Konsum- und Verhaltensforschung
Betreutes Fachgebiet: Konsumentenverhalten.

Prof. Dr. Karsten Hadwich

Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement
Betreutes Fachgebiet: Dienstleistungs- und Relationship Marketing.

Prof. Dr. Frank Huber

Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Lehrstuhl für Marketing
Betreutes Fachgebiet: Produktmanagement.

Prof. Dr. Peter Jung

Universität Basel, Ordinarius für Privatrecht
Betreutes Fachgebiet: Vertrags- und Haftungsrecht, Unternehmensrecht, Vertriebs- und Wettbewerbsrecht.

Prof. Dr. Klaus M. Leisinger

Präsident Stiftung Globale Werte Allianz, Basel
Betreutes Fachgebiet: Unternehmensethik.

Christoph Langenegger

Consultant, Leiter Controlling der Psychiatrischen Universitätsklinik, Zürich
Betreutes Fachgebiet: Management Accounting.

Dr. Carlos Lenz

Schweizerische Nationalbank, Zürich
Betreutes Fachgebiet: Volkswirtschaftliche und wirtschaftspolitische Zusammenhänge.

Dr. Andreas Lucco

Managing Director, TRANSLATION-Probst AG und Dozent am ZHAW, Zürich
Betreutes Fachgebiet: Customer Journey.

Prof. Dr. Dirk Morschett

Universität Fribourg, Internationales Management
Betreutes Fachgebiet: Besonderheiten des Marketing im Handel.

Prof. Dr. Sven Reinecke

Universität St. Gallen, Kompetenzzentrum «Marketing Performance Management»
Betreutes Fachgebiet: Performance Management, Preismanagement.

Prof. Dr. Dr. h.c. Stefan Schaltegger

Leuphana Universität Lüneburg, Leiter des Centre for Sustainability Management
Betreutes Fachgebiet: Ökologie- und Nachhaltigkeitsaspekte im Marketing.

Prof. Dr. Marcus Schögel

Universität St. Gallen, Institut für Marketing, Leiter des Kompetenzzentrums «Distribution und Kooperation»
Betreutes Fachgebiet: E-Business, Interakt. Marketing.

Prof. Dr. Florian Siems

Technische Universität Dresden, Lehrstuhl für Marketing
Betreutes Fachgebiet: Marktforschung.

Prof. Dr. Bernhard Swoboda

Universität Trier, Lehrstuhl für Marketing und Handel
Betreutes Fachgebiet: Internationales Marketing Management; Vertriebsmanagement.

Prof. Dr. Markus Voeth

Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Marketing & Business Development
Betreutes Fachgebiet: Marketing für Industriegüter im Business-to-Business-Geschäft.

Prof. Dr. Thomas Wunder

Hochschule Neu-Ulm
Betreutes Fachgebiet: Strategieentwicklung und -umsetzung.

Orte, Beratung, Kontakt, Studiengebühr.

Studiengebühr.

Die Studiengebühr beträgt CHF 26'800.–.

Darin sind alle Kosten für das Programm, Prüfungen, umfangreiche Unterlagen und Literatur enthalten.

Die Studiengebühr wird in der Regel wie folgt fällig:

- CHF 3'300.– vier Wochen nach Vertragsabschluss,
- CHF 9'500.– 1 Monat vor Beginn des MAS,
- CHF 7'500.– 3 Monate nach Beginn des MAS und
- CHF 6'500.– 10 Monate nach Beginn des MAS.
- Andere Zahlungsfristen sind aufgrund schriftlicher Vereinbarung möglich.

Bei Zahlung der gesamten Studiengebühr vor Beginn des MAS reduziert sich der Betrag um CHF 400.–.

Teilnehmerzahl.

Die Zahl der Teilnehmer ist auf 25 begrenzt.

Absageregulung.

Wir sind bestrebt, bei einem Rücktritt eine angemessene Lösung zu finden. Grundsätzlich gilt jedoch:

Bei einem Rücktritt vom Vertrag 30 Tage vor Beginn bleiben 50% der Studiengebühr geschuldet. Bei einem Rücktritt in den ersten 90 Tagen nach Beginn des Lehrganges bleiben 70% der Studiengebühr fällig, bei einem späteren Rücktritt die gesamte Studiengebühr.

Die Stornierungskosten entfallen, wenn ein geeigneter Ersatzteilnehmer gefunden wird.

Ort und Hotelreservation.

Die «Marketingwoche» und die weiteren Studientage finden in unserem Fakultätsgebäude (Jakob Burckhardt Haus, Peter-Merian-Weg 6, Basel) statt.

Der Beginn der Unterrichtstage ist so angesetzt, dass Teilnehmer aus dem Raum Zürich oder Bern in der Regel pendeln können.

Falls Sie in Basel eine Unterkunft benötigen, buchen Sie diese bitte direkt. Wir geben Ihnen gerne entsprechende Hinweise.

Kontakt und Beratungsgespräch.

Sie sind an einem Beratungsgespräch über diesen Studiengang und seine Eignung für Sie und Ihre beruflichen Ziele und kommenden Aufgaben interessiert? Wir nehmen uns dafür gerne Zeit – in Basel, Bern oder Zürich.

Terminvereinbarung über die Geschäftsstelle des MAS:

Email: masmarketing@unibas.ch

Tel. +41 (0)61 207 32 07, Isabel Plüss.

Weitere Informationen.

Unterlagen (Programmbroschüre oder Semesterpläne) können Sie bestellen über:

Internet: www.masmarketing.ch

E-mail: masmarketing@unibas.ch

Fon: +41 (0)61 207 32 07

Postadresse:

MAS Marketing Management

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Peter Merian-Weg 6, Postfach, 4002 Basel

Bewerbung zur Teilnahme, Leistungsnachweise, Diplom.

Voraussetzung für die Zulassung.

Ein Bachelor oder Masterabschluss einer Fachhochschule oder Universität oder ein äquivalenter Bildungs- und Berufsweg (Zulassung «sur dossier»).

Zusätzlich wird eine mindestens dreijährige Berufserfahrung mit markt- oder marketingnahen Aufgaben und einer angemessenen Fachverantwortung erwartet.

Wichtig ist nicht zuletzt die Bereitschaft zum gut organisierten und eigenständigen Lernen über einen längeren Zeitraum hinweg.

Bewerbung zur Teilnahme.

Das Bewerbungsformular für das digitale Ausfüllen finden Sie auf unserer Website www.masmarketing.ch.

Bitte fügen Sie Ihren Bewerbungsunterlagen bei:

- den beruflichen Lebenslauf,
- einen Kurzbeschrieb der Schwerpunkte Ihrer aktuellen beruflichen Tätigkeit,
- Kopien der wichtigsten Zeugnisse (Aus- und Weiterbildung, Anstellungen der letzten Jahre),
- eine Darstellung Ihrer Ziele und Erwartungen, die Sie mit Ihrer Teilnahme verbinden.

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen (siehe oben) digital an: michael.braune-krickau@unibas.ch

oder per Post an:

MAS Marketing Management

Geschäftsstelle

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Postfach, 4002 Basel

Aufnahmeprozess und Beratungsgespräch.

Über die Zulassung entscheidet die Studiengangleitung.

Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Einganges berücksichtigt. Die Studiengangleitung behält sich vor, zugunsten einer ausgewogenen Zusammensetzung des Teilnehmerkreises eine Auswahl zu treffen.

Bei einem positiven Zulassungsentscheid wird Ihnen nach Massgabe freier Plätze die Teilnahme mit einem Vertrag verbindlich angeboten. Nach der Rücksendung des Vertrages wird der Studienplatz fest an Sie vergeben. Für dieses MAS gilt die von der Universität Basel genehmigte Studienordnung.

Wir bieten allen, die eine Teilnahme in Erwägung ziehen, ein *Beratungsgespräch* an, das der Klärung der gegenseitigen Erwartungen dient und dem Austausch darüber, was und wie das MAS zur Erreichung Ihrer beruflichen Entwicklungsziele beitragen kann.

Leistungsnachweise.

Die Teilnehmer müssen im MAS fünf Klausuren erfolgreich absolvieren und eine Studienarbeit erstellen.

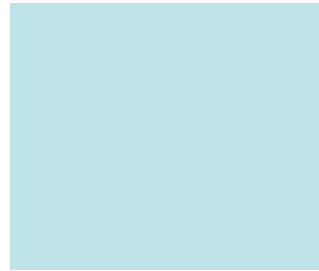
Mit der Studienarbeit bearbeiten die Teilnehmer eine Problemstellung aus dem eigenen Unternehmen. Sie wird im Abschlussworkshop am Ende des MAS präsentiert und vertieft diskutiert. Die Leistung im Abschlussworkshop ist Teil der Benotung der Studienarbeit.

Eine aktive Teilnahme an mindestens 85% der Präsenzeinheiten ist für das Bestehen notwendig.

Das Diplom.

Mit dem Erbringen der Prüfungsleistungen wird den Absolventinnen und Absolventen der Titel «Master of Advanced Studies in Marketing Management und Business Development (Universität Basel)» verliehen.

Das MAS entspricht den Kriterien des Bologna-Abkommens für universitäre Weiterbildungsstudiengänge und wird auch in der EU als hochwertiges Diplom eines universitären Weiterbildungs-Studienganges anerkannt.



Mehr können. Besser entscheiden. Neues erreichen.

MAS Marketing Management und Business Development

Berufsbegleitender Weiterbildungs-Studiengang für
professionelles Marketing, Marketing Management und
Business Development

Adresse:

MAS Marketing Management

Universität Basel

Peter Merian-Weg 6, 4002 Basel, Schweiz

Fon: +41 (0)61 207 32 07

Fax: +41 (0)61 207 33 33

E-mail: masmarketing@unibas.ch

www.masmarketing.ch

