

# Zugangsvoraussetzungen

## Vorbemerkungen

Der Fachhochschul-Masterstudiengang Internationales Weinmarketing ist in ausgeprägter Weise als Hybridbildung konzipiert. Damit folgt er der aktuellen Praxis in der Weinwirtschaft, in der typischerweise Fachleute aus unterschiedlichen Disziplinen erfolgreich tätig sind und für Innovationen sorgen. Ein einschlägiges Bachelorstudium zum Thema Weinmarketing, auf dem direkt aufgebaut werden könnte, existiert nicht. Zusätzlich ist der Studiengang in Österreich, in Zentral- und Osteuropa und dem deutschen Sprachraum das einzige Masterstudium mit den Schwerpunkten internationale Weinwirtschaft und Marketingmanagement. Daher sollen durch die folgenden Zugangsvoraussetzungen gezielt Möglichkeiten zur interdisziplinären Kombination von Bachelor- und Masterstudium bewusst gefördert werden.

Diesen Rahmenbedingungen entspricht als Ausbildungsziel die inhaltliche Kompetenzerweiterung – im Gegensatz zur Kompetenzvertiefung: Die Studierenden ergänzen ihre vorhandenen Kompetenzen, die sie in einem vorausgegangenem Studium und eventuell auch im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit oder von Weiterbildungsveranstaltungen bereits erworben haben. Es werden daher Personen zum Studium zugelassen, deren Vorbildung sich inhaltlich – im Hinblick auf die angegebenen Tätigkeitsfelder – erfolgsversprechend mit den Kernthemen des Fachhochschul-Masterstudiengangs Internationales Weinmarketing kombinieren lässt. Dadurch wird eine individuelle, interdisziplinäre Verknüpfung der bereits vorhandenen Kompetenzen mit neun fachlichen Perspektiven erreicht.

Methodisch werden die üblicherweise in einer ersten akademischen Ausbildung (first cycle higher education) erworbenen Kompetenzen zu professioneller Arbeit, zu Bewertung und Reflexion, zu Kommunikation und zum Lernen vorausgesetzt.

## Zugangsvoraussetzungen im Detail

Die Zugangsvoraussetzungen für den Fachhochschul-Masterstudiengang Internationales Weinmarketing ist daher ein abgeschlossener, facheinschlägiger Fachhochschul-Bachelorstudiengang oder der Abschluss eines mindestens gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung (im Sinne des FHStG §4 (2)). Als facheinschlägig gelten unter den oben beschriebenen Rahmenbedingungen Bildungsabschlüsse aus zwei Gruppen von Disziplinen – jeweils in Kombination mit den angeführten Ausbildungsschwerpunkten.

**Gruppe 1** umfasst Disziplinen mit breiten Kombinationsmöglichkeiten zu den inhaltlichen Schwerpunkten des Fachhochschul-Masterstudiengangs Internationales Weinmarketing:

- **Wirtschafts-, Sozial- oder Geisteswissenschaften** mit mindestens 22 ECTS Punkten Betriebswirtschaftslehre, Handelswissenschaften oder Kommunikationswissenschaften
- **Natur- und Agrarwissenschaften und technische Wissenschaften** mit mindestens 22 ECTS Punkten Wein- bzw. Obst- und Gartenbau oder Önologie bzw. Lebensmittel- und Getränketechnologie

**Gruppe 2** umfasst Disziplinen mit punktuellen – aber nichtsdestoweniger erfolgsversprechenden – Kombinationsmöglichkeiten zu den inhaltlichen Schwerpunkten des Fachhochschul-Masterstudiengangs Internationales Weinmarketing:

- **Naturwissenschaften oder Humanmedizin** mit mindestens 9 ECTS Punkten Ernährungswissenschaften
- **Naturwissenschaften oder technische Wissenschaften** mit mindestens 9 ECTS Punkten Biochemie bzw. –technologie, Lebensmittelchemie, organische Chemie bzw. organochemische Technologie oder Sensorik
- **Rechtswissenschaften** mit mindestens 9 ECTS Punkten Agrar- bzw. Weinrecht

Über die Facheinschlägigkeit von weiteren, hier nicht aufgelisteten Bildungsabschlüssen ist im Rahmen des Aufnahmeverfahrens im Einzelfall durch die Studiengangsleitung zu entscheiden.