

MASTER INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN INTERNATIONAL MARKETING

WIRTSCHAFT MIT SCHWERPUNKT
ZENTRAL-OSTEUROPA



FH Burgenland

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

MARC SIXT, STUDENT

BRINGT BESONDERES ZUSAMMEN

Master-Spezialisierung

International Marketing

Masterstudiengang Internationale Wirtschaftsbeziehungen



„Für Erfolg im Marketing brauchen Sie eine klare Analyse der Kunden plus Kreativität.“

Studiengangsleiterin Nina Trinkl



In der Vertiefung International Marketing wird spezialisiertes Fachwissen im internationalen und nationalen Marketing mit praxisorientiertem Anwendungswissen kombiniert. In weiteren Bereichen, wie zum Beispiel Brand Management, Online-Marketing, Sales Strategies und E-Commerce, werden die Fachkenntnisse vertieft. AbsolventInnen sind ausgezeichnet vorbereitet auf herausfordernde Management- und Expertenaufgaben.





Facts zum Studiengang



Studiendauer
4 Semester
Akademischer Grad
Master of Arts in Business – MA



Organisationsform
berufsbegleitend – Unterricht Fr Nachmittag
und Sa 14 x pro Semester plus E-Learning



Studienort
7000 Eisenstadt, Campus 1
Studiengebühren
keine



Unterrichtssprache
Deutsch und Englisch

Management und Strategie verknüpft mit Internationalität, vor allem im zentral- und osteuropäischen Raum, das sind die Kernbereiche des Masterstudiengangs **Internationale Wirtschaftsbeziehungen**. Durch drei unterschiedliche Vertiefungen haben Studierende die Möglichkeit, ihr Studium den persönlichen Interessen anzupassen.

Berufsfelder

AbsolventInnen des Masterstudiengangs Internationale Wirtschaftsbeziehungen sind besonders gut auf Führungs- und Managementaufgaben im internationalen Kontext vorbereitet. Die Spezialisierung International Marketing bereitet Sie auf Positionen in folgenden Bereichen vor:

- **(Internationales) Produkt- und Markenmanagement**
- **Online-Marketing**
- **Werbung und Public Relations**
- **Brand-Design**
- **Konsumenten-, Markt- und Meinungsforschung**
- **Internationaler Vertrieb**

Das Besondere

- **Zusätzlicher MBA-Abschluss** möglich: Double-Degree im Rahmen eines freiwilligen Auslandssemesters an der Ilia State University Tbilisi/Georgia
- In unseren **Digital Consumer Labs** können konkrete Situationen des Konsumentenverhaltens mit realen Fallbeispielen analysiert werden
- **Internationalisierung** durch Fachunterricht in englischer Sprache. **Zentral- und Osteuropa-Fokus** vermittelt die Kompetenz sich erfolgreich in einem fremden, für Österreichs Wirtschaft entscheidenden Kulturraum zu bewegen
- Masterstudium für **Berufstätige**: durch die sinnvolle Verknüpfung von Präsenz- und Onlinelehre ist das Studium sehr gut auf die Bedürfnisse von berufstätigen Studierenden zugeschnitten. In den kleinen Gruppen profitieren die Studierenden von den Lehrenden aus der Praxis sowie einer Vielzahl von realen Fallbeispielen.

Anmeldung und Aufnahme

| | |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zugang | Abschluss eines mindestens dreijährigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung. Detailinfos unter www.fh-burgenland.at/zugang |
| Anmeldung | bis 31. März bzw. 31. Mai unter www.fh-burgenland.at/anmeldung danach Anmeldung für Restplätze möglich |
| Aufnahmeverfahren | Aufnahmegespräch |



Aufbau und Ablauf des Studiums

Das Studium ist modular aufgebaut. Am Ende stehen die Masterarbeit und eine mündliche Abschlussprüfung.

1. STUDIENJAHR 60 ECTS

| Titel der Lehrveranstaltung | WS | SS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| SPEZIALISIERUNG INTERNATIONAL MARKETING | | |
| International Marketing Management Besonderheiten des internationalen Marketings planen und anwenden sowie Exportstrategien bewerten und realisieren | 6 | |
| International Sales Strategies Planung und Implementierung einer internationalen Sales Strategie unter Berücksichtigung der Vertriebskanalstrukturen und Prozesse | 6 | |
| E-Commerce and Marketing Metrics Planung von Strategien sowie Umsetzung von Maßnahmen des E-Commerce. Vernetzung von Online- und Offline-Maßnahmen Analyse relevanter Kennzahlen im Marketing-Management sowie Ableitung von Maßnahmen entlang der Customer Journey | 6 | |
| Strategic Brand Management Marken im internationalen Umfeld positionieren und weiterentwickeln, durch strategische Markenführung Unterscheidbarkeit und emotionale Bindung erreichen | 6 | |
| Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmethoden (FEI) zur Spezialisierung Einsatz von Methoden zur Lösung von marketingbezogenen Fragestellungen | 6 | |

| Titel der Lehrveranstaltung | WS | SS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| FÜHRUNGSKOMPETENZ | | |
| Strategisches Management Strategische Analysen, Methoden zur Strategieplanung und -umsetzung, integriertes Verständnis von Unternehmenszusammenhängen | 6 | |
| Leadership Management Control, d.h. Führen durch Ziele und stärkenorientiertes Management bzw. Selbstmanagement | 6 | |
| Innovation Management and Business Models Analyse von unternehmerischen Chancen und Risiken aufgrund technologischer und gesellschaftlicher Trends, Methoden zur Entwicklung innovativer Produkte, Leistungen und Prozesse Entwickeln und Präsentieren von integrierten Geschäftsmodellen und Businessplänen | | 6 |
| INTERNATIONALE KOMMUNIKATION | | |
| Internationale Kommunikation I + II Advanced Training in English Business Communication ODER Sprache, Kultur und Wirtschaft aus Zentral- und Osteuropa (CEE) Teambuilding, Konfliktmanagement International Negotiations & Communication | 6 | 6 |

2. STUDIENJAHR 60 ECTS

| Titel der Lehrveranstaltung | WS | SS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| SPEZIALISIERUNG INTERNATIONAL MARKETING | | |
| Advanced Topics in International Marketing I+II z. B. Dynamic Pricing in internationalen Märkten, Digitales Markenmanagement, Online- and Social-Media-Kommunikation, Krisen-PR, Customer Relationship Management, Viral Communication, Guerilla Marketing, Internationale Marketingkommunikation, Medienmanagement, etc. | 6 | 6 |
| Masterarbeit zur Spezialisierung & Seminar zur Masterarbeit Selbstständige Konzeption und Umsetzung eines angewandten FEI-Projekts mit Bezug zur Spezialisierung und mit individueller Betreuung | 12 | 12 |
| Abschlussprüfung zur Spezialisierung Mündliche Prüfung mit Verteidigung der Masterarbeit und Prüfungsgespräch zur Spezialisierungsrichtung | 6 | |

| Titel der Lehrveranstaltung | WS | SS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| FÜHRUNGSKOMPETENZ | | |
| International Economics Analyse von unternehmerischen Chancen und Risiken aufgrund volkswirtschaftlicher Entwicklungen mit Schwerpunkt Zentral-Osteuropa | 6 | |
| INTERNATIONALE KOMMUNIKATION | | |
| Internationale Kommunikation II + IV Fortsetzung: Advanced Training in English Business Communication ODER Fortsetzung: Sprache Kultur und Wirtschaft aus Zentral- und Osteuropa Change Management, Intercultural Teams & Cross-cultural Management, Medientraining, Sustainable Economy | 6 | 6 |



Fachhochschule Burgenland

FH BURGENLAND.
BRINGT BESONDERES ZUSAMMEN.

Die FH Burgenland bietet an zwei Studienzentren in Eisenstadt und Pinkafeld Bachelor- und Masterstudiengänge in fünf Departments an:

- **Wirtschaft (mit Schwerpunkt Zentral-Osteuropa)**
- **Informationstechnologie und Informationsmanagement**
- **Soziales**
- **Energie-Umweltmanagement**
- **Gesundheit**

Der Campus Eisenstadt

Das Studienzentrum in Eisenstadt mit ungefähr 10.000 Quadratmetern Nutzfläche bietet Platz für Hörsäle und Seminarräume in verschiedenen Größen und eine exzellent bestückte Bibliothek. Immer wieder bieten Begegnungszonen die Möglichkeit für kurze Auszeiten oder die Gelegenheit für den Austausch mit StudienkollegInnen. Studierendenheim und Mensa sind Teil des Campus. Parkmöglichkeiten finden Sie vor dem Haus. Fitnessstudio, Geschäfte und Gastronomie sind zu Fuß erreichbar. Forschung im Medienlab oder in den Marktforschungslaboren werten den Unterricht am Campus weiter auf.

Thematisch setzen wir auf Zukunftsthemen. In der Lehre sind uns persönliche Betreuung und hohe Praxisorientierung wichtig – das alles ohne Studiengebühren.

Besonderes wachsen lassen

Eine einzigartige Community an Lehrenden, die zum Großteil aus der Praxis kommen, begleitet und fördert die Führungskräfte der Zukunft auf ihrem Erfolgsweg. Das Studierlebnis ist geprägt von Interkulturalität und Regionalität, Innovation und Forschung.

Lebenslanges Netzwerk

Mehr als 6.500 AbsolventInnen haben an der FH Burgenland graduiert. Sie haben bei ihrer Sponsion nicht nur ein Diplom erhalten, das sie zum Tragen eines akademischen Titels berechtigt, sondern auch gute Perspektiven für ihr zukünftiges Berufsleben.



In 3 Schritten zum Studium

1

Informieren

Online auf www.fh-burgenland.at und unserem Youtube-Kanal youtube.com/fhsburgenland
Persönlich bei der **InfoLounge** jeden 1. Samstag im Monat von 10 bis 12 Uhr an beiden Studienzentren
und auf unserem **Infotag** im März.
Wir beantworten gerne alle Fragen auf unserer **InfoLine +43 5 7705-3500**
und per E-Mail beratung@fh-burgenland.at.

2

Bewerben

Onlineanmeldung bis **31. März** (für Frühentschlossene) oder **31. Mai** unter www.fh-burgenland.at/anmeldung
Alle weiteren Infos zum Bewerbungsprozess kommen direkt **per Mail**.

3

Studieren

Nach erfolgreichem Bewerbungsprozess und Einzahlung einer Kautions freuen wir uns, Sie ab Anfang
September als Student bzw. Studentin an unseren Studienzentren begrüßen zu können.

Follow us on:



Fachhochschule Burgenland GmbH

Studienzentrum Eisenstadt | Campus 1 | 7000 Eisenstadt

Studienzentrum Pinkafeld | Steinamangerstraße 21 | 7423 Pinkafeld

Tel.: +43 5 7705

E-Mail: office@fh-burgenland.at | www.fh-burgenland.at

