Master-Studiengang

Marketing- & Sales-management

»Datengestützte Marketingstrategien und digitale Geschäftsmodelle – mein USP als Führungskraft«

DIE PRAXIS STUDIEREN.

Die führende Fachhochschule für Management & Kommunikation

FHWien

WKO WIEN

Das Studium

Zugangsvoraussetzungen
Abschluss eines Universitäts- oder FH-Studiums

Dauer
4 Semester

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

Organisationsform
Berufsbegleitend

Studiengangskennzahl
FW 510 220

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

Studienjahr
September bis Juni

Studienplätze
37 pro Jahr

Unterrichtssprachen
Deutsch (einzelne Module in Englisch)

Auslandssemester
An Partnerhochschulen im 3. oder 4. Semester möglich
Alternativ: Kurzzeit-Mobilitäts-Angebote

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

Studienort
wko campus wien
30–40 % Distance Learning

Schwerpunkte im Studium

- Digitale Marketing- und Vertriebsstrategien planen und umsetzen (Growth Marketing, Marketing & Sales Automation, E-Commerce etc.)
- KundInnen- und Marktdaten aufbereiten, analysieren (Data Science, Web Analytics, KI-Tools) und CRM-Strategien planen
- Nachhaltigkeitsaspekte in die Unternehmensstrategie integrieren
- Innovative Geschäftsmodelle entwickeln und das Unternehmen am Markt positionieren
- Die Marketing- und Vertriebsorganisation unternehmensintern steuern (Personalmanagement, Budgetplanung und Controlling)
- Vorbereitung auf eine Management- und Führungsposition (Team Building, Verhandlungstechniken, Konfliktmanagement etc.)

Job & Karriere

Nach erfolgreichem Abschluss des Studiums sind Sie bestens für Führungsaufgaben in den Offline- und digitalen Bereichen von Marketing und Sales qualifiziert. Sie werden zu ManagerInnen mit einem strategischen Blick auf das große Ganze ausgebildet. So können Sie sowohl mit »klassischen« als auch mit „»digitalen« Tools das relevante Wettbewerbsumfeld Ihres Unternehmens datengestützt analysieren und die digitale und analoge Umsetzung in Marketing und Vertrieb leiten. Ergänzt durch spezielle Trainings in den Bereichen Leadership Skills und Personalmanagement sind Sie bestens für eine Führungsposition in folgenden beispielhaften Bereichen vorbereitet:

- Klassisches sowie digitales Marketing- und Vertriebsmanagement
- Marktanalyse, Markt- und Sozialforschung
- Customer Relationship Management und CRM-Beratung
- Strategische Unternehmensberatung
- Corporate Social Responsibility (CSR)
- Area Management, Regional-Business-Management, Key-Account-Management, Vertriebscontrolling
- u. v. m.

© Andreas Hofer

»Die Erschließung neuer Märkte sowie die Entwicklung von herkömmlichen und digitalen Marketing- und Vertriebsstrategien sind Ergebnis fundierter Analyse- und Entscheidungskompetenzen. Mit fortschreitender Digitalisierung sind ManagerInnen gefragt, die Markttrends und verändertes KundInnenverhalten verstehen, Chancen erkennen und die Komplexität von internationalen Herausforderungen meistern. Unser praxisbezogenes Masterstudium Marketing- & Salesmanagement ist Ihr wichtiger Schritt in diese Richtung.«

FH-PROF. MAG. MAG. DR. GERALD JANOUS *Head of Program*

www.fh-wien.ac.at

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

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

Highlights

- Growth Marketing-Projekt für eine Start-up-Idee
- Einsatz künstlicher Intelligenz in der KundInnenkommunikation (Chatbots und digitale Assistenten)
- Web Analytics Lab (Emotionsmessung, Eye-Tracking)
- Double Degree/Auslandssemester/Kurzaufenthalt im Ausland möglich

IAA AUSTRIA APPROVED

Was ein MA-Studium an der FHWien der WKW auszeichnet

- Lehrveranstaltungen zum Thema strategisches Management bereiten die Studierenden aller Master-Studiengänge auf Führungsaufgaben vor.
- Unsere Studierenden lernen, wie die digitale Transformation das jeweilige Berufsfeld verändert und welche Chancen die Digitalisierung und der Einsatz von KI eröffnet.
- Die Studierenden beschäftigen sich mit dem Wandel hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft und mit der Frage: Wie kann ich ein Unternehmen sozial und ökologisch verantwortungsvoll führen?

© Gregor Schmitz / Widerschein

»Marketing & Sales sind der Schlüssel zum Aufbau und zur langfristigen Etablierung einer nachhaltigen KundInnenbeziehung. 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 FachexpertIn zu sein. Die jeweiligen Stärken und Interessen werden durch die Vortragenden geschärft und der weitere Ausbau wird gefördert.«

KARL MAURER, MSC, MA *Head of Program and Project Management, XXXLdigital, Absolvent & Lektor*

Studienplan

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

1. Semester – 21 SWS / 30 ECTS

Business Innovation & Financial Management	Growth Marketing Strategien	Data Science	Competition, Strategy & Corporate Responsibility	Leadership Skills
4 SWS / 6 ECTS	5 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS
Business Innovation, Financial Management	Content- und Suchmaschinen-strategien, Digital Advertising Strategien, Seminararbeit Growth Marketing	Datengewinnung & -aufbereitung, Datenanalyse	Responsible & Sustainable Business, Competitiveness and Business Architecture, Market-ing Simulation Game	Teambuilding, Verhandlungs-techniken, Konfliktmanagement, Veränderungsmanagement

2. Semester – 18 SWS / 30 ECTS

Brand Management	Marketing & Sales Automation	Customer Relationship Management	Growth Marketing Projekt	Forschungsseminar 1
3 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS	3 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS
Brand Development, Digital Brand Management	Opportunity & Lead Management, Datengestützte Sales Acceleration	Operatives & Analytisches CRM, CRM-Seminar		Qualitative Methoden, Wissenschaftliches Arbeiten, Experimentelle Designs – Web Analytics Lab

3. Semester – 15 SWS / 30 ECTS

Praxisprojekt	Marktanalyse	Conversational Artificial Intelligence	Masterarbeit Theorie	Forschungsseminar 2
4 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS	6 ECTS	3 SWS / 6 ECTS
Konzepterstellung, Marktforschung	Quantitative Designs, Multivariate Analyseverfahren	Natural Language Processing, Conversational Design Prototyping		Begleitendes Seminar zur Masterarbeit

4. Semester – 7 SWS / 30 ECTS

E-Commerce & Omni-Channel-Management	Personalmanagement & Führung	Masterarbeit Empirie	Masterprüfung
3 SWS / 6 ECTS	4 SWS / 6 ECTS	12 ECTS	6 ECTS
E-Commerce, Omni-Channel-Management	MitarbeiterInnenführung im Vertrieb, Arbeitsrecht, Immaterial-güter-, Medien- & Datenschutzrecht		Masterprüfung gem. § 16 FHG

Änderungen vorbehalten.

Medieninhaber: FHW Fachhochschul-Studiengänge Betriebs- und Forschungseinrichtungen der Wiener Wirtschaft GmbH.
Gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens, Druckwerkstatt Handels GmbH, UW-Nr. 1206, Herstellungsort: Wien

facebook.com/FHWien linkedin.com/company/fhwien-der-wkw instagram.com/fhwien_wkw fhwien360.com

KONTAKT | FHWien der WKW – Die Fachhochschule für Management & Kommunikation | Währinger Gürtel 97, 1180 Wien
Tel. +43 (1) 476 77-5744 | servicepoint@fh-wien.ac.at | www.fh-wien.ac.at

Stand: Dez. 2024