



# Industrial Sales and Innovation Management Master

## Kurzübersicht

<b>Abschluss</b>	Master of Arts
<b>Regelstudienzeit</b>	3 Semester
<b>Start</b>	Sommersemester
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch, teilweise Englisch
<b>Standort</b>	Campus Treskowallee
<b>Zugangsvoraussetzungen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• erster akademischer Grad (Bachelor) mit in der Regel 210 Leistungspunkten</li><li>• Bachelorabschluss Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen.</li><li>• Bachelor- oder Masterdegree oder ein Hochschuldiplom in einem vergleichbaren Studiengang</li></ul>
<b>Leistungspunkte</b>	90

Der Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management bildet Studierende für den weltweiten Vertrieb im Business to Business Geschäft aus. *Industrial Sales umfasst alle Formen von Verkaufsprozessen im B2B- (Business-to-Business-)Bereich und alle Aktionen innerhalb der Wertschöpfungskette. Das beginnt beispielsweise bei der Angebotserstellung für eine Festplatte oder einen Pizza-Karton, geht über die Produktion und Lieferung der Ware und endet mit dem „After Sales Service“ und dem Ersatzteilgeschäft. Die Studierenden des Master-Studiengangs Industrial Sales and Innovation Management (MISIM) an der HTW Berlin erwerben detailliertes Wissen über alle Stadien des Industrial-Sales-Prozesses.*



Mehr Infos über den Studiengang  
[misim.htw-berlin.de/](https://misim.htw-berlin.de/)

## Studium

- **Vermittlung von Fach- und Methodenkenntnissen** in: Vertrieb, Management, Technik, Marktforschung und Recht
- **zentrale Studieninhalte:** Projektmanagement, Problemlösungsmethoden in der Produktentwicklung, Schnittstellenmanagement zwischen Kundenanforderungen und Produktentwicklung
- **Fokus** liegt auf allen technischen Produkten bis zu komplexen Investitionsgütern, sowie Software oder Dienstleistungen
- **Geschäftsarten:** Anlagengeschäft, Systemgeschäft, Produkt- sowie Zuliefergeschäft.

## Lernziele u.a.:

- Beherrschung der Kernfunktionen im industriellen Verkaufsprozesses im B2B-Geschäft, Planung, Gestaltung, Führung und Controlling des Vertriebs
- komplexe Probleme des industriellen Vertriebs zu erfassen, im unternehmerischen Kontext zu analysieren und zu lösen
- Befähigung relevante Problemfelder bereits im Voraus zu erkennen und möglichen Konflikten entgegenzuwirken.

## Karriere

**Prozesse gestalten** – Das ist zusammenfassend die gewandelte Aufgabe im B2B-Vertrieb. Je nach Betriebsgröße können Master-Absolvent\*innen die gesamte Aufgabenbreite bearbeiten:

- Vertrieb bis Innovationsmanagement im Rahmen der Produktentwicklung
- Marktforschung
- Kommunikationspolitik und Akquise
- Angebotserstellung und Spezifikation von Produkteigenschaften, sowie Projektabwicklung, Distribution und Inbetriebnahme von Produkten
- Kundenbindungsmanagement (CRM)

Zentraler Aspekt aller Aufgaben ist die Funktion als Kommunikator zwischen dem Kunden und den Unternehmen zu fungieren. Ein erfolgreicher B2B-Vertrieb entwickelt gemeinsam mit dem Kunden maßgeschneiderte Lösungen, die auch ein hohes Maß an Innovation darstellen können. Absolvent\*innen beherrschen die Methoden des Innovationsmanagements und können einen Innovationsprozess erfolgreich steuern.

## Abkürzungsverzeichnis:

### Art des Moduls

P: Pflichtfach, WP: Wahlpflichtfach, AWE: Allgemeinwissenschaftl. Ergänzungsfach

### Form der Lehrveranstaltung

SL: Seminaristischer Lehrvortrag, PÜ: Praktische Übung, BÜ: Praktische Übung,

SWS: Semesterwochenstunden, LP: Leistungspunkte (ECTS)

**Anmerkung:** Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt 17 Wochen.

Module Master 1. Semester		Art	Form	SWS	LP
M1	Angebotsmanagement	P			5
M1.1	Angebotserstellung & -kalkulation		SL	2	
M1.2	Financial Engineering		SL	2	
M2	Verkaufsgesprächsführung	P	PÜ	2	5
M3	Technik, Anlagen, Systeme	P	SL	2	5
M4	Projekt- und Teammanagement	P	SL/BÜ	1/1	5
M5	Industrielle Beschaffungsprozesse	WP			5
M5.1	Industrieller Einkauf <b>oder</b>		PÜ	2	
M5.2	Kommunikationspolitik		PÜ	2	
M6	Vertriebsplanung, -organisation & -controlling	P	SL	2	5
M11	AWE-Modul 1 oder vertiefende Fremdsprache	WP	PÜ	2	2
<b>Summe</b>				<b>9/7</b>	<b>32</b>

Module Master 2. Semester		Art	Form	SWS	LP
M7	Markt- und Wettbewerbsforschung	P	PÜ		
M8	Seminar Produktentwicklung	WP	S		
M9	Usability Management	P	SL	2	5
M10	Rechtliche Aspekte im industriellen Vertrieb:				
M10.1	Vertrags- und Wettbewerbsrecht <b>oder</b>	WP	PÜ	2	5
M10.2	Gewerbliche Schutzrechte		PÜ	2	
M13	Unternehmenssimulation im Innovationsmanagement	P	PÜ	2	5
M12	AWE-Modul 2 oder vertiefende Fremdsprache	WP	PÜ	2	2
<b>Summe</b>				<b>4/14</b>	<b>28</b>

Module Master 3. Semester		Art	Form	SWS	LP
M14	Masterarbeit und Verteidigung	P			30
M15	Abschlusskolloquium	P	S	1	5
<b>Summe</b>				<b>0/1</b>	<b>30</b>
<b>Summe gesamt</b>					<b>90</b>

## Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsfächer(AWE)/Fremdsprachen-Wahlpflichtmodule

### Variante 1 LP

AWE-Modul 1	2
-------------	---

AWE-Modul 2	2
-------------	---

### Variante 2 LP

Englisch/Allgemeinsprache oder Englisch/Wirtschaft oder Englisch/Technik (Oberstufe 1 oder 2)	2
---	---

AWE-Modul	2
-----------	---

### Variante 3 LP

Englisch/Allgemeinsprache oder Englisch/Wirtschaft oder Englisch/Technik (Oberstufe 1 oder 2) oder Französisch/Russisch/Spanisch (Wirtschaft/Mittelstufe 3)	4
---	---

### Variante 4 LP

Deutsch als Fremdsprache/Wirtschaft (Oberstufe 1)	4
---	---

## AWE-Module/Fremdsprachen

Der Fachbereichsrat kann (darüber hinaus) weitere Modulangebote unter Berücksichtigung der Entwicklung der jeweiligen Fachgebiete beschließen.

### Variante 2 LP

Photonik	2
----------	---

Nanotechnologien	2
------------------	---

Miniaturisierte Energieversorgungssysteme	2
---	---

Engineering Software	2
----------------------	---

**Anmerkung:** Bei ausländischen Studierenden, die ihren Bachelorabschluss in einer anderen Sprache als Deutsch erworben haben, kann der gesamte Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodul auf eine vertiefende Ausbildung in Deutsch als Fremdsprache (Oberstufe 1) entfallen.

# Zugangsvoraussetzungen und Auswahlverfahren für den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management (MISIM)

## Zugangsvoraussetzungen

(1) Der Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management ist konsekutiv zu den Bachelorstudiengängen

- Betriebswirtschaftslehre,
- Wirtschaftsinformatik und
- Wirtschaftsingenieurwesen.

(2) Zugang zum Masterstudiengang erhält,

- a) wer den erfolgreichen Abschluss eines ersten akademischen Grades mit in der Regel 210 Leistungspunkten nachweist und
- b) den ersten akademischen Grad in einem Bachelorstudiengang gemäß Absatz 1 erworben hat oder wer ein Bachelor- oder Masterdegree oder ein Hochschuldiplom in einem vergleichbaren Studiengang nachweist.

Über die Vergleichbarkeit entscheidet die Auswahlkommission.

### Frist und Form der Bewerbung

(1) Bewerbungen müssen bis zum 15. Dezember des Vorjahres vollständig bei der zuständigen Stelle der HTW Berlin eingegangen sein. Bewerber und Bewerberinnen, die die Bewerbungsfrist versäumen oder die Bewerbung nicht innerhalb der Frist formgerecht mit den erforderlichen Unterlagen einreichen, können nur nachrangig nach Abschluss des regulären Zulassungsverfahrens nach Maßgabe freier Plätze zugelassen werden.

(2) Die Bewerbung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management bedarf der Schriftform. Die vollständigen Bewerbungsunterlagen umfassen:

- a) für den Studienzugang:
  - ausgefülltes Online-Bewerbungsformular der HTW Berlin
  - Kopie des Reisepasses oder des Personalausweises (Identitätsnachweis)
  - Nachweis der Zugangsvoraussetzungen; Zeugnisse sind in Form beglaubigter Kopien beizufügen.
  - Nachweis der Anzahl der erworbenen Leistungspunkte des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses. Verfügt ein Bewerber oder eine Bewerberin aus dem vorangehenden Studium mit erstem berufsqualifizierenden Abschluss über mindestens 180, aber weniger als 210 ECTS-Leistungspunkte, so kann der Bewerber oder die Bewerberin andere studienrelevante Vorleistungen zur Anerkennung einreichen. Über eine

Anerkennung entscheidet die Auswahlkommission, die in einem Protokoll festzulegen hat, mit wie vielen Leistungspunkten und mit welcher Benotung diese Vorleistungen anerkannt werden. Darüber hinaus ist schriftlich festzulegen, wie ggf. noch fehlende Leistungspunkte konkret zu erwerben sind, um sicherzustellen, dass bis zum Abschluss des Masterstudiums insgesamt 300 anrechenbare Leistungspunkte erreicht werden können. Unter dieser Voraussetzung ist der Studienzugang bzw. eine Einbeziehung in das weitere Auswahlverfahren möglich.

b) für die Studienzulassung:

- Nachweis des Abschlussprädikats/der Durchschnittsnote des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses;
- sofern vorhanden (Berufspraxis ist aber keine zwingende Zugangsvoraussetzung!): Nachweis über Art und Dauer der fachspezifischen Vollzeit-Berufstätigkeit nach dem ersten akademischen Abschluss

### Auswahlverfahren

(1) Die Vergabe von Studienplätzen erfolgt nach folgenden Auswahlkriterien:

- a) Die Durchschnittsnote des ersten akademischen Hochschulabschlusses als Faktor X1,
- b) das Ergebnis der berufspraktischen Erfahrungen mit Bezug zu den Programminhalten des konsekutiven Masterstudienganges Industrial Sales and Innovation Management nach dem ersten akademischen Abschluss als Faktor X2.

Hinweis: Eine Bewerbung ohne berufspraktische Erfahrungen ist möglich und der Normalfall.

(2) Die Auswahl der Bewerber oder Bewerberinnen erfolgt aufgrund einer Rangfolge, die sich aus der folgenden Formel ergibt:  $X = 0,6 (X1) + 0,4 (X2)$ . Ergibt die so errechnete Maßzahl für Bewerberinnen und Bewerber einen identischen Wert, ist das Verfahren bei Ranggleichheit nach § 16 der Berliner Hochschulzulassungsverordnung anzuwenden.

(3) Der Anteil für das Auswahlverfahren gemäß Abs. 2 beträgt 80 v.H. Die übrigen 20 v.H. Studienplätze werden nach Wartezeit vergeben.

(4) Im Rahmen der 20 v.H. nach Wartezeit zu vergebenden Studienplätze können bis zu 5 v.H. der Studienplätze für Härtefälle vergeben werden.

Bewertung der berufspraktischen Erfahrungen  
Die Dauer und Spezifikation der berufspraktischen Erfahrungen mit Bezug zu den Programminhalten des kon-

sekutiven Masterstudienganges Industrial Sales and Innovation Management nach dem ersten akademischen Abschluss wird durch die Auswahlkommission nach folgendem Schema bewertet:

<b>Dauer und Spezifikation der berufspraktischen Erfahrungen</b>	<b>Faktor <math>X_2</math></b>
Mindestens 4-jährige, einschlägige berufliche Tätigkeit	1,0
Mindestens 3-jährige, einschlägige berufliche Tätigkeit	1,6
Mindestens 2-jährige, einschlägige berufliche Tätigkeit	2,6

Hinweis: Eine Bewerbung ohne berufspraktische Erfahrungen ist möglich und der Normalfall.

Erfüllt ein Bewerber mehrere der angegebenen Kriterien, so wird dasjenige mit der besten Note berücksichtigt. Wird gar kein Kriterium erfüllt, so erfolgt eine Bewertung mit der Note 4,0 im Zulassungsverfahren.