

Werbung und Markenführung

Akademischer Lehrgang | Masterlehrgang

Werbung und Markenführung

Sichern Sie sich umfangreiches aktuelles Wissen für eine Karriere in der dynamischen Werbebranche. Die Ausbildung bietet Ihnen einen starken Praxisbezug durch Vortragende aus Werbeabteilungen von Unternehmen, Branchenverbänden und führenden Kreativagenturen. Sie können die Weiterbildung als akademischen Lehrgang oder Masterlehrgang absolvieren.

Professionelle Markenführung und effektives Brand Management werden in Zeiten fortschreitender Digitalisierung und Fragmentierung der Kommunikationskanäle immer gefragter und relevanter. Erwerben Sie mit dieser Weiterbildung Wissen in der strategischen und operativen Markenführung, für die Kampagnenkonzepation sowie im Leadership und General Management.

Professionell ausgebildete Werbeexpert*innen sind gefragt: Als Absolvent*in kennen Sie die aktuellen Gegebenheiten der Kommunikationsbranche genau und sind bestens für zukünftige Herausforderungen gerüstet.

Das Besondere

- **Einzigartig:** Es gibt keine andere akademische, berufsbegleitende Weiterbildung, die den Fokus so intensiv auf Werbung legt. Kombinieren Sie Wissen zu strategischer Markenführung mit Know-how zur operativen Umsetzung.
- **Vielseitig:** Das vielseitige Curriculum vermittelt auf wissenschaftlicher Basis praktische Skills. Unsere Lehrenden kommen aus der Praxis und wissen, worauf es ankommt.
- **Digital:** Wir leben Digitalisierung: Digitales Know-how und der „Digitale Aspekt“ jedes Themas wird integriert und berücksichtigt.

Ausbildungsziele

Die Absolvent*innen des Lehrgangs sind befähigt

- die Geschäftsführung eines Unternehmens bei der grundlegenden Werbe-Strategie und Markenführung zu beraten,
- die kommunikative Wirkung unterschiedlicher Werbemaßnahmen zu beurteilen,
- spezifische Zielsetzungen der Markenführung zu definieren,
- Kommunikationszusammenhänge zu erkennen,
- Werbestrategien, -kampagnen und -maßnahmen zu konzipieren, umzusetzen und zu evaluieren.



„Gute Werbung ist ein guter Dialog mit dem Markt und Markenführung organisiert diesen Dialog. Hoch an der Zeit, dass dieser erfolgsentscheidende Zusammenhang Eingang in die Ausbildung findet.“ **Dr. Kristin Hanusch-Linser, IAA Vizepräsidentin**



„Für gut gemachte Werbung und professionelle Markenführung sind viele verantwortlich: Von der Kreativagentur über Werbe- und Marketingabteilungen bis hin zu leitenden Mitarbeiter*innen. Für diese, genauso wie für Menschen, die den Sprung in die Werbebranche wagen wollen, ist der Lehrgang die ideale Mischung aus fundierter Theorie und praktischer Anwendung.“ **Mag. (FH) Barbara Klinser-Kammerzelt, Lehrgangsleiterin**

Ausbildungsinhalte

Gelebte Praxis

Unsere Lehrenden kommen aus der nationalen und internationalen Werbebranche und bieten Ihnen einen praxisorientierten Einblick in die Arbeitswelt. Integrierte Lehrveranstaltungen und die Umsetzung des Erlernten in realen Projekten ermöglichen Ihnen eine praxisnahe Ausbildung für eine herausfordernde Tätigkeit in der Werbebranche.

Umfang und Präsenzunterricht

Der Weiterbildungslehrgang bietet Ihnen ein vielseitiges Curriculum und legt besonderen Wert auf die Vermittlung von digitalem Know-how. Der Fokus liegt auf folgenden Schwerpunkten:

- Werbung und Marketing
- Strategische und operative Markenführung
- User Experience Design
- Leadership und General Management
- Praxistransfer
- Wissenschaftliches Arbeiten mit Verfassen der Masterarbeit

Akademischer Lehrgang (1. bis 3. Semester), jeweils 20 ECTS

6 Module (ausgewählte Wochenenden, in der Regel Freitag/Samstag), 450 Lehreinheiten. Es werden fundiert theoretische und praktische Inhalte behandelt. Praxislabor (Werbe-Projekt) mit praktischer Anwendung relevanter Tools für Auftraggeber.

Masterlehrgang (4. Semester) mit 30 ECTS

Einzelne Lehrveranstaltungen aus 2 Modulen (wenige Wochenenden, in der Regel Freitag/Samstag) mit 60 Lehreinheiten. Der Schwerpunkt liegt auf der wissenschaftlichen Vertiefung und laufenden Erstellung der Masterarbeit.

Erwerb praktischer Erfahrung in Werbung und Markenführung im Rahmen eines Praktikums (inklusive Dokumentation), bei laufender Berufstätigkeit in diesem Bereich wird die Praxis angerechnet.

Leistungsnachweis

Für jede Lehrveranstaltung ist ein positiver Leistungsnachweis zu erbringen. Für den Abschluss des Masterlehrgangs ist eine Masterarbeit zu verfassen und eine kommissionelle Prüfung zu absolvieren, bei der auch die Masterarbeit verteidigt wird.

Studienplan

Der Studienplan kann als akademischer Lehrgang (drei Semester, Upgrade auf Masterlehrgang möglich) oder Masterlehrgang (vier Semester) absolviert werden.

1. Semester	ECTS	2. Semester	ECTS	3. Semester	ECTS	4. Semester	ECTS
Wirtschaftliche & rechtliche Grundlagen	3	Leadership, Management & Ethik	2	Digital Marketing II	3	Pitching	3
Rhetorik und Präsentation	2	Organisationsentwicklung & Employer Branding	2	Content und Social Media Marketing	4	Praktikum	6
Grundlagen Werbung, Marketing und Digital Marketing	4	Kreativitätstechniken	1	Account-Management und Projektkalkulation	3	aktuelle Trends	1
Marketingforschung	1	Konsumentenverhalten und Neuromarketing	3	Customer Experience und Journey	1	Wissenschaftliches Arbeiten	3
Integrierte Markenkommunikation	3	Mediaplanung und Datengetriebenes Marketing	2	Inszenierung und Storytelling	1	Masterarbeit	15
Markenaufbau, -positionierung und -bewertung	4	Markenpflege, Markensprache und Semiotik	2	Gestaltung, Design und Voice Interface Design	2	Kommissionelle Abschlussprüfung	2
Projektmanagement und Service Excellence	3	Markenrecht	1	Texten	1		30
	20	Kampagnenkonzeption	2	Praxislabor	5		
		Grundlagen der Produktion und Kampagnencontrolling	5		20		
			20				

ECTS: European Credit Transfer System – Maß für den gesamten Arbeitsaufwand für durchschnittliche Studierende, um eine Lehrveranstaltung positiv zu absolvieren. Ein Leistungspunkt (oder Credit Point) steht für 25 Stunden Arbeitsaufwand (Präsenzzeit, Aufgaben/Übungen, Vorbereitung Prüfung etc.).

Der Lehrgang im Überblick

Abschluss Akademischer Lehrgang	Akademische Expert*in für Werbung und Markenführung
Abschluss Masterlehrgang	Master of Science in Werbung und Markenführung, MSc, 90 ECTS
Lehrgangsgebühr	Akademischer Lehrgang: EUR 2.400,- je Semester + ÖH Beitrag ¹ Masterlehrgang: 1.-3. Semester: EUR: 2.400,- pro Semester + ÖH Beitrag ¹ , 4. Semester: EUR 2.900 + ÖH Beitrag ¹
Ort	Die Lehrveranstaltungen finden aufgeteilt in Wien und an der FH St. Pölten statt.
Lehrgangsablauf	Beide Varianten der Weiterbildung sind berufsbegleitend zu absolvieren. Die Lehrveranstaltungen finden an ausgewählten Wochenenden (in der Regel Freitag und Samstag, selten auch Donnerstag bis Samstag) statt.
Lehrgangsleitung	Mag. (FH) Barbara Klinser-Kammerzelt, MBA



Information

Fachhochschule St. Pölten, Campus & Study Center (CSC) | T: +43 2742 313 228-333 | E: csc@fhstp.ac.at
Weitere Informationen zum Lehrgang: fhstp.ac.at/lwm

Zielgruppe/Zugangsvoraussetzungen

■ Akademischer Lehrgang

Personen, die sich auf professioneller Ebene mit Werbung und Markenführung beschäftigen möchten. Die Weiterbildung ist sowohl für Teilnehmende mit erster Erfahrung als auch für Neueinsteiger*innen geeignet. Die allgemeine Universitätsreife ist erforderlich.

■ Masterlehrgang

Positiver Abschluss des akademischen Lehrgangs. Zusätzlich Abschluss einer Hochschule (Bachelor-, Master- oder Diplomstudium) oder allgemeine Universitätsreife und mindestens fünfjährige einschlägige Berufserfahrung.

Bewerbung

Informationen zur Bewerbung finden Sie unter: fhstp.ac.at/lwm

Die Anmeldung für den jährlich stattfindenden Lehrgang ist jederzeit möglich. Die Aufnahme erfolgt nach Qualifikation und nach Freigabe durch die Lehrgangsleitung.



Dieser Lehrgang ist zertifiziert durch den Branchenverband IAA (International Advertising Association) Austria und damit Teil der IAA Masterclasses. Dies sichert Ihnen praxisorientierte Weiterbildung für Ihre berufliche Entwicklung innerhalb der Werbebranche und stellt ein Gütesiegel dar, das für Qualität und Aktualität steht.

#fhstp



¹ zzgl. Evtl. anfallender Übernachtungs-, Verpflegungs- sowie Reisekosten