



FH Burgenland

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ECTS – Guide

Fachhochschul-Masterstudiengang

Internationales Weinmarketing

(0271)

Studienjahr 2016/2017

Modul

FE

Forschungs- und Entwicklungsmethoden

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende kennen und verstehen die Anwendung wesentlicher, qualitativer und quantitativer Forschungs- und Entwicklungsmethoden, insbesondere Methoden der Marktforschung, mit einem speziellen Fokus auf die sensorische Marktforschung. Das versetzt Studierende in die Lage, für sie neue Forschungs- und Entwicklungsberichte selbstständig, kritisch zu rezipieren und einfache Forschungsdesigns auszuarbeiten. Die entsprechenden Arbeitsergebnisse können sie in wissenschaftlich fundierter, verständlicher Weise darstellen.

Voraussetzungen: **siehe allgemeine Zugangsvoraussetzungen**

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271FE01
Bezeichnung	Forschungs- und Entwicklungsmethodik
Art	Anwendungslehveranstaltung
Teilgebiet	Forschung und Entwicklung
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	1. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

- Wissenschaftstheorie
- Empirische und experimentelle Forschungsdesigns
- Qualitative Methoden der Sozial- und Marktforschung
- Quantitative Methoden der Sozial- und Marktforschung
- Schwerpunkt: sensorische Marktforschung

Modul

M1

Marketingmanagement - Überblick

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende kennen und verstehen wesentliche Ansätze der

- marktorientierten Unternehmensführung
- KundInnen- bzw. Kaufverhaltensforschung

Insbesondere im Hinblick auf ihre Anwendung in der Weinwirtschaft und in verwandten Bereichen.

Voraussetzungen: **siehe allgemeine Zugangsvoraussetzungen**

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271M011
Bezeichnung	Marketingmanagement - Überblick
Art	Übersichtslehrveranstaltung
Teilgebiet	Marketingmanagement
Niveau	Überblick
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	1. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Überblick zur marktorientierten Unternehmensführung

- Marketingstrategie und –controlling
- Marktforschung und –analyse
- Wettbewerbsanalyse
- Konsumentenverhalten
- Segmentierung und Positionierung
- Markenpolitik
- Produkt- bzw. Servicepolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Distributionspolitik
- Verkauf und Verkaufsorganisation

Modul

W1

Wein, Weinbau, Kellerwirtschaft

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende kennen und verstehen wesentliche, produktionstechnische Rahmenbedingungen der internationalen Weinwirtschaft.

Voraussetzungen: **siehe allgemeine Zugangsvoraussetzungen**

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271W101
Bezeichnung	Wein, Weinbau, Kellerwirtschaft
Art	Übersichtslehrveranstaltung
Teilgebiet	Internationale Weinwirtschaft
Niveau	Überblick
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	1. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Weinsensorik

- Grundlagen der Weinverkostung/Verkostungstechniken
- Weinbeschreibungen/deskriptive Methode in gedeckter Verkostung
- Sortenspezifische Weinaromen
- Grundlagen der Weinbeurteilung – Punktesystem

Überblick Weinbau

- Bodenbeschaffenheit (Terroir)
- Reben
- Klima
- Kulturmaßnahmen
- Erträge
- Qualität
- Exkursion (Weingarten)

Überblick Önologie

- Grundzüge der Rot-/Weißweinbereitung
- Grundzüge der Sektherstellung
- Abfüllung/Verpackung
- Exkursion (Kellerei)

Modul

PE1

Professionelles Englisch 1

ECTS gesamt: 6 ECTS

Ziel:

By the end of this module, students will have expanded their general and specialist terminology building on the English competency typically associated with Master's level. This will enable them to communicate, orally and in writing, their knowledge of the wine industry to specialist and non-specialist audiences. In addition, individual study areas tailored to students' language level and specific needs will ensure personalised language and skills development, and will account for 30% of the final grade.

Voraussetzungen: **siehe allgemeine Zugangsvoraussetzungen**

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271PE101
Bezeichnung	Professionelles Englisch 1-1
Art	Sprachlehrveranstaltung
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Englisch
Semester	1. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	3 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Basic wine terminology as well as core vocabulary associated with marketing and international management will be covered.

Functional language for socializing, participating in meetings and presenting in English will be reviewed. Speaking activities such as case studies and role plays will give students an opportunity to practice the above acquired language. Grammar will be reviewed as deemed necessary. Skills development will be achieved by reading and listening to appropriate texts and writing professionally relevant correspondence such as press releases, corporate guidelines, advertising copy, business letters/emails and reports.

Personalised study goals will provide further language, skills input and practice. These will focus on vocabulary, grammar, reading, listening, speaking and/or writing tasks related to the core topics that are of particular relevance to the students.

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271PE102
Bezeichnung	Professionelles Englisch 1-2
Art	Sprachlehrveranstaltung
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Englisch
Semester	2. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	3 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter (Bewertung auf Modulebene)**

Inhalte:

Basic wine terminology as well as core vocabulary associated with marketing and international management will be covered.

Functional language for socializing, participating in meetings and presenting in English will be reviewed. Speaking activities such as case studies and role plays will give students an opportunity to practice the above acquired language. Grammar will be reviewed as deemed necessary. Skills development will be achieved by reading and listening to appropriate texts and writing professionally relevant correspondence such as press releases, corporate guidelines, advertising copy, business letters/emails & reports.

Personalised study goals will provide further language, skills input and practice. These will focus on vocabulary, grammar, reading, listening, speaking and/or writing tasks related to the core topics that are of particular relevance to the students.

Modul

M2

Praxis des Weinmarketings

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende kennen und verstehen die Anwendung wesentlicher Ansätze der marktorientierten Unternehmensführung in der Weinwirtschaft und in verwandten Bereichen.

Sie sind in der Lage ihre entsprechenden Anwendungskennntnisse selbstständig zu erweitern und die Auswirkungen neuer Entwicklungen auf wirtschaftliche Chancen und Risiken einzuschätzen. Die entsprechenden Arbeitsergebnisse können sie in wissenschaftlich fundierter, verständlicher Weise darstellen.

Voraussetzungen: **Marketingmanagement - Überblick**

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271M201
Bezeichnung	Praxis des Weinmarketings
Art	Anwendungslehveranstaltung
Teilgebiet	Marketingmanagement
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	2. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Praxis des Marketings und Verkaufs in der Weinwirtschaft und in verwandten Branchen

- Besonderheiten des einschlägigen Produktmarketings, Schwerpunkt Getränke und Lebensmittel
- Besonderheiten des einschlägigen Dienstleistungsmarketings, Schwerpunkt Handel, Gastronomie und Tourismus
- Produktpräsentation
- Planung und Durchführung von Messeauftritten
- Public Relations / Pressearbeit

Modul

M3

Aktuelle Themen des Marketingmanagement

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende sind in der Lage sich selbstständig ein fundiertes Bild zu neuen Themen einer marktorientierten Unternehmensführung zu erarbeiten und damit zusammenhänge, wirtschaftliche Chancen und Risiken einzuschätzen. Die entsprechenden Arbeitsergebnisse können sie in wissenschaftlich fundierter, verständlicher Weise darstellen.

Voraussetzungen: ***Marketingmanagement - Überblick***

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271M301
Bezeichnung	Aktuelle Themen des Marketingmanagement
Art	Anwendungslehrrveranstaltung
Teilgebiet	Marketingmanagement
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	2. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Aktuelle Themen aus Marketing und Verkauf in der Weinwirtschaft und in verwandten Bereichen z.B.

- Online- und Mobile-Marketing
- Customer Relationship Management
- Virales Marketing
- Event- und Erlebnismarketing
- marktorientiertes, strategisches Management für *KMU*
- Innovationsmanagement

Die aktuellen Themen werden jährlich festgelegt.

Modul

W2

Internationale Weinwirtschaft – Süd-Westeuropa

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende kennen wesentliche Produkte, sowie die ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen ausgewählter Weinbauregionen Süd- und Westeuropas. Sie sind in der Lage, sich selbstständig ein fundiertes Bild weiterer Produkte und Regionen zu erarbeiten und die Auswirkungen neuer Entwicklungen auf wirtschaftliche Chancen und Risiken einzuschätzen. Ihre Arbeitsergebnisse können sie in einer wissenschaftlich fundierten Weise darstellen.

Voraussetzungen: ***Wein, Weinbau, Kellenwirtschaft***

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0721W201
Bezeichnung	Internationale Weinwirtschaft – Süd-Westeuropa
Art	Anwendungslehveranstaltung
Teilgebiet	Internationale Weinwirtschaft
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	2. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Überblick internationale Weinwirtschaft:

- Verteilung von Anbauflächen und Produktionsmengen
- Internationaler Weinhandel
- Internationale Organisationen und Interessensverbände

Weinwirtschaft West- und Südeuropas:

- typische Produkte und Produktionsweisen
- Besonderheiten in den Produktionsweisen
- Strukturen der Weinproduktion und der Vermarktung
- Entwicklung zentraler Produktions- und Absatzmärkte
- Exkursion (z.B. nach Frankreich oder Italien)

Modul

PP

Praxisprojekt

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende sind in der Lage, ihre Kompetenzen, auf für sie neue Aufgaben der beruflichen Praxis, verantwortungsbewusst und reflektiert anzuwenden. Dabei gelingt es ihnen, sich systematisch und weitgehend autonom weiterzuentwickeln.

Voraussetzungen:

***Wein, Weinbau und Kellerwirtschaft, Internationale Weinwirtschaft – Süd-
Westeuropa, Marketingmanagement – Überblick, Praxis des Weinmarketing***

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271PP01
Bezeichnung	Praxisprojekt
Art	Praxisprojekt
Teilgebiet	Praxisprojekt
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

- Planung, Durchführung und Reflexion von praktischer, projektorientierter Tätigkeit in Zusammenhang mit den beiden Schwerpunkten des Studiengangs „internationale Weinwirtschaft“ und/oder „internationales Marketing“
- Systematische Weiterentwicklung der Kompetenzen

Die Projektpraxis kann im Rahmen von Ausbildungsprojekten am Studiengang absolviert werden oder im einschlägigen beruflichen Umfeld der Studierenden. In jedem Fall wird sie durch ein individuelles Betreuungsangebot unterstützt.

Modul

W3

**Internationale Weinwirtschaft –
Mittel-Osteuropa und außereuropäische Regionen**

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende kennen wesentliche Produkte, die ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen ausgewählter Weinbauregionen Mittel-Osteuropas sowie außereuropäische Weinbauregionen.

Sie sind in der Lage, sich selbstständig ein fundiertes Bild weiterer Produkte und Regionen zu erarbeiten und die Auswirkungen neuer Entwicklungen auf wirtschaftliche Chancen und Risiken einzuschätzen. Ihre Arbeitsergebnisse können sie in einer wissenschaftlich fundierten Weise darstellen.

Voraussetzungen: ***Wein, Weinbau, Kellerwirtschaft***

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271W301
Bezeichnung	Internationale Weinwirtschaft – Mittel-Osteuropa und außereuropäische Regionen
Art	Anwendungslehveranstaltung
Teilgebiet	Internationale Weinwirtschaft
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Rahmenbedingungen der internationalen Weinwirtschaft:

- Nationales und internationales Weinrecht, Weinwirtschaft Mittel-Osteuropas sowie außereuropäischer Regionen
- typische Produkte
- Besonderheiten in den Produktionsweisen
- Strukturen der Weinproduktion und der Vermarktung
- Entwicklung zentraler Produktions- und Absatzmärkte
- Exkursion (z.B. nach Ungarn, Slowenien, Kroatien, Rumänien)

Modul

DA

Masterarbeit und kommissionelle Prüfung

ECTS gesamt: 27 ECTS

Ziel:

Studierende sind in der Lage, ihre Kompetenzen auf für sie neue Forschungs- und Entwicklungsaufgaben verantwortungsbewusst und reflektiert anzuwenden. Dabei gelingt es ihnen, sich systematisch und weitgehend autonom weiterzuentwickeln und ihre Arbeitsergebnisse in wissenschaftlich fundierter, verständlicher Weise darstellen.

Voraussetzungen: ***Forschungs- und Entwicklungsmethodik***

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271DA01
Bezeichnung	Begleitung der Masterarbeit 1
Art	Wissenschaftliches Arbeiten
Teilgebiet	Internationales Marketing
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	2 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter (auf Modulebene)**

Inhalte:

Qualitätssicherung der Masterarbeit:

- Konzeption der Masterarbeit
 - F&E-Workshop
 - Vernetzung der DiplomandInnen
-

Lehrveranstaltung:

Bezeichnung **W0271DA02+04**
Art **Masterarbeit**
Teilgebiet **Internationales Marketing**
Niveau **Spezialisierung**
Unterrichtssprache **Deutsch**
Semester **3. und 4. Semester**
Lehreinheiten **7,5**
ECTS **20 ECTS**

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Selbstständiges Verfassen der Masterarbeit

Lehrveranstaltung:

LV Nummer **W0271DA03**
Bezeichnung **Begleitung der Masterarbeit 2**
Art **Wissenschaftliches Arbeiten**
Teilgebiet **Internationales Marketing**
Niveau **Spezialisierung**
Unterrichtssprache **Deutsch**
Semester **4. Semester**
Lehreinheiten **30**
ECTS **2 ECTS**

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter (auf Modulebene)**

Inhalte:

Qualitätssicherung der Masterarbeit:

- Methodische Begleitung der Masterarbeit
 - F&E-Workshop
 - Vernetzung der DiplomandInnen
-

Kommissionelle Prüfung

LV Nummer **W0271DA05**
Semester **4. Semester**
ECTS **3 ECTS**

Modul

W4

Aktuelle Themen Weinwirtschaft und verwandte Branchen

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende sind in der Lage, sich selbstständig ein fundiertes Bild neuer, technischer, rechtlicher oder sozioökonomischer Entwicklungen zu erarbeiten und wirtschaftliche Chancen und Risiken einzuschätzen. Ihre Arbeitsergebnisse können sie in einer wissenschaftlich fundierten Weise darstellen.

Voraussetzungen: ***Wein, Weinbau, Kellerwirtschaft***

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271W401
Bezeichnung	Aktuelle Themen Weinwirtschaft und verwandte Branchen
Art	Anwendungslehveranstaltung
Teilgebiet	Internationale Weinwirtschaft
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	4. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Technische und sozioökonomische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die internationale Weinwirtschaft bzw. auf verwandte Branchen z.B.

- andere Getränke-, Genuss- und Lebensmittelproduktionen im Vergleich zur Weinwirtschaft
- Weinspezifische Themen des Tourismus und der Gastronomie
- Ökologische bzw. nachhaltige Produktionsmethoden
- Slow Food
- Food Design
- Entsprechende Exkursion

Die aktuellen Themen werden jährlich festgelegt.

Modul

PE2

Professionelles Englisch 2

ECTS gesamt: 4 ECTS

Ziel:

By the end of this module, students will have consolidated and further expanded their specialist terminology & language skills building on the knowledge acquired in *Professional English 1*. This will enable students to understand, discuss & effectively communicate professional issues as marketing experts in the wine industry to specialist and non-specialist target groups. In addition, they will have acquired and demonstrated language learning skills necessary for autonomous study. This personalisation will be account for 30% of the student's final grade.

Voraussetzungen: ***Professionelles Englisch 1***

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271PE201
Bezeichnung	Professionelles Englisch 2-1
Art	Sprachlehrveranstaltung
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Englisch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	3 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

International wine terminology as well as vocabulary associated strategic branding, risk management, e-business, free trade, investment and current professional issues will be covered.

Functional language for negotiating and presenting in English will be reviewed and practised in authentic business situations. Skills development will be achieved by reading, listening to, discussing professional texts and writing press statements, financial reports, business correspondence, CVs and abstracts.

Personalised study goals will provide further language, skills input and practice. These aim to consolidate and extended core language, receptive and/or productive skills covered in this module that are of particular relevance to the students.

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271PE202
Bezeichnung	Professionelles Englisch 2-2
Art	Sprachlehrveranstaltung
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschrittene
Unterrichtssprache	Englisch
Semester	4. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	3 ECTS

Bewertungsmethoden: **LV-immanenter Prüfungscharakter (Bewertung auf Modulebene)**

Inhalte:

International wine terminology as well as vocabulary associated strategic branding, risk management, e-business, free trade, investment and current professional issues will be covered.

Functional language for negotiating and presenting in English will be reviewed and practised in authentic business situations. Skills development will be achieved by reading, listening to, discussing professional texts and writing press statements, financial reports, business correspondence, CVs and abstracts.

Personalised study goals will provide further language, skills input and practice. These aim to consolidate and extended core language, receptive and/or productive skills covered in this module that are of particular relevance to the students.