

Marketing studieren und trotzdem „leben“

Nach Abschluss des Universitätslehrgangs Marketing & Sales an der Wiener WU sind die Absolventen allorts heiß begehrt.

WIEN. Es handelt sich nicht um die Orestie von Aischylos, Friedrich Schillers Wallenstein und auch nicht um Tolkiens „Herr der Ringe“, sondern um eine Triologie aus Marketing, Integrierter Kommunikation und Sales, die im Marketing & Sales Universitätslehrgang der Wirtschaftsuniversität vermittelt wird.

Das „Big Picture“ im Auge
„Zusätzlich zu Strategie und Konzept lernen die Teilnehmer wichtige Instrumente für die praktische Umsetzung“, verspricht der akademische Leiter Dieter Scharitzer im Exklusivinterview mit medianet. „Der integrierte Ansatz umfasst ein breites Spektrum an Programminhalten, das alle relevanten Bereiche modernen Marketingwissens berücksichtigt.“

Ziel der Ausbildung ist dabei jedenfalls keineswegs „die kurz-



© Petra Kreslan-Schön

Enorm vielfältig

Branchen der Studierenden	Prozent
Medien/Werbung/PR/Mafo	22
Handel	15
Dienstleistungen	9
Tourismus	9
Herstellende Industrie	6
IT/Telekommunikation	6
Banken/Finanz/Versicher.	5
Immobilien	5
Pharma	5
Bau/Technik	4
Verkehr/Transport	2
Sonstige	12

Durchschnittsalter 31 Jahre, 70% Frauen, durchschnittliche Berufserfahrung neun Jahre
Quelle: WU, basierend auf den letzten vier Jahrgängen

„Viele haben sich ursprünglich gegen eine berufsbegleitende Weiterbildung entschieden, weil sie diese nicht mit Job, Familie und Freizeit vereinbaren können“, weiß Scharitzer.

„Bei unseren Strukturen hingegen kann man die Karriere fortsetzen und hat auch noch Zeit für das Privatleben.“

... und bei den Arbeitgebern

Der starke Praxisbezug wird auch von der „anderen Seite“ sehr häufig bestätigt: Oft ergeben sich etwa aus Seminaren und Kontakten spannende Jobchancen.

„Unser Lehrgang bildet die Wertschöpfungskette von der Idee über Strategie und Konzept bis zur Umsetzung ab“, formuliert es Scharitzer. „Jeder Pitch ist ein Konzept; die Studierenden erhalten das Rüstzeug, wie sie von der Idee zur marktfähigen Umsetzung kommen, und bauen sich gleichzeitig ein Berufsnetzwerk zu Vortragenden und Mitstudierenden auf.“ (pj)

”

Der Lehrgang ist eine Investition in neue Karrierechancen. Unsere Absolventen können das Gelernte sofort in die Praxis umsetzen.

Dieter Scharitzer

Institut für Marketing Management

“

fristige Orientierung am neuesten Hype“, wie es Scharitzer nennt. Im Mittelpunkt stehen dagegen umfassendes Verständnis und der strategische Weitblick in Marketing, Sales und Kommunikation.

Von betrieblichem und rechtlichem Basiswissen bis Psychologie und Käuferverhalten, von Marketingwerkzeugen über strategische Markenführung bis zu Verkaufsorganisation, von klassischen Medien bis zu Online und Social Media Marketing: „Unser Programm beleuchtet unterschiedliche Themenfelder und gibt den Überblick“, sagt Scharitzer. „In crossmedialen Fragestellungen fließt das erworbene Know-how zusammen und es findet eine Auseinandersetzung mit hohem Praxisbezug statt.“

Beliebt bei den Teilnehmern ...

Wie eine Studie am Universitätslehrgang Marketing & Sales gezeigt hat, geht es den Teilnehmern nicht nur um das „Fachliche“.

Facts

Herbstlehrgang

Drei Semester, 2.500 € pro Semester, berufsbegleitend; Freitagnachmittags, Samstag, ca. alle 14 Tage.

Online-Info-session

17.7., 18 Uhr
www.marketinglehrgang.at