

**STUDIENPLAN**  
**FÜR DEN UNIVERSITÄTSLEHRGANG**  
**MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG**  
**AN DER WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN**

Der Senat der Wirtschaftsuniversität Wien hat am 21.5.2014 gemäß § 25 Abs 1 Z 10 Universitätsgesetz 2002 nachfolgenden Beschluss der Lehrgangskommission vom 5.5.2014 über den Studienplan für den Universitätslehrgang Markt- & Meinungsforschung genehmigt.

**§ 1 Ziele des Universitätslehrganges**

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 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.

**§ 2 Studienaufbau**

(1) Der Universitätslehrgang Markt- & Meinungsforschung dauert 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 (ECTS). 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 diesem Studienplan 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 Lehrgangsinleiterin oder Lehrgangsinleiter**

(1) Der Dean der WU Executive Academy hat gemäß § 20h Abs 2 Z 10 der Satzung der Wirtschaftsuniversität Wien mit Zustimmung des Senats eine Lehrgangsinleiterin oder einen Lehrgangsinleiter für den Universitätslehrgang Markt- & Meinungsforschung zu bestellen.

(2) Die Lehrgangsinleiterin oder der Lehrgangsinleiter hat dem Dean der WU Executive Academy, dem Rektorat und dem Senat oder der zuständigen Kommission jederzeit auf deren Wunsch zu berichten.

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

(1) Die Leiterinnen und Leiter der Lehrveranstaltungen werden von der Lehrgangsinleiterin oder dem Lehrgangsinleiter in Absprache mit dem Dean der WU Executive Academy bestellt.

(2) Die Lehrgangsinleiterin oder der Lehrgangsinleiter 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.

#### **§ 6 Zulassung zum Universitätslehrgang**

(1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang Markt- & Meinungsforschung ist der Nachweis einer absolvierten Reifeprüfung oder eines anderen gleichwertigen Abschlusses an einer anerkannten in- oder ausländischen Bildungseinrichtung sowie eine den Weiterbildungszielen des Universitätslehrganges dienliche, mehrjährige Berufserfahrung.

(2) Die Auswahl jener Bewerberinnen und Bewerber, die zum Universitätslehrgang zugelassen werden, erfolgt durch die Lehrgangsinleiterin oder den Lehrgangsinleiter. Liegen die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen vor, so beurteilt die Lehrgangsinleiterin oder der Lehrgangsinleiter die Studieneignung der Bewerberinnen und Bewerber anhand der schulischen Ausbildung, Praxiserfahrungen, Branchenkenntnisse und bisherigen Weiterbildungen im Sinne einer ganzheitlichen Bewertung. Bei Bedarf kann die Lehrgangsinleiterin oder der Lehrgangsinleiter zur Feststellung der Studieneignung ein Auswahlgespräch führen.

(3) Nach Maßgabe freier Studienplätze können in begründeten Ausnahmefällen auch solche Personen zugelassen werden, welche die in Absatz 1 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 und eine Studieneignung vorliegt.

(4) Bewerberinnen und Bewerber, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, haben zusätzlich adäquate Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.

#### **§ 7 Lehrveranstaltungen und Prüfungen**

Im Rahmen des Universitätslehrganges 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 (15 ECTS):</i>		

Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	3	LVP
Grundlagen des Marketings	3	LVP
Strategisches Markenmanagement und Integrierte Kommunikation	3	LVP
Psychologie und Käuferverhalten	4	LVP
Grundlagen der Marktforschung	2	LVP
<i>In Instrumente und Methoden der Marktforschung (15 ECTS):</i>		
Marktkommunikation, Marketing Research und Werbeforschung	2	LVP
Qualitative und quantitative Marktforschung	4	PI
Medienforschung	3	PI
Grundlagen der Statistik und Analyseverfahren	4	PI
Erhebungsmethoden in Theorie und Praxis	2	PI
<i>In Marktforschungs-Projekte und Anwendungsfelder (15 ECTS):</i>		
Management von Marktforschungsprojekten	3	LVP
Datenaufbereitung und Analyse	3	PI
Distributions- und Handelsmarktforschung	3	LVP
Ausgewählte Vertiefungsgebiete der Marktforschung	2	PI
Managementskills und Expertenforum	4	PI
<i>In Rechtliche Grundlagen und Werberecht (5 ECTS):</i>		
Rechtliche Grundlagen und Wirtschaftsverträge	2	LVP
Wettbewerbsrecht, Marken- und Urheberrecht	3	LVP

## **§ 8 Marktforschungsstudie**

(1) Im Rahmen des Universitätslehrganges 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 Lehrgangsleiterin oder den Lehrgangsleiter.

(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) Nach Fertigstellung der wissenschaftlichen Marktforschungsstudie ist diese 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. Die Beurteilung der wissenschaftlichen Marktforschungsstudie erfolgt durch die Betreuerin oder den Betreuer.

## **§ 9 Voraussetzungen für den Abschluss des Universitätslehrganges**

(1) Nach positivem Abschluss aller Lehrveranstaltungen und Prüfungen sowie der positiven Beurteilung der wissenschaftlichen Marketingstudie ist der bzw. dem Studierenden ein Zeugnis über den Abschluss des Universitätslehrganges Markt- & Meinungsforschung auszustellen.

(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 des Lehrgangsbeitrages**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang Markt- & Meinungsforschung ist gemäß § 91 Abs 7 Universitätsgesetz 2002 vom Rektorat der Wirtschaftsuniversität Wien festzusetzen.

## **§ 11 In-Kraft-Treten**

(1) Dieser Studienplan tritt am 01.10.2014 in Kraft.

(2) Dieser Studienplan ersetzt den Studienplan für den Universitätslehrgang Markt- & Meinungsforschung gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 12.10.2011, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 19.10.2011.

## **§ 12 Übergangsbestimmung**

Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieses Studienplans den Universitätslehrgang Markt- & Meinungsforschung gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 12.10.2011, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 19.10.2011, aufgenommen haben, sind berechtigt, den Universitätslehrgang nach dem am 30.09.2014 geltenden Studienplan bis zum Ende des Sommersemesters 2016 abzuschließen. Wird der Universitätslehrgang nicht fristgerecht abgeschlossen, ist die oder der Studierende für das weitere Studium dem neuen Studienplan unterstellt. Im Übrigen sind die Studierenden berechtigt, sich während der Zulassungsfristen freiwillig dem neuen Studienplan zu unterstellen.