

Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026

## **74. Verordnung der Universität für Weiterbildung Krems über das Curriculum des Masterstudiums der Weiterbildung „Marketing & Sales“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)**

**Studium gemäß § 56 (2) UG, Master of Science (Continuing Education) / MSc (CE), 90 ECTS-Punkte**

### **§ 1. Qualifikationsprofil**

Das Weiterbildungsstudium „Marketing & Sales“ vermittelt den Studierenden fundierte wissenschaftliche und praxisorientierte Kompetenzen im marktorientierten Management. Ziel des Weiterbildungsstudiums ist es, Fach- und Führungskräfte dazu zu befähigen, Marketing- und Vertriebsstrategien auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse sowie datenbasierter Analysen zu entwickeln, umzusetzen und zu evaluieren. Dabei werden insbesondere aktuelle Entwicklungen wie Digitalisierung, datengetriebene Entscheidungsfindung, Customer Experience sowie der Einsatz von künstlicher Intelligenz im Marketing und Vertrieb berücksichtigt.

Das Weiterbildungsstudium verbindet betriebswirtschaftliche Grundlagen mit spezialisierten Kenntnissen in Marketing, Konsument\_innenverhalten, Markenführung, Sales Management und Leadership Skills. Durch die Verbindung von wissenschaftlicher Fundierung und praxisnaher Anwendung erwerben die Studierenden Kompetenzen, um komplexe Herausforderungen in dynamischen Märkten zu analysieren, strategische Entscheidungen zu treffen und innovative Lösungen in Unternehmen zu implementieren. Absolvent\_innen sind damit qualifiziert, verantwortungsvolle Aufgaben im Marketing- und Vertriebsmanagement in unterschiedlichen Branchen zu übernehmen.

Nach Absolvierung des Weiterbildungsstudiums können die Studierenden:

- Instrumente und Methoden des Marketing- und Sales-Managements in der Planung, Kalkulation, Ausgestaltung und Evaluierung integrierter Marketingaktivitäten anwenden,
- digitale Technologien und analytische Instrumente im Marketing- und Sales-Kontext compliant und zielgerichtet einsetzen,
- Marketingmaßnahmen aus einer kund\_innenpsychologischen Perspektive bewerten,

**Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026**

- die Gender- und Diversitätsrelevanz bei der Konzeption einer Marketing- oder Vertriebsstrategie erläutern,
- im Rahmen einer eigenständigen wissenschaftlichen Untersuchung unter Anwendung geeigneter Forschungsmethoden, wissenschaftlich strukturierte Argumentationsstränge entwickeln.

**§ 2. Studienform und Dauer**

Das Weiterbildungsstudium dauert 4 Semester und umfasst insgesamt 90 ECTS-Punkte. Der Ablauf des Weiterbildungsstudiums ist so organisiert, dass berufsbegleitend studiert werden kann.

Das Weiterbildungsstudium wird grundsätzlich in deutscher Sprache abgehalten, einzelne Programminhalte werden jedoch dennoch in englischer Sprache stattfinden. Die Entscheidung darüber obliegt der Studienleitung und wird durch diese in geeigneter Form kundgemacht.

**§ 3. Studienleitung**

- (1) Es ist eine Studienleitung zu bestellen. Diese kann aus einer oder mehreren hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierten Personen bestehen. Im Falle mehrerer Personen muss ein\_e Koordinator\_in bestimmt werden und zumindest eine der Personen muss die wissenschaftlichen Anforderungen durch Nachweis eines abgeschlossenen einschlägigen PhD- oder Doktoratsstudiums erfüllen.
- (2) Die Studienleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Weiterbildungsstudiums, soweit diesbezüglich keine andere Zuständigkeit vorliegt. Besteht die Studienleitung aus mehreren Personen, werden Entscheidungen mit einfacher Mehrheit getroffen. Bei Stimmgleichheit entscheidet der\_die Koordinator\_in.

**§ 4. Zulassungsvoraussetzungen**

- (1) ein fachlich in Frage kommendes Studium (mindestens auf Bachelorniveau mit mindestens 180 ECTS-Anrechnungspunkten) an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung  
und
- (2) mehrjährige einschlägige Berufserfahrung.
- (3) Es sind im Zulassungsverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Studienleitung gemeinsam mit den Bewerber\_innen die Auswahl der Wahlmöglichkeiten vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

**§ 5. Studienplätze**

**Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026**

- (1) Die Zulassung zum Weiterbildungsstudium erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studienstart zur Verfügung steht, ist von der Studienleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

**§ 6. Zulassung**

Die endgültige Entscheidung und Zulassung der Studierenden bei Vorliegen der Voraussetzungen gemäß § 4 und § 5 obliegt gemäß § 60 Abs. 1 UG dem Rektorat.

**§ 7. Aufbau und Gliederung**

Das Unterrichtsprogramm besteht im Kerncurriculum aus 7 Pflichtmodulen im Umfang von 36 ECTS-Punkten, Wahlmodulen im Umfang von 12 ECTS-Punkten und einer Spezialisierungsmöglichkeit im Umfang von 12 ECTS-Punkten. Ebenfalls verpflichtend sind die Module „Wissenschaftliches Arbeiten & Forschungsmethoden“ (9 ECTS-Punkte), das Kolloquium zur Masterarbeit (3 ECTS-Punkte) und die Masterarbeit im Umfang von 18 ECTS-Punkten. Studierende können die Masterarbeit im Rahmen einer Mobilität umsetzen.

| Module  | ECTS-Punkte |
|---|-------------|
| <b>Kerncurriculum</b>   | <b>36</b>   |
| Strategisches Management/Strategic Management   | 3           |
| Marketing Management  | 3           |
| Konsument_innenpsychologie  | 6           |
| Markenführung & sektorale Marktstrategien   | 6           |
| Leadership Development  | 6           |
| Es sind Module des Weiterbildungsprogramms „Customer Journey Management & KI“ im Ausmaß von 12 ECTS-Punkten zu absolvieren. | 12          |
| <b>Wahlmodule</b>   | <b>12</b>   |
| Es sind fachlich in Frage kommende Module aus dem Angebot der UWK im Ausmaß von 12 ECTS-Punkten zu absolvieren.             | 12          |
| <b>Spezialisierungen</b>  | <b>12</b>   |
| „Sales Management“  |             |

Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026

| Module   | ECTS-Punkte |
|--|-------------|
| Sales Strategy   | 6           |
| Sales Performance  | 6           |
| <b>„Digital Marketing Management“</b>  |             |
| Es sind Module des Weiterbildungsprogramms „Digital Marketing & Analytics“ im Ausmaß von 12 ECTS-Punkten zu absolvieren. | 12          |
| <b>Wissenschaftliches Arbeiten</b>   | <b>30</b>   |
| Wissenschaftliches Arbeiten & Forschungsmethoden   | 9           |
| Kolloquium zur Masterarbeit  | 3           |
| Masterarbeit   | 18          |
| <b>Summe</b>   | <b>90</b>   |

**§ 8. Kurse**

Die Module bestehen aus mehreren Kursen. Angaben zu den Kursen sind von der Studienleitung vor dem jeweiligen Studienstart kundzumachen. Detaillierte Informationen sind den Modulbeschreibungen zu entnehmen.

**§ 9. Prüfungsordnung**

Für die positive Absolvierung des Weiterbildungsstudiums sind unter Berücksichtigung der Wahlmöglichkeiten folgende Leistungen zu erbringen:

- Für die nachfolgend genannten Module: Positive Absolvierung in Form von je 1 prüfungsimmanenten Kurs:
  - Strategisches Management
  - Marketing Management
- Für die nachfolgend genannten Module: Positive Absolvierung in Form von je 2 prüfungsimmanenten Kursen:
  - Konsument\_innenpsychologie
  - Markenführung & sektorale Marktstrategien
  - Leadership Development
  - Sales Strategy
  - Sales Performance

**Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026**

- Positive Beurteilung der gewählten Module aus dem Angebot der UWK.
- Positive Beurteilung der Module der referenzierten Weiterbildungsprogramme.
- Modul „Wissenschaftliches Arbeiten & Forschungsmethoden“: positive Absolvierung in Form einer Kursprüfung in jedem der 3 Kurse (schriftlich, mündlich, Hausarbeit, praktische Arbeit).
- Kolloquium zur Masterarbeit: Positive Absolvierung in Form einer Kursprüfung in dem einen Kurs (schriftlich, mündlich, Hausarbeit, praktische Arbeit).
- Positive Beurteilung sowie Verteidigung einer Masterarbeit. Vor der Bewertung der Abschlussarbeit ist der Outbound-Test zu absolvieren.

Die detaillierten Prüfungsmodalitäten sind den Modulbeschreibungen des Weiterbildungsstudiums sowie der referenzierten Weiterbildungsprogramme zu entnehmen.

**§ 10. Evaluierung und Qualitätsentwicklung**

Alle Studienangebote sind in das gem. Hochschul-Qualitätssicherungsgesetz zertifizierte Qualitätsmanagement-System der UWK eingebunden. Die Kurse und das gesamte Weiterbildungsstudium werden durch die Studierenden bzw. Absolvent\_innen regelmäßig evaluiert. Die Rückmeldungen von Studierenden und Lehrenden sind maßgeblich für die qualitätsvolle Weiterentwicklung des Studienangebots.

**§ 11. Abschluss**

- (1) Nach der positiven Beurteilung aller Leistungen ist dem\_der Studierenden ein Abschlusszeugnis auszustellen.
- (2) Dem\_der\_Absolvent\_in ist der akademische Grad Master of Science (Continuing Education), abgekürzt MSc (CE) zu verleihen.

**§ 12. Inkrafttreten**

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung im Mitteilungsblatt der Universität für Weiterbildung Krems folgt.