



Studienplan

Master of Business Administration (MBA) Marketing and Business Development

Vom Rektorat genehmigt am 23. Februar 2024

Version 1.0, gültig ab 24. Februar 2024



Inhaltsverzeichnis

1. Zweck und Geltungsbereich	3
2. Inhalt des Studiengangs	3
3. Trägerschaft.....	4
4. Aufnahme zum Studium	4
5. Aufbau und Bestehen des Studiengangs	4
6. MAS/MBA-Upgrade-Modul	5
7. Lehrveranstaltungsformate und Kurssprache.....	5
8. Leistungsüberprüfungsformate	6
9. Leistungsüberprüfungen	6
10. Kosten.....	7
11. Anmeldung, Abmeldung und Zahlungsbedingungen.....	7
12. Curriculum.....	8
13. Anhang: Merkblätter zu den Leistungsüberprüfungsformaten	11



1. Zweck und Geltungsbereich

Der vorliegende Studienplan bildet gemeinsam mit der [Weiterbildungs-Ordnung der Universität Basel \(WBO\)](#) und dem [Reglement für das Weiterbildungsstudium an der Universität Basel \(RWS\)](#) die reglementarische Grundlage dieses Studienangebots.

Die WBO regelt die Organisation der Weiterbildung an der Universität Basel insgesamt. Das RWS enthält die für sämtliche Weiterbildungsangebote geltenden Standards. Der Studienplan legt gemäss § 13 WBO zusätzlich die spezifischen Bestimmungen und Anforderungen für alle Studierenden des vorliegenden Studienangebots fest.

Es gilt jeweils die Version des Studienplans, die zum Zeitpunkt der Anmeldung in Kraft war.

2. Inhalt des Studiengangs

Der Studiengang versteht sich als eine interdisziplinäre berufsbegleitende Weiterbildung auf Universitätsniveau für Personen, die zusätzlich zu ihrer Erstausbildung eine qualifizierte Professionalisierung in den Schwerpunkten Marketing und Business Development anstreben.

Ziel dieses MBA ist es, die Studierenden zu qualifizierter Fach- und Managementtätigkeit im Berufsfeld Marketing und Business Development zu befähigen und ihnen dafür fundiertes fachliches Wissen und gute Managementfähigkeiten zu vermitteln.

Der Studiengang konzentriert sich auf die folgenden Inhalte:

- Auf- und Ausbau des strategischen und anwendungsorientierten Fachwissens des modernen Marketings und Business Development und Vermittlung von damit verbundenen Erfahrungen;
- Auf- und Ausbau von anwendungsorientiertem Managementwissen und der dahinterstehenden Theorien;
- Förderung der fachlichen Fähigkeiten zur Analyse, Entwicklung, Realisierung und Steuerung von Projekten und Prozessen für die kundenorientierte Marktentwicklung und Marktbearbeitung;
- Vertiefte Kenntnisse der digitalen, analogen, ökologischen und sozialen Instrumente und Medien, um sie optimal für die Schaffung eines attraktiven Kundennutzens, für die Interaktion mit den Kunden und Marktpartnern und für die Marktkommunikation anwenden zu können;
- Stärkung der fachlichen Kompetenz, Veränderungsprozesse zu gestalten und zu begleiten;
- die fachliche und Management-Kompetenz, um die unternehmensinternen Prozesse kundenorientiert mit der Dynamik im Markt und bei den Kunden zu verbinden.

Die Studiengangsinhalte berücksichtigen den aktuellen Stand von Forschung, Lehre und Anwendung.



3. Trägerschaft

Trägerin des Studiengangs ist die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Basel.

→ Ausführlichere Informationen: siehe den *Organisationsplan* des Studiengangs auf dessen Website.

4. Aufnahme zum Studium

Für die Aufnahme zum Studium müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

- ein abgeschlossenes Studium (Bachelor- oder Master) an einer von der Universität Basel anerkannten Hochschule;
- eine fundierte markt- und kundenorientierte Berufspraxis mit einer angemessenen Fachverantwortung auf einem der Gebiete, die durch den Studiengang inhaltlich abgedeckt werden.

In begründeten Ausnahmefällen können Kandidatinnen oder Kandidaten zum Studium zugelassen werden, die einen adäquaten beruflichen Werdegang und eine entsprechende fachliche Qualifikation nachweisen.

→ Im Übrigen gelten die Bestimmungen von § 2 des *Reglements für das Weiterbildungsstudium*.

5. Aufbau und Bestehen des Studiengangs

Der Studiengang «MBA Marketing und Business Development» umfasst 60 ECTS-Kreditpunkte mit einer Studienzeit von 19 Monaten.

Der Studiengang umfasst Lehrveranstaltungen in folgenden Modulen / Themenbereichen:

- Modul I: Market, Business und Customer Insights: 12 ECTS
- Modul II: Strategisches Marketing und Business Development: 12 ECTS
- Modul III: Marketinginstrumente und -prozesse: 12 ECTS
- Modul IV: Digitale Transformation im Marketing und Business Development: 6 ECTS
- Modul V: Nachhaltige Entwicklung und Wandel im Marketing und Business Development: 6 ECTS
- Schriftliche Studienarbeit und mündliche Abschlussprüfung: 12 ECTS

Das Studium ist bestanden, wenn sämtliche ECTS erworben sind.



Die Teilnahme an den Lehrveranstaltungen des Studiengangs ist obligatorisch; bei Fernbleiben von mehr als 20% des gesamten zeitlichen Umfangs muss in Absprache mit der Studiengangleitung eine entsprechende Ersatzleistung erbracht werden.

→ Details siehe 12. *Curriculum*. Änderungen hinsichtlich der Inhalte bleiben der Studiengangkommission vorbehalten.

6. MAS/MBA-Upgrade-Modul

Von 2005 bis 2023 wurde der Studiengang mit einem Master of Advanced Studies abgeschlossen.

Das Curriculum des ab 2024 angebotenen MBA Marketing and Business Development erfuhr inhaltliche Ergänzungen durch die Schwerpunkte Digital Marketing und Nachhaltige Entwicklung (Nachhaltige Innovation, Nachhaltige Geschäftsmodelle).

Absolventinnen und Absolventen mit einem MAS-Abschluss können während einer Übergangszeit bis 31.12.2026 durch den Besuch eines Upgrade-Moduls den Abschluss MBA Marketing and Business Development erwerben.

Upgrade-Modul I (für Absolventinnen und Absolventen MAS 2023/24)

Nachhaltige Entwicklung und Wandel im Marketing und Business Development (Innovation, Geschäftsmodelle) (2 Tage), Digitale Transformation im Marketing und Business Development (Digital Marketing Analytics) (1 Tag), Organisationsentwicklung (1 Tag), Prüfung: 1 Assignment

Upgrade-Modul II (für Absolventinnen und Absolventen MAS 2020/21 und früher)

Aktuelle Trends im Marketing und Business Development (2 Tage), Nachhaltige Entwicklung und Wandel im Marketing und Business Development (Innovation, Geschäftsmodelle, Corporate Responsibility) (2 Tage), Digitale Transformation im Marketing und Business Development (Social Media Marketing, Digital Marketing Analytics) (2 Tage), Innovation Management und Business Transformation (2 Tage), Prüfung: 2 Assignments

7. Lehrveranstaltungsformate und Kurssprache

Im Studiengang werden folgende Lehrveranstaltungsformate angeboten:

- Vorlesung
- Kurz-Diskussionsrunde
- Fallbearbeitung in Gruppen
- Workshop
- Gastreferat



Die Kursprache ist Deutsch. Gute Englischkenntnisse sind für das Literaturstudium und das Verstehen von englischsprachigen Gastdozierenden wichtig.

Im Einzelfall kann für die schriftlichen Prüfungsleistungen auch Englisch zugelassen werden.

8. Leistungsüberprüfungsformate

Im Studiengang finden folgende Leistungsüberprüfungsformate Anwendung:

- Modulprüfungen
- Schriftliche Studienarbeit
- Mündliche Abschlussprüfung

Zu Kreditpunkterwerb und Leistungsüberprüfungen siehe §§ 4-5 des *Reglements für das Weiterbildungsstudium*.

9. Leistungsüberprüfungen

Modulprüfungen

Zu jedem Modul gemäss Punkt 5 wird ein Leistungsnachweis in Form einer schriftlichen Prüfung erbracht.

Schriftliche Studienarbeit

Studierende verfassen im 3. Semester des Studiengangs eine schriftliche Studienarbeit.

Sie werden zur schriftlichen Studienarbeit zugelassen, sobald sie die Prüfungsleistungen der Module I - III gemäss Punkt 5 erfolgreich erbracht haben und sobald die Studiengangleiterin oder der Studiengangleiter Thema, Zielsetzung und Gliederung der Studienarbeit genehmigt hat.

Die Studienarbeit wird von der oder von dem betreuenden Dozierenden begutachtet und benotet.

Eine als ungenügend bewertete schriftliche Studienarbeit kann auf Verlangen der Studierenden oder des Studierenden von einem von der Studiengangleiterin oder dem Studiengangleiter ausgewählten anderen Mitglied der Fakultät oder einer auswärtigen Expertin bzw. einem auswärtigen Experten begutachtet und benotet werden. Die endgültige Note der schriftlichen Studienarbeit bildet das Mittel dieser beiden Noten.

Wer die schriftliche Studienarbeit nicht besteht, kann nicht zur mündlichen Abschlussprüfung zugelassen werden.

Mündliche Abschlussprüfung

Nach erfolgreichem Bestehen aller Modulprüfungen und der schriftlichen Studienarbeit erbringen die Studierenden im Abschlussworkshop des Studiengangs eine mündliche Prüfungsleistung in Form eines Vor-



trages aus dem Themengebiet ihrer Studienarbeit mit anschliessender Befragung durch die Studiengangleiterin oder den Studiengangleiter, die/den betreuende/n Dozierende/n und die anderen Studierenden.

Die Prüfungsleistung im Abschlussworkshop wird durch die Studiengangleiterin oder den Studiengangleiter zusammen mit der/dem betreuenden Dozierenden beurteilt und benotet.

Der Durchschnitt der Note der mündlichen Abschlussprüfung und der Note der schriftlichen Studienarbeit bilden die Gesamtnote der Studienarbeit.

→ Details siehe Anhang: *Merkblätter zu den Leistungsüberprüfungsformaten*.

10. Kosten

Die Studiengebühr für den Studiengang «MBA Marketing and Business Development» beträgt insgesamt CHF 33'200.

Die Studiengebühr für das Upgrade-Modul I beträgt CHF 2'400.

Die Studiengebühr für das Upgrade-Modul II beträgt CHF 4'800 plus CHF 500 Seminarpauschale.

Die Studiengebühr schliesst Gebühren für Prüfungen, Lehr- und Lernmaterialien mit ein, nicht aber Kosten für spezielle Leistungen wie beispielsweise Reisen oder Unterkunft.

→ Im Übrigen gelten die Bestimmungen von § 10 des *Reglements für das Weiterbildungsstudium*.

11. Anmeldung, Abmeldung und Zahlungsbedingungen

Nach bestätigter Aufnahme in den Studiengang gilt die gesamte Studiengebühr als geschuldet.

Die Studiengebühr wird in der Regel wie folgt fällig:

- CHF 3'200 4 Wochen nach Aufnahme in den Studiengang,
- CHF 10'000 3 Monate vor Beginn des Studienganges,
- CHF 10'000 3 Monate nach Beginn,
- CHF 10'000 10 Monate nach Beginn.

Der Abschluss einer Annullations- bzw. Kurs-Versicherung wird empfohlen; dieser ist Sache der Studierenden.

→ Zu den Studiengebühren siehe § 10 des *Reglements für das Weiterbildungsstudium*.

12. Curriculum

Studiengang: MBA Marketing and Business Development		
Titel / Bezeichnung	ECTS	Kontaktstunden
Modul I		
Market, Business und Customer Insights		
Konsumentenverhalten		2 Tage
Marktforschung		2 Tage
Marketing Performance		2 Tage
Management Accounting		3 Tage
Controlling		3 Tage
Volkswirtschaftliche und wirtschaftspolitische Zusammenhänge		2 Tage
Modulprüfung	12 ECTS	
Modul II		
Strategisches Marketing und Business Development		
Strategisches Marketing und Business Development		4 Tage
Relationship Marketing		2 Tage
Dienstleistungsmarketing		2 Tage
Internationales Market- und Business Development		3 Tage
Marketing und Business Development im BtoB-Geschäft		4 Tage
Innovation Management und Business Transformation		3 Tage
Modulprüfung	12 ECTS	

Modul III		
Marketinginstrumente und -prozesse		
Produktmanagement		2 Tage
Markenmanagement		3 Tage
Marken- und Immaterialgüter-Recht		2 Tage
Integrierte Kommunikation		3 Tage
Preismanagement		2 Tage
Marketing und Business Development im Handel		2 Tage
Vertriebs- und Key Account Management		2 Tage
Vertriebs- und Wettbewerbsrecht		2 Tage
Modulprüfung	12 ECTS	
Modul IV		
Digitale Transformation im Marketing und Business Development		
Digital Marketing Analytics		1 Tag
Digitales Marketing		2 Tage
Social Media Marketing		2 Tage
Content Marketing		1 Tag
Digitale Transformation		2 Tage
Internetrecht		1 Tag
Modulprüfung	6 ECTS	
Modul V		
Nachhaltige Entwicklung und Wandel im Marketing und Business Development		
Nachhaltigkeitsmanagement und Nachhaltigkeitsmarketing		2 Tage
Nachhaltige Innovation		1 Tag

Nachhaltige Geschäftsmodelle		1 Tag
Corporate Responsibility		2 Tage
Strategieentwicklung und -umsetzung		2 Tage
Organisationsentwicklung		2 Tage
Modulprüfung	6 ECTS	
Abschluss		
Schriftliche Studienarbeit	10 ECTS	
Mündliche Abschlussprüfung	2 ECTS	1 Tag
Total:	60 ECTS	70 Tage

Abkürzungen:

ECTS Anzahl ECTS-Kreditpunkte (ECTS = European Credit Transfer and Accumulation System). 1 ECTS entspricht einem Workload von 30 Stunden
 Präsenz Anzahl Präsenzstunden / -Tage



13. Anhang: Merkblätter zu den Leistungsüberprüfungsformaten

- Merkblatt Modulprüfungen
- Merkblatt Schriftliche Studienarbeit und mündliche Abschlussprüfung