

# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

## **Berufsakademie Marketing & Verkauf**

### **Akademischer Experte für Marketing & Verkauf und MSc Marketing- & Verkaufsmanagement**

In Kooperation mit der FH Wien der WKW

Produkte und Dienstleistungen wollen effizient an den Mann gebracht werden. Gut ausgebildete Fachleute in Marketing und Sales sind entsprechend gefragt. Die neue und betont praxisorientierte Berufsakademie Marketing & Verkauf bietet engagierten Mitarbeitern die Chance, sich auf akademischen Niveau auf anspruchsvolle Leitungsfunktionen vorzubereiten – auch ohne Matura: Die zweistufige Weiterbildungsschiene in Kooperation mit der FHWien der WKW lässt sich flexibel mit der Berufstätigkeit verbinden und unterstützt die Kunden beim nachhaltigen Erweitern ihrer Handlungskompetenzen in Richtung Führungsverantwortung.

#### **Die Zielgruppe:**

Mitarbeiter aller Unternehmen, die für Aufgaben in den Bereichen Marketing und Verkauf verantwortlich sind und sich auf Führungsaufgaben vorbereiten wollen.

#### **Die Voraussetzungen:**

Für den Lehrgang Akademischer Experte für Marketing & Verkauf:

- abgeschlossene Berufsausbildung und mindestens zwei Jahre Berufspraxis (exklusive Lehrzeit)
- Englischkenntnisse mindestens auf Niveau A2
- Teilnahme an einem Aufnahmegespräch

Für das Master Programm MSc Marketing- & Verkaufsmanagement:

- Erster Studienabschluss (mind. Bachelor) einer anerkannten österreichischen oder vergleichbaren ausländischen Hochschule und mindestens 1 Jahr Berufserfahrung  
ODER
- Eine mindestens sechsjährige einschlägige Berufserfahrung (davon mindestens drei Jahre nach Abschluss der Lehrausbildung), darunter mindestens ein Jahr in Führungsfunktion, wird als äquivalent zum ersten Hochschulabschluss gesehen.
- Teilnahme an einem Bewerbungsgespräch

#### **Die Inhalte:**

Die Lehrgänge Akademischer Experte für Marketing & Verkauf und MSc Marketing- & Verkaufsmanagement bauen inhaltlich aufeinander auf und umfassen gesamt vier Semester. Die einzelnen Module:

Lehrgang Akademischer Experte für Marketing & Verkauf – Semester 1 und 2:

- Marketing Management
- Vertriebsmanagement
- BWL und Recht
- Fremdsprachenkompetenz



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:

[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)

# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

- Online Marketing
- Praxistransfer
- Projektarbeit
- schriftliche Prüfungen, mündliche Prüfungen, Präsentationen

Master Programm MSc Marketing- & Verkaufsmanagement – Semester 3 und 4:

- Strategisches Marketing und Verkaufsmanagement
- Business English
- Leadership
- Ein Wahlpflichtfach aus: Digital Marketing und Werbegestaltung und Produktion
- Master-Thesis plus Masterprüfung
- schriftliche Prüfungen, mündliche Prüfungen, Präsentationen, Master-Thesis plus Masterprüfung

## Die Trainingsziele:

### Kontextkompetenz

- Die Kunden agieren selbständig innerhalb der in ihrem Umfeld relevanten vorgegebenen Rahmenbedingungen.
- Sie kennen und verstehen die fachlichen und persönlichen Anforderungen, die Mitarbeiter, Kollegen und Vorgesetzte an ihre berufliche Aufgabe stellen.
- Sie verstehen den Beitrag ihres Verantwortungsbereichs zum Unternehmenserfolg und die Beziehungen ihres Verantwortungsbereichs zu anderen Abteilungen oder Organisationseinheiten.

### Soziale Kompetenz

- Die Kunden können andere motivieren, Meetings moderieren, Arbeitsgruppen führen und ihren eigenen Standpunkt darlegen und klar argumentieren.

### Selbst Kompetenz

- Die Kunden können ihre eigene Arbeitsweise im Licht von Lern- und Arbeitstechniken reflektieren und aus eigenem Antrieb optimieren.
- Sie sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen in ihren beruflichen Alltag zu transferieren.

### Fachliche Kompetenz

#### Modul 8: Strategisches Marketing und Verkaufsmanagement I

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- Instrumente und Methoden zur Analyse der Unternehmensumwelt zu kennen und anzuwenden.
- Kennzahlen zur Evaluierung und Optimierung des Vertriebserfolgs zu beschreiben und zu interpretieren.
- Primär- und Sekundärmarktforschung für die Planung und Evaluierung von Entscheidungen im Marketing und Vertrieb zu nutzen und Briefings für Marktforschungsinstitute zu erstellen.



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:

[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)

# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

- die Prämissen und den Prozess der qualitativen Forschung zu verstehen und für die Erhebung und Auswertung qualitativer Daten anzuwenden.
- Qualitative Interviews zu führen und inhaltsanalytisch auszuwerten.

## **Business Intelligence in Marketing und Verkauf**

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- Instrumente und Methoden zur Analyse der Unternehmensumwelt (Wettbewerbsumfeld, Konsumententrends, Branchenentwicklungen, ...) zu kennen und anzuwenden.
- unternehmensinterne Daten zu erfassen, aufzubereiten und zur Beobachtung des Wettbewerbs- und Marketingumfeldes zu nutzen.
- Kennzahlen zur Evaluierung und Optimierung des Vertriebserfolgs zu beschreiben und zu interpretieren.
- Primär- und Sekundärmarktforschung für die Planung und Evaluierung von Entscheidungen im Marketing und Vertrieb zu nutzen.
- Briefings für Marktforschungsinstitute zu erstellen.
- die Prämissen und den Prozess der qualitativen Forschung zu verstehen und für die Erhebung und Auswertung qualitativer Daten anzuwenden.
- qualitative Interviews zu führen und inhaltsanalytisch auszuwerten.

## **Modul 9A: Wahlpflichtfach Digital Marketing**

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- die Voraussetzungen für den strategischen Fit einer Website mit der Unternehmensstrategie zu beurteilen; die Bedeutung einer Content-Strategie für die Gestaltung von Websites zu verstehen und strategiekonformen Content zu generieren.
- ein Briefing zu erstellen, anhand dessen eine Website / ein Webshop konzipiert werden können.
- zu verstehen, welche Methoden zur Websitestrukturierung, welche graphischen Gestaltungsregeln und welche technischen Voraussetzungen für die Realisierung von Websites/Webshops bestehen; den Prozess der Konzeption, Realisierung, Wartung und Evaluierung von Websites/Webshops zu planen und Websites/Webshops anhand von Usability- und SEO-Kriterien zu beurteilen; Empfehlungen für die Optimierung von Websites/Webshops anhand von Kennzahlen zu entwickeln und zu argumentieren.
- die Effektivität von unternehmerischer online Kommunikation sowie die Effektivität von Webshops anhand von Kennzahlen zu analysieren und zu interpretieren und daraus Empfehlung für die Optimierung von unternehmerischer online Kommunikation zu entwickeln.
- ein Bewusstsein für ihren rechtlichen Handlungsspielraum bei der Gestaltung von online und Mobile Marketing Maßnahmen zu entwickeln und zu beurteilen, wann juristische Experten hinzugezogen werden müssen sowie rechtliche Rahmenbedingungen als Elemente der Konzeption, Gestaltung und Umsetzung von Maßnahmen des online oder mobile Marketing standardmäßig zu berücksichtigen.



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:

[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)

# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

## Website Konzeption und Design von Webshops

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- die Voraussetzungen für den strategischen Fit einer Website mit der Unternehmensstrategie zu verstehen und zu beurteilen.
- unterschiedliche strategische Optionen bei der Konzeption von Websites und Webshops zu beschreiben und gegeneinander abzuwägen.
- ein Briefing zu erstellen, anhand dessen eine Website / ein Webshop konzipiert werden können.
- zu verstehen, welche Methoden zur Websitestrukturierung, welche graphischen Gestaltungsregeln und welche technischen Voraussetzungen für die Realisierung von Websites /Webshops bestehen.
- den Prozess der Konzeption, Realisierung, Wartung und Evaluierung von Websites / Webs-hops zu planen.
- die Bedeutung einer Content-Strategie für die Gestaltung von Websites zu verstehen und strategiekonformen Content zu generieren.
- Kriterien der Usability und für die Optimierung von Suchmaschinenrankings relevante on-page und off-page Faktoren zu verstehen und Websites / Webshops hinsichtlich der Erfüllung dieser Kriterien zu beurteilen.
- Kennzahlen zum Monitoring der Nutzung von Websites und Webshops zu beschreiben, diese anhand konkreter Beispiele zu erfassen und zu interpretieren und daraus Empfehlungen für die Optimierung von Websites / Webshops abzuleiten.

## Evaluierung und Benchmarking im Digital Marketing (ILV)

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- Indikatoren für die Messung der Effektivität unterschiedlicher Formen unternehmerischer online Kommunikation zu beschreiben.
- Verfahren zur Erfassung dieser Indikatoren zu verstehen und anzuwenden.
- die Effektivität von unternehmerischer Kommunikation via Websites und auf Social Media.
- Plattformen sowie die Effektivität von Webshops anhand von Kennzahlen zu analysieren und zu interpretieren.
- aus ihrer Analyse der Effektivität von unternehmerischer online Kommunikation Empfehlungen zur Optimierung abzuleiten und zu argumentieren.

## Rechtliche Rahmenbedingungen im Online Marketing (VO)

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Rechtsquellen auf EU- und auf nationaler Ebene, die auf online und mobile Marketing anwendbar sind, zu kennen und sich eigenständig über die aktuelle Rechtslage und Judikatur in Rechtsinformationssystemen zu informieren.
- ein Bewusstsein für ihren rechtlichen Handlungsspielraum bei der Gestaltung von online und Mobile Marketing Maßnahmen zu entwickeln und zu beurteilen, wann juristische Experten hinzugezogen werden müssen.
- rechtliche Rahmenbedingungen als Elemente der Konzeption, Gestaltung und Umsetzung von Maßnahmen des online oder mobile Marketing standardmäßig zu berücksichtigen.



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:

[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)

## Modul 9B: Wahlpflichtfach Werbemittelgestaltung und Produktion

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- die Relevanz, Funktionen und Einsatzmöglichkeiten von Texten im Marketing online und offline zu verstehen und Briefings für Texter zu erstellen.
- Texte im Marketing nach ihrer Güte und ihrer Konsistenz mit dem Corporate Wording zu beurteilen und selbst Texte für im Marketing gängige Werbemittel zu erstellen.
- Elemente und Regeln grafischer Gestaltung zu verstehen und deren Umsetzung zu beurteilen.
- die Möglichkeiten und Grenzen gängiger Grafikprogramme abzuschätzen und einfache Anwendungen in Grafikprogrammen selbst durchzuführen.
- als kompetente Ansprechpartner für Grafik-Designer die Konzeption und Erstellung von Grafiklösungen für Print und online zu koordinieren.
- den Prozess der Drucklegung nachzuvollziehen, Briefings für die Erstellung von Drucksorten zu entwickeln und die Produktion von Drucksorten zu verantworten.
- kompetente Ansprechpartner für Spezialisten in Grafik, Druck und Publishing zu sein.
- unterschiedliche Drucksorten zu kennen und deren Einsatzmöglichkeiten abzuschätzen.
- die Funktionsweise von Publishing Software der Adobe Creative Suite zu kennen, mit dieser Software umzugehen sowie den Entwicklungs- und Produktionsprozess digitaler Publikationen.
- (zB. Apps, e-Papers) zu beschreiben und zu koordinieren.

### Texten (UE)

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- die Relevanz von Texten und deren Einsatzmöglichkeiten im Marketing zu verstehen.
- die Funktionen von Texten zu beschreiben und anhand von Beispieltexten zu begründen.
- Briefings für Texter zu erstellen.
- die Anforderungen an offline und online Texte zu verstehen.
- die Wirkung unterschiedlicher Stilmittel für Texte im Marketing nachzuvollziehen.
- Texte im Marketing nach ihrer Güte und ihrer Konsistenz mit dem Corporate Wording zu beurteilen.
- Texte für im Marketing gängige Werbemittel selbst zu erstellen.

### Grafik und Design

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- Elemente und Regeln grafischer Gestaltung zu verstehen und deren Umsetzung anhand grafischer Produkte zu beurteilen.
- die Funktionsweise von gängigen Grafikprogrammen zu kennen und deren Möglichkeiten und Grenzen abzuschätzen.
- einfache Anwendungen in Grafikprogrammen selbst durchzuführen.
- als kompetente Ansprechpartner für Grafik-Designer die Konzeption und Erstellung von Grafiklösungen für Print und online zu koordinieren.

### Print Production und Publishing

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Druckverfahren und deren Charakteristika zu beschreiben sowie deren Anforderungen an die Gestaltung von Drucksorten zu berücksichtigen.

# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

- den Prozess der Drucklegung von der Konzeption bis zur Produktion nachzuvollziehen, Briefings für die Erstellung von Drucksorten zu entwickeln und die Produktion von Drucksorten zu beauftragen und eigenverantwortlich zu organisieren.
- die Qualitätskontrolle von Druckaufträgen zu übernehmen.
- das Fachvokabular der Druckindustrie zu beherrschen und als kompetente Ansprechpartner für Spezialisten in Grafik, Druck und Publishing zu fungieren.
- einen Überblick über unterschiedliche Drucksorten und Werbemittel zu haben und deren Einsatzmöglichkeiten für die Erreichung von Marketingzielen abzuschätzen.
- die Funktionsweise von Publishing Software der Adobe Creative Suite zu kennen und mit dieser Software umzugehen.
- die Qualität digitaler Druckvorlagen zu beurteilen bzw. einfache digitale Druckvorlagen selbst zu erstellen.
- Grundregeln der Gestaltung digitaler Publikationen zu verstehen und digitale Publikationen danach zu beurteilen.
- den Entwicklungs- und Produktionsprozess digitaler Publikationen (zB Apps, e-Papers) zu beschreiben und zu koordinieren.

## Modul 10: Business English (B2)

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- Vorträge und längere Redebeiträge zu verstehen und auch komplexer Argumentation zu folgen, wenn es sich um Themen aus ihrem Berufsfeld oder um andere für sie einigermaßen vertraute Themen handelt.
- Artikel und Berichte aus der Wirtschaftspresse zu verstehen, in denen bestimmte Standpunkte vertreten werden.
- sich so spontan und fließend zu verständigen, dass normale Gespräche mit englischsprachigen Partnern – ob Muttersprachler oder Fremdsprachler – recht gut möglich sind.
- in typischen Verhandlungssituationen des beruflichen Alltags ihre Ansichten zu begründen und ihre Standpunkte zu argumentieren.
- unterschiedliche Formen von typischer Geschäftskorrespondenz (zB Anfrage, Anbot, Reklamation) zu verfassen.
- E-Learning Instrumente zu nutzen, um ihr Hör- und Leseverständnis zu festigen.
- zu Themen ihres Berufsfeldes und/oder Themen aus ihren Interessensgebieten mündlich oder schriftlich klare und detaillierte Darstellungen zu geben.
- Präsentationen in englischer Sprache zu erstellen, zu halten und ihre Darstellung zu begründen.
- auf Englisch abgehaltenen Arbeitssitzungen zu folgen und aktiv zu diesen beizutragen.

## Modul 11: Master Thesis I

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Quellen für die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit zu identifizieren und deren Zitierfähigkeit und -würdigkeit zu beurteilen.
- Fachliteratur auf Deutsch und Englisch zu lesen, zu verstehen und daraus unterschiedliche Informationen in eigenen Worten zusammenzufassen.
- Informationen zielorientiert aus unterschiedlichen Quellen zu recherchieren, kritisch zu reflektieren und für die Lösung einer komplexen Aufgabenstellung zu nutzen.



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:

[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)

# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

- einen Schreibstil zu beherrschen, der den Anforderungen an wissenschaftliche Sprache genügt.
- Quellen korrekt nach gängigen Zitierregeln für die Erstellung einer Master Thesis zu nutzen.
- ausgehend von einer für ihre Berufspraxis relevanten Fragestellung ein Exposé mit einer Gliederung zur Beantwortung dieser Frage unter Bezugnahme auf zitierwürdige Quellen zu erstellen.
- ihren Forschungsprozess inhaltlich, organisatorisch und zeitlich zu planen.

## Modul 12: Strategisches Marketing und Verkaufsmanagement II

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- die ethischen Implikationen unternehmerischen Handelns zu reflektieren.
- den Beitrag der Vertriebs- und Marketingstrategie zum Unternehmenserfolg zu verstehen und den Prozess der Strategieentwicklung nachzuvollziehen und zu beschreiben; KAM-Strategien zu entwickeln und Kundenentwicklungspläne zu erstellen.
- Aufgaben zur strategischen Vertriebs- und Marketingplanung eigenständig zu lösen und zu argumentieren.
- den Prozess der Budgetierung und die Relevanz des Controllings für Marketing und Vertrieb zu verstehen; die Funktionsweise der Kostenrechnung und der DB-Rechnung zu verstehen und diese zur Begründung von Entscheidungen zu nutzen.
- Verfahren der Kunden- und Produkterfolgsrechnung zu verstehen und daraus Ansatzpunkte für die Optimierung der Marketing- und Vertriebsarbeit abzuleiten.
- für das Performance Measurement und Auditing relevante Kennzahlen anzuwenden.

## Strategieentwicklung in Marketing und Verkauf

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- die ethischen Implikationen unternehmerischer Tätigkeit zu reflektieren.
- den Beitrag der Vertriebs- und Marketingstrategie zum Unternehmenserfolg und den Prozess der Strategieentwicklung zu verstehen.
- Aussagen der Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse zur Strategieentwicklung zu nutzen.
- die Entwicklungsschritte einer Key Account Management Strategie nachzuvollziehen.
- Kundenentwicklungspläne zu erstellen.
- Aufgaben zur strategischen Vertriebs- und Marketingplanung eigenständig zu lösen und zu Argumentieren.

## Budgetierung und Controlling in Marketing und Verkauf (ILV)

Nach Absolvierung dieses Inhaltsblocks sind die Studierenden in der Lage,

- den Prozess der Budgetierung für Marketing und Vertrieb zu verstehen und den Einsatz budgetrelevanter Faktoren zu berücksichtigen.
- die Relevanz des Controllings für die Koordination, Planung und Kontrolle von Vertriebs- und Marketingleistungen zu verinnerlichen.
- die Funktionsweise der Kosten- und der DB-Rechnung zu verstehen und Informationen aus Kosten- und DB-Rechnung zur Begründung von Marketing- und Vertriebsentscheidungen zu nutzen.
- Verfahren der Kunden- und Produkterfolgsrechnung zu verstehen und daraus Ansatzpunkte für die Optimierung der Marketing- und Vertriebsarbeit abzuleiten.



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:

[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)

# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

- für das Performance Measurement und Auditing relevante Kennzahlen zu beschreiben und zu interpretieren.

## Modul 13: Leadership

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Ansätze in der Führungstheorie zu beschreiben, zu verstehen und auf ihren Führungsalltag anzuwenden.
- ihr eigenes Führungsverhalten im Licht unterschiedlicher Führungstheorien zu reflektieren.
- typische Managemententscheidungen in Marketing und/oder Vertrieb zu treffen und zu verantworten.
- Personal- und Umsatzverantwortung zu übernehmen und die Implikationen von Führungsverantwortung abzuschätzen.
- Prozesse und Teams zu steuern.
- ihr eigenes Führungsverhalten zu reflektieren und ihre eigenen Stärken und Verbesserungspotenziale für ihren Einsatz als Führungskraft einzuschätzen.
- ihren beruflichen Aufstieg in höhere Führungspositionen gezielt zu planen.
- die praktische Relevanz von in anderen Modulen erworbenen Kompetenzen zu reflektieren.

## Modul 14: Master Thesis II

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- Projektaufträge zu verstehen und auszuhandeln sowie mit Projektauftraggebern und Mitgliedern von Projektteams zu kommunizieren.
- die Leitung von Projekten zu übernehmen und Projekte zu planen und zu strukturieren.
- Projektsitzungen zu moderieren und den Projektstatus gegenüber Auftraggebern schlüssig darzustellen und zu argumentieren.
- ihre Argumentation schlüssig und nachvollziehbar schriftlich darzustellen.
- mittels ihrer sprachlichen Fertigkeit komplexe Problemstellungen strukturiert zu beschreiben, aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu diskutieren und konsistent mögliche Lösungsstrategien darzustellen.
- erarbeitete Argumentationen und komplexe Lösungsansätze zu präsentieren und argumentativ zu vertreten.

## Projekt und Prozessmanagement

Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage,

- Projektaufträge zu verstehen und auszuhandeln sowie mit Projektauftraggebern und Mitgliedern von Projektteams zu kommunizieren.
- die Leitung von Projekten zu übernehmen und Projekte zu planen und zu strukturieren.
- Projektsitzungen zu moderieren und den Projektstatus gegenüber Auftraggebern schlüssig darzustellen und zu argumentieren.

## Master Thesis Abschluss

Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage,

- ihre Argumentation schlüssig und nachvollziehbar schriftlich darzustellen.



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:  
[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)



# 1715 MSc Marketing- & Verkaufsmanagement

- mittels ihrer sprachlichen Fertigkeit komplexe Problemstellungen strukturiert zu beschreiben, aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu diskutieren und konsistent mögliche Lösungsstrategien darzustellen.
- erarbeitete Argumentationen und komplexe Lösungsansätze zu präsentieren und argumentativ zu vertreten.

## Modul 15: Masterprüfung

Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- nachweislich Bezüge zwischen unterschiedlichen Lehrinhalten aller anderen Module (L9\_MMM\_1\_M1 bis L9\_MMM\_4\_M14) herzustellen.
- ihre Master Thesis vorzustellen, zu argumentieren und zu verteidigen.


## Die Prüfung:

Schriftliche Prüfungen, mündliche Prüfungen, Erstellen einer MA-Thesis, kommissionelle mündliche Prüfung

## Ihr Qualifikationsnachweis:

Zeugnis, Diplom

**Besuchen Sie die kostenlose Informationsveranstaltung Berufsakademie Marketing und Verkauf (Kursnummer 1713)!**



Absolvent

**Im WIFI zum Akademiker!**

Durch diese Ausbildung konnte ich mein beruflich erworbenes Wissen um topaktuelle Kompetenzen auf akademischen Niveau erweitern. Vortragende mit langjähriger Führungserfahrung und die ausgewogene Mischung aus Theorie und Praxis waren für mich ausschlaggebend diese Berufsakademie zu besuchen.

Aron Pressl, MSc, Absolvent MSc Marketing- und Verkaufsmanagement



Kursbuchung und weitere Details unter **1715** im WIFI-Kundenportal:  
[www.wifi.at/ooe](http://www.wifi.at/ooe)