

Universitätslehrgang
Marketing & Sales^{WU}
Der „neue“ Werbelehrgang

WU
EXECUTIVE
ACADEMY





Der „neue“ Universitätslehrgang Marketing & Sales^{WU}

ao.Univ.Prof. Dr. Barbara Stöttinger, Dekanin
Dr. Astrid Kleinhanns-Rollé, Managing Director

Marketing und Kommunikation sind einem raschen Wandel unterworfen, Unternehmen müssen sich stets auf neue Trends einstellen und neues Wissen erwerben. Auch die Inhalte des Universitätslehrgangs wurden in den letzten Jahren ständig adaptiert und weiterentwickelt. Über 60 Jahre lang wurde an der Wirtschaftsuniversität Wien mit dem Universitätslehrgang Werbung & Verkauf eine hochqualitative und sehr praxisbezogene Weiterbildung in Marketing, Werbung und Verkauf angeboten. Mehr als 4.500 Absolventinnen und Absolventen haben die berufsbegleitende Weiterbildung zum/r „Akademischen Marketing & Sales ManagerInWU“ abgeschlossen und prägen die Marketinglandschaft in Österreich. Absolventinnen und Absolventen sind in zahlreichen Marketing- und Salesabteilungen sowie Agenturen tätig, viele von ihnen in Top-Positionen im mittleren und höheren Management oder erfolgreich selbständig.

2015 wurde ein umfassender Relaunch vorgenommen: zusätzlich zur Aktualisierung und Weiterentwicklung der Inhalte wurden Name und Abhaltungsmodus an die Bedürfnisse der Studierenden und die sich verändernde Branche angepasst.

NEUER NAME – MARKETING & SALES

Marketing ist mehr als Werbung; Marketing wird heute als ganzheitliche Führungskonzeption eines marktorientierten Unternehmens verstanden. Dieser Ansatz, der seit Jahren im Lehrgang vermittelt wird, soll sich in Zukunft auch im Namen widerspiegeln.

NEUES FORMAT – MODULE AM WOCHENENDE

Die Lehrveranstaltungen finden in geblockten Modulen Freitag ab Mittag und Samstag ganztägig statt. Damit lässt sich der Besuch des Lehrgangs besser in

den beruflichen Alltag integrieren und ermöglicht auch Interessierten außerhalb des Großraums Wien, eine Weiterbildung der WU Wien zu absolvieren.

NEUE INHALTE – GANZHEITLICHER ANSATZ

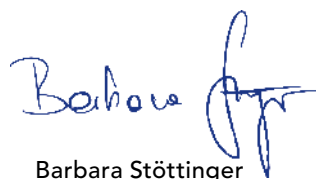
Die Stärke des Lehrgangs liegt im ineinandergreifenden Konzept; so werden strategische Konzepte und ganzheitliches Wissen vermittelt, die AbsolventInnen können Zusammenhänge erkennen, sehen „den roten Faden“. Die Inhalte sind quasi eine Trilogie aus Marketing, Integrierter Kommunikation und Sales. Und zusätzlich zu Strategie und Konzept erlernen die TeilnehmerInnen wichtige Instrumente für die praktische Umsetzung.

NEUE KOMMUNIKATION – EXTREM BEGEHRT!

Ein Beispiel für den starken Praxisbezug ist auch unsere neue Kampagne „Extrem begehrt!“, die von einer Studierendengruppe im Rahmen ihrer Abschlussarbeit konzipiert wurde. Starten auch Sie mit einem der extrem begehrten Studienplätze und werden Sie zu einem/r extrem begehrten AbsolventIn.

NEUER CAMPUS

Im Herbst 2013 ist die WU an ihren neuen Standort gezogen. Der Campus WU wurde als „Stadt in der Stadt“ konzipiert und bietet den Studierenden eine optimale Umgebung für ihre Weiterbildung. Wir würden uns freuen, auch Sie als Studierende am neuen Campus WU begrüßen zu dürfen.



Barbara Stöttinger



Astrid Kleinhanns-Rollé

Extrem begehrt! „Durch den Universitätslehrgang konnte ich mir einen tiefgründigen Wissensschatz aneignen und erlernen, was alles hinter umfassendem Marketing steckt. Ich konnte erfahren, welche Faktoren zusammenspielen müssen, um ein fundiertes Abschlusskonzept zu erhalten und erfolgreich zu vermarkten. Marketing ist nicht nur Werbung, sondern einer der essentiellen Faktoren hinter jedem erfolgsorientierten Unternehmen.“

BERNADETTE WOHLMUTH
Absolventin



Kompetenz in Marketing, Werbung und Verkauf

Die Weiterbildung am Universitätslehrgang Marketing & Sales bietet eine betriebswirtschaftliche Ausbildung mit Fokus auf Marketing, Markenführung, integrierte Kommunikation, On- und Offline-Marketing, Social Media und Sales. Der Lehrgang umfasst ein breites Spektrum an Programminhalten, das alle relevanten Bereiche modernen Marketingwissens berücksichtigt.

Das Besondere am Lehrgang ist die breite Generalisten-ausbildung, die die Studierenden erhalten. Es werden die Zusammenhänge und die Logik vermittelt, das „Big Picture“, das sich durch die Themenbereiche zieht. Auf dieser breiten Basis bauen die Spezialthemen und das Fachwissen auf.

Der Universitätslehrgang ist vor allem für jene gedacht, die bereits berufliche Erfahrungen mitbringen und ihre Kenntnisse und Skills vertiefen möchten.

HOHER PRAXISBEZUG

Der Lehrgang steht seit über 60 Jahren für höchste Weiterbildungsqualität. Die Lehrinhalte sind auf dem neuesten Stand von Wissenschaft und Praxis. Sie werden von renommierten UniversitätsprofessorInnen und Top-ManagerInnen unterrichtet. Unsere ExpertInnen aus der Praxis vermitteln Ihnen nicht nur das notwendige Wissen, sondern anhand konkreter Projektarbeiten und Fallstudien auch die entsprechenden Anwendungsmethoden und Umsetzungsmöglichkeiten.

SIE BLEIBEN IN IHREM BERUF

Der Lehrgang ist speziell auf die Anforderungen Berufstätiger zugeschnitten: Lehrveranstaltungen Freitag (ab Mittag) und Samstag (ganztäglich) ermöglichen Ihnen in 18 Monaten eine Weiterbildung parallel zu Ihrer beruflichen Karriere.

„Ein Unternehmen lebt nicht von dem, was es produziert, sondern von dem, was es verkauft.“ brachte es schon Lee Iacocca auf den Punkt. Von der Idee zum Konzept, über die Strategie in die Umsetzung, von der Promotion zum erfolgreichen Verkaufsabschluss, diesen Spannungsbogen umfasst der Universitätslehrgang Marketing & Sales – und anhand dieses roten Fadens haben wir unsere Ausbildungsinhalte konzipiert. Wir verbinden bewährtes Wissen und Erfahrungen unserer Vortragenden und aktuellste Entwicklungen zu einem zukunftsfähigen Aus- und Weiterbildungsprogramm für Menschen in Marketing und Sales.“

(Ass.Prof. Dr. Dieter Scharitzer, Lehrgangsleiter)



© Werner Weißhapp



Ass.Prof. Dr. Dieter Scharitzer

Programmüberblick: Neues Format

Der Universitätslehrgang bietet eine ganzheitliche Marketing- & Salesausbildung mit hohem Qualitätsanspruch. Diese Qualität lassen sich die Wirtschaftsuniversität Wien und auch die einzelnen Programme regelmäßig durch Akkreditierungen und Zertifizierungen nachweisen.

ABSCHLUSSZERTIFIKAT

„Akademische Marketing- & Salesmanagerin^{WU}“ bzw. „Akademischer Marketing- & Salesmanager^{WU}“, verliehen durch die Wirtschaftsuniversität Wien. Mit dem Abschluss erwerben Sie 60 ECTS zur Anrechnung auf weiterführende Studien.

ZIELGRUPPE

Personen mit Vorkenntnissen in Marketing, Werbung oder Verkauf, die ihr Fachwissen vertiefen wollen.

ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

- › **Mit akademischem Abschluss:** mindestens 6 Monate Berufserfahrung
- › **Mit Matura:** mindestens 12 Monate Berufserfahrung
- › **Ohne Matura:** mindestens 48 Monate Berufserfahrung

START & DAUER

- › Jährlich im Oktober
- › 18 Monate berufsbegleitend

NEUES FORMAT

- › Die Lehrveranstaltungen finden in geblockten Modulen Freitag ab Mittag und Samstag ganztätig statt.
- › 7–8 Module pro Halbjahr

VERANSTALTUNGSORT

Campus WU, Welthandelsplatz 1, 1020 Wien

LEHRGANGSLEITUNG

Ass.Prof. Dr. Dieter Scharitzer

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch

TEILNAHMEGEBÜHR

EUR 2.300,- pro Halbjahr

Die Teilnahmegebühren und mit dem Studium verbundene Kosten können steuerlich geltend gemacht werden. Die Lehrunterlagen werden über die eLearning Plattform „Learn@WU“ digital zur Verfügung gestellt.

BEWERBUNG

Bitte bewerben Sie sich online über unsere Website marketinglehrgang.at

Für die Bewerbung benötigen Sie folgende Unterlagen:

1. Lebenslauf und Passfoto
2. Motivationsschreiben
3. Dienstzeugnis/Arbeitsbestätigung
4. Schulisches Abschlusszeugnis
5. Kopie des Reisepasses

Die Bewerbungsgebühr beträgt EUR 20,-



Die ganzheitliche Marketing- & Salesausbildung

Der Universitätslehrgang ist FIBAA zertifiziert. Die FIBAA ist eine europäische, international ausgerichtete Agentur für Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung in der universitären Bildung. Ihr Qualitätssiegel vergibt sie an hochwertige Bildungsprogramme und Bildungsanbieter.

DAS AUSBILDUNGSZIEL

In der Ausbildung werden folgende Fragestellungen erarbeitet:

- › Wie Sie mit modernem Marketing und integrierter Kommunikation Ihre Unternehmensziele erreichen.
- › Wie Sie langfristig und erfolgreich Firmenimage planen und aufbauen können.
- › Wie Sie überzeugend verkaufen und Ihre Kunden begeistern können.
- › Wie Sie Instrumente und Planungshilfen für die Auftraggeber- und Auftragnehmerseite in Kommunikation und Verkauf einsetzen.
- › Wie Sie die Entwicklungen in der Marktwirtschaft und in Ihrem betrieblichen Umfeld positiv und konstruktiv für sich nutzen können.

Wenn auch Sie Interesse an der Marktkommunikation und am Verkauf haben und sich in der spannenden Marketing- und Kommunikationswelt weiterentwickeln und zugleich weiterkommen wollen, ergreifen Sie Ihre Chance und bewerben Sie sich ...

... denn Marketing & Sales waren noch nie so spannend wie heute!



© Werner Weißhappl



* Extrem begehrt! Die Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrgangs Marketing & Sales.

Curriculum

Fundiertes universitäres Wissen zu betriebswirtschaftlichen Abläufen in Unternehmen, entsprechende rechtliche Rahmenbedingungen und die Kenntnisse der wichtigsten Instrumente und Werkzeuge für Marketing und Sales, abgerundet durch die praxisbezogene Anwendung anhand konkreter Fallbeispiele und einer eigenständigen Abschlussarbeit.

| | MARKETING | INTEGRIERTE KOMMUNIKATION | VERKAUF |
|--|---|--|--|
| Anwendung und Praxis- beispiele | <ul style="list-style-type: none">› Marketing Insights – Expertenforum› Wettbewerbsrecht, Marken- & Urheberrecht | <ul style="list-style-type: none">› Marketingstudie› Best Practice: Integrierte Kommunikation› Integrierte Marketingkommunikation & crossmediale Kampagnen› Dialogmarketing On- & Offline› Medien: Out of Home, TV, Kino, Print, Radio, Producing, Online & Social Media | <ul style="list-style-type: none">› Präsentationstechnik und Coaching› Persönliches Verkaufsgespräch und angewandte Gesprächsführung im Verkauf |
| Instrumente und Werkzeuge | <ul style="list-style-type: none">› Strategische Marketingplanung & Datengestützte Unternehmensentscheidungen› Grundlagen Marktforschung | <ul style="list-style-type: none">› Konzeption von Werbekampagnen› Unternehmenskommunikation & PR› Marktkommunikation, Werbeplanung und Werbewirkungsmessung | <ul style="list-style-type: none">› Vertrieb & Handel› Verkaufsorganisation und Verkaufsplanung› Rechtliche Grundlagen & Wirtschaftsverträge |
| Betriebswirtschaftliche Grundlagen | <ul style="list-style-type: none">› Allgemeine Betriebswirtschaftslehre› Grundlagen Marketing› Grundlagen und Trends in Marketing & Kommunikation | <ul style="list-style-type: none">› Strategische Markenführung und integrierte Kommunikation› Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten | <ul style="list-style-type: none">› Teamkompetenz |



Extrem begehrt! „Praxisbezogen, interessant, vielseitig und organisiert – so würde ich den Universitätslehrgang rückblickend beschreiben. Für mich, als Quereinsteigerin, öffnete der Abschluss die Türen ins Luxusgütermarketing. Neben der fachlichen Ausbildung waren vor allem die regelmäßig stattfindenden Expertenvorträge spannend und lehrreich.“

MAG. NINA EDER
Absolventin



Lehrinhalte

GRUNDLAGEN, INSTRUMENTE, TOOLS

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Grundbegriffe Unternehmensführung und Managementlehre, Unternehmensplanung, Organisation.

Grundlagen Marketing

Marketing-Philosophie, Marketing-Mix, -Ziele und -Umwelt, Märkte und Marktsegmentierung.

Strategische Markenführung und Integrierte Kommunikation

Erscheinungsformen der Werbung, Werbeziele, Werbeerfolg, Werbemittel und -träger, Markenpositionierung, Markenführung und Markenwert, Image, Imagemessung und Imagetransfer, Werbebotschaftsgestaltung, Markenwerbung und Werbestil.

Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten

Psychologische Grundlagen, tiefenpsychologische Aspekte des Marketings, kognitive Psychologie, Informationsverarbeitungs- und semiotische Theorien.

MARKETING

Strategische Marketingplanung und datengestützte Unternehmensentscheidungen

Unternehmenspolitik: Leitbild, Philosophie und Ziele, potentielle Märkte, Wettbewerbsposition, Portfoliostrategie, Wettbewerbsstrategie, Innovation, Mergers/Acquisitions, Markteintrittsstrategie, Markteintrittsalternativen,

Marketing Mix-Entscheidungen, Budgetierung, Darstellung und Interpretation von Marktforschungsdaten, statistische Grundbegriffe, komplexe Analyseverfahren.

Grundlagen Marktforschung

Geschichte und Entwicklung der Markt- und Meinungsforschung, Einsatzgebiete der qualitativen und quantitativen Marktforschung, Erhebungsmethoden, Projektphasen, Fragebogentechnik, Fallbeispiele Marketingforschung.

INTEGRIERTE KOMMUNIKATION

Marktkommunikation, Werbeplanung und Werbewirkungsmessung

Werbeplanungs-Prozess, operationale Werbeziele, Werbeanalyse, Agentur-Screening und -Briefing, Agentur-Präsentation und -Auswahl, Abwicklung einer Werbekampagne, Werbewirkungskontrolle im Werbeplanungsprozess, Pre- und Post-Tests, zentrale Werbewirkungskriterien.

Konzeption von Werbekampagnen

Organisationsabläufe der Werbepaxis, psychologische Werbemodelle: praktische Modelle wirkungsvoller Werbung, Agenturphilosophien, Marketing-Check-List, Konzeptionsentwicklung, Werbewirkungsanalyse, Kommunikationsanalyse, Gestaltungskriterien für Anzeigen, Plakate und elektronische Medien, Funktion und Entwicklung von Merchandisingmaterial, Fallbeispiele anhand aktueller Werbekampagnen.





© Werner Weißhappi

Dialogmarketing On- & Offline und integrierte Kommunikation

Crossmediale Kampagnen-Gestaltung, Trends und Entwicklungen, Direct Mailing, Data, Adressen, virales Marketing, Loyalty-Marketing, Kundenfindungs- und Kundenbindungsstrategien, off- und online Tools im Dialogmarketing, crossmediale Dialog-Strategien und Umsetzungen, aktuelle Rechtssituation/Permission.

Unternehmenskommunikation, PR/Öffentlichkeitsarbeit

Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit und PR, Diskussion anhand von konkreten Beispielen, Instrumente der klassischen PR sowie Öffentlichkeitsarbeit im Online-Bereich, Krisen-Kommunikation, Erstellen von Presseunterlagen, Konzeption von PR-Kampagnen.

Medien: Klassische Medien, Online & Social Media

Mediaplanungsprozess, Mediastrategie, Grundbegriffe für Medienbewertungen und Mediaplanung, Vorstellung der einzelnen Mediagattungen, Medienlandschaft in Zahlen/Daten/Fakten, Vermarktung, Medienforschung, Fallstudien, Producing (Einblick Werbemittelproduktion).

Integrierte Marketingkommunikation & crossmediale Kampagnen

Strategische Positionierung, Managementprozess der integrierten Kommunikation (Analyse, Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle), Zusammenwirken aller Instrumente und Werkzeuge sowie Zusammenspiel der Medienkanäle und Kommunikationswege, Nutzen von Synergieeffekten zur Effizienzsteigerung.

VERKAUF

Verkaufsorganisation und Verkaufsplanung

Identifikation und Akquisition potenzieller Kunden, Wahl des Vertriebsweges, Vertriebsnetze, Führung von Verkaufsteams, Erfolgskontrolle im Verkauf.

Persönliches Verkaufsgespräch und angewandte Gesprächsführung

Persönliches Verkaufstraining, verkaufstypische Spontansituationen („Elevator-Message“, Telefonintervention, Verkaufssitzung mit gegenläufigen Eigeninteressen), Wettbewerbspräsentation inkl. Businessplan, Argumente in verkaufstechnischen Extremsituationen, Stärken und Schwächen des eigenen Verkaufsstils erkennen.

Vertrieb und Handel

Abgrenzung „Distributionspolitik“, „Trade-Marketing“ und „Handelsmarketing“, Betriebsformen im Einzelhandel und Handelsmarktforschung, Distributionspolitik der Hersteller, Handelsmarketingstrategien und Marketinginstrumente: Sortiment, Service, Preis, Werbung, Verkaufsförderung, Verpackung, Ladenarchitektur, Verkaufspersonal und Standort, eCommerce und Onlinehandel.

Managementskills & Expertenforum

Teamkompetenz, Präsentationstraining, Expertenforum zu aktuellen Themenstellungen.

RECHTLICHE GRUNDLAGEN

Rechtliche Grundlagen

Grundzüge und Systematik des Vertragsrechts unter Einbeziehung der speziellen Regelungen für Unternehmer und Konsumenten; Wirtschaftsverträge.

Wettbewerbsrecht, Marken- und Urheberrecht

Unlauterer Wettbewerb, Fallgruppen sittenwidrigen Verhaltens (wie Normverstoß, Täuschung, vergleichende Werbung, psychischer Kaufzwang etc.), österreichisches, europäisches und internationales Markenrecht, Geschmacksmusterrecht (Designschutz), Urheberrecht.

ABSCHLUSSARBEIT/MARKETINGSTUDIE

Fragestellungen aus der Praxis werden unter fachkundiger Betreuung zu umsetzungsfähigen Marketingkonzepten für die Praxis erarbeitet.

Extrem begehrt! „Ich habe zahlreiche Marketinginstrumente kennengelernt, um den Erfolg meines Unternehmens nachhaltig zu steigern. Neben dem Kennenlernen neuer Freunde und einem wertvollen Netzwerk, hat mir die Marketingstudie am Ende des Lehrgangs die Möglichkeit gegeben, die theoretischen Inhalte des Kurses auch praktisch umzusetzen.“

MAG. TIBOR GLUDOVATZ
Absolvent



LektorInnen (Auszug)

Mag. Thomas APPL

UNIQUE Werbeagentur GmbH

Mag.(FH) Peter BACHMANN

disruption.at

Dr. Christian BOSCH

marketmind GmbH

Mag. Dr. Gerhard GEISSLER

Institut für Wirtschaftspädagogik, WU Wien

Dominik GRIES

Wiener Linien GmbH & Co KG

Roswitha HASSLINGER

Hasslinger-Consulting

Gen.Dir. KR Karl JAVUREK

Gewista Werbegesellschaft mbH

Univ.Prof. DDr. Bernadette KAMLEITNER

Institute for Marketing & Consumer Research, WU

Ing. Thomas KASTNER

Trainer für Verkauf, Verhandlung und Präsentation

Michael KINDERMANN

cinecom & media Werbeagentur GmbH

Univ.Prof. Dr. Erich KIRCHLER

Institut für Arbeits-, Organisations- und
Wirtschaftspsychologie, Universität Wien

Ass.Prof. Dr. Claudia KLAUSEGGER

Institut für Marketing-Management, WU Wien

Christian KLUGER

Carat Austria GmbH

Dr. Peter MADL

Schönherr Rechtsanwälte GmbH

Dr. Georg S. MAYER

Georg S. Mayer Rechtsanwalt GmbH

MMag. Nikolaus MAYR

Handel & Wandel

Michaela MUSCHITZ

Lighthouse Coaching & Communication

Mag. Martin ÖGG

SCIAM Medienhaus

Dr. Ilse PACHLINGER

Institut für Wirtschaftspädagogik, WU Wien

Ing. Norbert RABENSEIFNER

Marian & Co GmbH

Doris RAGETTÉ

RMS Radio Marketing Service GmbH Austria

Mag. Gerhard RIEDLER

Mediaprint Zeitungs- und

Zeitschriftenverlag GmbH & Co KG

Ass.Prof. Dr. Dieter SCHARITZER

Institut für Marketing-Management, WU Wien

Dr. Stefan SCHIEL

marketmind GmbH

Dr. Bernd WOLLMANN

Casinos Austria AG

Walter ZINGGL

IP Österreich GmbH

„Ich glaube mittlerweile fest an zwei Dinge. **Erstens: Ab einer gewissen Unternehmensgröße gehören Marketing und Vertrieb von einander getrennt, denn beide Seiten erfordern völlig unterschiedliche Kompetenzen. Zweitens: Beide Bereiche müssen gemeinsam dafür sorgen, dass die Kunden gerne bei ihrem Unternehmen kaufen. Daher müssen Verkäufer das Marketing verstehen und umgekehrt. Aus diesem Grund freue ich mich, wenn ich dazu beitragen kann, Verkauf und Vertrieb als gleichwertige Säule im Lehrgang mitzugestalten.**“

(Mag. Martin Ögg, Herausgeber Magazin „Verkaufen“, Geschäftsführer SCIAM Medienhaus)



„Nach erfolgreichem Abschluss des Marketinglehrgangs ist das Universitätsstudium Diplom BetriebswirtIn der ideale nächste Schritt zur Absolvierung einer berufs begleitenden, praxisorientierten und dennoch universitären Ausbildung!“

TATJANA POTT

Project Management, HR & Marketing, Korn Ferry Vienna
Absolventin

„Ob ich von den Lehrgängen profitiert habe? Der Abschluss des Universitätsstudiums Diplom BetriebswirtIn war mein Steigbügel in die Verlagsleitung der medianet Verlag AG. Die unvergleichbare moderne Kombination aus theoretischer und praktischer Wissensvermittlung der Vortragenden macht sich in jedem Fall bezahlt. Ich empfehle die Lehrgänge der WU Executive Academy aus voller Überzeugung weiter!“

BERNHARD GILY

Verlagsleiter, „medianet“ Verlag AG
Absolvent



„Die Inhalte trafen genau auf mein Bedürfnis nach Weiterentwicklung. Mitentscheidend für die Wahl dieses Studiums waren die Akkreditierungen der WU, ich wollte in Weiterbildung an einer der führenden wirtschaftlichen Hochschulen investieren. Marketing & Sales, Kommunikation, aber auch die Management-Lehrveranstaltungen habe ich besonders genossen. Durch die Kombination aus Theorie und Praxis, die sensationellen Vortragenden und die Diskussionen mit StudienkollegInnen, war die Zeit auf der Uni ein echter Gewinn.“

URSULA TRATTNER

Category Managerin, Libro Handelsges.m.b.H
Absolventin



Der Marketinglehrgang öffnet Ihnen neue Möglichkeiten

Als AbsolventIn des Universitätslehrgangs Marketing & Sales^{WU} haben Sie die Möglichkeit, mit verkürzter Studiendauer die Ausbildung zum/r „Diplom BetriebswirtIn“ abzuschließen. Dieser in Österreich neue akademische Abschluss ist für jene konzipiert, die eine berufsbegleitende Alternative zum ordentlichen Studium an einer Universität suchen.

DIE BERUFSBEGLEITENDE ALTERNATIVE ZUM BACHELOR

Als Diplom BetriebswirtIn verfügen Sie über eine praxisrelevante Ausbildung sowie vertiefte Kenntnisse in General Management und Marketing & Sales. Die Ausbildung zum/r Diplom BetriebswirtIn ermöglicht in sechs Semestern ein berufsbegleitendes Studium parallel zur beruflichen Karriere.

Die FIBAA (Foundation for International Business Administration Accreditation), die führende Akkreditierungseinrichtung im deutschsprachigen Raum, hat das berufsbegleitende Studium mit ihrem Qualitätssiegel ausgezeichnet. Damit attestiert die FIBAA dem Programm ein Qualitätsniveau, das einem Bachelorstudium führender Universitäten und Fachhochschulen in Deutschland und Österreich vergleichbar ist. Besonders positiv wurden im Akkreditierungsbericht die Bereiche Qualität und Praxisbezug der Lehre, Industrieerfahrung der Vortragenden und das umfangreiche Portfolio unterschiedlicher Unterrichtstechnologien hervorgehoben.

Das Studienprogramm gliedert sich in zwei Abschnitte zu je drei Semestern.

BASISSTUDIUM

Als AbsolventIn des Universitätslehrgangs Marketing & Sales wird Ihnen der Universitätslehrgang zur Gänze für das Universitätsstudium Diplom BetriebswirtIn anerkannt. Zusätzlich sind Ergänzungsmodule aus Finanzmanagement, Projekt- & Prozessmanagement, Betriebliche Führung & Organisation und die Berufspraktische Fallstudie zu absolvieren. Dadurch verkürzt sich Ihre Studiendauer wesentlich.

ERGÄNZUNGSSTUDIUM

Das Hauptstudium bietet kundenorientierte strategische Unternehmensführung mit klarer Ausrichtung in General Management, Marketing & Sales Management und integrierter Markt- und Unternehmenskommunikation.

ABSCHLUSS UND WEITERFÜHRENDE MÖGLICHKEITEN

Mit dem Abschluss erwerben Sie 180 ECTS und erfüllen damit die studienrechtlichen Voraussetzungen für den Besuch eines MBA-Programms der WU Executive Academy. Mehr Informationen finden Sie unter diplombetriebswirt.at



Infos und Kontakt

WU Executive Academy

Wirtschaftsuniversität Wien
Welthandelsplatz 1, Gebäude EA
1020 Wien



Maria Knirsch
Program Manager
Tel.: +43-1-313 36-4612



Michaela Lang
Program Office
Tel.: +43-1-313 36-6501

marketing.lehrgang@wu.ac.at
marketinglehrgang.at

Medieninhaber: WU Executive Academy
DTP: Werner Weißhappl; Stand: 03/17
Druck: Paul Gerin GmbH & Co KG
Vorbehaltlich Druckfehler und Änderungen.



Wir danken unseren Kooperationspartnern



Willy Lehmann
Markenagentur



cinecom



WU (Wirtschaftsuniversität Wien)
Welthandelsplatz 1, 1020 Wien
wu.ac.at

Anreise
U-Bahn: U2 Station Messe-Prater oder Krieau
Bus: 82A Station Südportalstraße



PEFC zertifiziert
Dieses Papier stammt aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten Quellen.
www.pefc.at