

Das Team der Studiengangsleitung



FH-Prof. Mag. Dr. Gerald Petz
Studiengangsleiter
Telefon: 050804-33410
E-Mail: gerald.petz@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/mab

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, Digital 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 Digital Business oder Marketing-Projekt in einem Unternehmen.

Auslandssemester

Es stehen rund 200 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
- Digital 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 Digital Business
- Projektmanagement im Marketing- und Online-Bereich

Testimonials

Hier ein paar Beispiele unserer Absolvent*innen:



Lukas Hausmann,

Senior Professional eCommerce, Hofer KG

„Das Studium vermittelt ein breites Verständnis von Digital Business, Marketing, IT und Management. Im E-Commerce kann ich dieses Wissen nutzen, um den Betrieb eines erfolgreichen E-Commerce Geschäftsmodells zu unterstützen. Zudem vermittelt der vielfältige Lehrplan Kenntnisse für die Schaffung einer qualitativ hochwertigen Online-Präsenz, der Optimierung von Conversions und einer IT-gestützten Zusammenarbeit mit Business-Partnern.“



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 strategierorientierten 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.“



Lukas Gschwentner

Head of Digital Marketing | ISOLED FIAI Handels GmbH

„Marketing, Digitales Marketing und Digital Business sind alle drei für sich riesige und interessante Fachbereiche - diese in einem Studium unterzubringen ist gar nicht einfach. Mit MEB (jetzt MAB) ist dies allerdings gelungen. Marketing und Digital Business bildet die Studierenden zu jungen Allroundern aus, die in vielen Unternehmen benötigt werden. Aber auch wer sich im zukünftigen Berufsleben spezialisieren möchte, z.B. SEO, SEA, E-Commerce,.. bekommt dazu im MEB-Studium die richtigen Werkzeuge mit.“



Sabine Fehringer

Junior Online Marketing Managerin, Hartlauer Handelsgesellschaft m.b.H

Das Bachelorstudium Marketing und Digital Business vermittelt praxisnahes Wissen am Puls der Zeit und bietet dadurch die Möglichkeit, sich für die Anforderungen der modernen Geschäftswelt zu qualifizieren. Die dabei erlernten Fähigkeiten und Kenntnisse in den Bereichen Digital Business, (Online-)Marketing, Internet-Technologien und Projektmanagement, verhelfen dazu, ein holistisches Verständnis für die digitale Welt zu entwickeln und waren auch der Grund, warum ich mich schließlich für das nachfolgende Joint-Masterstudium Digital Business Management (FH Oberösterreich & JKU Linz) entschieden habe.

Lehrveranstaltungen im Überblick



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

Digital Business [17 SWS]	1	2	3	4	5	6
Grundlagen Digital Business		2				
Digital Business-Technologien				5		
E-Commerce, Businessplan-Gestaltung					5	
Geschäftsprozessmanagement		2	3			

Internet & IT [16,5 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 [26 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 [15 SWS]	1	2	3	4	5	6
Sozialkompetenz	1	1	1			1
Englisch	3	3	3	2		

Transferkompetenz [10 SWS]	1	2	3	4	5	6
Unternehmensprojekte				1,5	1,5	
Wissenschaftliches Arbeiten				2	2	
Assurance of Learning						1
Praktikums- und Bachelorseminar						1
Bachelor-Arbeit						0,5
Berufspraktikum						0,5

Summe SWS	24	23	23	21,5	18,5	4
Summe ECTS	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.

Marketing I – Grundlagen	1. Semester
Es werden die Grundlagen des Marketings vermittelt; Themen wie strategisches und operatives Marketing sowie der Marketing-Management-Prozess werden aufgegriffen.	
Marketing II – Marktforschung	2. Semester
In dieser Lehrveranstaltung werden Befragungen / Fragebögen entworfen und die Auswertungen dazu durchgeführt.	
Marketing III – Kundenbeziehungsmanagement	3. Semester
Es werden die Grundlagen des Beziehungsmarketings bearbeitet sowie Kundenbindung als Teil des Marketings betrachtet.	
Marketing IV – Konsumentenverhalten	3. Semester
Wir Menschen fällen Entscheidungen nicht nur rational; in dieser Lehrveranstaltung werden Motivationstheorien, Entscheidungsheuristiken und Lerntheorien untersucht.	
Marketing V - Kampagnen - Planung und Controlling	5. 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.

Digital Marketing I - Grundlagen	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>	
Digital Marketing II – Social Media Marketing	2. Semester
Im Fokus dieser Lehrveranstaltung steht Social Media Marketing: strategisches und operatives Social Media Marketing, Influencer Marketing, Social Media Advertising	

Digital Marketing III – Suchmaschinenmarketing	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>	

Digital Marketing IV – Integriertes Marketing	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>	

Digital Marketing V – Optimierung	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 Digital Business-Technologien und -Konzepte

Unter Digital Business versteht man die elektronische Unterstützung von geschäftlichen Abläufen mithilfe des Internets und anderen IT-Hilfsmitteln. Teilbereiche des Digital 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.

Digital Business I - Grundlagen	2. Semester
Überblick über Digital Business-Anwendungsgebiete wie E-Commerce, E-Procurement und Geschäftsmodelle.	

Digital Business II– Technologien und Konzepte	4. Semester
Digital Business-Einsatzszenarien im innerbetrieblichen Bereich, wie z.B. Enterprise 2.0, Dokumentenmanagement, Workflowmanagement, Business Intelligence werden beleuchtet.	

Digital Business III – Anwendungen der KI	4. Semester
In dieser Lehrveranstaltung werden Digital Business-Einsatzszenarien, -konzepte und -tools im innerbetrieblichen Bereich wie etwa: Grundlagen von Machine Learning und KI, large Language Models (LLMs), Semantic Web etc behandelt.	

Digital Business IV – E-Commerce	5. Semester
In dieser Lehrveranstaltung wird das Thema E-Commerce detailliert behandelt: von den strategischen Überlegungen bis hin zur konkreten Umsetzung von Web-Shops.	

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

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?“.

Prozessmanagement I – Einführung und Modellierung	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.	

Prozessmanagement II – Digitales Prozessmanagement	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 Informations- und Internet-technologie

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

Grundlagen Web und Internet	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.	

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

Datenmanagement II	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.	

Betriebliche Informationssysteme	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.	

Internet-Security	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.	

IT-Projekte - Systemplanung und Gestaltung	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 Betriebswirtschaft

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

Grundlagen der BWL I - Betriebswirtschaft Einführung	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.	
Grundlagen der BWL II – Prozesse im Unternehmen	1. Semester
Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, die Abläufe in Unternehmen zu beleuchten: Beschaffung, Produktion/Leistungserstellung, Marketing/Vertrieb und Managementprozesse.	
Grundlagen der BWL III – Unternehmensführung und Wirtschaftspsychologie	2. Semester
Um Mitarbeiter in einem Team anleiten und führen zu können, sind grundlegende Kenntnisse über Persönlichkeit, Motivation und Konflikte notwendig.	

Modul Unternehmensführung

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

Unternehmensführung I - Grundlagen Personalwirtschaft	4. Semester
Die Studierenden werden Human Resources-Themen vermittelt: von der Personalplanung über die Personalsuche bis hin zur Personalentwicklung.	
Unternehmensführung II – Projektmanagement	4. Semester
Sehr häufig sind unsere AbsolventInnen in Projekten involviert. Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, Projektmanagement-Fähigkeiten (Projektplanung, -steuerung, -organisation) zu vermitteln.	
Unternehmensführung III - Change Management	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 Finance und 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.

Finance und Controlling I – Buchhaltung, Bilanzierung, Bilanzanalyse	1. Semester
Um ein Unternehmen führen zu können, sind grundlegende Kenntnisse der finanziellen Lage eines Unternehmens notwendig.	
Finance und Controlling II – Kosten- und Leistungsrechnung	2. Semester
Um einzelne Bereiche eines Unternehmens steuern zu können, sind Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung notwendig.	
Finance und Controlling III – Investition, Finanzierung und Controlling	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 Mathematik und Statistik

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

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.

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

Wirtschaftsrecht II - Internet Recht	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 Sozialkompetenz

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

Verhaltenstraining I – Gruppendynamik	1. Semester
Nachdem in Unternehmen in der Regel in Teams gearbeitet wird, ist es sinnvoll, gruppendynamische Prozesse zu kennen und zu verstehen.	

Verhaltenstraining II – Kreativität	2. Semester
Ziel der Lehrveranstaltung ist es, Kreativitätstechniken kennenzulernen, einschließlich digitaler Tools zur Unterstützung des kreativen Prozesses.	

Verhaltenstraining III – Moderation	3. Semester
In der unternehmerischen Praxis finden immer wieder Meetings und Workshops statt. Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, grundlegende Moderationstechniken vorzustellen.	

Verhaltenstraining IV – Bewerbungsprozess	6. Semester
Ziel der Lehrveranstaltung ist es, den Bewerbungsprozess sowohl aus Sicht des Arbeitnehmers als auch des Arbeitgebers kennenzulernen.	

Modul Englisch

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

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

Modul Wissenschaftliches Arbeiten

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

Wissenschaftliches Arbeiten I - Grundlagen	4. Semester
<p>In dieser Lehrveranstaltung werden aktuelle Themen und Problemstellungen aus ausgewählten Bereichen aus Marketing, Digital Marketing und Digital Business bearbeitet. Anhand dieser Themen soll eine formal-wissenschaftliche Seminararbeit erstellt werden.</p> <p>Wissenschaftliches Arbeiten wird als Basis für die Erstellung der Seminararbeit und in weiterer Folge für die Bachelorarbeit vermittelt.</p>	

Wissenschaftliches Arbeiten II – Empirisches Arbeiten	5. Semester
<p>Fokus in diesem Seminar ist das empirische Arbeiten. Es werden ein qualitativer Ansatz und ein quantitativer Ansatz geplant, durchgeführt und ausgewertet. Die Studierenden sollen also eine qualitative Befragung und eine quantitative Erhebung und Auswertung selbst durchführen. Dieses Seminar dient als Vorbereitung für die Bachelorarbeit.</p>	

Modul Unternehmensprojekt, Modul Berufspraktikum, Bachelorarbeit

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

Unternehmensprojekt I und Unternehmensprojekt II	4., 5. Semester
<p>Im Rahmen dieser Lehrveranstaltungen müssen die Studierenden konkrete betriebliche Problemstellungen in einem Unternehmen lösen.</p>	

Berufspraktikum	6. Semester
<p>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.</p>	

Bachelorarbeit	6. Semester
<p>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.</p>	

Wahlpflichtfach – Marketing/Digital Business	4. Semester
<p>Augmented and Virtual Reality Die Grundlagen von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) sowie ihre Einsatzmöglichkeiten werden behandelt. Der Fokus liegt auf der Gestaltung von AR- und VR-Erlebnissen durch Nutzererfahrung (UX), Storytelling und Interaktionsdesign.</p> <p>Marketing – Mediendesign Die Gestaltung von Medien wie Anzeigen und Layouts wird thematisiert. Außerdem wird ein Überblick über Drucktechniken und deren Anwendung vermittelt.</p>	

Wahlpflichtfach – Marketing/Digital Business	5. Semester
<p>Nachhaltigkeit im Digital Business Nachhaltigkeitsprinzipien und deren Anwendung im digitalen Geschäft werden vorgestellt, darunter Green IT und Sharing Economy. Strategien zur Nachhaltigkeitsbewertung, -entwicklung und -berichterstattung stehen im Mittelpunkt.</p> <p>Video Marketing Die Planung, Produktion und Verbreitung von Videos für Marketingzwecke wird behandelt. Ergänzend werden rechtliche Aspekte und die Analyse von Kampagnenergebnissen thematisiert.</p>	

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 MAB 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.
- Des weiteren gibt es die Gelegenheit, umfangreiches Wissen in Sachen Displaywerbung, Search Advertising, Mobile Marketing, Online-Mediaplanung, Social Media und Performance Marketing zertifizieren zu lassen. Das Interactive Advertising Bureau (IAB) ist die größte Interessensvertretung der österreichischen Digitalbranche. Das zugehörige IAB Digital Marketing Basiszertifikat ist die einzige Prüfung, die von allen drei führenden Digitalverbänden im deutschsprachigen Raum anerkannt wird. Dank einer einzigartigen Kooperation zwischen dem IAB und der FH Oberösterreich genießen Absolvent:innen des Zertifikats zahlreiche Vorteile wie eine Mitgliedschaft im IAB, Netzwerkmöglichkeiten, kostenlose Kurse, etc.

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 MAR1IL + DMA2IL
- **Online Marketing Managerin/Manager:** LVAs MAR1IL + DMA1LB + DMA1IL + DMA2IL + DMA3IL + DMA4IL + DMA5VO + DMA5LB + REC5VO

Marketing und Digital Business

Studium für Marketing, Web, Digital-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, Digital-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 Digital-Business, Online-Marketing, Digital-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)
- Digital-Business und E-Commerce (Technologie, Konzepte und Management)
- Internet und IT (Websites, IT-Projekte, Internet-Sicherheit, Datenmanagement)
- Projektmanagement, Unternehmensprojekte, finanzielle Unternehmensführung, Wirtschafts- und Internet-Recht, Statistik
- Berufspraktikum, Sozialkompetenz und Englisch

Profil

Marketing und Digital Marketing	23%
Digital-Business-Technologien, E-Commerce	13%
Internet und IT	14%
Betriebswirtschaft/Management	18%
Sozialkompetenz	8%
Berufspraktikum, Projekte, Bachelorarbeiten	24%

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/mab

Praktikum

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

Auslandserfahrung

→ Durch einen flexiblen Stundenplan an einer der weltweit über 130 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
→ Marketing							
Marketing		4	4,5	7,5	2	6	
Digital Marketing		3,5	3	3	3	4	
→ Digital Business							
Digital-Business-Technologien und -Konzepte			3		6,5	7	
Geschäftsprozessmanagement			2,5	4			
→ Internet und IT							
Internet und IT		5		4,5			
Datenmanagement und Statistik		3,5	6				
IT-Projekte						3	
Internet-Sicherheit				3			
→ Management							
Betriebswirtschaftslehre		6	3				
Unternehmensführung					4,5	1,5	
Finanzielle Unternehmensführung und Controlling		4	4	4			
Wirtschafts- und Internet-Recht					3	3	
→ Sozialkompetenz							
Sozialkompetenz		1	1	1			1
Englisch		3	3	3	2		
→ Transferkompetenz							
Assurance of Learning							2
Unternehmensprojekte					4	4	
Wissenschaftliches Arbeiten				2	4,5		
Bachelorarbeit							10
Praktikums- und Bachelor-Seminar							1
Berufspraktikum							15
Bachelorprüfung							1
Summe		30	30	30	30	30	30

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 Digital Business an einer der 130 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 Digital 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 | mab@fh-steyr.at