



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ

Kundenbeziehungsmanagement

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Masterstudiengang



„Individualisierung ist ein allgegenwärtiges Schlagwort, das mit unternehmerischem Erfolg assoziiert wird. Das Kundenbeziehungsmanagement nimmt den Kunden nicht als Bestandteil einer grauen anonymen Masse, sondern als einzelnes Individuum wahr.“

Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger,
Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre der TU Chemnitz



Was zeichnet den Masterstudiengang Kundenbeziehungsmanagement aus?

Um sich als Unternehmen erfolgreich am Markt zu behaupten, ist der Aufbau und die Aufrechterhaltung von langfristigen und profitablen Kundenbeziehungen sowie die Etablierung einer kundenorientierten Unternehmenskultur ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Der stark anwendungsorientierte Masterstudiengang Kundenbeziehungsmanagement (KBM) greift dies auf und vermittelt umfangreiche und tiefgründige Kenntnisse zur Lösung spezifischer Problemstellungen. Besonderes Augenmerk liegt auf den Disziplinen des Marketing (insbesondere Kommunikation, Marktforschung und Konsumentenverhalten) und der Wirtschaftsinformatik (insbesondere Business Intelligence, Geschäftsprozess- und Informationsmanagement).

Durch den Einsatz von wissenschaftlicher Methodik erlernen die Studierenden eine konzeptionelle und analytische Denk- und Arbeitsweise. Weiterhin befähigen die vermittelten Inhalte des Studiengangs zum gezielten Umgang mit Interdependenzen zwischen den Bereichen Marketing und IT.



„Es wird immer wichtiger, dass Unternehmen eine Vertrauensbasis zu ihren Kunden aufbauen und somit Verbundenheit anstelle von Gebundenheit schaffen. Der Masterstudiengang Kundenbeziehungsmanagement reagiert optimal auf diese Anforderungen und besitzt eine Vorreiterrolle in der deutschen Universitätslandschaft.“

Prof. Dr. Norbert Menke,
Geschäftsführer der LVV Leipziger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH

Aufbau des Studiums

Die Modularisierung verbindet Kerninhalte des Marketing und der Wirtschaftsinformatik. Innovative und anwendungsorientierte Lehrkonzepte unterstützen dabei die praxisbezogene Ausrichtung.

Anpassungsmodul (1.-2. Semester)

Grundlagen des Marketing/der IT

Basisveranstaltungen

- Marketinginstrumente I
- Marketinginstrumente II
- Marketingmanagement
- Angewandte Statistik
- Geschäftsprozessmodellierung & –management
- Data Mining

Alternativveranstaltungen

- Businessplanung & Management von Gründungen
- General Management
- B2B-Marketing
- Projektmanagement
- Informationsmanagement
- Analytische Informationssysteme

Vertiefungsmodule (1.- 3.Semester)

Wirtschaftsinformatik

- E-Business
- Systeme des KBM
- Strategic IT-Management
- Database Marketing
- Prozess-Controlling
- Datenbankpraktikum

Marketing

- Kommunikation
- Einführung in die Medienpsychologie
- Marketingkommunikation
- Marktforschung
- Konsumentenverhalten
- KBM-Praktikum

Modul Fallstudie/Seminar (3. Semester)

Modul Master-Arbeit (4. Semester)

Berufsperspektiven

Die Absolventen sind in nationalen und internationalen Unternehmen, Agenturen und Non-Profit-Organisationen in vielen Bereichen einsetzbar, wie zum Beispiel:

- Kundenbeziehungsmanagement/Customer Relationship Management
- Marketing, Kommunikation & Marktforschung
- Unternehmensführung & -beratung
- Schnittstellenmanagement (Marketing/IT)
- Datenmanagement
- Geschäftsprozessgestaltung
- E-Business
- Service & Vertrieb
- Unternehmens- & funktionsübergreifende Projekte

Grundlegendes

Zulassungsvoraussetzung: in der Regel berufsqualifizierender Hochschulabschluss Bachelor Wirtschaftswissenschaften oder Wirtschaftsinformatik bzw. inhaltlich gleichwertiger Studiengang

Regelstudienzeit: 4 Semester

Abschluss: Master of Science (M.Sc.)

Studienbeginn: in der Regel Wintersemester

Alle Informationen rund ums Studium:

www.tu-chemnitz.de/studentenservice

Onlinebewerbung:

www.tu-chemnitz.de/studienbewerbung

Weitere Informationen:

Technische Universität Chemnitz

Studentensekretariat

Straße der Nationen 62, Zimmer 043

09111 Chemnitz

+49 371 531-33333

studentensekretariat@tu-chemnitz.de

Fachstudienberatung

Eine Übersicht aller Fachstudienberater

einschließlich ihrer Erreichbarkeit finden Sie unter

www.tu-chemnitz.de/studienberater

Zentrale Studienberatung

Technische Universität Chemnitz

Zentrale Studienberatung

Straße der Nationen 62, Zimmer 046

09111 Chemnitz

+49 371 531-55555

studienberatung@tu-chemnitz.de



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ