



# MARKETING UND ELECTRONIC BUSINESS

be a MEB student for one day - at FH Campus Steyr

MEB kompakt!

FH OÖ  
 Campus Steyr  
 Wehrgrabengasse 1-3  
 4400 Steyr  
[www.fh-ooe.at/meb](http://www.fh-ooe.at/meb)  
 @MEB.DBM.FHOOE  
 #MEBDBMe a



UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES UPPER AUSTRIA

# Das Team der Studiengangsleitung



FH-Prof. Mag. Dr. Gerald Petz  
Studiengangsleiter  
Telefon: 050804-33410  
E-Mail: gerald.petz@fh-steyr.at



FH-Prof. Mag. Dr. Andreas Auinger  
Studiengangsleiter-Stellvertreter  
Telefon: 050804-33413  
E-Mail: andreas.auinger@fh-steyr.at



Magdalena Mara  
Studiengangsassistentin  
Telefon: 050804-33400  
E-Mail: magdalena.mara@fh-steyr.at



Anita Stüger  
Studiengangsassistentin  
Telefon: 050804-33401  
E-Mail: anita.stueger@fh-steyr.at

Adresse  
FH OÖ, Campus Steyr  
Wehrgrabengasse 1-3  
4400 Steyr  
[www.fh-ooe.at/meb](http://www.fh-ooe.at/meb)

# Allgemeine Informationen zum Studium

Das Internet stellt Unternehmen vor ständig neue Herausforderungen. KonsumentInnen verändern ihr Verhalten, Kostendruck und Wettbewerb verstärken den Einsatz des Internets auch im B2B-Bereich. Unternehmen müssen auf diese Herausforderungen reagieren und setzen auf umfassend ausgebildete MitarbeiterInnen, die Kompetenzen in den Bereichen Web, Marketing, E-Business und Management mitbringen. Dieses Studium bietet eine interdisziplinäre Ausbildung, die auf die Herausforderungen der digitalen Welt zugeschnitten ist.

Akademischer Abschluss: Bachelor of Arts in Business (BA)

Studiendauer: 6 Semester (180 ECTS)

Studienplätze: 50

Organisationsformen

Vollzeit (vorwiegende Mo – Fr)

Berufsbegleitend (Freitag nachmittags, Samstag ganztags, 2 Blockwochen pro Jahr)

Zugangsvoraussetzungen

Hochschulreife (z.B. Matura / Abitur, Studienberechtigung oder Berufsreife)

Praktikum

Während des 6. Semesters arbeiten die Studierenden eigenständig an einem E-Business oder Marketing-Projekt in einem Unternehmen.

Auslandssemester

Es stehen rund 100 Partneruniversitäten auf der ganzen Welt für ein Auslandssemester zur Verfügung. Das Auslandssemester ist freiwillig und ist für das 4. Semester vorgesehen.

Schwerpunkte der Ausbildung

Die Schwerpunkte der Ausbildung liegen auf:

- Marketing und Digital Marketing
- Electronic Business und E-Commerce
- Internet, Web & IT
- Management
- Sozialkompetenz
- Projekte und Berufspraktikum

Berufsbild

AbsolventInnen arbeiten typischerweise in folgenden Bereichen:

- Marketing
- Online-Marketing und Social Media Marketing
- E-Commerce und E-Business
- Projektmanagement im Marketing- und Online-Bereich

## Testimonials

Hier ein paar Beispiele unserer Absolvent\*innen:



### **Anja Obermüller,**

*Head of Digital Marketing RBI*

„Der für mich wohl größte Pluspunkt des Studiums ist die Vielfalt an Themen, die abgedeckt werden. Ich arbeite in meinem Job nun täglich mit Stakeholdern aus unterschiedlichen Abteilungen und profitiere dabei von der Interdisziplinarität des Studiums.“



### **Gerald Schwaighofer,**

*Head of Online Marketing, Internorm International GmbH*

„Aus meiner Sicht habe ich an der FH OÖ Campus Steyr ein umfassendes Know-How aufbauen können, das nicht nur aus Online Marketing besteht, sondern aus vielen weiteren, notwendigen Teilbereichen. Dies ermöglicht Entscheidungen zu treffen, die aus mehreren Sichtweisen und Perspektiven getroffen werden müssen (Prozessorientierung, strategische Überlegungen, Vertriebsichtweisen, etc). So habe ich lernen können, lösungsorientiert und effektiv zu denken und zu arbeiten, was in einem schnelllebigen Aufgabenbereich, wie dem Online Marketing, zwingend notwendig ist.“



### **Lisa Stadler,**

*Performance Marketing Manager bei karriere.at GmbH*

„Das Studium“ hat mich durch die breite wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung optimal auf die Arbeitswelt vorbereitet und mir das Verstehen von Prozessen erleichtert. Die umfassende, intensive Ausbildung in den unterschiedlichsten Bereichen des Online-Marketings hat es mir ermöglicht, schnell Fuß in der digitalen Welt zu fassen und mit meinen erworbenen Kompetenzen zu überzeugen.“



### **Stefan Hafner,**

*Projektleiter für Digitalisierung, Josko Fenster & Türen GmbH*

„Das Studium hat mich auf meine Position bei Josko, mit Querschnittsfunktion durch das gesamte Unternehmen, für das strategische Zukunftsthema Digitalisierung gut vorbereitet. Es war immer schon hohes Know-how im Bereich Marketing aber auch hinsichtlich technischer Aspekte gefordert. Heute profitiere ich besonders von strategieorientierten Inhalten aus dem Studium, dessen Relevanz ich ehrlich gesagt zur Zeit des Studiums etwas unterschätzt hatte. Zusätzlich bin ich mit Entscheidungsfindungen von Systemen, Technologien und Apps konfrontiert, wo das Studium ebenso verschiedene Methoden-Inputs lieferte“



### **Johanna Kneidinger,**

*Digital Marketing Manager at Tractive*

„Durch das Studium an der FH OÖ Campus Steyr habe ich Grundlagen Kenntnisse in Bereichen wie Datenverarbeitung, Online-Marketing und Betriebswirtschaft erworben, die mir den Einstieg als Online Marketing Manager deutlich erleichtert haben. Zusätzlich dazu hat mich das Studium darauf vorbereitet in Teams zu arbeiten aber dennoch Verantwortung zu übernehmen. Besonders hilfreich waren die zahlreichen Präsentationen, durch welche ich ein selbstbewusstes und sicheres Auftreten dem Kunden gegenüber erlernt habe.“



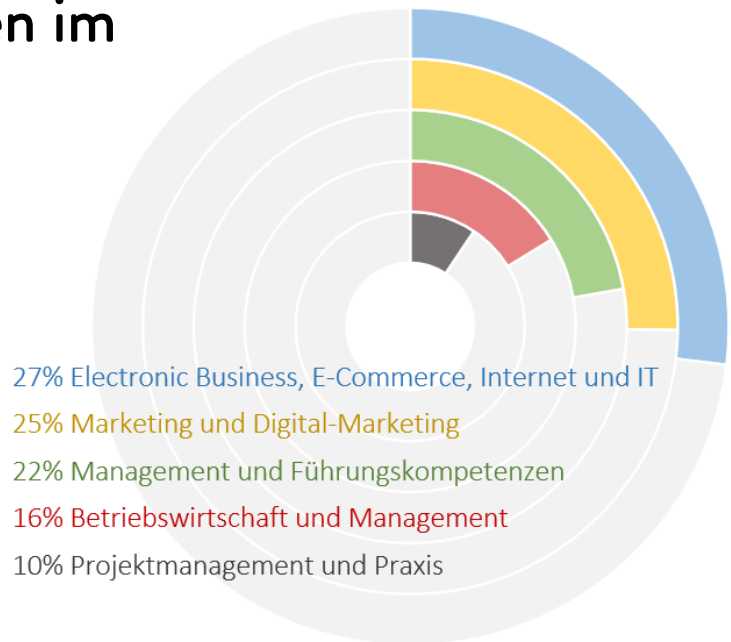
### **Melanie Wimmer,**

*Social Media & Content Manager bei World4You Internet Services GmbH*

„Während meines Studiums an der FH Steyr habe ich geringfügig bei eworx gearbeitet – auch habe ich das Pflichtpraktikum dort absolviert. Genau diese Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis hat mir an der Ausbildung sehr gut gefallen. Aus meiner Sicht wurden wir während dem Studium sehr gut auf den Alltag in einer Marketing-Abteilung vorbereitet und haben durch die breit gefächerte Ausbildung einiges an Know-How gewonnen, welches wir für eine erfolgreiche Umsetzung von Kampagnen benötigen.“



# Lehrveranstaltungen im Überblick



Marketing [29,5 SWS]	1	2	3	4	5	6
Marketing	3	3	5,5	2	2	2
Digital Marketing	3	2	2	2	3	

Electronic Business [22 SWS]	1	2	3	4	5	6
Grundlagen E-Business		2				
E-Business-Technologien				5		
E-Commerce, Businessplan-Gestaltung					5	
Geschäftsprozessmanagement		2	3			
Spezielle Kapitel aus Marketing und Electronic Business				2	3	

Internet & IT [14,5 SWS]	1	2	3	4	5	6
Grundlagen Web und Internet	4					
Datenmanagement	3	2				
Internet-Security, Betriebliche IT-Systeme			5,5			
IT-Projekte				2		

Management [25 SWS]	1	2	3	4	5	6
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	4	2				
Unternehmensführung				3	1	
Finanzielle Unternehmensführung und Controlling	3	3	3			
Mathematik und Statistik		3				
Wirtschafts- und Internet-Recht				2	2	

Sozialkompetenz [17 SWS]	1	2	3	4	5	6
Sozialkompetenz	1	1	1		2	1
Englisch	3	3	3	2		

Transferkompetenz [6 SWS]	1	2	3	4	5	6
Unternehmensprojekte				2	2	
Praktikums- und Bachelorseminar						1
Bachelor-Arbeit						0,5
Berufspraktikum						0,5
<b>Summe SWS</b>	24	23	23	22	20	5
<b>Summe ECTS</b>	30	30	30	30	30	30

## Modul Marketing

*Der Grundgedanke des Marketings ist die konsequente Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes. Marketing wird in der Praxis häufig „nur“ als Unternehmensfunktion (im Sinn von „Werbung“, „Kommunikationspolitik“ oder „Vertriebspolitik“) aufgefasst; ein breiteres Verständnis bezieht aber das Spannungsfeld zwischen Konsumenten, Handel und Wettbewerbern ein, dass ein marktorientiertes Auftreten des Unternehmens sicherstellen soll.*

<b>Marketing I – Grundlagen</b>	1. Semester
Es werden die Grundlagen des Marketings vermittelt; Themen wie strategisches und operatives Marketing sowie der Marketing-Management-Prozess werden aufgegriffen.	
<b>Marketing II – Marktforschung</b>	2. Semester
In dieser Lehrveranstaltung werden Befragungen / Fragebögen entworfen und die Auswertungen dazu durchgeführt.	
<b>Marketing III – Kundenbeziehungsmanagement</b>	3. Semester
Es werden die Grundlagen des Beziehungsmarketings bearbeitet sowie Kundenbindung als Teil des Marketings betrachtet.	
<b>Marketing IV – Konsumentenverhalten</b>	3. Semester
Wir Menschen fällen Entscheidungen nicht nur rational; in dieser Lehrveranstaltung werden Motivationstheorien, Entscheidungsheuristiken und Lerntheorien untersucht.	
<b>Marketing V – Mediendesign</b>	4. Semester
Die Studierenden werden befähigt, einfache grafische Entwürfe auf Basis eines Corporate Designs mit Photoshop und InDesign zu erstellen.	
<b>Marketing VI - Mediaplanung</b>	5. Semester
In dieser Lehrveranstaltung werden Themen rund um Marken, Markenführung und Markenwahrnehmung diskutiert. Es wird eine Mediaanalyse und -planung durchgeführt sowie Werbekampagnen evaluiert.	
<b>Marketing VII - Kampagnenplanung</b>	6. Semester
In Marketing VI wurden Kampagnen evaluiert; hier geht es anschließend darum, eine integrierte Kampagne zu planen mit Zielen, Budgets, Botschaften, Kanälen, etc. bis zum Agenturbriefing.	

## Modul Digital Marketing

Unter „Digital Marketing“ versteht man die Verwendung von digitalen Technologien (meist über das Internet), um Marketing-Ziele zu erreichen. Meist werden Digital Marketing Technologien eingesetzt, um mit Zielgruppen zu kommunizieren, Marken aufzubauen, Kundenloyalität zu erhöhen, etc.

<b>Digital Marketing I</b>	1. Semester
Digital Marketing im Überblick, Arbeiten mit einem Web Content Management System (CMS), sowie die Anwendung von ausgewählten Instrumenten des Online Marketings werden behandelt. Content Marketing, Web-Controlling. <i>Zertifikat: Google Analytics</i>	
<b>Digital Marketing II – Social Media Marketing</b>	2. Semester
Im Fokus dieser Lehrveranstaltung steht Social Media Marketing: strategisches und operatives Social Media Marketing, Influencer Marketing, Social Media Advertising	
<b>Digital Marketing III – Suchmaschinenmarketing</b>	3. Semester
Fokus dieser Lehrveranstaltung liegt auf SEM (Search Engine Marketing): Überblick, Ziele, Strategien, Suche und Definition von Keywords, Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SAE), Marketing auf Plattformen. <i>Zertifikat: Google Ads Search</i>	
<b>Digital Marketing IV – Integriertes Marketing</b>	4. Semester
Übersicht über integrierte Marketingkommunikation: Segmentierung, Targeting, Positionierung; Zielsetzung (Branding) und Budgetierung, Werbemanagement für traditionelle und digitale Werbemittel. Display Advertising und Mobile Marketing. <i>Zertifikat: Google Ads Display</i>	
<b>Digital Marketing V – Optimierung</b>	5. Semester
In dieser Lehrveranstaltung geht es um die Optimierung und Abstimmung der verschiedenen Online-Marketing-Instrumente und um die Erstellung eines performance-orientierten Online Marketing-Mixes.	

## Modul E-Business-Technologien und -Konzepte

Unter E-Business versteht man die elektronische Unterstützung von geschäftlichen Abläufen mithilfe des Internets und anderen IT-Hilfsmitteln. Teilbereiche des E-Business sind beispielsweise E-Commerce (also der Verkauf von Produkten über das Internet), E-Procurement (Einkauf/Beschaffung) sowie Technologien und Konzepte, damit Unternehmen Daten (beispielsweise Rechnungen) möglichst automatisiert austauschen können.

<b>E-Business I - Grundlagen</b>	2. Semester
Überblick über E-Business-Anwendungsgebiete wie E-Commerce, E-Procurement und Geschäftsmodelle.	
<b>E-Business II– Innerbetriebliche E-Business-Konzepte</b>	4. Semester
E-Business-Einsatzszenarien im innerbetrieblichen Bereich, wie z.B. Enterprise 2.0, Dokumentenmanagement, Workflowmanagement, Business Intelligence werden beleuchtet.	
<b>E-Business III - B2B-Integration</b>	4. Semester
In dieser Lehrveranstaltung werden grundlegende Konzepte und Software-Tools zur unternehmensübergreifenden Integration bearbeitet: EDI, E-Logistics, etc.	
<b>E-Business IV – E-Commerce</b>	5. Semester
In dieser Lehrveranstaltung wird das Thema E-Commerce detailliert behandelt: von den strategischen Überlegungen bis hin zur konkreten Umsetzung von Web-Shops.	



<b>E-Business V – Businessplan-Gestaltung</b>	5. Semester
Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, einen Businessplan für ein neues Unternehmen zu erstellen und so den ersten Schritt Richtung Unternehmensgründung einzuschlagen.	

## Modul Internet- und Informationstechnologien

*Sowohl im Modul „E-Business“ als auch im Modul „Digital Marketing“ spielen das Internet und die zugrundeliegenden Technologien eine wesentliche Rolle. In diesem Modul werden die Grundlagen beleuchtet.*

<b>Grundlagen Web und Internet</b>	1. Semester
In dieser Lehrveranstaltung werden die Grundlagen des Internets und des WWW beleuchtet. Die Studierenden lernen eine Website zu konzipieren und mit HTML, CSS und anderen Web-Technologien umzusetzen.	

<b>Datenmanagement I</b>	1. Semester
Daten werden in Unternehmen immer wichtiger. Diese Lehrveranstaltung beschäftigt sich daher mit den Grundlagen von Datenbanken und Datenmodellierung.	

<b>Datenmanagement II</b>	2. Semester
Daten müssen aufbereitet und ausgewertet werden, um daraus Schlüsse ziehen zu können. In dieser Lehrveranstaltung werden Datenanalysen mit verschiedenen Software-Tools durchgeführt und Data Mining zur Analyse von Daten eingesetzt.	

<b>Betriebliche Informationssysteme</b>	3. Semester
In Betrieben werden komplexe und umfassende Software-Systeme zur Verwaltung und Steuerung des Unternehmens eingesetzt. In dieser Lehrveranstaltung lernen die Studierenden ein System (SAP) detailliert kennen.	

<b>Internet-Security</b>	3. Semester
Im Internet gibt es eine Vielzahl von Sicherheitslücken und Bedrohungen. Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, diese Sicherheitsrisiken zu kennen und Maßnahmen dagegen zu entwickeln.	

<b>IT-Projekte: Systemplanung &amp; Gestaltung</b>	4. Semester
IT-Projekte sind meist umfangreich und schwierig. In dieser Lehrveranstaltung lernen die Studierenden eine Vorgehensweise kennen, um IT-Projekte abwickeln zu können.	

## Modul Finance & Controlling

*Der finanzielle Erfolg ist seit jeher Kern des unternehmerischen Handelns. In diesem Modul wird das erforderliche Finanz-Know-How vermittelt: von der Bilanzanalyse über die Kosten- und Leistungsrechnung, Investition und Finanzierung bis zum Controlling.*

<b>Finance &amp; Controlling I – Buchhaltung, Bilanzierung, Bilanzanalyse</b>	1. Semester
Um ein Unternehmen führen zu können, sind grundlegende Kenntnisse der finanziellen Lage eines Unternehmens notwendig.	

<b>Finance &amp; Controlling II – Kosten- &amp; Leistungsrechnung</b>	2. Semester
Um einzelne Bereiche eines Unternehmens steuern zu können, sind Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung notwendig.	

<b>Finance &amp; Controlling III – Investition, Finanzierung und Controlling</b>	3. Semester
--	-------------

Neben der Betrachtung der Kosten ist eine Steuerung der Liquidität und eine Finanzplanung sinnvoll. Weiters werden Formen der Finanzierung (Kredit, etc.) behandelt.

## Modul Unternehmensführung

*Unter Unternehmensführung versteht man in der Betriebswirtschaftslehre die von Personen ausgeübte Funktion zur Leitung eines Unternehmens bzw. die Tätigkeit des Führens.*

<b>Unternehmensführung I - Grundlagen Personalwirtschaft</b>	4. Semester
Die Studierenden werden Human Resources-Themen vermittelt: von der Personalplanung über die Personalsuche bis hin zur Personalentwicklung.	

<b>Unternehmensführung II – Projektmanagement</b>	4. Semester
Sehr häufig sind unsere AbsolventInnen in Projekten involviert. Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, Projektmanagement-Fähigkeiten (Projektplanung, -steuerung, -organisation) zu vermitteln.	

<b>Unternehmensführung III - Change Management</b>	5. Semester
Gerade die Digitalisierung bringt oftmals Änderungen mit sich, die auch Ängste und Befürchtungen bewirken. Wie man mit solchen Änderungen umgeht, wird in dieser Lehrveranstaltung thematisiert.	

## Modul Betriebswirtschaft

*Die Betriebswirtschaftslehre beschäftigt sich mit dem Wirtschaften in Betrieben. Im Rahmen dieses Moduls werden drei wesentliche Elemente aufgegriffen:*

<b>Grundlagen der BWL I - Betriebswirtschaft Einführung</b>	1. Semester
Die Digitalisierung hat Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen. Wie ein Unternehmen „tickt“ und welche Management-Ansätze es gibt, wird in dieser Lehrveranstaltung behandelt.	

<b>Grundlagen der BWL II – Prozesse im Unternehmen</b>	1. Semester
Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, die Abläufe in Unternehmen zu beleuchten: Beschaffung, Produktion/Leistungserstellung, Marketing/Vertrieb und Managementprozesse.	

<b>Grundlagen der BWL III – Unternehmensführung und Wirtschaftspsychologie</b>	2. Semester
Um Mitarbeiter in einem Team anleiten und führen zu können, sind grundlegende Kenntnisse über Persönlichkeit, Motivation und Konflikte notwendig.	

## Modul Geschäftsprozessmanagement

*Unter Geschäftsprozessmanagement versteht man die Planung, Durchführung, das Controlling sowie die Optimierung von miteinander verbundenen Aufgaben in einem Unternehmen. Im Kern geht es um die Frage „Wer macht was, wann und unter Zuhilfenahme welcher Ressourcen?“.*

<b>Prozessmanagement I – Einführung und Modellierung</b>	2. Semester
Geschäftsprozesse sind Abläufe in Unternehmen. Diese sollen so effizient wie möglich gestaltet werden. Wie Prozesse analysiert und gestaltet werden können, wird in dieser Lehrveranstaltung beleuchtet.	

<b>Prozessmanagement II – Digitales Prozessmanagement</b>	3. Semester
Die Digitalisierung wirkt sich wesentlich auf die Gestaltung von Abläufen in Unternehmen aus. Es wird beleuchtet, welche Chancen, Herausforderungen und Auswirkungen bestehen. Zwei neuere Ansätze im Bereich des Prozessmanagements werden aufgegriffen: Robotic Process Automation (RPA) und Process-Mining.	

## Modul Spezielle Kapitel aus Marketing und Electronic Business

*In diesem Modul werden aktuelle Themen in Seminarform bearbeitet und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens werden erarbeitet.*

<b>Spezielle Kapitel aus Marketing und Electronic Business mit Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens</b>	4. Semester
In dieser Lehrveranstaltung werden aktuelle Themen und Problemstellungen aus ausgewählten Bereichen aus Marketing, E-Marketing und Electronic Business bearbeitet. Wissenschaftliches Arbeiten wird als Basis für die Erstellung der Seminararbeit vermittelt.	

<b>Spezielle Kapitel aus Marketing und Electronic Business</b>	5. Semester
Wie bereits im 4. Semester wird auch in dieser Lehrveranstaltung eine Seminararbeit zu einem Kernthema des Studiengangs verfasst. Die Seminararbeit dient als Vorbereitung für die Bachelorarbeit.	

## Modul Recht

*Wirtschaftliches Handeln erfolgt natürlich immer in einem rechtlichen Rahmen; auch das Internet ist kein rechtsfreier Raum, sondern es gibt viele Regelungen, die in Grundzügen vermittelt werden.*

<b>Wirtschaftsrecht I</b>	4. Semester
Im täglichen Wirtschaften sind grundlegende Kenntnisse über rechtliche Rahmenbedingungen (wie Verträge, Produkthaftung, Gesellschaftsrecht) sinnvoll.	

<b>Wirtschaftsrecht II - Internet Recht</b>	5. Semester
Gerade im Digital-/Online-Bereich ist man mit vielfältigen Fragestellungen konfrontiert: Veröffentlichungsrechte bei Bildern und Videos, Markenrecht, E-Commerce-Gesetz, Datenschutz, etc. Diese werden in dieser Lehrveranstaltung behandelt.	

## Modul Mathematik und Statistik

<b>Wirtschaftsmathematik - Statistik</b>	2. Semester
Fokus dieser Lehrveranstaltung liegt auf Statistik. Es geht darum, dass die Studierenden Befragungen und andere Erhebungen statistisch auswerten können.	

## Modul Englisch

*Wesentlicher Teil der Sozialkompetenz ist es auch, sich ausdrücken zu können. Fokus in diesem Modul liegt auf der englischen Sprache.*

<b>Englisch I - IV</b>	1. – 4. Semester
Ziel dieser drei Lehrveranstaltungen ist es, dass die Studierenden sehr gute Kommunikationsfähigkeiten in Bezug auf Business-Englisch entwickeln.	

## Modul Sozialkompetenz

*Neben den fachlichen Kompetenzen ist es auch wichtig, dass auch auf die „Social Skills“ nicht vergessen wird.*

<b>Verhaltenstraining I – Gruppendynamik</b>	1. Semester
Nachdem in Unternehmen in der Regel in Teams gearbeitet wird, ist es sinnvoll, gruppendynamische Prozesse zu kennen und zu verstehen.	
<b>Verhaltenstraining II – Präsentation</b>	2. Semester
Ziel der Lehrveranstaltung ist es, Präsentationstechniken zu vermitteln.	
<b>Verhaltenstraining III – Moderation</b>	3. Semester
In der unternehmerischen Praxis finden immer wieder Meetings und Workshops statt. Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, grundlegende Moderationstechniken vorzustellen.	
<b>Verhaltenstraining IV – Outdoor</b>	5. Semester
Studierende lernen mit eigenen und fremden Grenzen sowie angstbesetzten Situationen als Individuum und als Gruppe produktiv umzugehen.	
<b>Verhaltenstraining V – Bewerbungsprozess</b>	6. Semester
Ziel der Lehrveranstaltung ist es, den Bewerbungsprozess sowohl aus Sicht des Arbeitnehmers als auch des Arbeitgebers kennenzulernen.	

## Modul Unternehmensprojekt, Modul Berufspraktikum, Bachelorarbeit

*Die Lehrveranstaltungen in diesem Modul beziehen Unternehmen oder Aufgabenstellungen von Unternehmen explizit mit ein.*

<b>Unternehmensprojekt I und Unternehmensprojekt II</b>	4., 5. Semester
Im Rahmen dieser Lehrveranstaltungen müssen die Studierenden konkrete betriebliche Problemstellungen in einem Unternehmen lösen.	
<b>Berufspraktikum</b>	6. Semester
Die Studierenden arbeiten eigenverantwortlich an einem Projekt in einem Unternehmen. Inhaltlich muss das Thema des Berufspraktikums mehreren Modulen des Studiengangs zuordenbar sein. Aufgrund der unterschiedlichen Wünsche und Vorstellungen in Bezug auf Tätigkeit, Inhalte, Ort, etc. an das Berufspraktikum, suchen sich die Studierenden selbst einen Berufspraktikumsplatz.	
<b>Bachelorarbeit</b>	6. Semester
Im 6. Semester wird auch die Bachelorarbeit geschrieben. Die Bachelorarbeit ist als wissenschaftliche Arbeit zu verfassen und soll einzelne thematische Aspekte aus dem Berufspraktikum oder aus dem Beruf tiefgehend beleuchten.	

# Praxisbezug

Der Praxisbezug ist uns in allen Lehrveranstaltungen wichtig!

## Unternehmensprojekt (4. sowie 5. Semester)

In der Lehrveranstaltung „**Unternehmensprojekt**“ (im 4. sowie im 5. Semester) wird von Unternehmen eine konkrete betriebliche Aufgabenstellung definiert, die dann ein Semester lang von einer Gruppe von Studierenden bearbeitet wird.

### ***Beispiel Unternehmensprojekt mit HappyFoto***

#### Firmenbeschreibung

Die HappyFoto GmbH wurde im Jahr 1978 als Einmannunternehmen von Herrn Bernhard Kittel, MBA gegründet und hat sich in dem mehr als 40-jährigen Bestehen zum Marktführer für personalisierte Fotoprodukte per Postversand in Österreich, Tschechien und der Slowakei etabliert. Das Unternehmen mit Sitz im oberösterreichischen Freistadt verarbeitet an Spitzentagen mehr als 3 Millionen Bilderfiles zu Fotobüchern, fotochemischen Bildern, Fotokalendern und anderen Fotoprodukten. In der Hochsaison produziert HappyFoto mehr als 15.000 Fotobücher am Tag. Um auf einem belebten Markt Stand halten zu können, sind ständige Neuerungen in IT Systemen und im Produktionsumfeld notwendig. Neben der Website betreffen die nötigen IT-Neuerungen vor allem auch die Software-Applikationen (Online, Offline, Mobile), welche dem Endkunden für die Gestaltung der personalisierten Fotoprodukte zur Verfügung stehen.

#### Ausgangssituation

Das Unternehmen HappyFoto ist Endkunden-orientiert ausgerichtet. Dabei spielt die ständige Verbesserung der User Experience zur Gestaltung der Prozesse („Customer Journey“) vor, während und nach der Nutzung, sowie die ständige Optimierung der Usability (Gebrauchstauglichkeit) auf den einzelnen Plattformen und in den Software-Applikationen eine entscheidende Rolle.

#### Zielsetzung, Aufgabenstellung

Ziel dieses Unternehmensprojektes war es, eine Evaluation der User Experience vorzunehmen und Verbesserungsvorschläge für die App sowie für die Website auszuarbeiten.

## Berufspraktikum (6. Semester)

Im 6. Semester findet das Berufspraktikum statt. Ziel des Berufspraktikums ist es, die im Laufe des Studiums erworbenen Kenntnisse in der Praxis anzuwenden und so die ersten beruflichen Erfahrungen zu sammeln. Die Studierenden arbeiten in einem Unternehmen idealerweise an einer mehr oder minder abgeschlossenen Aufgabe; dabei werden sie von einem Firmenbetreuer und einem FH-Betreuer begleitet und angeleitet. Die Praktika müssen thematisch zum Studiengang passen und finden in der Regel in allen möglichen Unternehmen statt: vom Kleinunternehmen bis zum Konzern, quer durch alle Branchen und geographisch kann das Berufspraktikum sogar im Ausland stattfinden.



## Auslandssemester

Wer gerne Erfahrung sammeln und sich persönlich weiterentwickeln möchte hat die Möglichkeit sich im 4. Semester ein Auslandsaufenthalt an einer der rund 200 Partnerhochschulen der Fachhochschule Oberösterreich zu organisieren. Einige der Lehrveranstaltungen, die im Ausland besucht werden, können für das MEB Studium angerechnet werden, für alle weiteren erfolgt die Teilnahme online oder via Projektarbeiten an der Heimat FH.

Während des Studiums werden einige Lehrveranstaltungen in englischer Sprache abgehalten, dies nützt nicht nur für den Auslandsaufenthalt, sondern qualifiziert auch für eine internationale Karriere.

## Zertifikate

Im Rahmen der Digital Marketing-Lehrveranstaltungen werden auch Google-Zertifikate erworben:

- **Google Analytics Zertifikat; 1. Semester**  
Google Analytics ist ein Tool von Google, mit dem die Zugriffe auf eine Website gemessen werden können. Im Rahmen der Lehrveranstaltung Digital Marketing I wird das Zertifikat erworben.
- **Google Ads Search Zertifikat; 3. Semester**  
Google Ads sind ein wesentlicher Bestandteil der Online-Werbung; dieses Zertifikat bezieht sich auf die Ads-Suchmaschinenwerbung und wird im Rahmen der Lehrveranstaltung Digital Marketing III erworben.
- **Google Ads Display Zertifikat; 4. Semester**  
Das Google Ads Display Zertifikat bezieht sich auf Banneranzeigen und Bilder im Google Display-Netzwerk; das Zertifikat wird im Rahmen der Lehrveranstaltung Digital Marketing IV erworben.

Bei Abschluss von ausgewählten Lehrveranstaltungen können auch folgende kostenpflichtige Zertifikate von Austrian Standards (<https://www.austrian-standards.at>) erworben werden:

- **Social Media Managerin/Manager:** LVAs MAR1VO + DMA2IL
- **Online Marketing Managerin/Manager:** LVAs MAR1VO + DMA1LB + DMA2IL + DMA3IL + DMA4IL + DMA5VO + DMA5LB + REC5VO

# Marketing und Electronic Business

## Studium für Marketing, Web, E-Business & Management

Das Internet stellt Unternehmen vor ständig neue Herausforderungen: Konsument\*innen verändern ihr Verhalten, Produkte werden online beworben und verkauft. Auch im B2B-Bereich kommt das Internet immer mehr zum Einsatz. Unternehmen müssen auf diese Herausforderungen reagieren und setzen auf umfassend ausgebildete Mitarbeiter\*innen, die Kompetenzen in den Bereichen Web, Marketing, Online-Marketing, E-Business, E-Commerce und Management mitbringen. Dieses Studium bietet eine interdisziplinäre Ausbildung, die auf die Herausforderungen der digitalen Welt zugeschnitten ist.

### Karriere

Den Absolvent\*innen stehen nahezu alle Branchen und Unternehmen offen. Heute bietet das Internet neue Möglichkeiten für Marketing, Vertrieb und Produktmanagement und ermöglicht effizientere Strukturen und Abläufe. Das Studium befähigt, Projekte zu leiten, ein Team zu führen oder ein eigenes Unternehmen zu gründen. Beste Karrierechancen finden Absolvent\*innen in den Bereichen Projektmanagement in Marketing und E-Business, Online-Marketing, E-Business- und E-Commerce-Management, Social-Media-Management, Produktmanagement im Internet und Management der Internet- und Medienagenden.

### Themen

- Marketing (Marketingplanung, Kundenverhalten, Marktforschung, Markenführung)
- Online-Marketing (Social Media-, Search Engine- und Content Marketing)
- E-Business und E-Commerce (Technologie, Konzepte und Management)
- Internet und IT (Websites, IT-Projekte, Internet-Sicherheit, Datenmanagement)
- Projektmanagement, Unternehmensprojekte und Berufspraktikum
- Finanzielle Unternehmensführung, Wirtschafts- und Internet-Recht, Statistik
- Sozialkompetenz, Englisch

### Profil

Marketing und Digital Marketing	22%
E-Business-Technologien, E-Commerce	17%
Internet und IT	15%
Betriebswirtschaft/Management	18%
Sozialkompetenz	9%
Berufspraktikum, Projekte, Bachelorarbeiten	19%

Angaben in Prozent, basierend auf ECTS-Punkten

### Akademischer Abschluss

→ Bachelor of Arts in Business (BA)

### Studiendauer

→ 6 Semester (180 ECTS)

### Zahl der Studienplätze je Studienjahr

→ 50

### Zugangsvoraussetzungen

→ Hochschulreife  
z. B. Matura/Abitur, Studienberechtigung  
oder Berufsreife

### Bewerbung

→ online – Infos & Termine auf  
fh-ooe.at/bewerbung

### Aufnahmeverfahren

→ alle Infos dazu unter fh-ooe.at/meb

### Praktikum

→ Während des 6. Semesters arbeiten die Studierenden eigenständig an einem E-Business- oder Marketing-Projekt in einem Unternehmen.

### Auslandserfahrung

→ durch einen flexiblen Stundenplan an einer der weltweit über 100 Partnerhochschulen möglich

### Organisationsform

→ Vollzeit (vorwiegend Mo. – Fr.) und  
→ berufsbegleitend (freitags nachmittags,  
samstags ganztags, ca. 2 Blockwochen/Jahr)

### Kosten

→ € 363,36 pro Semester + ÖH-Beitrag  
für Studierende aus EU- und EWR-Staaten



# Studienplan

Lehrveranstaltungen	ECTS / Semester	1	2	3	4	5	6
<b>→ Marketing</b>							
Marketing		4	4,5	7,5	2	3	2
Digital Marketing		3,5	3	3	3	4	
<b>→ Electronic Business</b>							
E-Business-Technologien und -Konzepte			3		6,5	6,5	
Geschäftsprozessmanagement			2,5	4			
Spezielle Kapitel aus Marketing und Electronic Business					2	6	
<b>→ Internet und IT</b>							
Internet und IT		5		4,5			
Datenmanagement und Statistik		3,5	6				
IT-Projekte					3		
Internet-Sicherheit				3			
<b>→ Management</b>							
Betriebswirtschaftslehre		6	3				
Unternehmensführung					4,5	1,5	
Finanzielle Unternehmensführung und Controlling		4	4	4			
Wirtschafts- und Internet-Recht					3	3	
<b>→ Sozialkompetenz</b>							
Sozialkompetenz		1	1	1		2	1
Englisch		3	3	3	2		
<b>→ Transferkompetenz</b>							
Unternehmensprojekte					4	4	
Bachelorarbeit							10
Praktikums- und Bachelor-Seminar							1
Berufspraktikum							15
Bachelorprüfung							1
<b>Summe</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

## Weiterführende Masterstudien am Campus Steyr

→ Digital Business Management (4 Semester)

Mit dem Abschluss des Bachelorstudiums sind die Absolvent\*innen automatisch für die weiterführenden Masterstudien qualifiziert (ebenso für artverwandte Masterstudien an anderen FHs und Universitäten im In- und Ausland).

Insbesondere empfehlen wir den Studiengang Digital Business Management: DBM ist das erste gemeinsame Masterstudium einer österreichischen Fachhochschule mit einer österreichischen Universität (Johannes Kepler Universität Linz). Vertiefungen in Digital Retail und Digital Enterprise sind möglich. Aufbauend auf wissenschaftlicher und methodischer Kompetenz wird das Management entlang der digitalen Wertschöpfungskette vermittelt. Das Studium wird nach vier Semestern mit dem Titel „Master of Science“ (MSc) abgeschlossen.

## International

Im 4. Semester kann ein freiwilliges Auslandssemester gemacht werden. Dadurch können einzelne Lehrveranstaltungen und Inhalte des Studiums Marketing und Electronic Business an einer der 100 Partneruniversitäten in aller Welt besucht werden. Wer möchte kann auch das Berufspraktikum im Ausland absolvieren. Diese Möglichkeiten bringen wertvolle interkulturelle und fachliche Erfahrungen und machen sich zudem gut im Lebenslauf.

## Gut zu wissen

→ Marketing und Electronic Business bietet eine breite wirtschaftliche, interdisziplinäre Ausbildung und bereitet Studierende bestens darauf vor, Projekte im Online-Bereich zu leiten und ein Team zu führen. Im Zuge des Studiums können zwei Google-Zertifizierungen erworben werden.

## Praxis und Forschung im Studium

Neben der praxisnahen Ausbildung wird großes Augenmerk auf die Forschung gelegt. Die schnelle Entwicklung der digitalen Medien bewirkt Veränderung in Wirtschaft und Gesellschaft, deren Erforschung eine wichtige Grundlage für die Entwicklung nachhaltig wirksamer Konzepte und Technologien ist. Schwerpunkte dieser Forschung sind neben Marketing in der digitalen Welt auch das Internet als Business sowie das Informations- und Entscheidungsverhalten in Online-Umgebungen.

## Kontakt

### Studiengangsleitung

→ FH-Prof. Mag. Dr. Gerald Petz

### Studiengangsadministration

→ Magdalena Mara, BA MSc

FH OÖ Fakultät für Wirtschaft und Management  
Wehrgrabengasse 1–3, 4400 Steyr/Austria  
+43 5 0804 33400 | meb@fh-steyr.at