

Produktmarketing & Projektmanagement

BA

WIRTSCHAFT

Lebensmittelwirtschaft

Green Marketing

Eco- & CSR-Management

Green Building

Bio-Economy

Sportartikel & Sportfashion

Fashion & Clothing

Wellness & Healthcare

E-Commerce & Online-Marketing

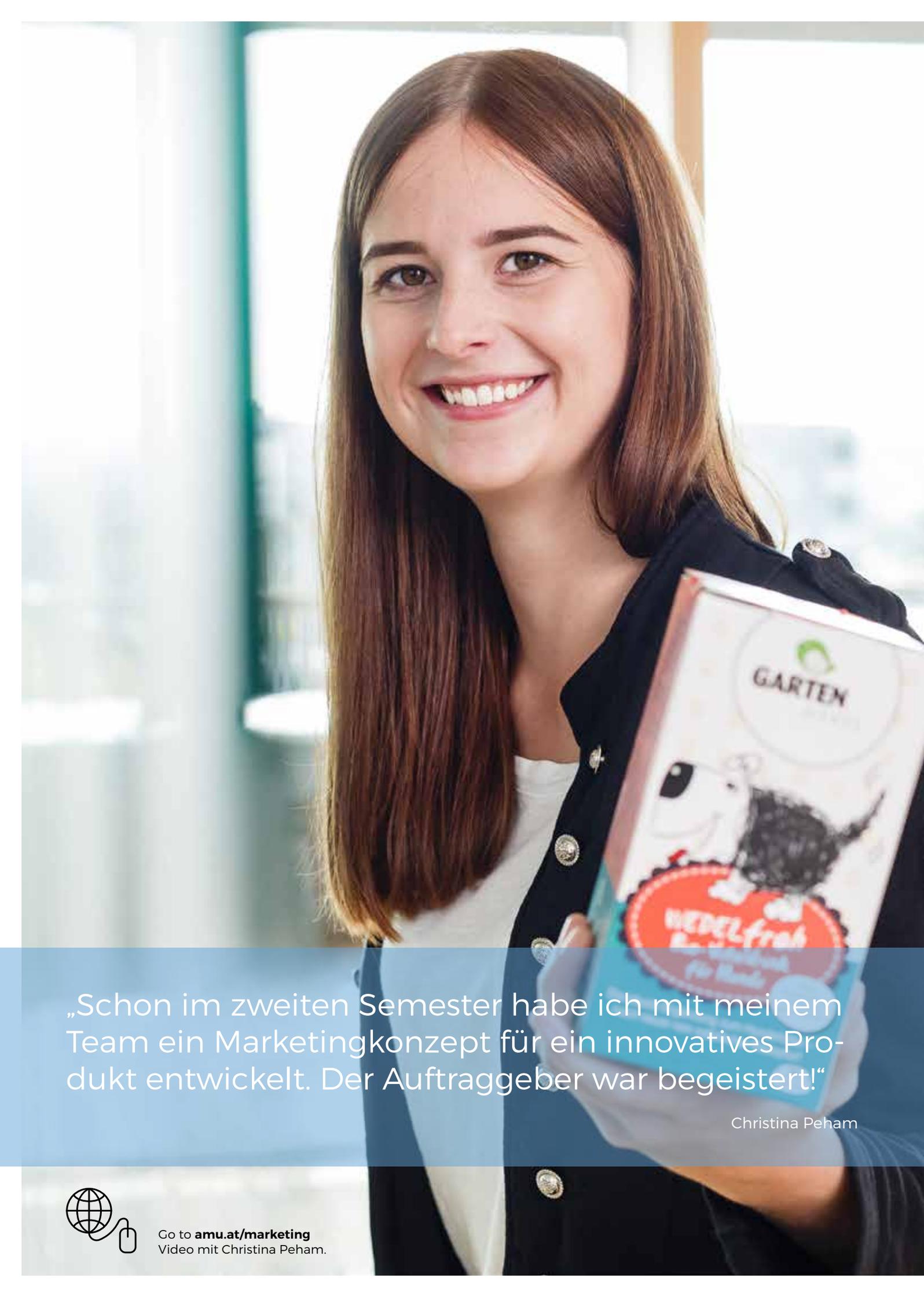
Spielwarenmarkt



**AUSTRIAN MARKETING
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**

Network-Partner FH Wiener Neustadt

amu.at



„Schon im zweiten Semester habe ich mit meinem Team ein Marketingkonzept für ein innovatives Produkt entwickelt. Der Auftraggeber war begeistert!“

Christina Peham



Go to amu.at/marketing
Video mit Christina Peham.

Kreatives Marketing mit Branchenfokus.

STUDIENGANG

Produktmarketing & Projektmanagement

ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Hochschulreife oder einschlägige berufliche Qualifikation mit Zusatzqualifikation.

ORGANISATIONSFORM

- Vollzeit (Mo. bis Fr.)
- Berufsbegleitend (Fr. und Sa. + eine Intensivwoche)

AUFNAHMEVERFAHREN

- Bewerben Sie sich unter [onlinebewerbung.amu.at](https://www.amu.at/onlinebewerbung).
- Alle Informationen zum Aufnahmeverfahren und das Anmeldeformular sind online unter [amu.at/anmeldung](https://www.amu.at/anmeldung) abrufbar. Die Aufnahmeprüfungen finden von November bis Juli statt.

WAHLMODULE

Ab dem zweiten Semester wählen Sie drei von zehn Wahlmodulen:

- Lebensmittelwirtschaft
- Green Marketing
- Eco- & CSR Management
- Green Building
- Bio-Economy
- Sportartikel & Sportfashion
- Fashion & Clothing
- Wellness & Healthcare
- E-Commerce & Online-Marketing
- Spielwarenmarkt



AKADEMISCHER GRAD

Bachelor of Arts in Business, B. A.



ECTS

180



DAUER

6 Semester



SPRACHE

Deutsch und teilweise Englisch



STUDIENBEGINN

Mitte September



STUDIENORT

Campus Wieselburg



HIGHLIGHTS

- Trainiertes Marketing-Know-how in Kombination mit Branchenwissen
- Praxiskompetenz-Konzept
- Zertifizierte Project Excellence
- Projektwerkstatt mit realen Aufträgen
- Studentischer Businessplan-Wettbewerb
- Exzellente Jobaussichten



DETAILINFOS

Auf amu.at/marketing haben wir mehr Infos zum Studium. Zum Beispiel: Projekte der Studierenden, Lehrende im Studienprogramm, das aktuelle Curriculum, Statements von Projektpartnern und Absolventen sowie Berichte über das Auslandssemester und Studienreisen.



FOLLOW US!

Auf unseren Social-Media-Kanälen posten wir alles Aktuelle aus unserem Campus.

Marketing studieren. Konsumenten verstehen.

Dieses Studium vermittelt eine fundierte Ausbildung zur Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen sowie zum Management von Projekten.

BASISWISSEN

Wirtschaft: Im Fokus stehen Grundlagen der Betriebswirtschaft und zur Unternehmensgründung sowie essenzielles Rechtswissen.

Marketing: Die Vermarktung von Produkten und Marken, das Know-how über Produktion und Qualitätsmanagement sowie Nachhaltigkeitsthemen bilden die Grundpfeiler des Marketingwissens.

PLUS

Branchen-Know-how: In den Branchenmodulen lernen die Studierenden das spezielle Know-how für Marketer der gewählten Branche. Sie kennen die typischen Markt- und Vertriebsstrukturen, wissen, wie die Produkte hergestellt werden und was die essenziellen Qualitätsanforderungen der Produkte sind. Im Fokus stehen weiters das Wissen über aktuelle Trends in diesem Bereich, die Erschließung neuer Märkte, die Zielgruppensegmentierung und die Kaufmotive. Ab dem zweiten Semester wählen die Studierenden aus zehn Wahlmodulen drei aus.

Reales Marketingprojekt: Raus aus der Theorie und rein in die Praxis. Über zwei Semester arbeiten die Studierenden in Teams an realen Aufträgen von Unternehmen. Ihre Ergebnisse präsentieren sie dann vor den Entscheidungsträgern (Geschäftsführungen, Marketingleitungen) dieser Unternehmen und erhalten von ihnen Feedback zu ihrer Arbeit. Zudem lernen sie, Projekte professionell zu managen und trainieren das effiziente Arbeiten in Teams.

Projektmanagement: Nach den Theorieeinheiten zum Projektmanagement und der Absolvierung des realen Praxisprojektes sind die Studierenden ohne weitere Kurse zur Zertifizierung zum Junior-Projektmanager zugelassen.

Teamkompetenz: Das Studium wird zudem um angewandte Managementkompetenzen wie Präsentation, Teamorganisation, Konfliktmanagement und Moderation ergänzt.

PRAKTIKUM

Im vierten Semester (Juni und Juli) wird das Praktikum absolviert. Es dauert acht Wochen bei mindestens 30 Stunden pro Woche.

OPTIONAL

Auslandssemester: Im dritten Semester besteht die Möglichkeit, ein Semester im Ausland zu studieren.

Unternehmensgründung: Im Start-up-Center können Bachelorstudierende beginnen, ihre Geschäftsidee zu entwickeln und dafür einen Geschäftsplan zu erarbeiten. Sie werden dabei von unserem Expertenteam betreut.



Dr. Astin Malschinger
Studiengangsleitung

+43 (0) 7416 | 53 000 – 333
studieninfo@amu.at

Dr. Astin Malschinger, Studiengangsleitung

„Marketingkompetenz bedeutet offen sein, brillante Ideen haben, die beste auswählen und dranbleiben.“

MARKETING-KNOW-HOW AM PULS DER ZEIT

Marketingverantwortliche haben in Unternehmen eine herausfordernde, vielfältige, aber auch kreative Aufgabenstellung und erfüllen meist eine Doppelfunktion. Denn einerseits müssen sie das Unternehmen auf Märkte, Trends und Konsumenten ausrichten und befassen sich überwiegend damit, wie man Produkte oder Dienstleistungen am Markt verkauft. Und andererseits richten sie auch das Unternehmen nach innen aus und gestalten die Unternehmensphilosophie in einem Team mit. Sie wissen also, wie man Unternehmen auf die Anforderungen der Märkte ausrichtet. Daher ist der Job eines Marketers und Kommunikationsmanagers in der Praxis sehr facettenreich.

Dieses Studium vermittelt den Studierenden folgende zentralen Kompetenzen:

Märkte und Konkurrenz analysieren. Die Studierenden erwerben ein umfassendes Wissen über Marktstrukturen und können aus den marktrelevanten Daten lösungsfokussierte Interpretationen ableiten.

Zielgruppen und Trends verstehen. Im Zentrum aller Marketingaktivitäten steht der Konsument: Wo, wie, wann und warum werden Produkte gekauft und wie werden diese verwendet? Dabei können Trends das Kaufverhalten wesentlich beeinflussen.

Ideen zu Konzepten entwickeln. Mittels zahlreicher Kreativitätsmethoden lernen die Studierenden, neue Produktideen zu generieren und daraus Produktkonzepte zu entwickeln.

Events managen. Erlebnisorientierte Kommunikation wird immer wichtiger, weshalb die Planung und Durchführung von Events für Markenauftritte oder Markteinführungen von neuen Produkten Teil des Studiums ist.

Marketingkonzepte erarbeiten. Das Herzstück der Marketingpraxis ist die Erarbeitung des Marketingkonzeptes. Hier werden alle Teilgebiete des strategischen und operativen Marketings zusammengeführt und in konkreten Maßnahmen definiert.

Werbekampagnen konzipieren. Hier lernen die Studierenden, mit welchen Botschaften man die Zielgruppe in klassischen sowie in Onlinekanälen erreicht.

Businessplan erstellen. Die Entwicklung einer Geschäftsidee ist ebenfalls eine wesentliche Kompetenz, die dieses Studium vermittelt. Jede erfolgreiche Geschäftsidee muss auf ihre Umsetzbarkeit geprüft und in einem Businessplan abgebildet werden.

Querdenken. Der Wille, neue Wege zu gehen, basiert häufig auf der Fähigkeit, über Grenzen hinaus zu denken. Diese Kompetenz wird vor allem durch Herausforderungen der Praxis gefördert.

Maßnahmen kontrollieren. Mittels der Instrumente des Marketingcontrollings lernen die Studierenden, die gesetzten Maßnahmen zu bewerten und für den Erfolg eines Produktes neue Ziele zu definieren.

Die Verbindung der Marketingtheorie mit branchenbezogenen Praxiserfahrungen ermöglicht es den Studierenden, analytisch, innovativ und kreativ zu denken und am Puls der Zeit zu handeln.



Practice makes perfect. Topjobs durch Kompetenz.

PRAXISKOMPETENZ-KONZEPT

Mit diesem Konzept geht die Austrian Marketing University for Applied Sciences seit ihrer Gründung im Jahr 1999 innovative Wege in Österreich. Deshalb ist jedes Studienprogramm konsequent auf den Erwerb von Praxiskompetenzen ausgerichtet.

Unsere Studierenden finden daher ein einzigartiges Umfeld für unterschiedliche Praxiserfahrungen vor. An realen Aufgabenstellungen von international renommierten Unternehmen bis zu regionalen Start-ups lernen sie, ihr theoretisches Marketingwissen in eine situativ erforderliche Entscheidungs- und Lösungskompetenz umzuwandeln. Denn in der unternehmerischen Realität sind abstrakte Standardsituationen meist nicht eins zu eins einsetzbar. Über diese Verbindung von Theoriewissen und unternehmerischer Realität erlernen die Studierenden soziale Kompetenzen, weil sie ihre individuell erarbeiteten Lösungen erst dann anwenden können, wenn sie erfolgreich mit Kollegen an der Umsetzung arbeiten. Dann kann man von einem erfolgreichen Handeln in der Praxis sprechen.

Folgende Aspekte sind zentrale Elemente in diesem Studium:

- Auseinandersetzung mit realen Aufgabenstellungen von Unternehmen
- Fachliches Coaching und Erfahrungsaustausch mit Experten
- Support durch erfahrene Studierende
- Fachliche Reflexionsphasen
- Begleitung zur professionellen Teamarbeit
- Einzelcoaching zur Transfersicherung möglich
- Feedback zu den erbrachten Leistungen
- Anwendung erprobter Werkzeuge und Management-Tools
- Marketinglösungen erarbeiten und fachlich argumentieren
- Präsentation der Ergebnisse vor Entscheidungsträgern in den Unternehmen
- Fachliche Anleitung

Wie erfolgreich jeder Studierende diese Lernchance nutzt, obliegt der persönlichen Gestaltung dieses Lernrahmens. Der Schlüssel zum Erfolg liegt ja bekanntlich im Willen zur persönlichen Verbesserung. Jenen Studierenden, die in dem einjährigen Praxisprojekt ihre Praxiskompetenz erfolgreich unter Beweis gestellt haben, stellt die AMU das Praxiskompetenz-Zertifikat aus. Auf diese Studierenden warten exzellente Jobaussichten.



BERUFSFELDER

- Marketingmanagement
- Produktmanagement
- Kommunikationsmanagement
- Eventmanagement
- Marktforschung
- Unternehmensgründung
- Betriebliches Umweltmanagement
- CSR-Management



FÜR SIE DA!

Studienberatung

Ilse Kurz, M. A.

studieninfo@amu.at
+43 (0) 7416 | 53 000 - 333



Go to amu.at/praxis
Infos über Projekte und Statements von Auftraggebern.



„Die AMU hat mich gelehrt, groß zu denken und nach meinen Träumen zu greifen. Das hat mich letztlich ins Silicon Valley katapultiert!“

Alberto Nodale, M. A.



Unsere Projektwerkstatt bietet den Studierenden für ihre kreativen Lösungen eigene Büros, Meeting-points, Prototyping- und Workstations.



Go to amu.at/marketing
Produkte, die die Studierenden konzipiert haben.

Creative Workspace. Creative Marketing. You create. We inspire.

Wer Ideen im Kopf, das Radar auf Trends und Kaufmotive gerichtet und die Branche im kleinen Finger hat, der braucht nur einen inspirativen Anschub zur Entwicklung von kreativen Lösungen. Unsere Studierenden profitieren von unseren kreativen Workspaces.

Aber wirklich wichtig sind die Menschen, die hier Ideen und kreative Lösungen für die Praxis entwickeln. Für sie und ihre Ideen sind unsere Kreativ-Facilities konzipiert worden.

Hier treffen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und Know-how zusammen und lösen gemeinsam Probleme und Aufgaben, indem sie sich gegenseitig im Team inspirieren. Ansonsten helfen noch die Kreativitätstrainings im Kreativitätsstudio und Anregungen zum fachlichen und inspirativen Querdenken.

KREATIVES MARKETING BRAUCHT KREATIVE ORTE

Auf einem ganzen Stockwerk befindet sich die Projektwerkstatt als Ort der Kooperation, wenn die Studierenden an Unternehmensprojekten oder an einem Marketingprojekt arbeiten. Dafür stehen rund ein Dutzend Projektbüros, verschiedene Teamarbeitszonen, Meeting-Facilities, Kreativzonen und ein Bereich zum Relaxen zur Verfügung. Hier werden Ideen visualisiert und anschließend in Prototypen und Konzepte umgesetzt.

Unsere kreativen Workspaces am Campus:

- Projektwerkstatt
- Coworking Center
- Start-up-Center
- Kreativitätsstudio
- Teamzonen

Wir nutzen aber auch zahlreiche kreative Workspaces, wenn wir gemeinsam unterwegs sind:

- Partneragenturen
- Design Thinking Spaces
- Biennale di Venezia
- Ausstellungen
- Studienzentrum in Wien

DESHALB: ERNTEZEIT FÜR FRISCHE IDEEN

Wir verstehen unseren Campus also als kreatives Marketing-Gateway. Daher haben frische Ideen hier das ganze Jahr über Saison.



Unsere Ausbildung: von Unternehmern empfohlen. Unsere Absolventen: am Jobmarkt gefragt.

KOOPERATION MIT UNTERNEHMEN

Die Austrian Marketing University of Applied Sciences kooperiert im Rahmen des Praxiskompetenz-Konzeptes mit Unternehmen. Das gemeinsame Ziel ist hierbei, den jungen Marketern von morgen durch reale Aufgabenstellungen das notwendige Rüstzeug für einen Job im Marketing mitzugeben. Dies verstehen wir darunter, wenn wir sagen, dass wir Perspektiven durch Praxis vermitteln.

Eine Auswahl an Kooperationspartnern: McDonald's, Bene, Wolford, Klosterfrau, OMV, NÖM, Sonnentor, Landfrisch, voestalpine, Mondi, Eckes-Granini, Karnerta, Manner u. v. m.

HERAUSFORDERUNG PRAXIS - DAS PROJEKT „VIS-ALPIN“

Ulrich Sekotill ist Geschäftsführer von Klosterfrau Healthcare in Österreich und hat das Studierendenteam „Die Alpotheker“ mit der Aufgabe betraut, ein multisensorisches Brandingkonzept für die neu am Markt eingeführte Marke VIS-ALPIN zu entwickeln.

Eine toughe Herausforderung, wie sich herausstellte. Zuerst musste sich das Team durch die Theorie der Customer Experience und des Sensory-Brandings durcharbeiten, dann wurde der Markt analysiert und zahllose potenzielle Käufer wurden interviewt. Danach kam der kreative Teil des Projektes, bei dem das Team sensorische Prototypen für den Verkauf in Apotheken entwickelte und dann mit Kunden testete. Die Ergebnisse zeigten klar auf, welche Werte der Marke sich mit welchen sensorischen Komponenten (Sound, Haptik oder Geruch) und mit der Lebenswelt der Käufer decken und als stimmig wahrgenommen werden. Ausgestattet mit all diesem Know-how haben die Studierenden dann ein Sensory-Branding-Konzept erarbeitet, das Ulrich Sekotill begeisterte. Als Feedback gab er dem Team mit, dass er solche Mitarbeiter wie sie suche, die „exzellent vorbereitet sind, einen Plan B haben, eine persönliche Meinung zur Thematik entwickeln und diese mir gegenüber gut argumentieren können.“

AM JOBMARKT GEFRAGT

Das Ergebnis einer exzellenten Performance beim Auftraggeber ist häufig ein Jobangebot oder die Option, in das Unternehmen einzusteigen. Aber ausgerüstet mit diesem intensiven Praxistraining in Kombination mit dem Branchenwissen finden unsere Absolventen überall in der Marketing- und Agenturwelt interessante Jobs.

VON UNTERNEHMERN EMPFOHLEN

Geschäftsführer wie Ulrich Sekotill empfehlen unsere Marketingausbildung, weil sie einerseits die Projektergebnisse der Kooperation von **Unternehmen, Studierenden und AMU-Experten** in ihre unternehmerische Praxis transferieren können und andererseits unsere Absolventen in ihren Unternehmen anstellen. Dafür ein herzliches Dankeschön an unsere Unternehmenspartner, die mit uns gemeinsam die Studierenden ausbilden.

Bild 1: „Die Alpotheker“ waren das Projektteam, das an der neuen Marke VIS-ALPIN von Klosterfrau gearbeitet hat. Bild 2: Über 400 Kunden wurden interviewt. Bild 3: Das entwickelte Soundlogo wurde getestet. Bild 4: Sabrina Lehr bearbeitete in ihrer Master-These für VIS-ALPIN die Fragestellung, welchen Impact sensorische Komponenten auf der Verpackung auf die Kaufwahrscheinlichkeit haben.





„Topjob: exzellente Vorbereitung und praxisrelevante Empfehlungen. Die Teammitglieder haben große Chancen, bei uns im Unternehmen anzufangen.“

Ulrich Sekotill, CEO Klosterfrau Healthcare



Go to amu.at/marketing
Infos über Projekte für dieses Unternehmen sowie Erfahrungsberichte von Studierenden.



Eine Big Idea zu einem ganzheitlichen Konzept zu entwickeln, steht im Fokus der Branchenmodule. Hier das Concept Shooting von Fashion & Clothing.



Go to amu.at/marketing
Curriculum, Projekte und weiterführende Infos zu den Branchenmodulen.

Branchenmodule.

Unsere Studierenden erwerben in den Branchenmodulen Wissen über spezielle Märkte, die Player der Branche, die aktuellen Trendentwicklungen, die Vertriebskanäle und lernen, die Konsumenten einzuschätzen.

Essenziell ist ein profundes Produktwissen, z. B. darüber, wie die Produkte hergestellt werden, welche rechtlichen Rahmenbedingungen dabei beachtet werden müssen und wie die Qualitätsanforderungen in den diversen Stufen der Verarbeitung zu berücksichtigen sind. Die Dynamiken der unterschiedlichen Märkte unterscheiden sich in der Geschwindigkeit, wie Produkte auf den Markt kommen und von den Konsumenten aufgenommen werden. Deshalb wählen die Studierenden drei Module, um diese Dynamiken zu erfahren.

Das Resultat der Kombination von Marketing und Produkt-Know-how: Unsere Studierenden können Big Ideas zu ganzheitlichen Marketingkonzepten entwickeln. Im Job benötigen sie kaum Einarbeitungszeit in die Branche und verstehen daher Briefings in der täglichen Arbeit. Der Arbeitgeber kann sie also vom ersten Tag an mit herausfordernden Aufgaben betrauen.

Drei der folgenden Module sind zu wählen:

Lebensmittelwirtschaft: Herstellung von Lebensmitteln, Grundlagen Ernährung, Lebensmitteltechnologie, angewandtes Qualitätsmanagement, Produktentwicklung, Food Design.

E-Commerce & Online-Marketing: Grundlagen von E-Commerce, Online-Marketing, Shopmanagement, Datenschutz und E-Commerce-Recht, Logistik, Webdesign, Webanalyse.

Fashion & Clothing: Grundlagen Fashionmarketing, Textilmanagement, Trends in den Modemärkten, Best-Practice-Beispiele.

Spielwarenmarkt: Grundlagen Spielwarenmarketing, Produktentwicklung für spezielle Zielgruppen, Trends im Spielwarenmarkt, Best-Practice-Beispiele.

Sportartikel & Sportfashion: Grundlagen Sportartikelmarketing, Produktkonzeption, Zukunftsmärkte für Sportartikel, Best-Practice-Beispiele.

Wellness & Healthcare: Grundlagen Wellnessmarkt, Produktentwicklung, Trends in den Wellnessmärkten, Best-Practice-Beispiele.

Eco- & CSR-Management: Life Cycle Assessment, Abfallwirtschaft, Umweltmanagementsysteme, Corporate Social Responsibility, Umweltrecht.

Green Marketing: Grüne Trends, neue Märkte, Grundlagen der biologischen Produktion und Vermarktung, Bio-Zertifizierung, Green Products, Wertschöpfungsketten-Management.

Green Building: Ökologisch nachhaltiges Bauen, die Nutzung der Sonnenenergie zur Wärme- und Strombereitstellung in Gebäuden, nachhaltige Baustoffe sowie der ökologische Fußabdruck sind die Themenschwerpunkte.

Bio-Economy: Biomasse wie z. B. Holz, Mais oder Stroh sind Ressourcen für die Herstellung von Treibstoffen, Strom oder anderen grünen Produkten, die jene ersetzen, die aus fossilen Rohstoffen produziert werden. Im Fokus steht die Realisierung grüner Produkte. Zum Beispiel wird ein Workshop für Lehmbau angeboten.



HIGHLIGHTS

- Einjähriges Praxisprojekt
- Bachelorarbeit in einem Modul
- Lehrende aus der Praxis
- Workshops
- Exkursionen

Mag. Eva Christin Prader
Modulleitung Fashion

Ihre weitreichenden Erfahrungen als Consulterin und Geschäftsführerin in der Textilbranche gibt sie in ihren Vorlesungen und Workshops (z. B. für Boss oder Wolford) an die Studierenden weiter.



Nach Plan studieren.

INTERNATIONALLY EXPERIENCED

Interkulturelle Kompetenz sowie die Fähigkeit, in globalen Dimensionen zu denken und zu arbeiten, können im Rahmen von Auslandssemestern, internationalen Praktika, Studienreisen oder Trainings On Location erworben werden. Denn Unternehmen suchen zunehmend Nachwuchskräfte mit der Fähigkeit, in globalen Dimensionen zu denken und zu arbeiten. Gerade im Marketingmanagement muss man internationale Märkte erschließen, mit Kunden und Mitarbeitern aus aller Welt kommunizieren und kooperieren.

Das erfordert eine umfassende internationale Handlungskompetenz, die über das Beherrschen einer Sprache weit hinausgeht. Und das lernt sich nicht im Hörsaal. Daher erhalten die Studierenden am Marketing-Campus möglichst viele Optionen, internationale Erfahrungen im Ausland zu machen.

KLEINER INTERESSENS-CHECK

Marketing spricht Sie an., weil Sie sich für die Gestaltung von Werbe- und Kommunikationskampagnen interessieren und das später beruflich machen möchten? Sie möchten über die Social-Media-Kanäle eine Markencommunity aufbauen und betreuen? Oder Sie können sich dafür begeistern, die Entwicklung neuer Produkte von der Idee bis zur Markteinführung zu begleiten? Sie haben eine Idee und wollen Ihr eigenes Unternehmen gründen?

Dann sind Sie bei Ihrem Studienprogramm angekommen. Herzlich willkommen!

JOBPROFIL

Unsere Absolventen werden überwiegend in den Branchen unserer Branchenmodule beruflich tätig. Sie arbeiten als Marketingexperten bei kleinen, mittleren und internationalen Unternehmen und steuern die strategischen und operativen Marketingmaßnahmen, sind für das Marken- oder Produktmanagement verantwortlich, managen die Kundenbeziehungen eines Unternehmens oder sind in einem Teilbereich der Unternehmenskommunikation tätig.

Weiters arbeiten sie auch als Kundenberater in Kommunikationsagenturen oder in Werbeunternehmen, in Non-Profit-Organisationen oder in Verbänden.



Studienplan

VOLLZEIT

1. Semester	ECTS 30
BWL I: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	3
Volkswirtschaftslehre	3
Rechnungswesen	3
Wirtschaftsmathematik	3
Wirtschaftsenglisch I	3
Marketing I: Strategisches Marketing	3
Wirtschaftsrecht I	2
Teamorganisation	2
Grundlagen des Eventmanagements	2
Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens	4
Einführung in die gewählten Wahlmodule	2

2. Semester	ECTS 30
BWL II: Investition und Finanzierung	3
Wirtschaftsstatistik	3
Wirtschaftsenglisch II	3
Marketing II: Operatives Marketing	3
Angewandtes Eventmanagement	2
Wirtschaftsrecht II	2
Konfliktmanagement und Verhandlungskompetenz	2
Drei Wahlmodule	12

3. Semester	ECTS 30
BWL III: Production Management	3
BWL IV: Controlling	3
Marketing III: Marktforschung	3
Marketing IV: Category Management	2
Marketing V: Internationales Marketing	3
Marketing VI: Markenmanagement	2
Digitales Marketing I	2
Quality Management	3
Drei Wahlmodule	9

4. Semester	ECTS 30
BWL V: Unternehmensgründung	3
BWL VI: Business Planning	2
Wettbewerbsrecht	1
Projektmanagement	3
Teammanagement	1
Produktkonzeption und -planung	2
Produkt-Portfolio-Management	2
Drei Wahlmodule	6
Berufspraktikum/Internship	10

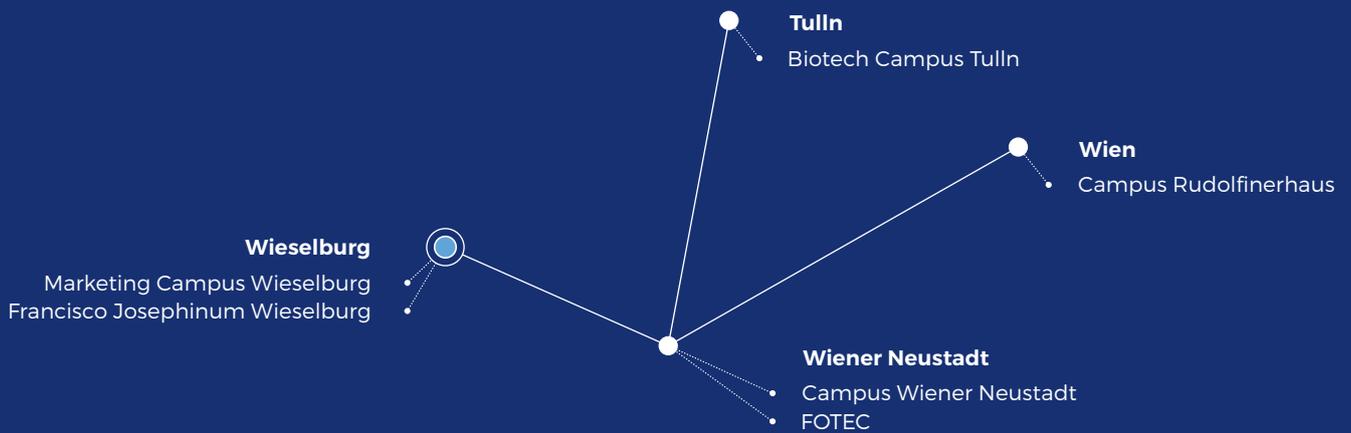
5. Semester	ECTS 30
Marketing VII: Konsumentenpsychologie	2
Angewandtes Unternehmensprojekt: Bachelorseminar I	6
Angewandtes Unternehmensprojekt: Projektwerkstatt	10
Angewandtes Unternehmensprojekt: Projektmarketing	2
Ideengenerierung und -bewertung	1
Drei Wahlmodule	9

6. Semester	ECTS 30
Digitales Marketing II	3
Angewandtes Unternehmensprojekt: Projektwerkstatt	10
Integrierte Marktkommunikation	3
Praxisprojekt: Eventmarketing	2
Public Relations	3
Theorie-Praxis-Transfer	1
Bachelorseminar II	8



FACHHOCHSCHULE WIENER NEUSTADT

Austrian Network for Higher Education



Campus Wieselburg
Austrian Marketing University
of Applied Sciences

Zeiselgraben 4
3250 Wieselburg, Austria

+43 (0) 74 16 | 53 000 - 0
office@amu.at
amu.at

**Fachhochschule
Wiener Neustadt GmbH**

Johannes Gutenberg-Straße 3
2700 Wiener Neustadt, Austria

+43 (0) 26 22 | 89 0 84 - 0
office@fhwn.ac.at
fhwn.ac.at

Wirtschaft | Technik | Gesundheit | Sicherheit | Sport

Stand: 004 (01/2018) | Foto-Credits: FH Wiener Neustadt, VOCKENHUBER, Felicitas Matern, shutterstock.com

