

---- bedarfsorientiert ----- nutzen stiften ----- karrieren fördern ----
----- attraktive studienorte ----- einen schritt voraus -----



casc
campus
advanced
studies
center

in Kooperation mit
ESB Business School Reutlingen
Knowledge Foundation
und der
Universität der Bundeswehr München

Akademische Leitung und Kontakt

Akademische
Leitung

Prof. Stefan E. Busch
ESB Business School Reutlingen

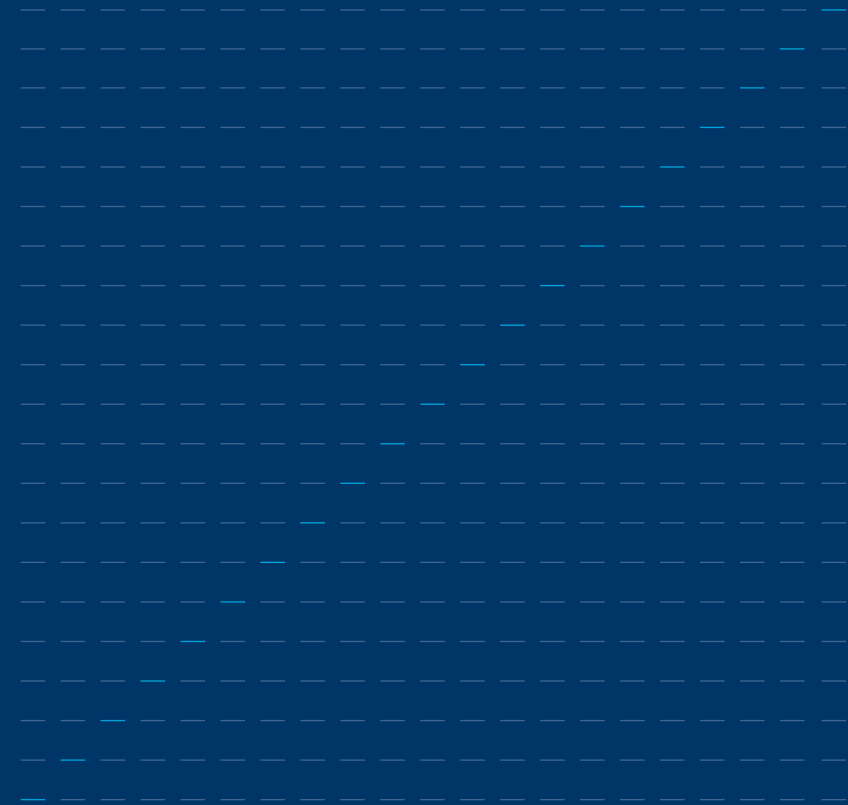
Kontakt

Martina Hucl
casc – campus advanced studies center
Universität der Bundeswehr München
85577 Neubiberg
Tel.: +49 89 6004 - 2225
E-Mail: martina.hucl@casc.de

Weitere
Informationen

www.casc.de

International Marketing and Sales Mini-MBA (Modulstudium)



Ein Kooperationsprojekt von:



casc

casc. Das Weiterbildungsinstitut der Universität der Bundeswehr München.



Karrierebegleitend Know-How erwerben

Führungsqualität vermitteln

Der karrierebegleitende Mini-MBA in der Fachrichtung *International Marketing and Sales* wendet sich an Manager und Führungsnachwuchskräfte, die sich gezielt und fundiert auf eine Führungsaufgabe im internationalen Marketing oder Vertrieb vorbereiten wollen. Aufbauend auf den Grundlagen des Marketing und des Vertriebs wird so Know-How für eine erfolgreiche Tätigkeit z. B. im Produkt-, Marketing- und Vertriebsmanagement eines international tätigen Unternehmens im Konsum- oder Investitionsgüterbereich vermittelt.

Die Partner

Die Ausbildung erfolgt durch erfahrene Professoren und hochrangige Praxisvertreter mit langjähriger Managementenerfahrung. Für die Qualität der Ausbildung stehen die beiden Partner des Modulstudiums: Die Universität der Bundeswehr München sorgt mit ihrer wissenschaftlichen Reputation für eine akademische Fundierung, die ESB Business School mit ihren Top-Rankings für die Praxisnähe des Programms.

Modulstudium

Mit dem Mini-MBA wird die neueste Entwicklung in der wissenschaftlichen Weiterbildung, das Modulstudium, aufgegriffen. Die Module sind Bestandteil des von ACQUIN akkreditierten MBA-Studiengangs *International Management* und auf der Basis des ECTS-Leistungspunktesystems jederzeit auf diesen anrechenbar. Dadurch ist eine hohe Flexibilität und Anschlussfähigkeit für die Teilnehmer gewährleistet.

Inhalt im Überblick

- _ Financial Accounting
- _ Cost and Management Accounting
- _ Marketing Management
- _ International Marketing Management
- _ International Key Account Management
- _ International Product Management
- _ International Technology Management

Allgemeine Informationen

Dauer des Programms

16 Monate, Programmstart jährlich am 1. April. Eine flexible zeitliche Gestaltung ist bei entsprechender Gruppengröße möglich.

Programmstruktur

- _ 2 Fernstudienmodule (je 2 Wochenendpräsenzen, 8 Wochen medial unterstützte Selbstlernphase)
- _ 2 Präsenzstudienmodule (je 8 Tage Präsenzunterricht, begleitende Selbstlernphase)
- _ 1 Vertiefungsmodul (9 Tage Präsenzunterricht, begleitende Selbstlernphase)

Studienorte

München, Reutlingen, Hamburg

Lernziele

Umfassende und systematische Vorbereitung auf eine Führungsaufgabe im internationalen *Marketing and Sales*

Lehr- und Lernmethode

- _ Medial unterstütztes Fernlernen mit Präsenzanteilen
- _ Präsenzunterricht mit praxisorientierter Projektarbeit, Business Cases

Dozenten

Erfahrene Professoren und hochrangige Praxisvertreter mit langjähriger Managementenerfahrung

Leistungs-nachweise

- _ Schriftliche Prüfungen
- _ Fallbearbeitungen mit Präsentation

Abschluss und Workload

- _ Zertifikat
- _ 28 ECTS-Leistungspunkte

Zugangsvoraus-setzungen

- _ Abgeschlossenes Hochschulstudium
- _ Mindestens 2 Jahre Berufserfahrung

Ihre Investition 6.800,- Euro