

Studien- und Prüfungsordnung

Besonderer Teil 0027

Satzungsteil des an der Ferdinand Porsche FernFH GmbH (in der Folge: FernFH) eingerichteten Fachhochschulkollegiums gemäß § 10 Abs 3 Z 10 FHG in der Fassung des Kollegiumsbeschlusses vom 28.06.2021.

Besonderer Teil für den Lehrgang zur Weiterbildung 0027 Marketing Essentials

1. Formale Angaben	1
2. Zugangsvoraussetzungen	1
Fachliche Zugangsvoraussetzungen	1
3. Aufnahmeverfahren und Aufnahmeordnung	2
4. Curriculum	2
Zielsetzung des Lehrgangs, Qualifikationsprofil und Kompetenzerwerb der Absolvent_innen	2
Gesamtcurriculum	3
5. Lehrgangsspezifische Ergänzungen der Bestimmungen der allgemeinen Prüfungsordnung	3

1. Formale Angaben

Art des Studienprogramms:	Zertifikatslehrgang
Programm-Level (ISCED-P)	6
Lehrgangskennzahl:	0240027
Bezeichnung des Lehrgangs:	Marketing Essentials
ECTS Anrechnungspunkte:	30
Abschluss:	Zertifikat
Niveau des Programmabschlusses (ISCED-A):	5
Spezialisierungsrichtungen / Schwerpunkte:	—
Studienart und Organisationsform:	Blended learning, berufsbegleitend
Zielgruppenspezifischer Zugang:	nein
Transfer-Credits in nachfolgende Programme:	—
Mindest- und Höchstzahl der zugelassenen Teilnehmer_innen:	keine
Unterrichtssprache(n):	Deutsch/Englisch
Erstes vom Kollegium genehmigtes Studienjahr des Lehrgangs:	WS 2021/22
Lehrgangsleitung:	Dr. ⁱⁿ Astin Malschinger
Gemeinsame Durchführung des Lehrgangs mit:	—

2. Zugangsvoraussetzungen

Fachliche Zugangsvoraussetzungen

Allgemeine Universitätsreife nach § 64 Abs 1 UG oder alternativ eine facheinschlägige berufliche Tätigkeit plus Qualifikationsprüfung im Fach Englisch auf dem Niveau BC100.

Als einschlägige berufliche Qualifikation gilt entweder die abgeschlossene Ausbildung in einem fachlich relevanten (wirtschaftlichen) Lehrberuf oder der Abschluss einer mindestens dreijährigen berufsbildenden mittleren Schule oder eine mindestens dreijährige Tätigkeit in einem fachlich relevanten Bereich. Über die „Einschlägigkeit“ entscheidet im Einzelfall die Lehrgangsleitung. Die Qualifikationsprüfung ist vor Studienbeginn abzulegen.

3. Aufnahmeverfahren und Aufnahmeordnung

Die Lehrgangsleitung überprüft anhand eines standardisierten Bewerbungsbogens, Lebenslaufs und den zum Nachweis erforderlichen Unterlagen (Zeugnisse) die formalen Zugangsvoraussetzungen der Bewerber_innen.

Für die Aufnahme ist die Erfüllung der formalen Zugangsvoraussetzungen entscheidend.

4. Curriculum

Zielsetzung des Lehrgangs, Qualifikationsprofil und Kompetenzerwerb der Absolvent_innen

Das Marketing ist eine wichtige Disziplin für den Unternehmenserfolg. Dieser Zertifikatslehrgang vermittelt neben den Grundlagen der Marketingplanung und -konzeption, die wichtigsten Marketingstrategien und Umsetzungsinstrumente und befähigt die Absolvent_innen sich als Young Professionals oder auch als Quereinsteiger_innen für Jobs im Marketing zu qualifizieren.

Qualifikationsprofil:

Die Absolvent_innen erhalten ein umfangreiches, fundiertes Marketingwissen, um in der Praxis begründete Marketingentscheidungen treffen zu können und dabei die dynamischen Marktveränderungen zu berücksichtigen. Sie kennen die wichtigsten Marketingstrategien und deren Umsetzungsinstrumente. Marketingverantwortliche müssen den Markt verstehen, die Kund_innenbedürfnisse erkennen und dabei die ökonomischen wie ökologischen Rahmenbedingungen im Auge behalten und zu deuten wissen. Im Rahmen der Digitalisierung entstehen zunehmend neue und herausfordernde Aufgabenbereiche. Vor allem braucht es Expert_innen, die über den Tellerrand schauen und die ausschließlich kommerziellen Denkmuster durchbrechen.

Kompetenzerwerb der Absolvent_innen:

Die Absolvent_innen haben einen Überblick über die Rahmenbedingungen, Ziele und Grundstrategien des Marketings sowie über die Rolle des Marketings in Unternehmen. Sie sind in der Lage, das wettbewerbliche Umfeld zu analysieren und Konzepte der Marketing-Strategie umzusetzen. Entsprechend definierten Marketing-Zielen können sie auf operativer Ebene Maßnahmen etablieren und umsetzen.

- Einsatz verschiedenster Marketingsysteme (vertikal; geschlossen; quantitative und dynamische Modelle)
- Befähigung zum Überblick des gesamten Marketingmanagementprozesses: Strategisches, operatives bzw. taktisches Marketing und im Speziellen das Produktmarketing
- Mitgestaltung und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationskampagnen
- Grundlagen des Markenaufbaus und der Markenführung
- Anwendung von Methoden zur Entwicklung und Pflege von Marken
- Anwendung von Marktforschungsmethoden zur Erforschung des Konsument_innenverhaltens und der Analyse des Kaufentscheidungsprozesses (Motivforschung, Lebensstile/Lebenswelten, Determinanten der Innovationsadoption)

Gesamtcurriculum

Marketing Management		ECTS	SWS
ZFM1	Marketing Grundlagen	5	3
ZFM2	Marketingprozesse	5	3
ZFM3	Integrierte Markenkommunikation in einer Digitalen Welt	5	3
ZFM4	Innovation und Trends	5	3
ZFM5	Customer Insights in Marketing und Brand Management	5	3
ZFM6	Marketing in Action	5	1
Summe		30	16

5. Lehrgangsspezifische Ergänzungen der Bestimmungen der allgemeinen Prüfungsordnung

Das Zertifikat wird ausgestellt, wenn alle Lehrveranstaltungen des Zertifikatslehrgang erfolgreich absolviert wurden.