

# B2B PARTNERPROGRAMM

## DEPARTMENT WIRTSCHAFT & GESELLSCHAFT







Die FH Kufstein Tirol ist mit dem staatlichen Gütezeichen für Familienfreundlichkeit in Beruf und Studium ausgezeichnet.



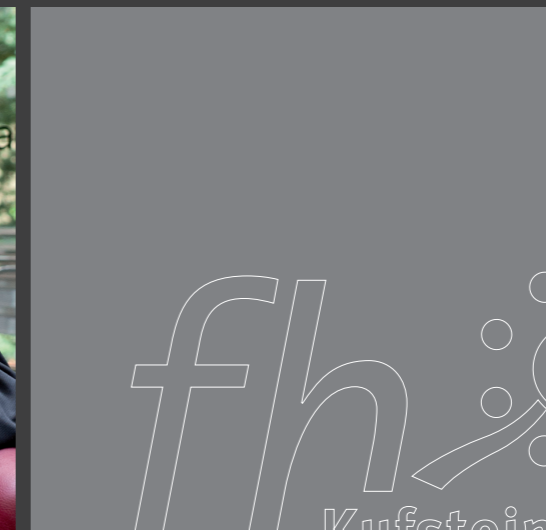
Aufgrund der hohen Qualitätsstandards wurden der FH Kufstein 2013 das ECTS Label und das Diploma Supplement Label verliehen. Auch die Unicert Akkreditierung konnte erreicht werden.



Prof. (FH) Dr. Johannes Lüthi  
FH-Rektor



Prof. (FH) Dr. Thomas Madritsch  
Geschäftsführung



## VORWORT

Die FH Kufstein Tirol bietet in den vielfältigen Studienprogrammen eine berufsfeldbezogene akademische Ausbildung an, um die Studierenden auf die Herausforderungen der Wirtschaft vorzubereiten.

Zurzeit besuchen die FH Kufstein Tirol 1400 Studierende in den Bachelor- und Masterprogrammen, etwa 200 Incoming Studierende bereichern unsere Hochschule mit internationalem Flair und etwa 200 Studierende bilden sich in unseren Postgraduate- und Weiterbildungsprogrammen fort.

Internationalität, Praxisorientierung und ein hoher Qualitätsanspruch sind ein wesentlicher Beitrag den die FH Kufstein Tirol erbringt. Wir bieten unseren Studentinnen und Studenten eine Ausbildung auf höchstem Niveau, umfassende Betreuung und ein ganzheitliches Serviceangebot.

Ein ebenfalls sehr wichtiges Ziel der FH Kufstein Tirol ist die konkrete Zusammenarbeit mit Unternehmen und Institutionen in allen Bereichen der Ausbildung und anwendungsbezogenen Forschung. Beginnend bei Studien- und Forschungsprojekten,

über Beauftragung von Bachelor- und Masterarbeiten bis hin zur Unterstützung beim Recruiting von PraktikantInnen und AbsolventInnen stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihr Interesse und sehen einer Kooperation mit Freude entgegen!

*Johannes Lüthi*  
Prof. (FH) Dr. Johannes Lüthi

*Thomas Madritsch*  
Prof. (FH) Dr. Thomas Madritsch

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>Vorwort</b>	<b>3</b>
<b>Das Partnerprogramm</b>	<b>4</b>
<b>Department Wirtschaft &amp; Gesellschaft</b>	<b>5</b>
<b>Angebotsbeschreibung &amp; Leistungsübersicht</b>	<b>6</b>
<b>Studiengang Sport-, Kultur- &amp; Veranstaltungsmanagement</b>	<b>8</b>
<b>Beispiele Praxisprojekte</b>	<b>10</b>
<b>Studiengang Marketing &amp; Kommunikationsmanagement</b>	<b>14</b>
<b>Studiengang Digital Marketing</b>	<b>15</b>
<b>Beispiele Praxisprojekte</b>	<b>16</b>
<b>Ablauf Praxisprojekte</b>	<b>20</b>
<b>Referenzen &amp; Kontakt</b>	<b>21</b>
<b>FH Kufstein Weitere Angebote</b>	<b>22</b>



# FH KUFSTEIN PARTNERPROGRAMM



## DAS PARTNERPROGRAMM INHALTE & VORTEILE

Die Fachhochschule Kufstein ist seit Jahren als internationale Hochschule etabliert und anerkannt. Sie entwickelt in ihren Departments Wirtschaft & Management, Wirtschaft & Gesellschaft und Wirtschaft & Technik eine starke Kompetenz im Bereich der Internationalisierung und Vernetzung zwischen Forschung, Lehre und Wirtschaft.

Das breite Angebotsspektrum der FH Kufstein bietet Unternehmen die ideale Plattform, um eine langfristige Partnerschaft mit den einzelnen Departments aufzubauen.

Dabei steht Ihnen als potenziellem Partner offen, in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Department, Forschungsfragestellungen zu entwickeln, die unmittelbar auf den Wissensbedarf Ihres Unternehmens zugeschnitten sind und zugleich wissenschaftliche Unabhängigkeit aufweisen.

Praxisnahe Studierendenprojekte, Berufspraktika und Bachelor- bzw. Masterarbeiten bieten die Möglichkeit des Wissensaustausches, der Schaffung von Synergien und des Aufbaus zukunftsweisender Kooperationen zwischen den Departments und Ihrem Unterneh-

men: Aktuelle Fragen zur strukturellen Entwicklung sowie zu Innovations- und Förderprogrammen können durch Untersuchungen und wissenschaftliche Arbeiten der Studierenden zu einem signifikanten Wissensvorsprung für Ihr Unternehmen werden. Durch die enge Kooperation ergeben sich wertvolle Kontakte zu gut ausgebildeten Studierenden, die durch ihr Engagement und ihre mitunter unkonventionellen Sichtweisen Innovationsprozesse in Unternehmen anstoßen und (mit-)gestalten können. Unternehmen tragen ihrerseits grundlegend zur praktischen Ausbildung der Studierenden bei.

Darüber hinaus unterstützt die FH Kufstein durch den intensiven Wissenstransfer zwischen Unternehmen und ihren Departments den Strukturwandel in der Region und trägt maßgeblich zur Innovationsfähigkeit der kooperierenden Partner bei. Zahlreiche Unternehmen profitieren bereits von einer Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Kufstein.

## DEPARTMENT WIRTSCHAFT & GESELLSCHAFT DAS PROFIL

Vor dem Hintergrund tiefgreifender lokaler und internationaler Veränderungen in Gesellschaft, Wirtschaft und am Arbeitsmarkt bündelt das Department für Wirtschaft & Gesellschaft betriebswirtschaftliche und soziologische Kenntnisse auf aktuellem Forschungsstand.

Erklärtes Anliegen des Departments für Wirtschaft & Gesellschaft ist es dabei, Mittler zwischen Gesamtkompetenz der Hochschule, Gesellschaft und Wirtschaft zu sein. Das Thema Internationalität im Spiegel einer starken regionalen Identität wird hier als Schlüsselzugang verstanden.

Den Lehr- und Forschungsmittelpunkt des Departments bilden dabei folgende Studiengänge:

### Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement

Der Studiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement wurde 2001 gestartet, wird sowohl auf Bachelor- als auch Masterniveau angeboten und zählt mittlerweile mehr als 650 Alumni (nähere Informationen auf Seite 8).

### Marketing & Kommunikationsmanagement

Neben klassischem Marketing konzentriert sich der Bachelorstudiengang auf das Kommunikationsverhalten in modernen Mediengesellschaften – und wie Unternehmen darauf reagieren können (nähere Informationen auf Seite 14).

### Digital Marketing

Der neue Masterstudiengang bietet den Studierenden zusätzlich zur namensgebenden Spezialisierung im Bereich des digitalen Marketings individuelle Vertiefungsmöglichkeiten wie Social Media oder eCRM (nähere Informationen auf Seite 15).

Insgesamt studieren derzeit 450 Studierende in den insgesamt 13 Jahrgängen entweder Vollzeit oder berufsbegleitend in diesem Department.

Somit können Partnerunternehmen aus jährlich potenziell 80 PraktikantInnen und aus mehr als 130 Alumni studentische Kompetenzpartner rekrutieren.





VISION  
EDUCATION  
OBJECTIVES  
ETHICS  
STRATEGY  
INSPIRATION  
PARTNERSHIP

Bild: Fotolia - Ivelin Radkov.

## ANGEBOTSBESCHREIBUNG & LEISTUNGSÜBERSICHT

Berufsrelevante Praxiserfahrungen sind uns wichtig. Deshalb eröffnet das Department für Wirtschaft & Gesellschaft seinen Studierenden im Rahmen ihrer Ausbildung mehrmals die Gelegenheit, mit Partnern aus der Wirtschaft zusammenzuarbeiten. Potentielle Partner wiederum haben hierbei die Möglichkeit, auf das breitgefächerte Potenzial der Studierenden sowie die Expertise der Lehrenden zurückzugreifen – sei es im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, im Umfeld der Kommunikation/PR, des Marketings und der Marktforschung oder im Bereich Web und Multimedia.

Die Möglichkeiten der Zusammenarbeit sind vielfältig: Von Praxisprojekten und wissenschaftlichen Arbeiten über Praktika bis hin zur Übernahme von MitarbeiterInnen.

Zu Beginn des Studiums werden die theoretischen Grundlagen aus den verschiedenen Kompetenzbereichen vermittelt, die in Übungen erstmals angewandt werden. In den folgenden Semestern setzen die Studierenden ihr Fachwissen und Können im Rahmen von Praxisprojekten ein: In Kleingruppen, unter An-

leitung einer fachkundigen Betreuung, arbeiten die Studierenden ein bis zwei Semester an Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft. Nebenstehend finden Sie eine Liste der Kompetenzbereiche, die unsere Studierenden abdecken. Den genauen zeitlichen Ablauf unserer Praxisprojekte finden Sie auf Seite 20.

Eine weitere Möglichkeit der Zusammenarbeit ist die Rekturierung von PraktikantInnen: Im sechsten Semester (März bis Juli/August) ist bei den Vollzeit-Studiengängen ein mindestens 15-wöchiges Berufspraktikum verpflichtend. Da dieses im letzten Semester der Ausbildung angesetzt ist, können Studierende bei Wunsch nahtlos übernommen und zu fixen MitarbeiterInnen Ihres Unternehmens werden.

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, im Rahmen von Bachelor- und Masterarbeiten spezielle Forschungsfragen und Problemstellungen aus der Praxis einer wissenschaftlichen Überprüfung zu unterziehen.



### EVENT MANAGEMENT

- >> Eventplanung & -organisation
- >> Konzeption & Durchführung von Hospitality
- >> Konzeption & Durchführung von Side Events & Rahmenprogramm
- >> Kongress-Organisation
- >> Eventmarketing

### KOMMUNIKATION & MEDIEN

- >> Public Relations & Pressearbeit
- >> Kommunikationsberatung & -training
- >> Konzeption integrierter Unternehmenskommunikation
- >> Konzeption von Change Communications
- >> CI- & CD-Entwicklung
- >> Medienproduktion (Print, AV, Web)

### KULTURMANAGEMENT

- >> Konzeption & Etablierung von Kulturveranstaltungen
- >> Konzeption & Organisation diverser Kulturprojekte
- >> Potenzialanalysen für Kultureinrichtungen
- >> Audience Development

### MARKETING

- >> Ausarbeitung möglicher Positionierungen
- >> Zielgruppendefinition, &-analyse
- >> Erarbeitung von Branding-Konzepten
- >> Entwicklung und Implementierung von Marketingstrategien
- >> Konzeption von integrierter Marketingkommunikation
- >> Kampagnenplanung
- >> Mediaplanung

### MARKTFORSCHUNG

- >> Konzeption, Durchführung, Auswertung und Interpretation von Marktforschungsprojekten
- >> Konzeption und Durchführung von Machbarkeitsstudien
- >> Konzeption und Durchführung von Benchmarkstudien

### SPORTMANAGEMENT

- >> Entwicklung von Sporteventstrategien
- >> Entwicklung, Organisation und Durchführung von Sportevents
- >> Nutzungskonzepte für Sportstätten

### WEB

- >> Planung & Durchführung von Online-Marketingkampagnen
- >> Konzeption von Hybridmarketingstrategien
- >> Ausarbeitung von Social Media Strategien
- >> Usability-Analysen
- >> Web Analytics





Bild: Fotolia - FerencSzelepcsényi.



## SPORT-, KULTUR- & VERANSTALTUNGSMANAGEMENT

BACHELOR & MASTER

### Profil & Angebot

Konzipiert 2001 von einer kleinen Gruppe von ExpertInnen und Visionären, erweist sich der Studiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement heute als erfolgreicher Bestandteil der österreichischen Fachhochschullandschaft. Aufgrund der hohen Bedeutung des Sports und der zahlreichen kulturellen Aktivitäten in Österreich, bietet der Studiengang für Unternehmen eine ideale Basis für studentische Forschungs- und Praxisprojekte, die mit großer Kompetenz auf aktuelle Fragestellungen und Entwicklungen eingehen können. Das fachliche Know-how der ProfessorInnen vor Ort und der vielen internationalen LektorInnen, die im Studiengang unterrichten, bietet ein zusätzliches Plus für nationale wie internationale Unternehmen.

### Alleinstellungsmerkmal & Kompetenzausrichtung

Der Studiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement ist im deutschsprachigen Raum in dieser Kombination und seiner Fokussierung auf gesell-

schaftsgestaltende Zusammenhänge einzigartig. Er bettet sich zudem perfekt in aufstrebende Arbeitsbereiche wie Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement ein. Diese umfassen neben den traditionellen Kulturbetrieben neue Anbieter kreativer Inhalte, wie den Tourismus und NGOs sowie die gesamte Kreativbranche und die Sponsor- und Event-Abteilungen in Banken und Konzernen.

Auch im Sport fordern die nötige Professionalisierung von Vereinen und Verbänden oder die Nachwuchsförderung im Spitzensport eine gesellschaftssensible Innovationskompetenz. Zielgruppenanalyse, Strategiebewertungen, Strategiekonzepte und Innovationsberatungen aus wissenschaftlicher Sicht können hier in Form von Unternehmenskooperationen angeboten werden.

Für eine diesen Anforderungen entsprechende Ausbildung bietet das Curriculum von Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement neben strategischem und operativem Know-how in Betriebswirtschaft und Projektmanagement eine fundierte sozialwissenschaftliche Verknüpfung.

Das Wissen um diese gesellschaftlichen Gestaltungsanforderungen wird unter anderem in den soziologiebasierten Fächern des Studiengangs vermittelt.

### Partnerschaft mit Unternehmen

Unternehmen können hier von aktuellen Wissenschafts- und Praxisansätzen unmittelbar profitieren. Besonders im Bereich von Zielgruppenanalysen, Beratungen, Strategieentwicklungen und Untersuchungen von veränderten Konsumpräferenzen und kritischem Marktverständnis innerhalb jüngerer Generationen ist der Studiengang ein wichtiger Bezugspunkt für Unternehmen der Sport-, Kultur- und Kreativwirtschaft. Dabei geht es vor allem um die andere Perspektive von Studierenden einerseits, andererseits um die Möglichkeit für Unternehmen, hier langfristige Partnerschaften und Kooperationen auf einem hohen professionellen Niveau einzugehen.



Prof. (FH) Dr. Robert Kaspar

// Departmentsprecher Wirtschaft & Gesellschaft  
// Studiengangsleiter Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement







## >> WORLD SNOW DAY

Organisation und Durchführung des weltweiten FIS World Snow Day Events 2013 in Söll – ein spannender Tag im Schnee für die kleinen Gäste & eine Gruppe unbeaufsichtigter minderjähriger Flüchtlinge.

## >> F.A.S.C.

Mit F.A.S.C. der First Alpine Student Championship legten die Studierenden in eigenem Engagement den Grundstein für ein weiterführendes Ski- und Snowboardrennen für Studierende aus Österreich und Umgebung inklusive einem fulminanten Abendprogramm.



## >> INTERSKI

Der INTERSKI Weltkongress ist das weltweit größte Symposium zum Thema Skisport. Bis zu 2000 internationale Gäste aus 36 Skinationen wurden 2011 in St. Anton erwartet. Studierende des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement kümmerten sich um die Betreuung der Delegierten und um das kreative Rahmenprogramm.



## >> SNOWPARK

Bei diesem Praxisprojekt haben Studierende des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement das Marketing- und Eventkonzept erarbeitet, das Branding und den Opening Event in der Skiwelt Wilder Kaiser Brixental in Söll geplant sowie erfolgreich und nachhaltig durchgeführt.



## >> WINTER YOUTH OLYMPIC GAMES

Studierendengruppen des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement konkretisierten das Konzept des Culture & Education Programm der 1. Olympischen Jugend-Winterspiele 2012 in Innsbruck und erarbeiteten gemeinsam mit dem Organisationskomitee die einzelnen Programmpunkte.

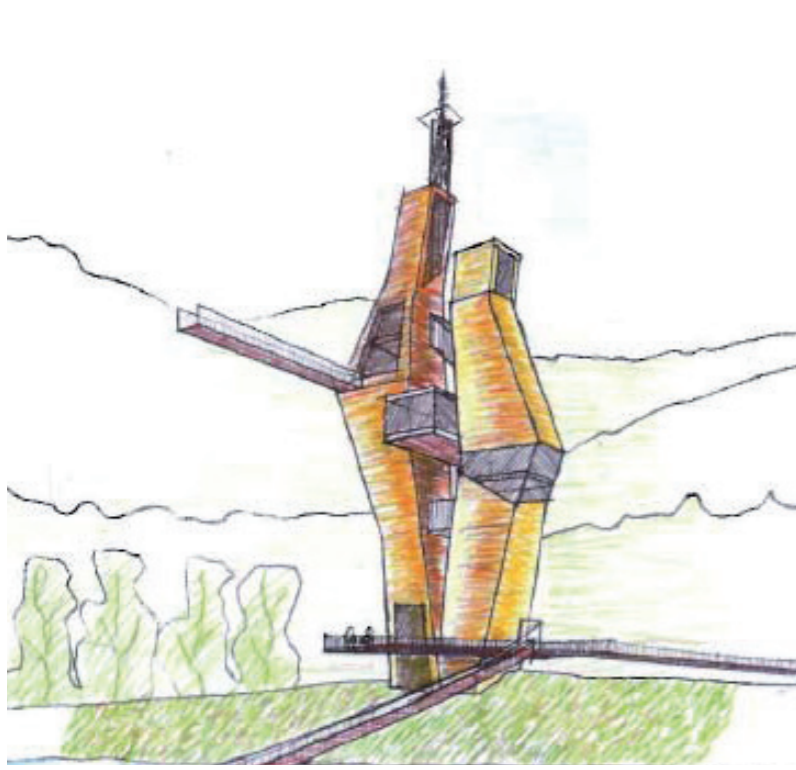
## >> RED BULL HÜTTENRALLYE

Die legendäre Red Bull Hüttenrallye in St. Anton am Arlberg wurde durch Werbeaktivitäten im Rahmen eines Praxisprojekts durch Studierende des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement unterstützt. Sie organisierten die Side Events zur ex ante Promotion dieses innovativen Skiwettbewerbs.



Bild: TVB St. Anton.





## >> ALPENDOM

Studierende des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement führten eine Machbarkeitsstudie durch. Im Mittelpunkt dieser Studie stand die Erstellung eines wirtschaftlichen Gutachtens über die Machbarkeit, die Risiken und das Potenzial des Freizeitparks „Alpendom“ in der Region Oberaudorf.

## >> WAKE THE LAKE

Konzeption, Planung und Umsetzung eines Wassersportfestival im Parkbad Krumpendorf am Wörthersee erfolgte durch Studierende des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement sowie die Erstellung einer Vorgehensweise für eine mögliche Fortsetzung des Events im Folgejahr.



## >> KUFSTEINER HEIMATMUSEUM

Anhand einer IST-Analyse wurde die Situation des Kufsteiner Heimatmuseums aus der Sicht der Teammitglieder untersucht.

Ziel des Konzeptes ist es, Besonderheiten und Stärken darzulegen, Probleme und Defizite zu beheben und mit Ansätzen zur besseren Einbindung des Museums die Position dieser wichtigen kulturbewahrenden Institution in der lokalen Bevölkerung zu stärken.



## >> ALP MEDIA STUDIE

Unterstützend zum CRM der Alp Media - International Mountain Advertising GmbH (Vermarktung von Werbeflächen in Skigebieten in Österreich und der Schweiz) wurde von den Studierenden eine umfassende und wissenschaftlich aufbereitete Studie über die Wirkung von Werbemedien in Skigebieten erstellt: Erstellung eines Fragebogens, Umfrage in diversen Skigebieten vor Ort, Auswertung & Analyse.



## >> INDIE SUNSET

Zum dritten Mal in Folge organisierten Studierende des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement für den Kufsteiner Verein „genussmittel“ die Open Air Veranstaltung Indie Sunset.

Ziel von Indie Sunset ist es, die Tiroler Kulturlandschaft um ein einzigartiges Kleinfestival zu erweitern und zu bereichern, welches aufstrebenden Musikern eine Auftrittsmöglichkeit bietet, ein breites Publikum anspricht und vor allem die heimische Musikszene fördern soll.

## >> FUSSBALLKONGRESS OBERBAYERN

Vom 20. bis 21. Oktober 2012 trafen sich 70 Vereins- und Verbandsvertreter des BFV Oberbayern im Kongress Hotel Monarch in Bad Gögging, um gemeinsam neue Ideen zur zukünftigen Gestaltung des Amateurfußballs zu entwickeln.

Von der kompletten Vorbereitung bis zum Branding, der detaillierten Ablaufplanung, der Abstimmung mit dem Hotel und der Betreuung vor Ort lag alles in der Hand der Studentinnen.







Bild: Graf.

Bild: Fotolia - Albachiaraa.



## MARKETING & KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT BACHELOR

Die Kommunikation wird seit Jahren technisch beschleunigt, verdichtet und globalisiert – wir kommunizieren immer öfter, immer mehr und zunehmend orts- und zeitungebunden. Gleichzeitig verkürzen sich die Produktlebenszyklen, der Anbieter- wurde zum Abnehmermarkt.

All dies erfordert ein Umdenken in der Kundenansprache seitens der Unternehmen. Als erste Reaktion auf die veränderte Struktur wurden Marketingmaßnahmen quantitativ gesteigert, etwa, indem neue Kommunikationskanäle genutzt wurden. Dies, kombiniert mit dem gewandelten Mediennutzungsverhalten der Konsumenten, führte in den vergangenen Jahren zu Reizüberflutung seitens der KundInnen. Diesen aufmerksamkeitsökonomischen Herausforderungen versuchen Unternehmen vermehrt mit einer qualitativen Steigerung ihrer Kommunikationsmaßnahmen zu begegnen.

An diesen Umbrüchen im Marketing und Kommunikationsmanagement setzt der gleichnamige Bachelorstudiengang der FH Kufstein an: 2010 startete

Marketing & Kommunikationsmanagement als berufsbegleitendes Bachelorstudium. Aufgrund des großen Bedarfs und der hohen Nachfrage wird der Studiengang seit Herbst 2013 auch als Vollzeitstudium angeboten. Bei dieser Gelegenheit wurden die Lehrinhalte auf Kongruenz, Aktualität und Relevanz überprüft:

Fundiertes Marketingwissen und Spezialwissen in angrenzenden Bereichen wie Marktforschung und Public Relations, Kenntnis der Kommunikations- und Medientheorien, sowie deren Anwendbarkeit auf moderne Mediengesellschaften. Zudem werden die analytisch-strategischen sowie operativ-betriebswirtschaftlichen Fächer mit der gesellschaftlichen Rolle und Verantwortung von Kommunikation und ihrer Medien kombiniert und führen so zu einem modernen – nachhaltigen, wertebasierten und umfassenden – Marketingverständnis.

Für Unternehmen bieten sich hier zahlreiche Anknüpfungsmöglichkeiten in, aber auch außerhalb des klassischen Marketings. Eine kleine Auswahl an Projekten finden Sie auf den folgenden Doppelseiten.

## DIGITAL MARKETING MASTER

Auch der berufsbegleitende Masterstudiengang Digital Marketing setzt sich mit den Umbrüchen auseinander, denen Marketiers durch den technologischen Fortschritt und die zunehmende Individualisierung künftig vermehrt begegnen werden – der Fokus liegt dezidiert auf dem Web.

Neue Medien und die durch sie vermittelte Kommunikation stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen: Reizüberflutung, Reaktanz und Skepsis gegenüber Werbetreibenden prägen die Sicht der KonsumentInnen. Hier setzt der Masterstudiengang Digital Marketing an: Die AbsolventInnen bilden die auf westlichen Aufmerksamkeitsmärkten immer wichtiger werdende technikaffine Schnittstelle zwischen Unternehmen und individualisierter Öffentlichkeit.

Inhaltliche Schwerpunkte des Masterstudiengangs liegen auf technisch orientiertem Digital Marketing (u.a. Usability, Search Engine Optimization, Social & Affiliate Marketing) sowie Management- und Führungskompetenzen. AbsolventInnen des Masterstudienganges Digital Marketing können durch ihr betriebswirtschaftliches, sozialwissenschaftliches

und technisches Wissen, sowie ihre Erfahrungen im Bereich Medienproduktion und Projektmanagement eigenständig die Entwicklungen am Kommunikationsmarkt, vor allem im Bereich New & Social Media, vorab erkennen und so frühzeitig entsprechende Strategien, Kampagnen und Projektideen entwickeln. Durch die einzigartige inhaltliche Verflechtung mit dem technischen Masterstudiengang Web Communication & Information Systems lernen Studierende zudem schon während der Ausbildung Arbeitsprozesse, Stärken und zeitliche Limitationen ihrer künftigen AnsprechpartnerInnen in IT-Abteilungen kennen.



Prof. (FH) Dr. Martina Lettner, MAS

// Studiengangsleiterin Marketing & Kommunikationsmanagement, Digital Marketing





## >> GROSSES BEWEGEN

Das Transportunternehmen Nothegger stellt der Hilfsorganisation CARE Österreich für vier Jahre zwei seiner Lastwagenplanen als kostenlose Werbefläche zur Verfügung. Eine Studierendengruppe übernahm unter dem Motto „Gemeinsam Großes bewegen“ sowohl die Gestaltung der zwei LKW-Auflieger als auch die Pressearbeit.

## >> FRISCHLUFT

Bereits mehrere Studierendengruppen brachten für den Tiroler Regionalsender tirol.tv Frischluft ins Fernsehen und ins Web. Sie konzipierten, drehten, schnitten und redigierten jeweils rund 15-minütige Sendungen zu unterschiedlichen Themen aus Stadt und Land.



Bild: Simone Ober

## >> TRENDS IN COMMUNICATIONS

Studierende übernahmen Organisation und Marketing eines Symposiums des Studiengangs Marketing & Kommunikationsmanagement. Rund 250 Personen kamen zu der Veranstaltung an der FH Kufstein, die unter dem Motto „Facebook, Google & Co erobern die Welt“ stand.



## >> MKM-HOMEPAGE

Zu wissen, was BesucherInnen auf einer Webseite suchen, und ob sie die Informationen finden, ist essenziell für den Erfolg eines Online-Auftritts. In einer aufwändigen Analyse fasste ein vierköpfiges Studierendenteam Stärken und Schwächen der FH-Homepage zusammen.



## >> EUREGIO

Für ein von der EU gefördertes Euregio-Projekt zur Partizipation von Jugendlichen am politischen Geschehen konzipierten und leiteten fünf Studentinnen einen Kommunikationsworkshop für Personen, die in der Jugendarbeit tätig sind. Im Wintersemester 2013 erstellten sie für die Euregio-Jugendkonferenz das Marketingkonzept.

## >> RED LIONS

Die Red Lions, ein Tiroler American Football-Verein, verordneten sich selbst eine Verjüngungskur – gemeinsam mit der Vereinsführung legten die Studierenden eine Repositionierung fest, entwarfen ein neues Corporate Design und erstellen im Herbst 2013 für die Webpräsenz der Red Lions ein Video-konzept, das sie in Form eines Highlightvideos auch beispielhaft umsetzen.







## >> IMAGEKAMPAGNE

Das Projekt PTS der Studierenden des Bachelorstudiengangs Marketing & Kommunikationsmanagement zielte darauf ab, das Image der Polytechnischen Schulen im Bezirk Kufstein zu verbessern. Eine Anzeigenkampagne wurde für die vier Schulen in Kufstein, Wörgl, Niederndorf und Brixlegg gestartet. Dabei kamen erfolgreiche ehemalige Schülerinnen und Schüler zu Wort, die von ihren Erfahrungen erzählten.

## >> NIGHT SHOPPING

Die Hauptaufgaben zur Organisation des kulturellen Rahmenprogramms des Kufsteiner Night-Shoppings betrafen die Ideensammlung, Konzeptentwicklung sowie suchen und buchen von passenden Künstlern und Bands. Außerdem musste die Projektgruppe Kontakt zu den örtlichen Geschäften aufnehmen, um Programminhalte konkret abzusprechen. Des Weiteren wurde ein Gewinnspiel organisiert und durchgeführt.



## >> MEDIENSTRATEGIE

In Kooperation mit der FH Kufstein konzipieren die Innsbrucker Soziale Dienste GmbH (ISD) einen multimedialen Außenauftritt zur Mitarbeiterakquise in Form eines Imagefilmes und einer Powerpoint-Präsentation. Damit wollen sich die Auftraggeber, Dr. Hubert Innerebner und Dr. Reinhard Griener, der potenziellen Zielgruppe als attraktiven Arbeitgeber präsentieren.





# FH KUFSTEIN ABLAUF PROJEKTE



## ABLAUF PRAXISPROJEKTE

Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Praxisprojekte“ erarbeiten die Studierenden in Kleingruppen von zwei bis sieben Personen selbstständig ein Projekt. Sie werden dabei von einem Lehrenden fachlich betreut. Die Praxisprojekte können für die Dauer von einem Winter-/Sommersemester oder über zwei fortlaufende Semester – je nach Aufgabenintensität – durchgeführt werden. Wichtig ist eine entsprechende Vorlaufzeit, um für Ihr Projekt die ideale Betreuungsperson mit entsprechender Expertise zu verpflichten: Für Projekte, die im Wintersemester (Oktober bis Jänner) bearbeitet werden sollen, ist ein Erstgespräch im Juni sinnvoll, bei Projekten für das Sommersemester (März bis Juni) sollte der Termin im Dezember davor stattfinden.

Zu Beginn des Semesters werden die Rahmenbedingungen in einem Gespräch zwischen dem Partnerunternehmen, den Studierenden und der Betreuerin bzw. dem Betreuer nochmals genau abgesteckt, Ziele- und Nichtziele im Detail vereinbart und eine Timeline inklusive Milestones gesetzt.

Mit Hilfe von Zwischenpräsentation und Absprachen mit den Projektauftraggebern wird die Einhaltung des kritischen Projektpfades laufend gewährleistet. Abge-

schlossen wird jedes Projekt mit einer Abschlusspräsentation, einer Dokumentation sowie Pressearbeit und Nachberichtserstattung in den Medien der FH. Die Kosten für Praxisprojekte hängen vom Projektvolumen ab (üblicherweise 3.000-5.000 € pro Semesterprojekt).

Klein- und mittelständische Unternehmen haben zudem die Möglichkeit mittels Innovationsschecks der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft bis zu 5.000 Euro an Förderung für ihre kontinuierliche Forschungs- und Innovationstätigkeit in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Kufstein zu erhalten. Dabei kann es um Ideenstudien wie beispielsweise Konzept-Entwicklungen, Vorbereitungsarbeiten für ein Innovationsvorhaben oder Konzepte für das Innovationsmanagement gehen.

Bei Interesse wenden Sie sich bitte an unsere Projektkoordinatorin Angela Scalet.

## AUSZUG REFERENZEN & KONTAKT

Allianz Kulturstiftung  
Alp Media - International Mountain Advertising GmbH  
American Football Bund Österreich  
ARLBERG - well.com  
Bayerischer Fußball-Verband  
Berg- u. Skilift Hochsöll GmbH & CoKG  
BMW Group Austria  
Cine Tirol  
FIS - Internationaler Ski Verband  
Gemeinden Ebbs, Oberaudorf, Niederndorf, Kiefersfelden  
Heilpädagogische Gesellschaft Tirol  
Heimatverein Kufstein  
Innsbruck 2012 Youth Olympic Games  
Interski  
Jugendgästehäuser Wien  
Kaiser-Reich Oberaudorf Kiefersfelden  
Kitzbühel Tourismus  
Kitzbüheler Tennisclub KTC Turnier GmbH  
Kufsteiner Kaufmannschaft  
Land Tirol  
Meraner Musikwochen Verein  
Nothegger Transport Logistik GmbH  
Passionsspielverein Erl  
Red Bull GmbH

Red Lions, Football Verein  
Sportministerium Österreich  
Tirol TV  
Tirol Werbung  
Tiroler Festspiele Erl  
Tourismusverband Ferienland Kufstein  
Tourismusverband St. Anton am Arlberg  
Tourismusverband Wilder Kaiser  
TUI ReiseCenter  
ULZ Sparkasse Schwaz Handball



Angela Scalet, BA

Fachhochschule Kufstein Tirol,  
Andreas Hofer-Str. 7, 6330 Kufstein  
Angela Scalet, BA  
Tel. +43 5372 71819-131  
Angela.Scalet@fh-kufstein.ac.at







## FH KUFSTEIN TIROL WEITERE FORSCHUNGSSCHWERPUNKTE

Ausgeprägte Praxisnähe und gelebte Internationalität, dazu angewandte Forschung und kontinuierliche Weiterentwicklung: Die Fachhochschule Kufstein Tirol befindet sich mit ihrer optimalen Verbindung von Praxis und wissenschaftlicher Ausbildung im Spitzenfeld der europäischen Ausbildungsstätten.

Neben dem Department Wirtschaft & Gesellschaft runden die beiden Departments Wirtschaft & Management sowie Wirtschaft & Technik das Gesamtangebot der FH Kufstein Tirol ab.

### Forschungsschwerpunkte Wirtschaft & Management

- // Quantitative und qualitative Unternehmens- und Marktforschung
- // Wertorientierte Unternehmenssteuerung als strategisches Controlling
- // Managemententscheidungsverhalten in der Unternehmensführung

Kontakt:  
Asc. Prof. (FH) Terence Foy, MA  
Departmentsprecher  
Tel. +43 5372 71819 112, Terence.Foy@fh-kufstein.ac.at

### Forschungsschwerpunkte Wirtschaft & Technik

- Die Forschungsschwerpunkte konzentrieren sich auf die Verbindung ökonomischer Aspekte mit der Anwendung moderner Technik.
- // IT Unterstützung von Prozessen
  - // Energie- & Versorgungssicherheit
  - // Betriebliches Immobilienmanagement

Kontakt:  
Asc. Prof. (FH) Dipl. Ing. Christian Huber  
Departmentsprecher  
Tel. +43 5372 71819 136, Christian.Huber@fh-kufstein.ac.at



## STUDIENGANGSÜBERSICHT

### Bachelor

- // Europäische Energiewirtschaft, vz
- // Facility Management & Immobilienwirtschaft, vz & bb
- // Internationale Wirtschaft & Management, vz & bb
- // Marketing & Kommunikationsmanagement, vz & bb
- // Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmangement, vz & bb
- // Unternehmensführung, vz
- // Web Business & Technology, vz
- // Wirtschaftsingenieurwesen, vz

### Master

- // Digital Marketing, bb
- // Europäische Energiewirtschaft, bb
- // ERP-Systeme & Geschäftsprozessmanagement, bb
- // Facility- & Immobilienmanagement, bb
- // International Business Studies, vz
- // Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmangement, bb
- // Unternehmensrestrukturierung & -sanierung, bb
- // Web Communication & Information Systems, bb

bb...Berufsbegleitende Organisationsform  
vz...Vollzeit-Organisationsform





# DIE INTERNATIONALE HOCHSCHULE



Dez 2013

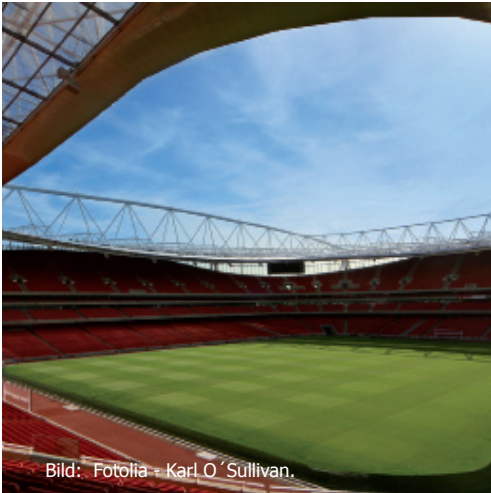


Bild: Fotolia - Karl O' Sullivan.



Bild: Fotolia - carloscastilla.

**INNOVATIV  
DYNAMISCH >>**

”