

# Studienplan mit Praxisgarantie für Heute und Morgen

Nachfolgend finden Sie einen Überblick über reguläre Lehrveranstaltungen sowie Inhalte der Wahlmodule.

Zu Studienbeginn wählen Sie eines von zwei vertiefenden Wahlmodulen. In der finalen Studienphase wird der Fokus auf Methodik und Technik des wissenschaftlichen Arbeitens gelegt. Oft liefern Masterarbeiten Inspiration für die Umsetzung eigener

Geschäftsideen. Auch dafür gibt es Unterstützung: Im StartUp-Center am Campus Wieselburg können Sie als Studierende\*r Ihre Geschäftsidee weiterentwickeln. Sie werden dabei von unserem Expert\*innenteam betreut.

## Curriculum

1. Semester	ECTS 30
Grundlagen Innovationsmanagement	3
Methoden des Innovationsmanagements	3
Design-Thinking	3
Konsumentenforschung	3
Trendforschung	1,5
Consumer Science	3
Markenmanagement I	1,5
Kreative Kompetenz	1,5
Führungs- und Teamkompetenz I	1,5
Wahlmodul	9

  

2. Semester	ECTS 30
Management von Innovationsprozessen	3
Innovationsstrategie	3
Business Model Innovation	3
Innovationsmarketing	3
Markenmanagement II	3
Kreative Kompetenz II	1,5
Führungs- und Teamkompetenz II	1,5
Wahlmodul	12

  

3. Semester	ECTS 30
Consumer Driven Innovation	1,5
Patentrecht	1,5
Sales	3
Neuromarketing	3
Markenmanagement III	3
Ideenkonzeption und -vermarktung	1,5
Führungs- und Teamkompetenz III	1,5
Forschungsseminar	4
Diplomandenseminar I	4
Wahlmodul	7

  

4. Semester	ECTS 30
Krisenkommunikation	3
Methodenlehre	3
Diplomandenseminar II	4
Master-Thesis	20

### SPEZIALISIERUNG

#### Strategisches Kommunikationsmanagement

Richtig kommunizieren in einem hochkommunikativen Umfeld: Strategische Konzeption einer integrierten Marken- & Unternehmenskommunikation in klassischen und neuen Medien.

1. Semester	ECTS 9
Angewandte Marketingkommunikation I	3
PR-Konzeption	3
Strategische Kommunikationsplanung	3

2. Semester	ECTS 12
Angewandte Marketingkommunikation II	3
Kampagnenkonzeption und -durchführung	3
Kommunikationswerkstatt I	3
Strategische Unternehmenskommunikation	3

3. Semester	ECTS 7
Angewandte Marketingkommunikation III	5
Kommunikationswerkstatt II	2

#### GUT ZU WISSEN:

Die Vertiefungen werden zu Studienbeginn ausführlich vorgestellt. Danach können Sie sich für eine davon entscheiden.

### SPEZIALISIERUNG

#### Retail Design & Brand Experience Management

Handel im Wandel: Omni-Channel Marken-Erlebnisse für Store Brands und Einzelhandelsprodukte entwickeln und über alle Online- und Offline- Touchpoints hinweg steuern.

1. Semester	ECTS 9
Retail Design I	3
Grundlagen E-Commerce & Retail	3
Shopper Marketing I	3

2. Semester	ECTS 12
Angewandtes E-Commerce & Retail	3
Management von Shopsystemen	3
Shop Design & Shop Experience	3
Retail Design II	3

3. Semester	ECTS 7
Retail Lab	4
Shopper Marketing II	3

Und weiter?

## Retail Design & Brand Experience Management

Lernen Sie Bedürfnisse von Kund\*innen und Handelsmarken an der Schnittstelle zwischen Online-Retail und stationärem Einzelhandel verstehen: Analysieren Sie eine Marke, definieren Sie passende Markenerlebnisse für jeden Point of Purchase und übersetzen Sie diese in perfekte Touch Points!

Egal ob Sie als Brand Manager\*in Retail-Konzepte betreuen, als Agentur-Berater\*in Kunden bei einem Store-Branding begleiten oder als Brand Experience Manager\*in einen kompletten Markenauftritt bis hin zu Standortfragen steuern – die Skills gibt's hier!

#### HIGHLIGHTS:

- Praxis-Input von Branchen-Professionals
- Datengestützte Arbeit mit Analysetools (z.B. Eye-Tracking)
- Analyse und Optimierung von bestehenden Shop-Konzepten (online und stationär)



Wohin geht die Reise?

Online oder Offline – für uns ist beides relevant!

Jemand zuhause?

Botschaften ankommen lassen

## Strategisches Kommunikationsmanagement

Trainieren Sie, Botschaften so zu konzipieren, dass diese auch in einem hochkommunikativen Umfeld von Ihrer Zielgruppe gehört werden. Um die Aufmerksamkeit informationsüberlasteter Konsument\*innen zu gewinnen, erfordert es einen Wandel von der spezialisierten, produktorientierten Kommunikation hin zu einer integrierten Marken- und Unternehmenskommunikation, die klassische sowie neue Medien umfasst.

Die Fähigkeiten, Kommunikationsstrategien zu entwickeln und die Realisierung von Kommunikationskonzepten zu koordinieren ist essentiell für den Job – sei es als Kommunikationsmanager\*in für eine spannende Marke oder in einer Agentur.

#### HIGHLIGHTS:

- Coachings mit professionellen Kommunikations-Strategen und Kreativen
- Kampagnenkonzeption für spannende Auftraggeber
- Praxisworkshops mit Agenturfeeling



Akademischer Grad:  
Master of Arts  
in Business

MA

ECTS:  
120

Sprache:  
Deutsch  
& teilweise Englisch



Studienbeginn:  
Mitte  
September



Auslandssemester  
möglich: Ja :)



Dauer: 4  
Semester



Studienort:  
Campus  
Wieselburg



## Aufnahme

1. Bewerben Sie sich unter [onlinebewerbung.fhwn.ac.at](https://www.fhwn.ac.at/onlinebewerbung).
2. Sie erhalten eine Einladung zum Aufnahmetag – die Aufnahmeprüfungen finden von Jänner bis Juli statt.
3. Wir informieren Sie schriftlich über Ihr Ergebnis.

## Zugang

- Infos unter [fhwn.ac.at/inno](https://www.fhwn.ac.at/inno)
- Einschlägiger Bachelorabschluss im Umfang von mindestens 180 ECTS oder ein gleichwertiger postsekundärer Bildungsabschluss. Als einschlägig gilt: 30 ECTS in wirtschaftswissenschaftlichen Fächern und 6 ECTS in englischer Sprache

## Für Sie da!

Ilse Kurz, MA  
Study Services

[studieninfo@fhwn.ac.at](mailto:studieninfo@fhwn.ac.at)  
+43 74 16 53 000-333

Aktuelles zum Campus & zu Ihrem Studienprogramm: [fhwn.ac.at/inno](https://www.fhwn.ac.at/inno)



Check us out!

FH Wiener Neustadt GmbH  
Campus Wieselburg  
Zeiselgraben 4, 3250 Wieselburg  
+43 74 16 53 000  
[info@fhwn.ac.at](mailto:info@fhwn.ac.at)  
[wieselburg.fhwn.ac.at](https://www.wieselburg.fhwn.ac.at)

Stand: 001 (02/2021), Foto-Credits: FH Wiener Neustadt, shutterstock.com (Curriculum)

Drucked nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens, Print Alliance HAV Produktions GmbH, UW-Nr. 715

MASTER • Berufsermöglichend  
[wieselburg.fhwn.ac.at/inno](https://www.wieselburg.fhwn.ac.at/inno)

## Produktmarketing & Innovationsmanagement

You rock – we inspire. Gute Ideen brauchen gute Methoden.

Strategisches  
Kommunikationsmanagement  
Retail Design & Brand  
Experience Management

Jetzt  
starten!



FH WIENER NEUSTADT  
CAMPUS WIESELBURG  
Marketing & Sustainable Innovation

## Über das Studium

### Gute Ideen brauchen gute Methoden.

Marketing und Innovationsmanagement – von der Inspiration bis zur erfolgreichen Vermarktung von Produkten.

Wir alle haben gute Ideen. Aber wie werden aus diesen Ideen echte Innovationen, die echte Bedürfnisse befriedigen? Und wie können wir diese guten Ideen mit guten Geschichten so erzählen, dass alle davon genauso begeistert sind, wie wir?

In diesem Studium lernen Sie, wie man Innovationsprozesse auslöst, anleitet und umsetzt. Sie lernen, die richtigen Fragen zu stellen, um mit den richtigen Kreativ-Methoden Antworten zu finden. Sie lernen, wie Sie mit datengestützten Analyseverfahren die richtigen Erkenntnisse über Ihre Target Group bekommen und wie Sie relevante Fakten über Produkte, Märkte und Mitbewerber\*innen finden. Und Sie lernen aus all diesen Erkenntnissen Markenstrategien abzuleiten.

„Perspektiven durch Praxis“ bedeutet aber auch, Strategien umzusetzen: Sie kommunizieren mit realen Auftraggeber\*innen und arbeiten in Teams an realen Projekten. Sie entwickeln punktgenaue Kommunikationskampagnen, legen präzise Markenauftritte im Online- und Offline-Store hin und liefern perfekte Produktinnovationen zu den entdeckten Bedürfnissen Ihrer Zielgruppen.

#### HIGHLIGHTS:

- Studienreise samt Branding-Workshop
- Design Thinking & Empathic Design
- Kommunikationswerkstatt & Retail Lab
- Inno-Hackathon

**Datengestützte Analyse**  
Eyetracking als Grundlage für Design-Entscheidungen.

#### NEXT STEP: TRAUMJOB!

- Innovationsmanagement
- Produktmanagement
- Kommunikationsmanagement
- Marketingmanagement
- Brand Experience Management
- Store Brand Management
- Marktforschung
- Unternehmensberatung
- Unternehmensgründung

Elisabeth Steiner, PhD  
Studiengangsleitung

Genau richtig!



Best of Theorie ...  
Gemeinsam denken im Branding-Prozess.



## Nach dem Studium

### Karrierechancen & Berufsfelder

Nach dem Studium arbeiten Sie im Bereich Marketing, Kommunikation oder Innovation. Etwa als Innovationsmanager\*in oder Marketingexpert\*in bei internationalen Unternehmen. Möglicherweise sind Sie aber auch in einem klassischen KMU für das Marken- oder Produktmanagement verantwortlich, oder managen die Kund\*innenbeziehungen für Ihr Unternehmen. Je nach belegter Vertiefung können Sie in Kommunikationsagenturen oder im Kommunikationsmanagement von Global Playern landen, oder im Store Brand Management von Online- und Offline-Retailprojekten durchstarten. Neben namhaften Unternehmen und Start-Ups stellen unsere Absolvent\*innen ihr Können auch in Non-Profit-Organisationen unter Beweis.

„Ausgerüstet mit Praxistraining & Branchenwissen finden Absolvent\*innen überall in der Marketing- & Agenturwelt interessante Jobs.“  
Elisabeth Steiner, PhD – Studiengangsleitung

## Im Studium

### Lehrinhalte & Schwerpunkte im Studium

Als Studierende\*r erwerben Sie in diesem viersemestrigen Studium aktuelles Know-how über das Marketing- und Innovationsmanagement. Sie 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 Konsument\*innen relevanten Produkten flexibel auf den Markt reagieren und agil agieren zu können.

Daher besteht dieses Studium aus folgenden Kernkompetenzen:

- Marketing & Neuromarketing
- Branding & sensorische Markenführung
- Konsumentenverhalten
- Innovation
- Design Thinking & Empathic Design
- Kommunikation
- Retail Design (on- und offline)
- Ideation und kreative Lösungskompetenz
- Team- und Führungskompetenz

**GUT ZU WISSEN:**  
Im 4. Semester besteht die Möglichkeit eines Auslandssemesters an einer unserer zahlreichen Partnerhochschulen.



#### HINTER, UNTER UND ÜBER DEN TELLERRAND SCHAUEN!

Am Campus Wieselburg ist es uns wichtig, dass in der Ausbildung auch Zeit und Raum für die Kompetenz des Out-Of-The-Box-Thinkings geschaffen wird. Was verstehen wir darunter? Den Willen, neue Wege zu gehen und die Fähigkeit, über Grenzen hinaus zu denken. Diese Kompetenz wird zukünftig immer stärker gesucht sein. Denn solche Menschen etablieren letztlich Veränderungen.

Wir verstehen Out-Of-The-Box-Thinking als ein essentielles Element im Studium, das Perspektiven im Sinne des beruflichen Weiterkommens aufzeigt, aber vor allem auch der persönlichen sowie fachlichen Weiterentwicklung einen Spin gibt.

## Aus dem Studium

### Forschung & Praxisprojekte

Sie finden 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. Letztes Jahr haben wir unter anderem mit folgenden Auftraggebern zusammengearbeitet:

- Kotányi (Produktinnovation)
- hee Energie Community App / PowerSolution Energieberatung (Kampagnengestaltung)
- hochBROTzientig (Kampagnengestaltung)



...und Best of Praxis  
Gemeinsames Ausprobieren im Prototyping.

**GUT ZU WISSEN:**  
Erfahren Sie mehr zu unseren Projekten: [wieselburg.fhwn.ac.at/inno](http://wieselburg.fhwn.ac.at/inno)

### Ein kleiner Studieneinblick

„Learning by Doing und die vielen Praxisbezüge sind für mich wichtige Aspekte, weshalb ich mich für dieses Studium entschieden habe.“

Gerhard Berthold, BEng, MA  
Absolvent



QR-Code scannen & Video starten!

Videos & Podcasts!

Praxisnah & Zukunftsorientiert