

**Verordnung über das Curriculum  
des Universitätslehrganges  
„MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“  
an der Wirtschaftsuniversität Wien**

Der Senat der Wirtschaftsuniversität Wien hat am 19.10.2011 auf Grund des Bundesgesetzes über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002), BGBl I Nr. 120/2002 idgF nachfolgenden Beschluss der Lehrgangskommission vom 12.10.2011 über das Curriculum für den Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ genehmigt.

**§ 1 Einrichtung und Ziele des Universitätslehrganges**

- (1) Die Wirtschaftsuniversität Wien richtet gemäß § 56 Universitätsgesetz 2002 den Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ als außerordentliches Studium ein.
- (2) Der Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ vermittelt eine berufliche Weiterbildung gemäß § 51 Abs 2 Z 21 Universitätsgesetz 2002. Er richtet sich an Personen mit Berufserfahrung oder Branchenkenntnissen insbesondere in den Bereichen Markt- und Meinungsforschung, Marketing sowie Werbung und Verkauf, die eine berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung anstreben. Der Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ vermittelt speziell auf den oben genannten Personenkreis abgestimmte, praxisorientierte und international ausgerichtete Kenntnisse. Die Absolventinnen und Absolventen werden auf eine qualifizierte Tätigkeit im mittleren und höheren Management sowie für die selbständige Unternehmensführung vorbereitet.
- (3) Die Lehrveranstaltungsleiterinnen und -leiter werden nach ihrer beruflichen Stellung und fachlichen Anerkennung ausgewählt. Sie sind zumeist in Führungspositionen der Praxis tätig oder als Lehrende an ausgewählten Hochschulen. Die Evaluierung der Unterrichtseinheiten sichert die didaktische und methodische Qualifikation der Ausbildung.

## **§ 2 Studienaufbau**

- (1) Der Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ dauert in der Regel drei Semester. Im Einzelfall behält sich die Lehrgangsführerin oder der Lehrgangsführer die Absage eines Jahrganges, zum Beispiel aufgrund mangelnder Nachfrage, vor.
- (2) Der Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ umfasst 60 ECTS-Anrechnungspunkte. Davon entfallen 50 ECTS-Anrechnungspunkte auf die zu absolvierenden Lehrveranstaltungen und Prüfungen und 10 ECTS-Anrechnungspunkte auf eine zum Abschluss des dritten Semesters zu erstellende, wissenschaftliche Marktforschungsstudie.
- (3) Der Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ wird zur Gänze in deutscher Sprache angeboten.

## **§ 3 Prüfungsarten**

Die in dieser Verordnung angeführten Prüfungsarten sind in der Prüfungsordnung der Wirtschaftsuniversität Wien definiert. Diese Verordnung bildet gemeinsam mit der Prüfungsordnung ein Curriculum gemäß § 25 Abs 1 Z 10 Universitätsgesetz 2002.

## **§ 4 Lehrgangsführerin oder Lehrgangsführer**

- (1) Der Dean der WU Executive Academy hat gemäß § 20h Abs 2 Z 10 der Satzung der Wirtschaftsuniversität Wien idGF mit Zustimmung des Senats eine Lehrgangsführerin oder einen Lehrgangsführer für den Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ zu bestellen.
- (2) Der Lehrgangsführerin oder dem Lehrgangsführer sind alle Aufgaben und Befugnisse übertragen, die im Zusammenhang mit der Durchführung des Universitätslehrganges „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ stehen und die nicht in die Zuständigkeit anderer Organe oder Rechtsträger fallen. Die Lehrgangsführerin oder der Lehrgangsführer berät sich mit dem Dean der WU Executive Academy in wichtigen Angelegenheiten des Studiums.
- (3) Die Lehrgangsführerin oder der Lehrgangsführer hat dem Rektorat und dem Senat oder der zuständigen Kommission regelmäßig von sich aus sowie jederzeit auf deren Wunsch zu berichten.

## **§ 5 Leiterinnen und Leiter der Lehrveranstaltungen**

- (1) Die Leiterinnen und Leiter der Lehrveranstaltungen werden von der Lehrgangsführerin oder dem Lehrgangsführer in Absprache mit dem Dean der WU Executive Academy bestellt.
- (2) Die Lehrgangsführerin oder der Lehrgangsführer ist dazu angehalten, als Leiterinnen und Leiter der Lehrveranstaltungen hervorragende Expertinnen oder Experten aus dem In- und Ausland zu gewinnen. Bei der Auswahl der Vortragenden ist auf die Erfahrung im Unterrichten von Studierenden mit Berufserfahrung besonders Rücksicht zu nehmen. Gleichzeitig ist auf die Nominierung von Vortragenden zu achten, deren Qualifikation in Wissenschaft und Praxis entsprechend ausgewiesen ist.
- (3) Die Lehrveranstaltungsleiterinnen und -leiter legen die jeweiligen Beurteilungskriterien ihrer Lehrveranstaltungen fest. Sie haben die Lehrveranstaltungen so zu gestalten, dass die Studierenden zur Mitarbeit motiviert werden. Nach Möglichkeit sind die Kenntnisse und Fähigkeiten auch durch Präsentation und Diskussion praxisnaher Fallstudien zu vermitteln. Weiters ist es möglich, Gruppenarbeiten oder das Verfassen einer Hausarbeit vorzusehen.

## **§ 6 Zulassung zum Universitätslehrgang**

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ erfolgt durch ein Aufnahmeverfahren, bei dem die schulische Ausbildung, Praxiserfahrungen, Branchenkenntnisse und bisherige Weiterbildungen in eine ganzheitliche Bewertung einfließen.
- (2) Die Auswahl jener Bewerberinnen und Bewerber, die zum Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ zugelassen werden, erfolgt durch die Lehrgangsführerin oder den Lehrgangsführer.
- (3) Voraussetzung für die Zulassung ist eine angemessene Vorbildung in der Form der allgemeinen Hochschulreife (Reifeprüfung) oder eines gleichwertigen Abschlusses einer anerkannten in- oder ausländischen Bildungseinrichtung sowie eine dem Ziel des Universitätslehrganges „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ dienliche, mehrjährige Berufserfahrung.
- (4) Nach Maßgabe freier Studienplätze können in begründeten Ausnahmefällen auch solche Personen zugelassen werden, welche die in Absatz 3 genannten Voraussetzungen nicht oder nur zum Teil erfüllen, sofern diese Personen auf Grund ihrer sonstigen beruflichen Tätigkeiten, Erfahrungen und Leistungen über eine vergleichbare Qualifikation verfügen.

- (5) Bewerberinnen und Bewerber, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, haben zusätzlich adäquate Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.
- (6) Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Universitätslehrganges „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ werden als außerordentliche Studierende an der Wirtschaftsuniversität Wien zugelassen. Die Meldung zur Fortsetzung des Studiums hat jedes Semester zu erfolgen.

## § 7 Studienaufbau

Im Rahmen des Universitätslehrganges „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ sind folgende Lehrveranstaltungen und Prüfungen im Umfang von 50 ECTS-Anrechnungspunkten zu absolvieren:

Bezeichnung des Faches/der Lehrveranstaltung	ECTS	Prüfungsart
<i>In Common Body of Knowledge (16 ECTS):</i>		
Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	3	LVP
Grundlagen des Marketings	3	LVP
Werbelehre & Markenmanagement	4	LVP
Psychologie, Käuferverhalten und Erhebungsmethoden	4	LVP
Grundlagen der Marktforschung	2	LVP
<i>In Instrumente und Methoden (14 ECTS):</i>		
Marktkommunikation, Marketing Research und Werbeforschung	4	LVP
Qualitative und quantitative Marktforschung	4	PI
Medienforschung	2	PI
Grundlagen der Statistik und Analyseverfahren	4	PI
<i>In Marktforschungs-Projekte und Anwendungsfelder (15 ECTS):</i>		
Management von Marktforschungsprojekten	3	LVP
Datenaufbereitung und Analyse	4	PI
Distributions- und Handelsmarktforschung	2	LVP
Ausgewählte Vertiefungsgebiete und innovative Marktforschungsmethoden und Technologien	3	PI
Managementskills (Teamkompetenz, Präsentationstraining, Moderation)	3	PI
<i>In Rechtliche Grundlagen und Werberecht (5 ECTS):</i>		
Wirtschaftsverträge	2	LVP
Wettbewerbsrecht, Marken- und Urheberrecht	3	LVP

## **§ 8 Marktforschungsstudie**

- (1) Im Rahmen des Universitätslehrganges „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ ist eine wissenschaftliche Marktforschungsstudie im Umfang von 10 ECTS-Anrechnungspunkten zu verfassen.
- (2) Das Thema der Marktforschungsstudie soll einem oder mehreren der in § 7 genannten Fächer zugeordnet werden können. Die Vergabe des Themas der Marktforschungsstudie erfolgt durch die Lehrgangsführerin oder den Lehrgangsführer.
- (3) Die wissenschaftliche Marktforschungsstudie kann entweder von einer oder einem Studierenden alleine oder von mehreren Studierenden gemeinsam abgefasst werden, sofern dies dem Thema dienlich ist und die dabei jeweils erbrachten Leistungen der beteiligten Studierenden getrennt voneinander beurteilt werden können.
- (4) Die Beurteilung der wissenschaftlichen Marktforschungsstudie erfolgt durch die Betreuerin oder den Betreuer. Nach positiver Beurteilung ist die wissenschaftliche Marktforschungsstudie zu präsentieren und zu verteidigen. Ist die wissenschaftliche Marktforschungsstudie von mehreren Studierenden gemeinsam abgefasst worden, haben alle an der Abfassung beteiligten Studierenden an ihrer mündlichen Präsentation und Verteidigung gemeinsam mitzuwirken.

## **§ 9 Lehrgangsabschluss**

- (1) Voraussetzung für den Abschluss des Universitätslehrganges „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ ist die positive Beurteilung aller im Curriculum vorgesehenen Lehrveranstaltungen und Prüfungen sowie der wissenschaftlichen Marktforschungsstudie.
- (2) Den Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrganges „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ wird gemäß § 58 Abs 2 Universitätsgesetz 2002 die Bezeichnung „Akademische Markt- und Meinungsforscherin (WU)“ bzw. „Akademischer Markt- und Meinungsforscher (WU)“, abgekürzt „Akad. MAFO<sup>WU</sup>“, verliehen.

## **§ 10 Festsetzung der Lehrgangsbeiträge**

Die Lehrgangsbeiträge für den Universitätslehrgang „MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG“ sind gemäß § 91 Abs 7 Universitätsgesetz 2002 vom Rektorat der Wirtschaftsuniversität Wien festzusetzen.

## **§ 11 Sinngemäße Anwendung des Universitätsgesetzes 2002 und der Satzung der Wirtschaftsuniversität Wien**

Die Regelungen des Universitätsgesetzes 2002 und der Satzung der Wirtschaftsuniversität Wien über ordentliche Studierende und ordentliche Studien sind sinngemäß anzuwenden.

## **§ 12 In-Kraft-Treten**

Dieses Curriculum tritt mit 01.10.2012 in Kraft.