

Marketing

Master

Wirtschaft

www.amu.at

fhwn

we do.



FH



Wiener Neustadt

Fachhochschule Wiener Neustadt
Wirtschaft . Technik . Gesundheit . Sicherheit . Sport

Fachhochschule Wiener Neustadt

Wirtschaft . Technik . Gesundheit . Sicherheit . Sport

Campus Wieselburg . office@amu.at . +43-(0)7416-53000-0
www.amu.at . Zeiselgraben 4 . 3250 Wieselburg . Austria

we do.

Studieren mit Profis

praxisnah

international



IMPRESSUM

Herausgeber: Fachhochschule Wiener Neustadt für Wirtschaft und Technik Ges.m.b.H.

Design: Dr. Andrea Grimm . Realisation: Jürgen Undeutsch, B.A. . Text: FHWN . Fotos: weinfranz.at
Stand: 02/2011 . Änderungen und Druckfehler vorbehalten. Preisangaben ohne Gewähr.
Gefördert durch die Kultur- und Wissenschaftsabteilung des Amtes der NÖ Landesregierung.

Explore the World of Marketing & Innovation!

Marketing-Campus

Marketing-Experten.

Marketing-Experten wird die Welt immer brauchen. Wer allerdings glaubt, dass Marketing aus einem Produkt im Regal und der Werbung dazu besteht, übersieht die restlichen 90 Prozent dieser Wirtschafts-Disziplin.

Die Welt des Marketings ist bunt, vielseitig und voller Möglichkeiten. Neue Berufsbilder und Berufsfelder entstehen fast jeden Tag. Was heute noch unvorstellbar scheint, kann morgen schon zum festen Bestandteil unseres Lebens werden.

Wer selber an den Schrauben drehen möchte, die die Welt verändern, dem liefern wir in unserem Master-Studiengang „**Produktmarketing & Innovationsmanagement**“ die notwendige Ausrüstung, um alle Winkel der Marketing-Welt zu erforschen und seine persönliche Marketing-Expedition nach 4 Semestern erfolgreich abzuschließen.

Studieren am österr. Marketing-Gateway.

Marketing als ganzheitliche Disziplin im unternehmerischen Denken begreifen, ist unsere Philosophie. Von der Idee zur Innovation bis zum Markterfolg erlernen Sie die wichtigen Eckpunkte. **Ausprobieren ist unsere Leidenschaft.** Der Markt als sich permanent verändernde Größe macht neugierig: Neue Märkte, neue Technik, neue Werte, neue Arbeitsformen ... machen es notwendig, über den Seitenrand zu blicken und Innovationen selbst zu gestalten. Wir leben in einer dynamischen Zeit und wollen daher unsere Studierenden dazu ermutigen, die Welt neu zu sehen und sich in der Wirtschaft zu engagieren.

Der Marketing-Campus setzt seinen Schwerpunkt in Consumer Science. Consumer Science ist ein weltweit aufstrebendes Lehr- und Forschungsgebiet, welches die Verhaltensweisen von individuellen Verbrauchern oder auch von Communities analysiert. Konkret wird das Verhalten der Menschen vor dem Kauf, beim Kauf und in der Verwendung von Konsumgütern untersucht. Ziel ist es, das Verhalten der Konsumenten zu erklären und dieses Wissen im Kontext des Marketings sowie des Innovationsmanagements an die Praxis weiterzugeben. Vorreiter spielen hier Universitäten der USA sowie Forschungsinstitute der Skandinavischen Länder. Mit der Einrichtung des "Austrian Consumer Science Center" (ACSC) schließt der Marketing-Campus in Wieselburg als erste Institution in Österreich zu dieser internationalen Entwicklung auf.

Arbeitgeber unserer AbsolventInnen (Auswahl): Bene, Red Bull, Pago, NÖM, PowerBar, McDonald's, Magna, Austrian Energy Agency, Mars Austria, Berglandmilch, Ökostrom AG, Kelly's, Bosch, KraftFoods, VOEST, Frisch & Frost, OMV, Wiberg, Austrian Bioenergy Center, Zizala, Pfanner, Egger, PEZ International, Lactoprot, Landfrisch, Sonnentor, Ogilvy & Mather, AMA, KWB, Raiffeisen, Milupa, Karmasin Motivforschung, Landwirtschaftskammer, Teekanne, Gourmet, Brau Union, Austria Bio Garantie, Fresenius, Arsenal Research, GrAT, Mondy, Eckes Granini, SparAustria, Agrar Plus, Haubenberger, Fischer Ski, Waldland, Umdasch, Danone, Nestlé, GfK, Zurück zum Ursprung.

Unternehmens-Gründung inklusive.

Studierende mit Interesse an der Gründung eines Unternehmens können die Unterstützung des Gründer-Centers am Campus in Wieselburg in Anspruch nehmen. Das Gründer-Center stellt den aufgenommenen Studierenden kostenlos das entsprechende Know-how und die notwendige Infrastruktur zur Verfügung.

Support. Das Gründer-Programm berät die Studierenden bei der Finanzierung, Entwicklung eines Business-Plans, rechtlichen und praktischen Fragen und der Entwicklung eines Marketingkonzepts. Gründerexperten der FH begleiten die Studierenden bis zu zwei Jahre nach ihrer Unternehmens-Gründung.

Infrastruktur. Darüber hinaus unterstützt das Gründer-Center die in das Gründer-Programm aufgenommenen Studierenden mit der Bereitstellung von Büroflächen, Computer-Arbeitsplätzen, Software, Laborbenutzung und Forschungs-Facilities.

„Offen sein.
Brillianten Ideen haben.
Die Beste auswählen.
Dann dranbleiben.“

Dr. Astin Malschinger
Studiengangsleitung

Marketing-Experten mit Innovations-Konw-how.

Übersicht

Studiengang	Produktmarketing & Innovationsmanagement
Dauer	4 Semester
Organisationsform	Vollzeit - modularisiert organisierte Vorlesungen (Fr und Sa + Intensivwochen)
Akademischer Abschluss	Master of Arts in Business (M.A.)
Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss eines facheinschlägigen Bachelor-, Master- oder Diplomstudiums.
Aufnahmeverfahren	Schriftliche Aufgabenstellung Mündliches Bewerbungsgespräch
Sprache	Deutsch
ECTS	120
Vertiefungen	<ul style="list-style-type: none">- Strategisches Kommunikationsmanagement- Lebensmitteltechnologie & Produktentwicklung- Organic Business
Studienbeginn	Wintersemester (Mitte September)
Studiengangsleitung	Dr. Astin Malschinger
Studienort	Campus Wieselburg - der Marketing-Campus.

„Marketing ist nicht die Kunst der gerissenen Wege, los zu werden, was man produziert. Es ist die Kunst, echten Nutzen für die Kunden zu schaffen.“

Philip Kotler

Lernen Sie Ihr Studium kennen!

Die Studierenden erwerben aktuelles Know-how über das Marketing- und Innovationsmanagement sowie über Unternehmensplanung.

Im Zentrum des 4-semesterigen Studiums steht das Beherrschen der Stellschrauben zur erfolgreichen Vermarktung von Produkten: Marketing, Konsumentenforschung, Innovationsmanagement, Marktkommunikation, Kreative Kompetenz (Ideation), Unternehmensplanung und Managementkompetenzen.

HIGHLIGHTS.

- > Studieren am Marketing-Campus
- > Marketing am Puls der Zeit
- > Kreative Kompetenz
- > Unternehmens-Gründung möglich
- > Zertifizierung „Ideenmanagement“
- > International experienced!
- > Kommunikations-Werkstatt
- > Exzellente Jobaussichten

Ihr Top-Asset am Arbeitsmarkt ist die Kombination von Marketing mit Innovations-Know-how.

Die Studierenden lernen, wie aus Ideen erfolgreiche Konzepte entwickelt und diese als Innovationen in den Markt eingeführt werden. Denn im Job ist das Know-How zur effizienten Gestaltung und Steuerung des Innovationsmanagements und des Produktmarketings gefordert, um mit kurzen Produktzyklen und für Konsumenten relevanten Produkten flexibel auf den Markt reagieren und proaktiv agieren zu können. Es stehen drei Spezialisierungen für das Vertiefungsstudium zur Auswahl:

- Strategisches Kommunikationsmanagement
- Lebensmitteltechnologie & Produktentwicklung
- Organic Business

Angewandte Team- und Führungskompetenzen, Konsumentenforschung, die Möglichkeit zur Gründung eines Unternehmens sowie die Möglichkeit zur Zertifizierung zum/r akademisch geprüften IdeenmanagerIn ergänzen das Studium.

BERUFSFELDER.

- > Marketing-Management
- > Produkt-Management
- > Marken-Management
- > Kommunikations-Management
- > Marktforschung
- > Innovations-Management
- > Unternehmensberatung
- > Betriebsmarktforschung
- > Unternehmensgründung



Marketing am Puls der Zeit.



Dr. Astin Malschinger
Studiengangsleitung

„Praxis, Praxis, Praxis. In der Kommunikations-Werkstatt lernen Sie an realen Unternehmensaufträgen in innovativer Arbeitskultur und unter Anwendung modernster Tools und Prozesse, wie Kommunikationskonzepte entwickelt und umgesetzt werden. Dank der Experten, die Ihnen zur Seite stehen, garantieren wir unseren engagierten Studierenden und deren zukünftigen Arbeitgebern, dass sie für die Praxis erstklassig trainiert sind. Daher: Keep Moving! We do!“

// Marketing am Puls der Zeit.

Das Ohr an der Zielgruppe zu haben und mit adäquaten Methoden die Konsumenten mit deren Einstellungen, Motiven oder deren Lifestyle und Kommunikationsverhalten zu erforschen, ist eine zentrale Kompetenz unserer Marketing-Experten. Sie lernen daher neben klassischen auch moderne Methoden kennen und anwenden. Beispielsweise die „Netnography“: Hier wird die ethnografische Beobachtung auf das Internet übertragen. Analysiert wird, worüber sich Menschen oder Communities im Internet austauschen. Auf dieser Basis lernen Sie, effiziente Marketingkonzepte zu entwickeln, die sich durch eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit am Markt auszeichnen. Weiters lernen Sie den modernen Ansatz „Design Thinking“ kennen und anwenden.

// Marketing + Innovationsmanagement

Die Vermarktung neuer und bestehender Produkte ist im wirksamen Zusammenspiel von Marketing mit strategischer Ideenfindung und -realisierung im harten Konkurrenzkampf ein „Muss“ für Unternehmen, um den wirtschaftlichen Erfolg abzusichern. Sie erhalten als zukünftiger Marketing-Experte mit dem Innovationsmanagement eine erstklassige Zusatzqualifikation, die Sie am Arbeitsmarkt interessant macht, weil Sie die beiden zentralen Kompetenzfelder Marketing und Innovationsmanagement in Ihrer Person vereinen. Das ist Ihr zukünftiger Mehrwert!

// Kreative Kompetenz (Modul Ideation)

Nur wenige Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Produkt, Vertrieb oder Innovation verfügen über die Schlüsselqualifika-

tion „Kreativität“ und sind in der Lage, erfolgreich ein Ideenmanagement im Unternehmen zu integrieren oder wirklich Ideen zur Realisierung zu bringen. Daher gehören kreativitätsfördernde Werkzeuge und ein strukturiertes Ideenmanagement bei uns zu den Erfolgsfaktoren zukünftiger InnovationsmanagerInnen.

// Zertifizierung „Ideenmanagement“

Im 4. Semester haben die Studierenden am Marketing-Campus die Möglichkeit zur Zertifizierung zum/r akademisch geprüften IdeenmanagerIn. Nach positiver Absolvierung erhalten Sie ein Zertifikat.

// International 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 in New York oder Berlin erworben werden. Denn Unternehmen suchen zunehmend Nachwuchskräfte mit der Fähigkeit, in globalen Dimensionen zu denken und zu arbeiten. Für Studieneinsteiger sind die nächsten internationalen Optionen Japan im Herbst 2011 und New York im Frühjahr 2012.

// Kommunikations-Werkstatt

Dies ist am Marketing-Campus der Ort des Zusammenarbeitens, wenn die Studierenden an Marketing- oder Kommunikationsprojekten arbeiten. Im Ideation-Studio und dem angeschlossenen Studio zur Printproduktion, Video- & Hörfunk-Schnittplatz sowie in den Besprechungs- & Teamzonen werden Aufträge wie zum Beispiel zur Entwicklung von Kampagnen oder neuen Marken praktisch umgesetzt.



3 Studien-Vertiefungen zur Auswahl.



Auftraggeber Pago International:
Markteinführung PET-Flasche
Masterarbeit von Matthias Grojer



Auftraggeber Demeter Austria:
Markenentwicklung, Folder Konzeption & Realisation
Kommunikations- & Projekt-Werkstatt



Auftraggeber Laboratories Luzern (USA):
Branding, Kommunikationskonzept
Training On Location - New York

//. Strategisches Kommunikationsmanagement

Sie kennen die Zusammenhänge zwischen wirtschaftlichen Grundlagen des Marketings, des Marktes und deren KäuferInnen und sind befähigt, für Konsumgüter und Organisationen kommunikative Strategien zu entwickeln, zu operationalisieren sowie die geplanten Kommunikationsinstrumente zu steuern und deren Wirksamkeit zu überprüfen. Neben der Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsstrategien gehören die Umsetzung von Kommunikationskonzepten, die Überwachung und Koordination der gestalterischen Realisierung von Kommunikationsmaßnahmen sowie das Management und die Leitung von Projektteams zum Kompetenzfeld moderner KommunikationsmanagerInnen.

//. Lebensmitteltechnologie & Produktentwicklung

Aufgrund Ihres umfangreichen Know-hows in den Bereichen Ressourcenmanagement, Lebensmittelproduktion und -analytik, Risikomanagement, Sensorik, Produktentwicklung und Food-Design sowie im Bereich des nationalen und internationalen Lebensmittelrechts, sind Sie bestens qualifiziert, die Schnittstelle zwischen den unterschiedlichen wirtschaftlichen, technischen und naturwissenschaftlichen Bereichen eines Unternehmens der Lebensmittelbranche zu managen.

//. Organic Business

Sie haben als AbsolventIn die Fähigkeit, Marketingprobleme und -fragen biologischer Produkte zu verstehen und diese im operativen Bereich allein zu lösen. Weiters können Sie von strategischen Zielsetzungen eigenständig operative Maßnahmen ableiten und umsetzen. Zudem sind sie qualifiziert, die Schnittstelle zwischen Marketing – Produktentwicklung – Produktion – Qualitätsmanagement und Unternehmensführung zu managen.

AUFNAHMEVERFAHREN.

Von November - Juli.

SCHRITT 1.

Anmeldeformular von der Homepage herunterladen (www.amu.at).

SCHRITT 2.

Anmeldeformular ausgefüllt mit allen notwendigen Dokumenten (in Kopie) an den Campus Wieselburg senden: Per Post an Zeiselgraben 4, 3250 Wieselburg. Per Mail an studieninfo@amu.at.

SCHRITT 3.

Sie erhalten die Termine für die nächsten Aufnahmeprüfungen. Sie melden sich für einen Termin unter studieninfo@amu.at an.

SCHRITT 4.

Teilnahme an der Aufnahmeprüfung:
- schriftliche Aufgabenstellung und
- Bewerbungsgespräch.

SCHRITT 5.

Sie erhalten eine schriftliche Information über die Ergebnisse der Aufnahmeprüfung. Bei positivem Ergebnis erhalten Sie eine Studienantrittserklärung, die Sie unterschrieben an den Campus zurück schicken. Damit haben Sie einen reservierten Studienplatz.

SCHRITT 6.

Überweisung der Studiengebühr und des ÖH-Beitrages.

SCHRITT 7.

Inskription.

„FÜR SIE DA“

**Studienberatung &
Termine für einen Probe-Studien-Tag.**

Jasmin Kopf, B.A.
+43(0)7416 / 53000-333
studieninfo@amu.at



Studienplan.

ECTS	
1. SEMESTER	30
Grundlagen des Innovationsmanagements	3
Methoden des Innovationsmanagements	3
Marketing-Implementierung	3
Konsumentenforschung	3
Marken-Management I	1,5
Unternehmensgründung	1,5
Controlling	1,5
Kreative Kompetenz	1,5
Führungs- und Teamkompetenz I	1,5
+ gewählte Vertiefung	10,5

ECTS	
2. SEMESTER	30
Management von Innovationsprozessen	1,5
Betriebliches Ideenmanagement	1,5
Innovations-Strategie	3
Innovationsmarketing	3
Marketingsysteme	3
Unternehmensführung	3
Kreativitätsmethoden	1,5
Führungs- und Teamkompetenzen II	1,5
+ gewählte Vertiefung	12

ECTS	
3. SEMESTER	30
Consumer Driven Innovation	1,5
Patentrecht	1,5
Sales	3
Ideenkonzeption und -vermarktung	1,5
Führungs- und Teamkompetenzen III	1,5
Forschungsseminar	4
Diplomandenseminar I	4
+ gewählte Vertiefung	13
4. SEMESTER	30
Methodenlehre	3
Diplomandenseminar II & Master-Thesis	24
+ gewählte Vertiefung	3

Strategisches Kommunikationsmanagement	
VERTIEFUNG 1	
Angewandte Marketingkommunikation I	3
Trendforschung	1,5
Consumer Science	3
Strateg. Kommunikationsplanung	3
Angewandte Marketingkommunikation II	3
Strateg. Unternehmenskommunikation	3
Kampagnenkonzepetion	2
Kampagnendurchführung	2
Kommunikations-Werkstatt I	2
Angewandte Marketingkommunikation III	2
Neuromarketing	3
Marken-Management II	3
Social Media	3
Kommunikations-Werkstatt II	2
Krisenkommunikation	3

Lebensmitteltechnologie & Produktentwicklung	
VERTIEFUNG 2	
Ressourcenmanagement	3
Nationales & intern. Lebensmittelrecht	3
Lebensmitteltechnologie & -verfahrenstechnik	3
Lebensmittelzusatzstoffe	1,5
Lebensmittelanalytik	3
Angewandte Lebensmittelproduktion	3
Fachexkursionen: Lebensmittelproduktion	3
Seminar in Food Technology	3
Angewandte Sensorik	3
Produktentwicklung	4
Food Design	2
Zertifizierung-Auditierung	1
Verpackung, Lagerung und Logistik	3
Risiko- und Krisenmanagement	3

Organic Business	
VERTIEFUNG 3	
Ressourcenmanagement	3
Nationale und intern. rechtliche Grundlagen für biologische Produkte	3
Spezielle bio. Lebensmitteltechnologie	3
Biologische Rohstoffmärkte	1,5
Qualitätsmanagement	3
Angewandte bio. Lebensmittelproduktion	3
Fachexkursionen: Organic Business	3
Angewandte bio. Konsumgüterproduktion	3
Organic Sales	3
Entwicklung von biologischen Produkten	4
Zertifizierung-Auditierung	1
Verpackung, Lagerung und Logistik	3
Organic Marketing	2
Risiko- und Krisenmanagement	3

