

STUDIENPLAN
FÜR DEN UNIVERSITÄTSLEHRGANG
MARKETING & SALES
AN DER WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN

Der Senat der Wirtschaftsuniversität Wien hat am 25.03.2015 gemäß § 25 Abs 1 Z 10 Universitätsgesetz 2002 nachfolgenden Beschluss der Lehrgangskommission vom 17.03.2015 über den Studienplan für den Universitätslehrgang Marketing & Sales genehmigt.

§ 1 Ziele des Universitätslehrganges

Der Universitätslehrgang Marketing & Sales 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 Marketing & Sales dauert drei Semester. Im Einzelfall behält sich die Lehrgangsführerin bzw. der Lehrgangsführer die Absage eines Jahrganges, zum Beispiel aufgrund mangelnder Nachfrage, vor.

(2) Der Universitätslehrgang Marketing & Sales 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 Abschlussarbeit.

(3) Der Universitätslehrgang Marketing & Sales 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 zu bestellen.

(2) Die Lehrgangsinleiterin oder der Lehrgangsinleiter 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 Marketing & Sales 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 bzw. den Lehrgangsinleiter. Liegen die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen vor, so beurteilt die Lehrgangsinleiterin bzw. 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 bzw. 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:

<i>Bezeichnung des Faches/der Lehrveranstaltung</i>	<i>ECTS</i>	<i>Prüfungsart</i>
<i>In Betriebswirtschaftliche Grundlagen (15 ECTS):</i>		
Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	3	LVP
Grundlagen des Marketing	3	LVP
Strategische Markenführung und Integrierte Kommunikation	3	LVP

Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten	4	LVP
Grundlagen der Marktforschung	2	LVP
<i>In Kommunikation und Werbung (15 ECTS):</i>		
Marktkommunikation, Werbeplanung und Werbewirkungsmessung	2	LVP
Konzeption von Werbekampagnen	3	PI
Integrierte Marketingkommunikation und crossmediale Kampagnen	4	PI
Dialogmarketing On- & Offline und Integrierte Kommunikation	4	PI
Unternehmenskommunikation, PR/Öffentlichkeitsarbeit	2	PI
<i>In Verkauf (9 ECTS):</i>		
Verkaufsorganisation und Verkaufsplanung	3	LVP
Persönliches Verkaufsgespräch und angewandte Gesprächsführung	2	PI
Managementskills und Expertenforum	4	PI
<i>In Marketing (6 ECTS):</i>		
Strategische Marketingplanung und datengestützte Unternehmensentscheidungen	3	PI
Vertrieb und Handel	3	LVP
<i>In Rechtliche Grundlagen (5 ECTS):</i>		
Rechtliche Grundlagen	2	LVP
Wettbewerbsrecht, Marken- und Urheberrecht	3	LVP

§ 8 Abschlussarbeit

(1) Im Rahmen des Universitätslehrganges Marketing & Sales ist eine Abschlussarbeit im Umfang von 10 ECTS-Anrechnungspunkten zu verfassen.

(2) Das Thema der Abschlussarbeit soll einem oder mehreren der in § 7 genannten Fächer zugeordnet werden können. Die Vergabe des Themas der Abschlussarbeit erfolgt durch die Lehrgangsführerin bzw. den Lehrgangsführer. Die Abschlussarbeit wird entweder von einer Lehrveranstaltungsleiterin oder einem Lehrveranstaltungsleiter oder von einer qualifizierten Vertreterin oder einem qualifizierten Vertreter aus der Wirtschaftspraxis betreut.

(3) Voraussetzung für die Vergabe des Themas der Abschlussarbeit ist die positive Absolvierung der Lehrveranstaltungen und Prüfungen des Faches Betriebswirtschaftliche Grundlagen.

(4) Die Abschlussarbeit 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.

(5) Nach Fertigstellung der Abschlussarbeit ist diese zu präsentieren und zu verteidigen. Ist die Abschlussarbeit von mehreren Studierenden gemeinsam abgefasst worden, haben alle an der Abfassung beteiligten Studierenden an ihre mündlichen Präsentation und Verteidigung mitzuwirken. Die Beurteilung der Abschlussarbeit 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 Abschlussarbeit ist der bzw. dem Studierenden ein Zeugnis über den Abschluss des Universitätslehrganges Marketing & Sales auszustellen.

(2) Den Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrganges Marketing & Sales 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 der Lehrgangsbeiträge

Die Lehrgangsbeiträge für den Universitätslehrgang Marketing & Sales sind gemäß § 91 Abs 7 Universitätsgesetz 2002 vom Rektorat der Wirtschaftsuniversität Wien festzusetzen.

§ 11 In-Kraft-Treten

(1) Dieser Studienplan tritt am 01.10.2015 in Kraft.

(2) Dieser Studienplan ersetzt den Studienplan für den Universitätslehrgang Werbung & Verkauf gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 05.05.2014, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 21.05.2014.

§ 12 Übergangsbestimmungen

Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieses Studienplans den Universitätslehrgang Werbung & Verkauf gemäß dem Beschluss der Lehrgangskommission vom 05.05.2014, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 21.05.2014, aufgenommen haben, sind berechtigt, den Universitätslehrgang nach dem am 30.09.2015 geltenden Studienplan bis zum Ende des Sommersemesters 2017 abzuschließen. Wird der Universitätslehrgang nicht fristgerecht abgeschlossen, ist die oder der Studierende für das weitere Studium dem Studienplan des Universitätslehrganges Marketing & Sales unterstellt. Im Übrigen sind die Studierenden berechtigt, sich während der Zulassungsfristen freiwillig dem neuen Studienplan zu unterstellen.

Begründung:

Zur besseren Nachvollziehbarkeit wurden die in diesem neuen Studienplan vorgesehenen Änderungen gegenüber dem aktuell in Kraft stehenden Studienplan des Universitätslehrganges Werbung & Verkauf im Korrekturmodus eingefügt.

Um die Wettbewerbsfähigkeit des Universitätslehrganges nachhaltig zu sichern, ist es von Zeit zu Zeit notwendig, punktuelle „Face-Liftings“ am Programm oder einen sanften Relaunch durchzuführen. Dies führt im konkreten Fall zu folgenden Änderungen:

- Änderung der Benennung des Lehrgangs, da vor allem der „alte“ Begriff Werbung im Markt immer weniger gebräuchlich ist und das Programm altmodisch erscheinen lässt
- Laufende Aktualisierung von Inhalten auf einen zeitgemäßen Stand der Forschung, Lehre und Praxis.

Trotz der punktuellen Änderungen bleibt der grundsätzliche Charakter des traditionsreichen und erfolgreichen Ausbildungsproduktes bestehen.

Ass.Prof. Dr. Dieter Scharitzer

Lehrgangleiter des Universitätslehrganges Werbung & Verkauf