

Studienplan

Dominante: Marketing

Während meines bisherigen Hauptstudiums habe ich Investition und Finanzierung als mein „Betriebswirtschaftliches Fach II“ besucht und möchte Marketing als meine Dominante wählen. Da ich als zweites betriebswirtschaftliches Hauptfach einen anderen Gesichtspunkt der Betriebswirtschaft kennenlernen will, fällt « Contrôle de Gestion » aufgrund seiner engen Verwandtschaft mit Investition und Finanzierung aus der Wahl heraus. Durch das Praktikum in Frankreich wurde mein Interesse an dem Bereich Verkauf/Marketing noch verstärkt, da es hier möglich ist, das technische und betriebswirtschaftliche Wissen eines Wirtschaftsingenieurs anzuwenden.

Axe transversal: Management International

Die möglichen Fächer bei „Management International“ zielen darauf ab, die Unterschiede der verschiedenen Wirtschaften zu erkennen. Dies bereitet mich auf mein Ziel vor, später in verschiedenen Ländern beruflich tätig werden zu können.

1er trimestre

Conduite des Opérations Marketing MK14 (Pflicht bei Marketing)
Pflichtfach, sofern Marketing als Dominante gewählt wurde.

Marketing industriel MK21 (Marketing)

Dieses Fach entspricht meiner Berufsvorstellung, der Tätigkeit im Verkauf/Marketing von Investitionsgütern.

European Business System LA19 (Management International)

Das Verstehen der heutigen Wirtschaftssysteme und Geschäftspraktiken in Europa kann vereinfacht werden, wenn man deren historische Entwicklung kennt. Diese ist geprägt durch politische, soziale und kulturelle Unterschiede.

Commerce International EI20 (Management International)

Für ein international agierendes Unternehmen ist es unerlässlich, sich mit den Möglichkeiten und Werkzeugen des internationalen Handels zu befassen. Da ich in solch einem Unternehmen tätig sein möchte, ist dies auch für mich unerlässlich.

2ème trimestre

Politique générale de l'entreprise PG30 (Pflicht)
Pflichtfach für Doppeldiplomstudenten.

Etudes de Marché MK13 (Pflicht bei Marketing)

Pflichtfach, sofern Marketing als Dominante gewählt wurde.

Stratégie de communication vers les marchés MK27 (Marketing)

Marketing wird erst dann zu einem schlagkräftigen Instrument, wenn es dazu dient, eine Strategie zu verwirklichen. Die verschiedenen Werkzeuge zum Erreichen der Ziele durch Werbung und zum Definieren einer Strategie, sind somit von entscheidender Bedeutung. Deshalb sehe ich dies als einen sehr wichtigen Kurs in Verbindung mit Marketing.

Team dynamics RH16 (Wahlfach)

Komplexe Probleme können nur durch eine Gruppe bewältigt werden. Jedoch ist eine Gruppe nur dann erfolgreich, wenn eine gewisse Gruppendynamik besteht. Theoretisches Wissen darüber, wie man diese Gruppendynamik erreicht, kann meiner Meinung nach nie schaden.

Trimestre 3A

Communication institutionnelle MK33 (Marketing)

Dieser Aufbaukurs zu « Stratégie de communication vers les marchés » geht noch tiefer darauf ein, welche Werkzeuge man zum Erreichen der erwünschten Ziele einsetzen kann.

Internationalisation de l'Entreprise EI21 (Management International)

Meiner Meinung nach ein sehr interessanter Kurs, wenn man die jetzigen Bestrebungen zahlreicher Konzerne zur Globalisierung durch Joint-Ventures und Fusionen berücksichtigt.