

STUDIENANGEBOT

**INSTITUT FÜR HANDEL, ABSATZ
UND MARKETING**



LEHRENDE AM INSTITUT

a. Univ.Prof. Dr. Thomas Werani
Abteilung Business-to-Business Marketing

Assoz. Univ.Prof. Dr. Katharina Hofer
Abteilung Marketing for Emerging Markets

Dr. Arne Floh

Mag. Lisa Schmidt, BSc

Mag. Maria Hochmayr
Abteilung Business-to-Business Marketing

SCHWERPUNKTE DES INSTITUTS

- Internationales Marketing
Abteilung Marketing for Emerging Markets



- Business-to-Business Marketing
Abteilung Business-to-Business Marketing



UNSER STUDIENANGEBOT

- Schwerpunktfach Marketing und Internationales Marketing
- Spezialisierung Marketing
- Spezialisierung Internationales Marketing
- Master General Management

SCHWERPUNKTFACH MARKETING UND INTERNATIONALES MARKETING

1. Semester

KS Angewandte
Marketingforschung
(2h / 3 ECTS)

KS Strategisches
Marketing-Management
(2h / 3 ECTS)

2. Semester

IK Strategisches und
operatives Marketing-
Management
(2h / 3 ECTS)

IK Angewandte
Marketingforschung
(2h / 4 ECTS)

SE Seminar Integration
Marketing Theorie und
Praxis
(ehem. Forschungs-
Seminar)
(2h / 3 ECTS)

Abschluss

Schriftliche Fachprüfung (60 Minuten, 2 ECTS)
Die Beurteilung erfolgt unter Einbeziehung des gewichteten
Durchschnitts der Lehrveranstaltungsprüfungen (50:50 Regelung)

SPEZIALISIERUNG MARKETING

1. Semester

KS Strategisches
Marketing-Management
(2h / 3 ECTS)

KS Angewandte
Marketingforschung
(2h / 3 ECTS)

2. Semester

IK Strategisches und
operatives Marketing-
Management
(2h / 3 ECTS)

IK Angewandte
Marketingforschung
(2h / 4 ECTS)

SE Seminar Integration
Marketing Theorie und
Praxis
(ehemaliges
Forschungsseminar)
(2h / 3 ECTS)

3. Semester

KS Marketingplanung
und
-kontrolle
(2h / 3 ECTS)

KS Beziehungs-
marketing
(2h / 4 ECTS)

4. Semester

SE Master Seminar
Applied B2B-Marketing
(2h / 4 ECTS)

Abschluss

Schriftliche Fachprüfung (120 Minuten, 3 ECTS). Die Beurteilung erfolgt unter Einbeziehung des gewichteten Durchschnitts der Lehrveranstaltungsprüfungen (50:50 Regelung)

SPEZIALISIERUNG INTERNATIONALES MARKETING

1. Semester

KS Strategisches
Marketing-Management
(2h / 3 ECTS)

KS Angewandte
Marketingforschung
(2h / 3 ECTS)

2. Semester

IK Strategisches und
operatives Marketing-
Management
(2h / 3 ECTS)

IK Angewandte
Marketingforschung
(2h / 4 ECTS)

SE Integration
Marketing Theorie und
Praxis
(ehem. Forschungs-
seminar)
(2h / 3 ECTS)

3. Semester

KS Management von
Internationalen
Markteintrittsstrategien
(2h / 4 ECTS)

IK Internationales
Marketing und Export
Tools
(2h / 3 ECTS)

4. Semester

SE Master Seminar
Applied International
Marketing
(2h / 4 ECTS)

Abschluss

Schriftliche Fachprüfung (120 Minuten, 3 ECTS). Die Beurteilung erfolgt unter Einbeziehung des gewichteten Durchschnitts der Lehrveranstaltungsprüfungen (50:50 Regelung)

UNSERE PARTNER AUS DER WIRTSCHAFT



GRENZEN VERSCHIEBEN



ÖSTERREICHISCHES
ROTES KREUZ



MASTER GENERAL MANAGEMENT

- 2 Jahre; Vollzeit; Englisch

- General Management Competences

 - Master Course Dimensions of Marketing Theory and Managerial Application

- Leadership Challenges

 - Master Seminar Globalization: Network Perspectives

 - Master Seminar Innovation: Marketing Perspectives

MASTER GENERAL MANAGEMENT

- Specialized Management Competence:
Marketing & International Marketing
Schwerpunkte: B2B Marketing, Int. Marketing
4 Seminare
- Möglichkeit eines Auslandsaufenthalts
(1 oder 2 Semester)
- Master Thesis
- Titel „Master of Science“

DIPLOMARBEITEN/MASTERTHESES

- Erstgespräch mit BetreuerIn
- Erstellung eines Proposals
- Besuch des Diplomandenseminars/MT-Seminars
2 Präsentationen
- Nähere Informationen dazu finden Sie auf unserer Homepage
bzw. in unserem Sekretariat

KONTAKT

- Managementzentrum 2. Stock, Bauteil A
- Birgit Falkner und
Veronika Auerbach
- Öffnungszeiten:
Mo-Mi: 08.00-16.00
Do: 08.00-15.00
Fr: 08.00-12.00



KONTAKT

- Telefon: 0732/2468-7033
- eMail: marketing@jku.at
- HP: <http://www.marketing.jku.at/>
- Facebook: www.facebook.com/jku.ham
- Instagram: Marketing_JKU



**VIELEN DANK FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT**