

STUDIENPLAN
FÜR DAS MASTERSTUDIUM



MARKETING – DOUBLE DEGREE

Aufgrund des § 25 Abs 1 Z 10 des Universitätsgesetzes 2002, BGBl. I Nr. 120/2002, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 135/2020, wird verordnet:

§ 1 Qualifikationsprofil

Das Masterstudium Marketing - Double Degree vermittelt Studierenden ein gleichermaßen forschungsbasiertes und praxisbezogenes Verständnis kundenorientierter Organisationen und deren Interaktionen mit unterschiedlichen Stakeholdern.

Aufbauend auf einem fachlich in Frage kommenden Bachelorstudium oder gleichwertigem Abschluss erwerben Studierende im Rahmen des Masterstudiums Marketing – Double Degree die erforderlichen wissenschaftlichen und praktischen Kompetenzen und Fähigkeiten, um strategische Marketingpläne in einem sich ständig wandelnden wirtschaftlichen Umfeld sowohl auf internationaler als auch auf nationaler Ebene zu entwickeln und diese in konkrete Marketingprogramme umzusetzen. Den Studierenden werden dabei die notwendigen Kenntnisse vermittelt, um komplexe Marketingprobleme adäquat zu strukturieren und mit Hilfe leistungsfähiger Analysetechniken und entscheidungsunterstützender Instrumente zu lösen. Die Absolventinnen und Absolventen erwerben umfassende Fähigkeiten, um unterschiedliche theoretisch-konzeptionelle Ansätze und empirische Methoden auf Spezialgebiete des Bereichs Marketing anzuwenden.

Das Masterstudium Marketing – Double Degree richtet sich insbesondere an Studierende,

- die neben einem unmittelbar praktischen Qualifikationsprofil auch methodische und konzeptionelle Fähigkeiten erwerben wollen, die sie für die Übernahme von Spezial- und Führungsaufgaben in verschiedenen Bereichen des Marketings, sowohl in führenden nationalen als auch internationalen Organisationen, befähigen.
- die Vorqualifikationen für eine weitere wissenschaftliche Beschäftigung (insbesondere im Rahmen eines PhD- oder Doktoratsstudiums) erwerben wollen, um zukünftig als wissenschaftliche Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter an Universitäten und/oder anderen Forschungsinstitutionen tätig zu sein.

Nach Abschluss dieses Masterstudiums sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage:

- ein umfassendes Verständnis substanzieller Fragen des Marketingmanagements zu erlangen und aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse aus dem Bereich Marketing kritisch zu diskutieren;

- Marketingprobleme aus verschiedenen theoretischen und methodischen Perspektiven zu reflektieren und die gewonnenen Erkenntnisse auf Marketingentscheidungen in der Praxis anzuwenden;
- strategisch und in globalen wirtschaftlichen Zusammenhängen zu denken sowie Marketingstrategien in konkrete Marketingpläne umzusetzen;
- praxisrelevante Fragen des Marketings angemessen zu strukturieren, zu modellieren und systematisch zu lösen;
- neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und einen Markenwert für das Unternehmen und potenzielle Kunden zu schaffen;
- selbst komplexe, schlecht-strukturierte und neue Themen und Problemfälle verständlich und zielgruppengerecht, sowohl an Expertinnen und Experten als auch an Laienpublikum, zu kommunizieren;
- eine Expertise in ausgewählten Spezialbereichen des Marketings aufzubauen.

Absolventinnen und Absolventen, die eine wissenschaftliche Laufbahn oder eine Karriere in der Unternehmensberatung im Bereich Marketing planen, sollten zusätzlich in der Lage sein,

- komplexe Marketingprobleme unter Zuhilfenahme unterschiedlicher qualitativer und quantitativer Analyseinstrumente und Entscheidungsunterstützungssysteme zu untersuchen und zu lösen;
- marketingrelevante Datenbestände empirisch zu erheben, zu analysieren und zu interpretieren, um eine fundierte Entscheidungsgrundlage zu schaffen;
- fortschrittliche Analysemethoden und Marketingmodelle zur Ableitung und zur empirischen Leistungsevaluation von Marketingaktivitäten einzusetzen.

Absolventinnen und Absolventen, die die Übernahme einer Spezial- und/oder Führungsaufgabe in der Unternehmenspraxis planen, sollten zusätzlich in der Lage sein,

- Marketinginstrumente und Datenanalysetechniken effektiv einzusetzen und diese wirksam in realen Problemsituationen anzuwenden;
- sich konstruktiv in Teams einzubringen und aktiv an interaktiven Problemlösungsprozessen teilzuhaben;
- Marketingprojekte zu organisieren und zu beaufsichtigen sowie deren Implementierung zu unterstützen.

§ 2 Zulassung zum Studium

Voraussetzung für die Zulassung zum Masterstudium Marketing - Double Degree ist der Abschluss eines fachlich in Frage kommenden Bachelorstudiums oder eines fachlich in Frage kommenden Fachhochschul-Bachelorstudienganges oder eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung sowie eine Nominierung für dieses Studium durch die Università Commerciale Luigi Bocconi im Rahmen des Double Degree Agreement. Darüber hinaus hat die Programmdirektorin oder der Programmdirektor für das Masterstudium Marketing dieser Nominierung zuzustimmen.

§ 3 Zuordnung, Studienaufbau, Gesamtstundenzahl und ECTS-Anrechnungspunkte

(1) Das Masterstudium Marketing - Double Degree ist ein sozial- und wirtschaftswissenschaftliches Studium im Sinne des § 54 Abs 1 Universitätsgesetz 2002.

(2) Das Masterstudium Marketing - Double Degree dauert 4 Semester und umfasst mindestens 120 ECTS-Anrechnungspunkte. Davon entfallen 20 ECTS-Anrechnungspunkte

auf die Masterarbeit und zumindest 100 ECTS-Anrechnungspunkte auf die Fächer des Masterstudiums Marketing – Double Degree, wobei die Gesamtzahl der positiv absolvierten Lehrveranstaltungen und Prüfungen den Wert von 100 ECTS-Anrechnungspunkten nicht unterschreiten darf.

(3) Das erste Studienjahr ist an der Università Commerciale Luigi Bocconi zu absolvieren, das zweite an der Wirtschaftsuniversität Wien.

(4) Das Masterstudium Marketing – Double Degree wird zur Gänze in englischer Sprache abgehalten.

§ 4 Prüfungsarten

(1) Die in diesem Studienplan angeführten Prüfungsarten sind in der Prüfungsordnung der Wirtschaftsuniversität Wien definiert. Dieser Studienplan bildet gemeinsam mit der Prüfungsordnung ein Curriculum gemäß § 25 Abs 1 Z 10 Universitätsgesetz 2002.

(2) Für die Lehrveranstaltungen und Prüfungen an der Università Commerciale Luigi Bocconi gelten die Prüfungsvorschriften der Università Commerciale Luigi Bocconi.

§ 5 Lehrveranstaltungen und Prüfungen an der Università Commerciale Luigi Bocconi

Im ersten Studienjahr ist das Fach „Double Degree Studies – Marketing Management“ im Rahmen des Masterstudiums Marketing Management an der Università Commerciale Luigi Bocconi zu absolvieren.

§ 6 Lehrveranstaltungen und Prüfungen an der Wirtschaftsuniversität Wien

(1) Folgende Lehrveranstaltungen und Prüfungen sind an der Wirtschaftsuniversität Wien zu absolvieren:

<i>Bezeichnung der Lehrveranstaltung</i>	<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	<i>SSt</i>	<i>Prüfungsart</i>
<i>In Marketing Study Project (7,5 ECTS-Anrechnungspunkte):</i>			
Marketing Study Project	7,5	3	FS
<i>In Customer Focused Management (5 ECTS-Anrechnungspunkte):</i>			
Marketing 360 Degrees	5	2	PI
<i>In Personal and Business Skills (10 ECTS-Anrechnungspunkte):</i>			
Personal Skills	5	2	PI
Business Software Skills	5	2	PI

(2) Nach Wahl der bzw. des Studierenden sind Lehrveranstaltungen im Umfang von insgesamt 20 ECTS-Anrechnungspunkten und 8 Semesterstunden aus den Fächern

- Current Challenges in Digital Marketing
- Marketing for a Better World
- Advanced Topics in Marketing

zu absolvieren.

Jedes dieser Fächer besteht aus prüfungsimmanenten Lehrveranstaltungen im Umfang von jeweils 5 ECTS-Anrechnungspunkten und 2 Semesterstunden.

§ 7 Masterarbeit

- (1) Jede bzw. jeder Studierende hat eine Masterarbeit im Umfang von 20 ECTS-Anrechnungspunkten zu verfassen.
- (2) Die Studierenden haben mit der Masterarbeit die Befähigung nachzuweisen, dass sie in der Lage sind, Themen mit Hilfe wissenschaftlicher Forschungsmethoden selbstständig zu bearbeiten.
- (3) Das Thema der Masterarbeit ist einem der Fächer des Masterstudiums Marketing – Double Degree zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, das Thema vorzuschlagen oder das Thema aus einer Anzahl von Vorschlägen der zur Verfügung stehenden Betreuerinnen und Betreuer auszuwählen. Im Übrigen gilt § 33 der Satzung der Wirtschaftsuniversität Wien.

§ 8 Abschluss des Masterstudiums

Nach der positiven Beurteilung aller Lehrveranstaltungen und Prüfungen und der Masterarbeit sowie einem Zeugnis der Università Commerciale Luigi Bocconi über die Absolvierung des ersten Studienjahres ist der bzw. dem Studierenden ein Zeugnis über den Abschluss des Masterstudiums Marketing – Double Degree mit dem Hinweis, dass zwei Semester an der Università Commerciale Luigi Bocconi absolviert wurden, auszustellen.

§ 9 Akademischer Grad

An Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiums Marketing – Double Degree wird der akademische Grad „Master of Science (WU)“, abgekürzt „MSc (WU)“, verliehen.

§ 10 In-Kraft-Treten

- (1) Dieser Studienplan tritt mit 1. Oktober 2021 in Kraft.
- (2) Diese Verordnung ersetzt die Verordnung über einen Studienplan für das Masterstudium Double Degree Marketing – Incomings, Mitteilungsblatt Nr. 11 vom 11. Dezember 2013, zuletzt geändert durch die Verordnung Mitteilungsblatt Nr. 40 vom 27. Juni 2018.

§ 11 Übergangsbestimmungen

- (1) Ordentliche Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieser Verordnung das Masterstudium Double Degree Marketing – Incomings an der Wirtschaftsuniversität Wien gemäß der Verordnung über einen Studienplan für das Masterstudium Double Degree Marketing – Incomings, Mitteilungsblatt Nr. 11 vom 11. Dezember 2013, zuletzt geändert durch Verordnung Mitteilungsblatt Nr. 40 vom 27. Juni 2018, aufgenommen haben, sind berechtigt, dieses Studium gemäß der am 30. September 2021 geltenden Verordnung bis Ende des Sommersemesters 2024 abzuschließen.
- (2) Wird das Studium nicht fristgerecht abgeschlossen, ist die oder der Studierende für das weitere Studium der neuen Verordnung unterstellt.
- (3) Im Übrigen sind die Studierenden berechtigt, sich während der Zulassungsfristen freiwillig der neuen Verordnung zu unterstellen.