

Verordnung über das Curriculum des Universitätslehrganges „WERBUNG & VERKAUF“ an der Wirtschaftsuniversität Wien

Der Senat der Wirtschaftsuniversität Wien hat am 22.06.2011 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 10.06.2011 über das Curriculum für den Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ genehmigt.

§ 1 Einrichtung und Ziele des Universitätslehrganges

- (1) Die Wirtschaftsuniversität Wien richtet gemäß § 56 Universitätsgesetz 2002 den Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ als außerordentliches Studium ein.
- (2) 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 „WERBUNG & VERKAUF“ 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 „WERBUNG & VERKAUF“ dauert in der Regel drei Semester. Im Einzelfall behält sich die Lehrgangsführerin bzw. der Lehrgangsführer die Absage eines Jahrganges, zum Beispiel aufgrund mangelnder Nachfrage, vor.
- (2) Der Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ 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 Marketingstudie.
- (3) Der Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ wird zur Gänze in deutscher Sprache angeboten.

§ 3 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 bzw. einen Lehrgangsführer für den Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ zu bestellen, die bzw. der über eine Lehrbefugnis verfügt.
- (2) Der Lehrgangsführerin bzw. dem Lehrgangsführer sind alle Aufgaben und Befugnisse übertragen, die im Zusammenhang mit der Durchführung des Universitätslehrganges „WERBUNG & VERKAUF“ stehen und die nicht in die Zuständigkeit anderer Organe oder Rechtsträger fallen. Die Lehrgangsführerin bzw. der Lehrgangsführer berät sich mit dem Dean der WU Executive Academy in wichtigen Angelegenheiten des Studiums.
- (3) Die Lehrgangsführerin bzw. der Lehrgangsführer hat dem Rektorat und dem Senat oder der zuständigen Kommission regelmäßig von sich aus sowie jederzeit auf deren Wunsch zu berichten.

§ 4 Zulassung zum Universitätslehrgang

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ 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 „WERBUNG & VERKAUF“ zugelassen werden, erfolgt durch die Lehrgangsführerin bzw. 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 „WERBUNG & VERKAUF“ 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 „WERBUNG & VERKAUF“ werden als außerordentliche Studierende an der Wirtschaftsuniversität Wien zugelassen. Die Meldung zur Fortsetzung des Studiums hat jedes Semester zu erfolgen.

§ 5 Studienaufbau

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

<i>Bezeichnung des Faches/der Lehrveranstaltung</i>	<i>ECTS</i>	<i>Prüfungsart</i>
<i>In Common Body of Knowledge (17 ECTS):</i>		
Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	3	LVP
Grundlagen des Marketings	3	LVP
Werbelehre & Markenmanagement	4	LVP
Psychologie und Käuferverhalten	4	LVP
Grundlagen des Verkaufs	1	LVP
Grundlagen der Marktforschung	2	LVP
<i>In Kommunikation und Werbung (14 ECTS):</i>		
Marktkommunikation, Werbeplanung und Werbewirkungsmessung	2	LVP
Konzeption von Werbekampagnen	2	PI
Mediaplanung und Medienwirtschaft (Film, TV, Print, Plakat, Radio) & Producing	4	PI
Dialogmarketing On- & Offline, Mobile Marketing, CRM und Social Media	4	PI
Unternehmenskommunikation, PR/Öffentlichkeitsarbeit, Lobbying und Events	2	PI

<i>In Verkauf (8 ECTS):</i>		
Verkaufsorganisation, Key Account Management, Verkaufsplanung, Verkaufs- und Außendienststeuerung	4	LVP
Persönlicher Verkauf, Managementskills (Teamkompetenz, Präsentationstraining) und Expertenforum	4	PI
<i>In Marketing (6 ECTS):</i>		
Strategische Marketingplanung, Analyse von Marktforschungsdaten, Marketingcontrolling	4	PI
Distributionspolitik und Handelsmarketing	2	LVP
<i>In Rechtliche Grundlagen und Werberecht (5 ECTS):</i>		
Wirtschaftsverträge	2	LVP
Wettbewerbsrecht, Marken- und Urheberrecht	3	LVP

§ 6 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 § 5 genannten Fächer zugeordnet werden können. Die Vergabe des Themas der Marketingstudie erfolgt durch die Lehrgangsführerin bzw. den Lehrgangsführer. 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.

§ 7 Prüfungsordnung

- (1) 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.
- (2) Jede Lehrveranstaltung wird entweder durch eine Lehrveranstaltungsprüfung abgeschlossen oder hat prüfungsimmanenten Charakter.

- (3) Lehrveranstaltungsprüfungen (LVP) sind die Prüfungen, die dem Nachweis der Kenntnisse und Fähigkeiten dienen, die durch eine einzige Lehrveranstaltung vermittelt wurden.
- (4) Lehrveranstaltungen mit prüfungsimmanentem Charakter (PI) sind Lehrveranstaltungen, bei denen die Beurteilung nicht oder nicht ausschließlich aufgrund eines einzigen Prüfungsaktes am Ende der Lehrveranstaltung erfolgt. 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.
- (5) 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.
- (6) Die Beurteilung der wissenschaftlichen Marketingstudie erfolgt durch die Betreuerin bzw. den Betreuer. Nach positiver Beurteilung ist die wissenschaftliche Marketingstudie zu präsentieren und zu verteidigen. Ist die wissenschaftliche Marketingstudie von mehreren Studierenden gemeinsam abgefasst worden, haben alle an der Abfassung beteiligten Studierenden an ihrer mündlichen Präsentation und Verteidigung gemeinsam mitzuwirken.
- (7) Die Lehrveranstaltungen und Prüfungen des Universitätslehrganges „WERBUNG & VERKAUF“ sowie die wissenschaftliche Marketingstudie sind mit „sehr gut“ (1), „gut“ (2), „befriedigend“ (3), „genügend“ (4) oder „nicht genügend“ (5) zu beurteilen. Wenn diese Form der Beurteilung unmöglich oder unzumutbar ist, hat die positive Beurteilung „mit Erfolg teilgenommen“, die negative Beurteilung „ohne Erfolg teilgenommen“ zu lauten.

§ 8 Lehrgangsabschluss

- (1) Voraussetzung für den Abschluss des Universitätslehrganges „WERBUNG & VERKAUF“ ist die positive Beurteilung aller im Curriculum vorgesehenen Lehrveranstaltungen und Prüfungen sowie der wissenschaftlichen Marketingstudie.
- (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.

§ 9 Festsetzung der Lehrgangsbeiträge

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

§ 10 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.

§ 11 In-Kraft-Treten

- (1) Dieses Curriculum tritt mit 01.10.2011 in Kraft.
- (2) Dieses Curriculum ersetzt das Curriculum für den Universitätslehrgang „WERBUNG UND VERKAUF“ gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 15.04.2010, genehmigt vom Senat am 05.05.2010.

§ 12 Übergangsbestimmungen

- (1) Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieses Curriculums den Universitätslehrgang für Werbung und Verkauf gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 17.02.2004, genehmigt vom Senat am 17.03.2004, aufgenommen haben, sind berechtigt, den Universitätslehrgang Werbung und Verkauf nach diesen Bestimmungen bis 30.09.2012 abzuschließen.
- (2) Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieses Curriculums den Universitätslehrgang für Werbung und Verkauf gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 08.06.2009, genehmigt vom Senat am 24.06.2009, aufgenommen haben, sind berechtigt, den Universitätslehrgang Werbung und Verkauf nach diesen Bestimmungen bis 30.09.2012 abzuschließen.
- (3) Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieses Curriculums den Universitätslehrgang „WERBUNG UND VERKAUF“ gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 15.04.2010, genehmigt vom Senat am 05.05.2010, aufgenommen haben, sind berechtigt, den Universitätslehrgang „WERBUNG UND VERKAUF“ nach diesen Bestimmungen bis 30.09.2012 abzuschließen.

- (4) Wird der Universitätslehrgang nicht innerhalb des jeweils nach Absatz 1 bis 3 vorgesehenen Zeitraumes abgeschlossen, ist die bzw. der Studierende für das weitere Studium dem Curriculum für den Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ idgF unterstellt.
- (5) Im Übrigen sind die Studierenden berechtigt, sich jederzeit freiwillig dem Curriculum für den Universitätslehrgang „WERBUNG & VERKAUF“ idgF zu unterstellen.