

2	Wien	
3	Eisenstadt	3,2
	Pinkafeld	45
	Budapest	3,0

Fachhochschul
Studiengänge



Burgenland

ECTS – Guide

Fachhochschul-Masterstudiengang
Internationales Weinmarketing

(0271)

Studienjahr 2011/2012

Modul

FE

Forschungs- und Entwicklungsmethodik

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 setzt Studierende in Lage für sie neue Forschungs- und Entwicklungsberichte selbständig, kritisch zu rezipieren und einfache Forschungsdesigns auszuarbeiten. Die entsprechenden Arbeitsergebnisse können sie in wissenschaftlich fundierter, verständlicher Weise darstellen.

Voraussetzungen:

Siehe allg. Zugangsvoraussetzungen

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271FE
Bezeichnung	Forschungs- und Entwicklungsmethodik
Art	Anwendungslehveranstaltung (ALV)
Teilgebiet	Forschung und Entwicklung
Niveau	Fortgeschritten
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
- der KundInnen- bzw. Kaufverhaltensforschung

insbesondere im Hinblick auf ihre Anwendung in der Weinwirtschaft und in verwandten Bereichen

Voraussetzungen:

Siehe allg. Zugangsvoraussetzungen

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271M1
Bezeichnung	Marketingmanagement – Überblick
Art	Übersichtslehrveranstaltung (ULV)
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
- Wettbewerberanalyse
- 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 allg. Zugangsvoraussetzungen

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271W1
Bezeichnung	Wein, Weinbau, Kellerwirtschaft
Art	Übersichtslehrveranstaltung (ULV)
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 – Punktesysteme

Überblick Weinbau

- Bodenbeschaffenheit (Terroir)
- Reben
- Klima

- Kulturmaßnahmen

- Erträge

- Qualität

- Exkursion (Weingarten)

Überblick Önologie

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

Modul

E1

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 Bachelor'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 allg. Zugangsvoraussetzungen

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271E1
Bezeichnung	Professionelles Englisch 1-1
Art	Sprachlehrveranstaltung (SLV)
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschritten
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	1. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	3 ECTS

Bewertungsmethoden:

LV-immanenter Prüfungscharakter

Inhalte:

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

Functional language for socialising, participating in meetings and presenting in English will be reviewed. Speaking activities such as case studies & 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 & 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 student.

Modul

E1

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 Bachelor'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 allg. Zugangsvoraussetzungen

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271E1
Bezeichnung	Professionelles Englisch 1-2
Art	Sprachlehrveranstaltung (SLV)
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschritten
Unterrichtssprache	Deutsch
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 socialising, participating in meetings and presenting in English will be reviewed. Speaking activities such as case studies & 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 & 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 student.

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 Anwendungskennnisse selbständig 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	W0271M2
Bezeichnung	Praxis des Weinmarketings
Art	Anwendungslehveranstaltung (ALV)
Teilgebiet	Marketingmanagement
Niveau	Fortgeschritten
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	2. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: LV-immanenter Prüfungscharakter

Inhalte:

Praxis des Marketings und Verkaufs in der Weinwirtschaft und 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 selbständig ein fundiertes Bild zu neuen Themen einer marktorientierten Unternehmensführung zu erarbeiten und damit zusammenhängende wirtschaftliche Chancen und Risiken einzuschätzen. Die entsprechenden Arbeitsergebnisse können sie in wissenschaftlich fundierter, verständlicher Weise darstellen.

Voraussetzungen:

Marketingmanagement – Überblick

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271M3
Bezeichnung	Aktuelle Themen des Marketingmanagement
Art	Anwendungslehveranstaltung (ALV)
Teilgebiet	Marketingmanagement
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	2. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: LV-immanenter Prüfungscharakter

Inhalte:

Aktuelle Themen aus Marketing und Verkauf in der Weinwirtschaft und 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 selbständig 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	W0271W2
Bezeichnung	Internationale Weinwirtschaft — Süd-Westeuropa
Art	Anwendungslehveranstaltung (ALV)
Teilgebiet	Internationale Weinwirtschaft
Niveau	Fortgeschritten
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	2. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: 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 der Produktionsweisen
- Strukturen der Weinproduktion und der Vermarktung
- Entwicklug zentraler Produktions und Absatzmärkte
- Exkursion (z.B. 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, Kellerwirtschaft**
- **Internationale Weinwirtschaft – Süd-Westeuropa**
- **Marketingmanagement – Überblick**
- **Praxis des Weinmarketings**

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271PP
Bezeichnung	Praxisprojekt
Art	Praxisprojekt (PP)
Teilgebiet	Projektpraxis
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: 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 sowie die ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen ausgewählter Weinbauregionen Mittel-Osteuropas sowie außereuropäische Weinbauregionen.

Sie sind in der Lage sich selbständig 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	W0271W3
Bezeichnung	Internationale Weinwirtschaft — Mittel-Osteuropa und außereuropäische Regionen
Art	Anwendungslehveranstaltung (ALV)
Teilgebiet	Internationale Weinwirtschaft
Niveau	Fortgeschritten
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	60
ECTS	9 ECTS

Bewertungsmethoden: **Prüfungsmodalität: LV-immanenter Prüfungscharakter**

Inhalte:

Rahmenbedingungen der internationalen Weinwirtschaft

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

Modul

DA

Diplomarbeit 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	W0271B1
Bezeichnung	Begleitung der Diplomarbeit 1
Art	Wissenschaftliches Arbeiten (WA)
Teilgebiet	Internationales Marketing
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	2 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: LV-immanenter Prüfungscharakter (auf Modulebene)

Inhalte:

Qualitätssicherung der Diplomarbeiten:

- Konzeption der Diplomarbeiten
- F&E-Workshops
- Vernetzung der DiplomandInnen

Modul

DA

Diplomarbeit 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	keine Nummer
Bezeichnung	Diplomarbeit
Art	Diplomarbeit (DA)
Teilgebiet	Internationales Marketing
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. und 4. Semester
Lehreinheiten	7,5
ECTS	7 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: LV-immanenter Prüfungscharakter

Inhalte:

Selbständiges Verfassen der Diplomarbeit

Modul

DA

Diplomarbeit 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	W0271B2
Bezeichnung	Begleitung der Diplomarbeit 2
Art	Wissenschaftliches Arbeiten (WA)
Teilgebiet	Internationales Marketing
Niveau	Spezialisierung
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	4. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	2 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: LV-immanenter Prüfungscharakter (auf Modulebene)

Inhalte:

Qualitätssicherung der Diplomarbeiten:

- Methodische Begleitung der Diplomarbeiten
 - F&E-Workshops
 - Vernetzung der DiplomandInnen
-

Kommissionelle Prüfung

Semester	4. Semester
ECTS	3 ECTS

Modul

W4

Aktuelle Themen Weinwirtschaft und verwandter Branchen

ECTS gesamt: 9 ECTS

Ziel:

Studierende sind in der Lage, sich selbständig 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

W0271W4

Bezeichnung

Aktuelle Themen Weinwirtschaft und verwandter Branchen

Art

Anwendungslehveranstaltung (ALV)

Teilgebiet

Internationale Weinwirtschaft

Niveau

Spezialisierung

Unterrichtssprache

Deutsch

Semester

4. Semester

Lehreinheiten

60

ECTS

9 ECTS

Bewertungsmethoden:

Prüfungsmodalität: LV-immanenter Prüfungscharakter

Inhalte:

Technische und sozioökonomische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die internationalen Weinwirtschaft bzw. verwandter Branchen z.B.

- andere Getränke-, Genuss- und Lebensmittelproduktion 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

E2

Professionelles Englisch 2

ECTS gesamt: 6 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:

Siehe allg. Zugangsvoraussetzungen

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271P2
Bezeichnung	Professionelles Englisch 2-1
Art	Sprachlehrveranstaltung (SLV)
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschritten
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	3. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	3 ECTS

Bewertungsmethoden:

LV-immanenter Prüfungscharakter

Inhalte:

International wine terminology as well as core vocabulary associated strategic branding, risk management, e-business, free trade, investment & current professional issues will be covered. Functional language for negotiating & presenting in English will be reviewed & 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 & practice. These aim to consolidate and extend core language, receptive and/or productive skills covered in this module that are of particular relevance to the student.

Modul

E2

Professionelles Englisch 2

ECTS gesamt: 6 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:

Siehe allg. Zugangsvoraussetzungen

Lehrveranstaltung:

LV Nummer	W0271P2
Bezeichnung	Professionelles Englisch 2-2
Art	Sprachlehrveranstaltung (SLV)
Teilgebiet	Professionelles Englisch
Niveau	Fortgeschritten
Unterrichtssprache	Deutsch
Semester	4. Semester
Lehreinheiten	30
ECTS	3 ECTS

Bewertungsmethoden:

LV-immanenter Prüfungscharakter (Bewertung auf Modulebene)

Inhalte:

International wine terminology as well as core vocabulary associated strategic branding, risk management, e-business, free trade, investment & current professional issues will be covered. Functional language for negotiating & presenting in English will be reviewed & 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 & practice. These aim to consolidate and extend core language, receptive and/or productive skills covered in this module that are of particular relevance to the student.