

CURRICULUM DES POSTGRADUALEN UNIVERSITÄTSLEHRGANGES "Master of Science on Agri-Food Marketing" AN DER UNIVERSITÄT FÜR BODENKULTUR WIEN

1. TEIL ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

§ 1. DURCHFÜHRUNG DES LEHRGANGES

Der postgraduale Universitätslehrgang "Master of Science on Agri-Food Marketing" wird von der Universität für Bodenkultur Wien gemeinsam mit dem Verein für Wissenschaft und Bildung Hollabrunn durchgeführt.

§ 2. AUSBILDUNGSZIEL

Der postgraduale Universitätslehrgang "Master of Science on Agri-Food Marketing" hat den Zweck, den Studierenden eine weiterführende interdisziplinäre, interaktive und internationale Ausbildung zu bieten, die sie befähigt, als Führungskräfte in folgenden Berufsfeldern zum Einsatz zu kommen:

- Food- Marketing (Landwirtschaft, Erzeugerorganisationen, Genossenschaften, Verarbeitungsbetriebe, Nahrungs- und Genussmittelindustrie, Lebensmittelhandel)
- Non-Food.Marketing (Energieversorgung, Kosmetika, Grundstoffe für die pharmazeutische Industrie etc.)
- Agro-Tourismus-Marketing (Urlaub am Bauernhof)
- Consulting (AgrarMarkt Austria, Kammern, Bundesministerien, Kommunen, NGO's etc.)

§ 3. STUDIENFORM

Der postgraduale Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Präsenzstudium mit Selbststudienphasen angeboten.

§ 4. LEHRGANGSLEITUNG

- (1) Der Rektor der Universität für Bodenkultur Wien bestellt einen Lehrgangsleiter oder eine Lehrgangsleiterin.
- (2) Die Beauftragung mit der Abhaltung von Lehrveranstaltungen in diesem Universitätslehrgang erfolgt durch den vom Rektor bestellten Lehrgangsleiter bzw. die bestellte Lehrgangsleiterin.

2. TEIL DAUER UND GLIEDERUNG

§ 5. DAUER UND GLIEDERUNG DES UNIVERSITÄTSLEHRGANGES

- (1) Der Universitätslehrgang umfasst 3 Semester und wird in den Räumlichkeiten der Universität für Bodenkultur Wien abgehalten.
- (2) Die Lehrinhalte werden in Modulform angeboten.
- (3) Die Lehrgangsdauer umfasst pro Semester jeweils 24 Tage, die in Form von mehreren (teilweise verlängerten) Wochenendblöcken angeboten werden. Täglich werden durchschnittlich 4 Lehreinheiten abgehalten.
- (4) Die Studierenden haben im Verlauf des Universitätslehrganges 5 Exkursionstage im Ausland zu verbringen.

3. TEIL ZULASSUNG

§ 6. ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN

- (1) Die Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist
 - a) ein abgeschlossenes einschlägiges Baccalaureats-, Master- oder Diplomstudium an einer in- oder ausländischen Universität, Fachhochschule bzw. im Rahmen eines Fachhochschulstudienganges oder
 - b) Eine im In- oder Ausland erreichte Qualifikation, die mit einem unter a angeführten Universitätsstudium oder Fachhochschul- bzw. Fachhochschulstudiengangsstudium vergleichbar ist.
- (2) Über die Zulassung entscheidet der Lehrgangsleiter bzw. die Lehrgangsleiterin aufgrund der Ergebnisse eines Informationsgespräches mit den Zulassungsbewerbern.
- (3) Eine Anrechnung facheinschlägiger Vorleistungen ist möglich. Die Entscheidung hierüber trifft der Lehrgangsleiter bzw. die Lehrgangsleiterin im Einvernehmen mit dem Lehrbeauftragten des betreffenden Faches.

§ 7. STUDIENPLÄTZE

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt nach Maßgabe der vorhandenen Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl der Studienplätze, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, wird vom Lehrgangsleiter bzw. der Lehrgangsleiterin nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festgesetzt.

4.TEIL UNTERRICHTSPROGRAMM UND PRÜFUNGEN

§ 8. UNTERRICHTSPROGRAMM

- (1) Das Unterrichtsprogramm des Universitätslehrganges umfaßt 36 Semesterstunden und Thesis (90 ECTS-points).
 (2) Die Lehrgangssprache ist Deutsch und Englisch.
 (3) Im Rahmen des Universitätslehrganges sind folgende Pflichtfächer zu belegen:

Lehrveranstaltung	Typ	Semesterstunden	ECTS-points
<u>Märkte</u>			
Ernährungswirtschaft	VO	2,0	4
Agrarmärkte Fallstudien	VO, UE	4,0	4
Weltagrarmärkte	VO	2,0	4
Konzentrationstendenzen in der Europ. Ernährungswirtschaft	VO	1,0	2
Neue Aufgaben für die LW unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit	VO	1,0	2
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>			
Agrarbetriebswirtschaftslehre	VO, UE	2,0	4
Qualitätsmanagement	VO, UE	1,0	2
<u>Marketing</u>			
Konsumentenverhalten	VO, UE	1,0	2
Strategie und Marketing	VO, UE	2,0	4
Agrarmarketing	VO, UE	4,0	4
Marketingkontrolle	PS	1,0	2
<u>Wirtschaft-Politik-Recht</u>			
Marketing und (EU)Recht Produkt/Direktvermarktung und (EU)Recht	VO	2,0	4
Verbraucherpolitik	PS	1,0	2
<u>Tools</u>			
EDV für Manager	VO, UE	1,0	2
Marktforschung	VO, UE	1,0	2
Marketing as a Language	PS	1,0	2
Presentations	PS	1,0	2
<u>Soft Skills</u>			
Zielorientiertes Handeln	SE	1,0	2
Kreativtechniken	PS	1,0	2
Organisation und Führung	VO, UE	1,0	2
Projektmanagement	SE	1,0	1
Präsentationstechnik	PS	1,0	1
Projektarbeit in Gruppen	SE	1,0	6
Master-Thesis	(SE)	15,0	20

§ 9. PRÜFUNGSORDNUNG

Die Abschlussprüfung setzt sich zusammen aus

- a) Teilprüfungen in allen Fächern, wobei diese Teilprüfungen je nach Fach in Form von mündlichen Prüfungen, Mitarbeitsbewertungen, Praktikumsarbeiten, Projektarbeiten oder Seminararbeiten abgelegt werden können,
- b) einer Gruppenprojektarbeit
- c) der Master-Thesis sowie
- d) einem Forschungskolloquium am Ende des Universitätslehrganges über die unter b und c angeführten Forschungsarbeiten.

§ 10. ABSCHLUSS

- (1) Bei positiver Beurteilung von mindestens 75 v.H. der Teilprüfungen sowie der positiven Beurteilung der Gruppenprojektarbeit, der Master-Thesis sowie des Forschungskolloquiums ist den AbsolventInnen des Universitätslehrganges auf ihren Antrag ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Den Absolventinnen und Absolventen ist der akademische Grad "Master of Science on Agri-Food Marketing" (MScAFM) zu verleihen.
- (3) Die Verleihung des akademischen Grades kann im Rahmen eines Festaktes vorgenommen werden.
