

STUDIENPLAN
FÜR DEN UNIVERSITÄTSLEHRGANG
WERBUNG & VERKAUF
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 Werbung & Verkauf genehmigt.

§ 1 Ziele des Universitätslehrganges

Der Universitätslehrgang Werbung & Verkauf vermittelt eine berufliche Weiterbildung gemäß § 51 Abs 2 Z 21 Universitätsgesetz 2002. Er richtet sich an Personen mit Berufserfahrung oder Branchenkenntnissen in den Bereichen Werbung, Marketing 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 Werbung & Verkauf dauert drei Semester. Im Einzelfall behält sich die Lehrgangsleiterin bzw. der Lehrgangsleiter die Absage eines Jahrganges, zum Beispiel aufgrund mangelnder Nachfrage, vor.
- (2) Der Universitätslehrgang Werbung & Verkauf 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 Marketingstudie.
- (3) Der Universitätslehrgang Werbung & Verkauf 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 Lehrgangsleiterin oder Lehrgangsleiter

- (1) Der Dean der WU Executive Academy hat gemäß § 20h Abs 2 Z 10 der Satzung der Wirtschaftsuniversität Wien mit Zustimmung des Senats eine Lehrgangsleiterin oder einen Lehrgangsleiter für den Universitätslehrgang zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleiterin oder der Lehrgangsleiter hat dem Dean der WU Executive Academy, dem Rektorat und dem Senat sowie der zuständigen Kommission jederzeit auf deren Wunsch zu berichten.

§ 5 Leiterinnen und Leiter der Lehrveranstaltungen

Die Lehrveranstaltungsleiterinnen und Lehrveranstaltungsleiter werden nach ihrer beruflichen Stellung und fachlichen Anerkennung ausgewählt. Sie sind zumeist in Führungspositionen der Praxis oder als Lehrende an ausgewählten Hochschulen tätig. Die Evaluierung der Unterrichtseinheiten sichert die didaktische und methodische Qualifikation der Ausbildung.

§ 6 Zulassung zum Universitätslehrgang

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang Werbung & Verkauf 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 Lehrgangsleiterin bzw. den Lehrgangsleiter. Liegen die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen vor, so beurteilt die Lehrgangsleiterin bzw. der Lehrgangsleiter die Studieneignung der Bewerberinnen und Bewerber anhand der schulischen Ausbildung, Praxiserfahrungen, Branchenkenntnisse und bisherigen Weiterbildungen im Sinne einer ganzheitlichen Bewertung. Bei Bedarf kann die Lehrgangsleiterin bzw. der Lehrgangsleiter 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
Strategische Markenführung & Integrierte Kommunikation	3	LVP

Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten	4	LVP
Grundlagen der Marktforschung	2	LVP
In Kommunikation und Werbung (15 ECTS):		
Marktkommunikation, Werbeplanung und Werbewirkungsmessung	2	LVP
Konzeption von Werbekampagnen	3	PI
Medioplanung & Cross Media Kommunikation, Medienwirtschaft Klassik & Online und Producing	4	PI
Dialogmarketing On- & Offline, Mobile Marketing und Social Media	4	PI
Unternehmenskommunikation, PR/Öffentlichkeitsarbeit	2	PI
In Verkauf (9 ECTS):		
Verkaufsorganisation und Verkaufsplanung	3	LVP
Strategisches Key Account Management, Verkaufs- und Außendienststeuerung	2	LVP
Managementskills und Expertenforum	4	PI
In Marketing (6 ECTS):		
Datengestützte Unternehmensentscheidungen	3	PI
Distributionspolitik und Handelsmarketing	3	LVP
In Rechtliche Grundlagen und Werberecht (5 ECTS):		
Rechtliche Grundlagen und Wirtschaftsverträge	2	LVP
Wettbewerbsrecht, Marken- und Urheberrecht	3	LVP

§ 8 Marketingstudie

- (1) Im Rahmen des Universitätslehrganges Werbung & Verkauf ist eine wissenschaftliche Marketingstudie im Umfang von 10 ECTS-Anrechnungspunkten zu verfassen.
- (2) Das Thema der Marketingstudie soll einem oder mehreren der in § 7 genannten Fächer zugeordnet werden können. Die Vergabe des Themas der Marketingstudie erfolgt durch die Lehrgangsteilerin bzw. den Lehrgangsteiler. Die wissenschaftliche Marketingstudie wird entweder von einer Lehrveranstaltungsleiterin oder einem Lehrveranstaltungsleiter oder von einer qualifizierten Vertreterin oder einem qualifizierten Vertreter aus der Wirtschaftspraxis betreut.
- (3) Die wissenschaftliche Marketingstudie kann entweder von einer bzw. 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 Marketingstudie ist diese zu präsentieren und zu verteidigen. Ist die wissenschaftliche Marketingstudie von mehreren Studierenden gemeinsam abgefasst worden, haben alle an der Abfassung beteiligten Studierenden an ihre mündlichen Präsentation und Verteidigung mitzuwirken. Die Beurteilung der wissenschaftlichen Marketingstudie 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 Werbung & Verkauf auszustellen.
- (2) Den Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrganges Werbung & Verkauf wird gemäß § 58 Abs 2 Universitätsgesetz 2002 die Bezeichnung „Akademische Marketing- und Salesmanagerin (WU)“ bzw. „Akademischer Marketing- und Salesmanager (WU)“, abgekürzt „Akad. M&S^{WU}“, verliehen.

§ 10 Festsetzung des Lehrgangsbeitrages

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang Werbung & Verkauf 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 Werbung & Verkauf gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 10.06.2011, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 22.06.2011.

§ 12 Übergangsbestimmungen

- (1) Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieses Studienplans den Universitätslehrgang Werbung & Verkauf gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 10.06.2011, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 22.06.2011, aufgenommen haben, sind berechtigt, den Universitätslehrgang nach dem am 30.09.2014 geltenen 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.