

Marketing- & Sales- management

«Marktorientierte Führung – Analyse und Strategie für meinen Markterfolg!«

**DIE PRAXIS
STUDIERN.**

Fachhochschule für
Management & Kommunikation

www.fh-wien.ac.at



Das Studium

Zugangsvoraussetzungen

Abschluss eines Universitäts- oder FH-Studiums

Dauer

4 Semester

Abschluss

Master of Arts in Business (MA); berechtigt zu einem Doktors- oder PhD-Studium

Organisationsform

Berufsbegleitend

Rahmenzeiten

An 4–5 Tagen/Woche, Mo–Do
18:30–21:45 h, Fr 16:35–21:45 h,
fallweise an Samstagen geblockt

Studienjahr

September bis Juni

Studienplätze

37 pro Jahr

Unterrichtssprachen

Deutsch (einzelne Module in Englisch)

Auslandssemester

An Partnerhochschulen möglich

Kosten

Studiengebühren: 363,36 Euro
pro Semester (exkl. ÖH-Beitrag)

Studienort

wko campus wien



Schwerpunkte im Studium

- Vertiefung und Verknüpfung von Fachkenntnissen in Marketing und Sales
- Digitale Tools zur Marketing- und Vertriebsunterstützung
- Unternehmensinternes Management der Marketing- und Vertriebsorganisation (Personal Leadership, Controlling)
- Marktanalyse, CRM und Data Mining, Web Analytics Lab
- Strategische Ausrichtung des Unternehmens am Markt (Strategic Leadership)

Job & Karriere

Unsere AbsolventInnen sind bestens für Führungsaufgaben in den Bereichen Marketing und Sales qualifiziert. Sie können Märkte mit fundierter Methodik analysieren, Off- und Online-Strategien entwickeln und deren digitale und analoge Umsetzung in Marketing und Vertrieb leiten. Sie leben »Strategic Leadership« und wissen um die Notwendigkeit, Systeme und Maßnahmen in Marketing und Vertrieb aufeinander abzustimmen. Außerdem verfügen sie über »Personal Leadership Skills«, die in Trainings zu Führungstechniken, interkulturellem Verständnis und sozialer Kompetenz erworben werden.

Mögliche berufliche Tätigkeitsfelder mit Führungs- und Managementfunktionen sind:

- Marketing- und Vertriebsmanagement
- Online-Marketing- und Salesmanagement
- Unternehmensberatung
- Markt- und Sozialforschung
- Dialogmarketing
- Area Management und Regional Business Management
- Customer Relationship Management
- Consultancy in einer Werbeagentur
- u. v. m.

»Die Erschließung neuer Märkte sowie die Entwicklung von zielsicheren Marketing- und Vertriebsstrategien sind Ergebnis fundierter Analyse- und Entscheidungskompetenzen, jener Kompetenzen, die Sie als Führungskraft der Zukunft auszeichnen werden. In wirtschaftlich dynamischen Zeiten sind erfolgreiche ManagerInnen gefragt, die fähig sind, Märkte und KundInnen zu verstehen, neue Chancen zu erkennen und damit die Komplexität von internationalen Herausforderungen zu meistern. Unser praxisbezogenes, international zertifiziertes Master-Studium Marketing- & Salesmanagement ist Ihr erster Schritt in diese Richtung.«



www.fh-wien.ac.at

Anmeldung zum Newsletter:
 studieren.fh-wien.ac.at

E-Mail: servicepoint@fh-wien.ac.at

Highlights

- Double Degree / Auslandssemester möglich
- Praxisprojekte mit namhaften Firmen
- Planspiele, Case Studies, Web Analytics
- Marketing- und Sales-Profi in 2 Jahren mit Führungs- und Managementkompetenzen

Aufnahmeverfahren

1. Auf www.fh-wien.ac.at registrieren, Bewerbungsbogen ausfüllen und samt Anhang per Post an die FHWien der WKW senden

2. Teilnahme am IT-gestützten Aufnahmetest an der FHWien der WKW

3. Präsentation eines konzeptionellen Ideenpapiers zur Masterarbeit und anschließendes persönliches Interview an der FHWien der WKW



»Marketing & Sales sind der Schlüssel zum Aufbau und zur langfristigen Etablierung einer nachhaltigen Kundenbeziehung. Im Zuge des Studiums, das mit einem sehr hohen Praxisbezug aufwarten kann, durchläuft man die verschiedenen Stationen, die notwendig sind, um eine zukünftig erfolgreiche Führungskraft oder ein/e Fachspezialist/in zu sein. Die jeweiligen Stärken und Interessen werden durch die Vortragenden geschärft und der weitere Ausbau wird gefördert.«

KARL MAURER, MSC, MA *Leiter Programm-Management bei xxxldigital - Part of XXXLutz KG, Absolvent & Lektor*

Foto: © Gregor Schmitz / Widerschein

Studienplan

1. Semester – 18 SWS / 30 ECTS

SWS: Semesterwochenstunden / ECTS: European Credit Transfer and Accumulation System

B2C & B2B Strategien in Marketing und Vertrieb	Brand Management	Data Mining	Competition, Strategy & Ethics	Leadership Skills 1
4 SWS/6 ECTS	3 SWS/6 ECTS	4 SWS/6 ECTS	4 SWS/6 ECTS	3 SWS/6 ECTS
Impulsvorträge, Seminararbeit	Brand Development, Digital Brand Management	Datengewinnung & -aufbereitung, Datenanalyse	Corporate Governance & Business Ethics, Microeconomics of Competitiveness (MoC) by Affiliate Network of the Harvard Business School, Marketing Simulation Game	Teambuilding, Verhandlungstechniken, Konfliktmanagement

2. Semester – 19 SWS / 30 ECTS

Service-Strategien in Marketing & Vertrieb	Performance-Messung in Marketing & Vertrieb	Customer Relationship Management	Innovations- & Finanzmanagement	Forschungsseminar 1
4 SWS/6 ECTS	4 SWS/6 ECTS	3 SWS/6 ECTS	4 SWS/6 ECTS	4 SWS/6 ECTS
Impulsvorträge, Seminararbeit	Marketing- & Vertriebs-Controlling 1, Marketing- & Vertriebs-Controlling 2	Kundenbindungsinstrumente, Analytisches CRM	Innovationsmanagement und Businessplan, Finanzentscheidungen in Marketing & Vertrieb	Qualitative Methoden, Wissenschaftliches Arbeiten 1, Web Analytics Lab

3. Semester – 13 SWS / 30 ECTS

Praxisprojekt 1	E-Commerce & Channel Management	Leadership Skills 2	Masterarbeit Theorie	Forschungsseminar 2
4 SWS/6 ECTS	3 SWS/6 ECTS	3 SWS/6 ECTS	6 ECTS	3 SWS/6 ECTS
Realauftrag, Web Analytics Lab & Marktforschung	E-Commerce, Multi-Channel-Management	Intercultural Skills & Diversity Management, Change Management		Wissenschaftliches Arbeiten 2

4. Semester – 8 SWS / 30 ECTS

Praxisprojekt 2	Personalmanagement & Führung	Masterarbeit Empirie	Masterprüfung
5 SWS/6 ECTS	3 SWS/6 ECTS	12 ECTS	6 ECTS
Realauftrag, Marktforschung, Medienrecht & Datenschutz	Mitarbeiterführung im Vertrieb, Arbeitsrecht		Masterprüfung gem. § 16 FHStG

Änderungen vorbehalten.

