

Weiterführende Informationen / Bewerbung

Unsere Fachstudienberater geben Ihnen gern Auskunft und senden Ihnen ausführliche Studieninformationen inklusive aller Präsenztermine zu. Sie können sich fortlaufend per Post oder elektronisch (E-Mail an crm@tuced.tu-chemnitz.de) bewerben. Das Bewerbungsformular lässt sich elektronisch ausfüllen und steht auf unserer Homepage zum Download bereit.

Die Vergabe der Studienplätze erfolgt nicht an einem bestimmten Stichtag, sondern kontinuierlich nach dem zeitlichen Eingang Ihrer Bewerbungsunterlagen bis zum Erreichen der maximalen Teilnehmerzahl. Neben den genannten Voraussetzungen (Hochschulabschluss aller Studienrichtungen, berufspraktische Erfahrungen) werden im Sinne der Gleichbehandlung keine zusätzlichen Auswahlkriterien herangezogen. Die Prüfung der Studienzulassung dauert in der Regel weniger als 2 bis 3 Wochen.



Studiengangsleitung:
Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger
Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre
der Technischen Universität Chemnitz

Kontakt / Fachstudienberatung:

Dipl.-Kffr. Katrin Friedrich
katrin.friedrich@tuced.tu-chemnitz.de

Dipl.-Kfm. Michael Wenisch
michael.wenisch@tuced.tu-chemnitz.de

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT / BEZIEHUNGSMARKETING

MBA Master of Business Administration



Studium neben dem Beruf

„Der Erfolg von Unternehmen hängt aktuell nicht allein von überlegenen Produkten ab. Entscheidend ist die Nähe zum Kunden durch eine enge individualisierte Kundenbeziehung und ein gelungenes Vertriebs- und Servicemanagement. Das Management von Kundenbeziehungen ist zu einem neuen Qualifikationsprofil mit exzellentem beruflichen Entwicklungspotential geworden.“

Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger

Customer Relationship Management (MBA)



Wichtige Fakten im Überblick

Voraussetzungen: erster Hochschulabschluss, gleich welcher Fachrichtung und berufspraktische Erfahrungen im Umfang von mindestens einem Jahr

Abschluss / Credits: staatlich anerkannter Masterabschluss (Master of Business Administration) der TU Chemnitz mit 120 Leistungspunkten (ECTS Credits)

Studienkonzept: berufsbegleitendes weiterbildendes Masterstudium mit E-Learning- und Selbststudienabschnitten sowie Präsenzlehrphasen (Absolvierung neben dem Beruf möglich, aktuelle Berufstätigkeit jedoch nicht erforderlich)

Vor-Ort-Seminare: 15 Präsenzphasen während der ersten drei Semester, meist einmal monatlich am Freitag und Samstag, im vierten Semester Masterarbeit

Teilnehmerzahl: limitiert auf Kleingruppen von ca. 15 - 25 Personen pro Studiendurchgang, individuell betreut

Studiengebühr: 3.495,- € pro Semester (inkl. Prüfungs- und Anmeldegebühren sowie Zugang zu digitalen Bibliotheksressourcen)

Studienbeginn: jährlich im Wintersemester (im November)

Regelstudienzeit: 24 Monate (4 Semester)

Was erwartet Sie?

Die Ansprüche von Geschäfts- und Privatkunden haben sich durch heterogene Bedürfnisse, die Internationalisierung und die rasant voranschreitende Digitalisierung verschoben. Die zentralen Erfolgsgrößen für eine zielgerichtete markt- und kundenorientierte Unternehmensführung sind individueller Dialog mit dem Kunden sowie dessen langfristige Bindung und Integration als Wertschöpfungspartner. Customer Relationship Management schafft dafür die besten Voraussetzungen, indem es abteilungsübergreifend Kommunikation, Kundendaten und -analysen, Vertriebs- und Serviceprozesse entlang der Customer Journey strategisch miteinander verbindet. Im Studium werden Sie als Experte für den Aufbau und die Gestaltung von Kundenbeziehungen ausgebildet. Dafür vermitteln wir Ihnen Marketing-, Organisations- und Führungswissen sowie technisches Verständnis für CRM-Systeme. Es betreut Sie ein Dozententeam von Praxisvertretern renommierter Agenturen und Unternehmen sowie erfahrenen Hochschuldozenten.

Wesentliche Studieninhalte sind:

- Beziehungsmarketing, Projektmanagement, Erfolgskontrolle
- Kundenbeziehungen und Kundenverhalten im B2B- und B2C-Bereich
- strategische Kundengewinnung, -bindung, -rückgewinnung
- Einsatz von Marketinginstrumenten (Kampagnenmanagement, Direktmarketing, Online- und Socialmedia-Kommunikation, Messen, Pricing, technischer Vertrieb, Multi-Channel-Vertriebssysteme)
- Kundenzufriedenheit, Kundenwert, Marktforschung und Data Mining / Big Data
- Geschäftsprozess- und Datenmanagement (Business Intelligence), Auswahl von CRM-Systemen und Datenschutz
- Projektarbeit und zahlreiche Fallstudien

Ihre Vorteile / Einsatzfelder

Für das Management von Kundenbeziehungen sind bei erfolgreichen Unternehmen hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte gefragt, die CRM nicht nur als rein technologische Lösung auffassen, sondern Kundenbeziehungen als ganzheitlichen Prozess betrachten. Mit dem einzigartigen Masterstudium eröffnen sich Ihnen vielfältige Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen, NPOs oder Instituten aller Branchen – nicht nur in Dienstleistungs- und Industriemärkten – sondern auch im E-Commerce, dem Handel, Hightech-Branchen etc. Unsere Absolventen sind u. a. tätig bei Arvato, Audi, AutoScout24, BMW, Bystronic, Douglas, EVENTIM, EDEKA, enviaM, IHK, Oracle, Porsche, Radeberger, Siemens, Sparkasse, Starwood Hotels, Steria Mummert Consulting, Telekom und VW.