

2017 / Nr. 53 vom 28. Juni 2017

Der Senat hat in der Sitzung vom 13. Juni 2017 die Änderungen folgender Verordnungen genehmigt. Das Rektorat hat diese Änderungen nicht untersagt.

**164. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

165. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR Professional Basic CP“

Zuvor:

**„PR Professional Basic“, Certified Program
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

166. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „General Management College“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

**167. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „General Management“
Akademische/r General Manager/in**

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

168. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Master in Business Administration“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

169. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Professional MBA“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

170. Aufhebung von Verordnungen/Auflassung von Studien an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung

164. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP“ hat das Ziel, den Studierenden wissenschaftlich fundierte, anwendungsorientierte und praktische Kenntnisse der Kommunikation – insbesondere mit Medien und der Öffentlichkeit - zu vermitteln. Der Universitätslehrgang ist interdisziplinär ausgerichtet. Es handelt es sich um ein berufsbegleitendes Angebot zum Aufbau und zur Professionalisierung von Handlungskompetenzen im Bereich der Medienarbeit und dem Umgang mit der Öffentlichkeit.

Diesem Universitätslehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs werden nach Abschluss des Lernprozesses in der Lage sein,

- PR-Präsentationen zu gestalten und durchzuführen
- in Interview-Situationen das passende Vokabular zu verwenden
- Beratungsgespräche zielgruppengerecht und situationsbezogen durchzuführen

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten. Der Universitätslehrgang „Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP“ kann in Deutsch, Englisch oder einer anderen Unterrichtssprache abgehalten werden, die rechtzeitig bekannt gegeben wird.

§ 3. Lehrgangsleitung

(1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.

(2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement besteht ein wissenschaftlicher Beirat, der die Lehrgangsleitung in der fachlichen Weiterentwicklung unterstützt.

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend ein (1) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- a. ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
- b. ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c. Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens zwei (2) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- d. Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens fünf (5) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens drei (3) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis von Sprachkenntnissen

Personen, deren Muttersprache nicht jene Sprache ist, in welcher der Universitätslehrgang abgehalten wird, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der Unterrichtssprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung stehen, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 9. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 10. Unterrichtsprogramm

Es sind insgesamt ein (1) Pflichtfach und ein (1) Wahlfach zu absolvieren. Die Auswahl des Wahlfachs muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden, da bei einigen Fächern bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen sind. Zusätzlich ist eine schriftliche Abschlussarbeit zu erstellen.

Fächer	Inhalt	UE	ECTS	Summe ECTS	Work-load ¹
<i>Pflichtfächer</i>				7	175
Präsentation, Beratung, Interview	Präsentationstechniken, Angewandtes Präsentieren, Botschaften formulieren, Redetraining, Beraten, Interview	40	7		175
<i>Wahlfächer²</i>	<i>im Ausmaß von</i>			7	175
Strategische Organisationskommunikation	* Grundlagen und praktische Anwendung von Integrierter Kommunikation und Stakeholder Management * Strategieentwicklung im Bereich Kommunikation * Corporate Citizenship und CSR-Kommunikation	40	7		

Medienarbeit	* Medienlandschaft im DACH-Raum sowie Theorien und Trends der Medienökonomie * Strategien und Instrumente der Medienarbeit * Erfolgskontrolle von Medienarbeit und sonstigen PR-Instrumenten	40	7		
Interne Krisenkommunikation und Krisenmanagement	Interne Kommunikation (Ziele, Aufgaben, Werkzeuge), Krisenkommunikation (Potenziale, Strategien), Zusammenspiel interner und externer Kommunikation	40	7		
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	* Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen * Medienarbeit * PR-Konzeption und Kampagnen	40	7		
Anwendungsfelder digitaler Medien	* Technologien und Tools digitaler Kommunikation * Strategisches Online-Marketing * Crossmediale Kommunikation	40	7		
Arbeitsfelder im Journalismus	* Darstellungsformen im quattromedialen Kontext * Journalistische Ressorts * Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus	40	7		
Führungskommunikation	* Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument * Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen * Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation	40	7		
Reflexionsarbeit			1	1	25
Gesamt		80		15	375

(1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.

(2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es ist insgesamt ein (1) Wahlfach aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangsstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder

Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.

- (1) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von Präsenz-Unterricht und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf Präsenz-Unterricht und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 12. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Pflichtfach
 - b) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Wahlfach
 - c) Erstellung und positive Beurteilung der Reflexionsarbeit.
- (3) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Reflexionsarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

- (1) Die Qualitätskontrolle erfolgt durch regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie durch eine Befragung der AbsolventInnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs.
- (2) Die bei der Evaluation aufgezeigten Verbesserungspotentiale sind nach Maßgabe der Möglichkeiten von der Lehrgangsleitung umzusetzen.

§ 14. Abschluss

Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist der/dem Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

165. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR Professional Basic CP“

zuvor

„PR Professional Basic“, Certified Program

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der berufsbegleitende Universitätslehrgang vermittelt kompakt die wissenschaftlichen Grundlagen der praktischen Arbeit im Bereich Public Relations. Die Public Relations-Branche ist in einem hohen Ausmaß durch QuereinsteigerInnen gekennzeichnet, die ihre Qualifikationen in Form von „Learning by Doing“ erwerben. Ihnen mangelt es an theoretischer Fundierung und der Möglichkeit, die Vielfalt der Tools der Public Relations bewusst auszuschöpfen und einzusetzen. Dieser Universitätslehrgang hat zum Ziel, theoretische und praktische Assistenzqualifikationen in den Public Relations zu vermitteln, um die Professionalisierung in der Branche zu erhöhen.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs werden nach Abschluss des Lernprozesses in der Lage sein,

- Grundlagen der Public Relations aus der Theorie zu erläutern und in Fallbeispielen anzuwenden
- die Einbindung der Public Relations in typische Unternehmensabläufe zu identifizieren
- PR-spezifische Textsorten zu erstellen
- den Einsatz von Instrumenten der Medienarbeit zielgerichtet zu planen und in Fallbeispielen anzuwenden
- die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen der professionellen Public Relations zu diskutieren.

§2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Fernstudium mit Präsenzzeiten angeboten. Der Universitätslehrgang kann in Deutsch, Englisch oder einer anderen Unterrichtssprache abgehalten werden, die rechtzeitig bekannt gegeben wird.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.
- (3) Mit der Koordinierung der Abschlussprüfung und den schriftlichen Arbeiten ist die Lehrgangsleitung beauftragt.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement besteht ein wissenschaftlicher Beirat, der die Lehrgangsleitung in der fachlichen Weiterentwicklung unterstützt.

§ 5. Dauer

- (1) Der Universitätslehrgang umfasst zwei Semester in berufsbegleitender Form.
- (2) Als Vollzeitprogramm würde der Universitätslehrgang ein Semester.

§ 6. Zulassungsbedingungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens zwei (2) Jahre Berufserfahrung.
- d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens fünf (5) Jahre Berufserfahrung. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten im Ausmaß von max. 3 Jahren eingerechnet werden.

§ 7. Nachweis von Sprachkenntnissen

Personen, deren Muttersprache nicht jene Sprache ist, in welcher der Universitätslehrgang abgehalten wird, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der Unterrichtssprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Zahl der Studienplätze wird von der zuständigen Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festgesetzt.

§ 9. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 10. Unterrichtsprogramm

- (1) Das Unterrichtsprogramm des Universitätslehrganges umfasst 30 ECTS.
- (2) Im Rahmen des Unterrichtsprogramms sind folgende Pflichtfächer in Form von Lehrveranstaltungen oder als Fernlehre zu absolvieren:

Fächer	Inhalt	UE	ECTS	Work-load ¹
Grundlagen der Public Relations	PR Grundlagen (Einführung und Grundlagen der Public Relations), Organisation von PR (Berufsbild PR, PR in verschiedenen Organisationen)	0	7	175
PR und Gesellschaft	PR und Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Recht und Ethik, Empirische Methoden der PR	0	7	175
PR-Konzeption	Konzeptionstechnik, Konzeptionsworkshop: PR-Konzeption mit Fallbeispielen	40	7	175

Text und Visualisierung	Text- und Bildarbeit (formale und inhaltliche Gestaltung von Texten, Verfassen von Texten, Umgang mit Bildern und Grafiken in der PR, Strategische Kommunikationsplanung)	40	7	175
Reflexionsarbeit			2	50
Gesamt		80	30	750

(1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet alle Aufgaben und Tätigkeiten im Rahmen der Fernlehre, Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, Prüfungsvorbereitungen uä. sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.

§ 11. Lehrveranstaltungen

Der Universitätslehrgang wird überwiegend in der Fernlehre abgehalten, wobei den Studierenden die Studienbriefe und Lernunterlagen in Papier oder online zur Verfügung gestellt werden. Zu den Inhalten werden Aufgaben gestellt, die als Studienbrief-, PreReading- oder Modulaufgaben online zu beantworten sind. Die eingereichten Ergebnisse werden bewertet und es wird individuell Feedback gegeben. Eine Online-Plattform unterstützt die Interaktion zwischen der Lehrgangsleitung, den einzelnen Lehrbeauftragten und den Studierenden.

- (1) Ergänzt durch Präsenzeinheiten wird die Fernlehre bei jenen Lerninhalten, deren Vermittlung didaktisch durch Anwesenheit bei einem Workshop qualitativ deutlich bessere Lernergebnisse erzielt als im Vergleich zur Fernlehre.
- (2) Da der Anteil an Präsenzzeiten pro Lehrgangsstart verschieden sein kann, ist die Aufgliederung in Fernstudieneinheiten und Präsenzzeiten den Studierenden vor Beginn des Universitätslehrganges in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 12. Prüfungsordnung

- (1) Im Rahmen des Universitätslehrganges ist eine Abschlussprüfung abzulegen, diese umfasst:
 - a) mündliche und/oder schriftliche Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten über alle Fächer des Unterrichtsprogramms wie in § 10 angeführt.
 - b) Erstellung und positive Beurteilung einer Reflexionsarbeit.
- (2) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistung vorliegt.

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale nach Maßgabe der Möglichkeiten.

§ 14. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Absolvierung des Universitätslehrganges ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

166. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „General Management College“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „General Management College“ hat das Ziel, eine qualitativ anspruchsvolle Weiterbildung im Bereich General Management anzubieten und dabei einen hohen internationalen Standard zu erreichen.

Zukünftige Führungskräfte und andere LeistungsträgerInnen sollen in diesem Universitätslehrgang auf die hohen Anforderungen im Management in besonderer Weise vorbereitet werden.

Dazu gehört vor allem die Weiterentwicklung der Management Skills.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs General Management College sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den gewählten Fächern des Unterrichtsprogramms in der Lage,

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden,
- praktisch erworbene Handlungsweisen durch Beschäftigung mit den theoretischen Grundlagen einzuordnen, abzugrenzen und mit neuen Erkenntnissen zu verknüpfen,
- ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zu analysieren und zu reflektieren, sowie daraus Entwicklungspotentiale abzuleiten.

Diesem Lehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante angeboten. Die Organisation des Studiums erfolgt wahlweise im reinen Fernstudium oder im Blended Learning Modus. Die Unterrichtssprache ist deutsch und/oder englisch.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante 2 Semester, im Vollzeitstudium 1 Semester.

§5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „General Management College“ ist

- a) die allgemeine Universitätsreife und mindestens 2 Jahre studienrelevante Berufserfahrung im Wirtschaftsbereich in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden). Dies ist im Rahmen des Aufnahmeverfahrens zu beurteilen oder
- b) bei fehlender Universitätsreife mindestens 5 Jahre studienrelevante Berufserfahrung im Wirtschaftsbereich in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden). Dies ist im Rahmen des Aufnahmeverfahrens zu beurteilen.

§6. Studienplätze

- (1) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die für einen Lehrgang zur Verfügung stehen, ist von der wissenschaftlichen Leitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.
- (2) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt nach Maßgabe vorhandener Studienplätze. Bei Platzmangel werden die Studienplätze in der Reihenfolge des Eintreffens der verbindlichen schriftlichen Bewerbung vergeben.

§7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm des Universitätslehrganges „General Management College“ besteht aus 2 Pflicht- und 6 Wahlfächern und umfasst insgesamt 28 ECTS.

Die Auswahl der Fächer des Unterrichtsprogramms ist in einem gesonderten Dokument (**Learning Agreement**, unterzeichnet von der Studierenden bzw. dem Studierenden und der Lehrgangslitung) dem Studierendenakt beizulegen und ist Basis für die abzulegenden Prüfungen. Ebenso wird darin festgelegt, welche Fächer im reinen Fernstudium und welche im Blended Learning Modus absolviert werden.

	ECTS	UE
Pflichtfächer		
1 - Fundamentals of Management	3,5	0
2 - Fundamentals of Analytics and Economics	3,5	0
Wahlfächer		
3 - Business Analytics & Research Methods	3,5	24
4 - Managerial Economics & Global Business Environment	3,5	24
5 - Controlling & Reporting	3,5	24
6 - Corporate Financial Management	3,5	24
7 - Strategic Management & Competitive Analysis	3,5	24
8 - Marketing Management	3,5	24
9 - International Business	3,5	24
10 - Business Ethics	3,5	24
11 - Managing People	3,5	24
12 - Leadership	3,5	24

13 - Managing Complexity & Projekt Management	3,5	24
14 - Knowledge Management & Innovation	3,5	24
15 - Project Management & Operational Excellence	3,5	24
Summe	28	144

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen werden, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.
- (3) Die Pflichtfächer werden ausschließlich online angeboten. Die Wahlfächer können sowohl in reinem Fernstudium als auch im Blended Learning Modus angeboten werden.

§ 10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:

- Prüfungen über die beiden Pflichtfächer und alle gewählten Fächer des Unterrichtsprogramms.
- Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- Leistungen aus den Universitätslehrgängen „Wirtschaftskompetenz“, „Business Management College“, „Business Management (Akad. BM)“ und „Betriebsorganisation“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem Studierenden/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

§ 13 Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit der Veröffentlichung in Kraft.

§ 14 Übergangsbestimmung

Studierende, die vor Inkrafttreten der Verordnung vom Mitteilungsblatt 99/2016 zugelassen wurden, schließen noch nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt 25/2008 ab. Mit Ende des WS 2018/19 tritt jene Verordnung außer Kraft. Eine Absolvierung ist dann nur mehr nach dem vorliegenden Curriculum möglich.

Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist ein Wechsel in die vorliegende Variante auch schon vor Ablauf der genannten Frist möglich.

167. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „General Management“ Akademische/r General Manager/in (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

Allgemeine Bestimmungen

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „General Management“ hat das Ziel, eine qualitativ anspruchsvolle Weiterbildung im Bereich General Management anzubieten und dabei einen hohen internationalen Standard zu erreichen.

Zukünftige Führungskräfte und andere LeistungsträgerInnen sollen in diesem Universitätslehrgang auf die hohen Anforderungen im Management in besonderer Weise vorbereitet werden.

Dazu gehört vor allem die Weiterentwicklung der Management Skills.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs General Management

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Unterrichtsprogramms in der Lage,

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden,
- praktisch erworbene Handlungsweisen durch Beschäftigung mit den theoretischen Grundlagen einzuordnen, abzugrenzen und mit neuen Erkenntnissen zu verknüpfen,
- theoretisches Know-how in eigenständiger Planung und Durchführung in ihren Arbeitsbereichen und in Projekten als ManagerInnen umzusetzen,
- branchenübergreifend tätig zu sein, wesentliche Herausforderungen zu identifizieren und adäquat umzusetzen,
- ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zu analysieren und zu reflektieren, sowie daraus Entwicklungspotentiale abzuleiten.

Diesem Lehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

§2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante angeboten. Die Organisation des Studiums erfolgt wahlweise im reinen Fernstudium oder im Blended Learning Modus. Die Unterrichtssprache ist deutsch und/oder englisch.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante 3 Semester, im Vollzeitstudium 2 Semester.

§5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „General Management“ ist

- a) die allgemeine Universitätsreife und mindestens 2 Jahre studienrelevante Berufserfahrung im Wirtschaftsbereich in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden). Dies ist im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens zu beurteilen oder
- b) bei fehlender Universitätsreife mindestens 5 Jahre studienrelevante Berufserfahrung im Wirtschaftsbereich in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden). Dies ist im Rahmen des Aufnahmeverfahrens zu beurteilen.

§6. Studienplätze

- (1) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die für einen Lehrgang zur Verfügung stehen, ist von der wissenschaftlichen Leitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.
- (2) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt nach Maßgabe vorhandener Studienplätze. Bei Platzmangel werden die Studienplätze in der Reihenfolge des Eintreffens der verbindlichen schriftlichen Bewerbung vergeben.

§7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm des Universitätslehrganges „General Management“ besteht aus 12 Pflichtfächern, Wahlfächern im Ausmaß von 7 ECTS, einer Projektarbeit im Ausmaß von 11 ECTS und umfasst insgesamt 60 ECTS.

Die Auswahl der Fächer des Unterrichtsprogramms ist in einem gesonderten Dokument (**Learning Agreement**, unterzeichnet von der Studierenden bzw. dem Studierenden und der Lehrgangsleitung) dem Studierendenakt beizulegen und ist Basis für die abzulegenden Prüfungen. Ebenso wird darin festgelegt, welche Fächer im reinen Fernstudium und welche im Blended Learning Modus absolviert werden.

	ECTS	UE
Pflichtfächer		
1 - Fundamentals of Management	3,5	0
2 - Fundamentals of Analytics and Economics	3,5	0
3 - Business Analytics & Research Methods	3,5	24

4 - Managerial Economics & Global Business Environment	3,5	24
5 - Controlling & Reporting	3,5	24
6 - Corporate Financial Management	3,5	24
7 - Strategic Management & Competitive Analysis	3,5	24
8 - Marketing Management	3,5	24
9 - International Business	3,5	24
10 - Business Ethics	3,5	24
11 - Managing People	3,5	24
12 - Leadership	3,5	24
Wahlfächer		
Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Knowledge Management & Innovation	3,5	24
Project Management & Operational Excellence	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Hong Kong	3,5	24
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley	3,5	24
Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder	3,5	24
Study Trip to Brasil	3,5	24
Study Trip to Russia	3,5	24
Study Trip to Africa	3,5	24
Study Trip to China	3,5	24
Study Trip to Oman and United Arab Emirates	3,5	24
Projektarbeit	11	0
Summe	60	288

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen werden, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.
- (3) Die Pflichtfächer 1 und 2 werden ausschließlich online angeboten. Die weiteren Pflichtfächer und Wahlfächer können sowohl in reinem Fernstudium als auch im Blended Learning Modus angeboten werden.

§10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:

- Prüfungen über die Pflichtfächer und die gewählten Fächer des Unterrichtsprogramms.
- Verfassung und positive Beurteilung der Projektarbeit.

- Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- Leistungen aus den Universitätslehrgängen „Wirtschaftskompetenz“, „Business Management College“, „Business Management (Akad. BM)“, „Betriebsorganisation“ und „General Management College“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem Studierenden/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen und die Bezeichnung „Akademischer General Manager“/„Akademische General Managerin“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit der Veröffentlichung in Kraft.

§ 14 Übergangsbestimmung

Studierende, die vor Inkrafttreten der Verordnung vom Mitteilungsblatt 99/2016 zugelassen wurden, schließen noch nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt 25/2008 ab. Mit Ende des WS 2019/20 tritt jene Verordnung außer Kraft. Eine Absolvierung ist dann nur mehr nach dem vorliegenden Curriculum möglich.

Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist ein Wechsel in die vorliegende Variante auch schon vor Ablauf der genannten Frist möglich.

168. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Master in Business Administration“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

§ 1. Weiterbildungsziel

MBA Programme werden international je nach beruflicher Erfahrung als Aufbaustudien MBA und als Executive MBA angeboten.

MBA Aufbaustudien dienen der Fortbildung von AkademikerInnen, die in der Regel keinen wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss haben und mit einer wissenschaftlich fundierten, an der Praxis des Wirtschaftslebens orientierten Weiterbildung, ihre Chancen für ein berufliches Weiterkommen verbessern wollen.

Es ist das Ziel des Master in Business Administration auf wissenschaftlicher Grundlage durch eine State-of-the-Art General Management Weiterbildung zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer beizutragen. Insbesondere sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Wahrnehmung der Führungsrolle gestärkt werden sowie wirtschaftlichen Kompetenzen erwerben bzw. vertiefen.

Der Master in Business Administration adressiert explizit Akademikerinnen und Akademiker, die bereits ein Grundstudium mit mindestens 240 ECTS abgeschlossen haben und zusätzliche Kompetenzen im wirtschaftlichen Bereich erwerben wollen.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrganges Master in Business Administration

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in der Lage,

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden,
- praktisch erworbene Handlungsweisen durch Beschäftigung mit den theoretischen Grundlagen einzuordnen, abzugrenzen und mit neuen Erkenntnissen zu verknüpfen,
- theoretisches Know-how in eigenständiger Planung und Durchführung in ihren Arbeitsbereichen und in Projekten als ManagerInnen umzusetzen,
- branchenübergreifend tätig zu sein, wesentliche Herausforderungen zu identifizieren und adäquat umzusetzen,
- ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zu analysieren und zu reflektieren, sowie daraus Entwicklungspotentiale abzuleiten.

Diesem Lehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante angeboten. Die Organisation des Studiums erfolgt wahlweise im reinen Fernstudium oder im Blended Learning Modus. Der Universitätslehrgang wird in deutscher und/oder englischer Sprache angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

In der Vollzeitvariante umfasst der Lehrgang zwei Semester mit 60 ECTS-Punkten. In der berufsbegleitenden Variante umfasst der Lehrgang drei Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Als Voraussetzungen für die Zulassung zum Master in Business Administration gelten:

- a) Ein abgeschlossenes inländisches Hochschulstudium aller Studienrichtungen mit mindestens 240 ECTS bzw. ein inländisches Bachelorstudium aller Studienrichtungen und weiterführende Studien im Gesamtausmaß von mindestens 240 ECTS; oder
- b) nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossene gleichwertige Hochschulstudien.
- c) Zudem müssen die vom Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften angebotenen Online-Fächer
 - General Management, Accounting, Cost Accounting
 - Economics, Business Mathematics and Statisticspositiv absolviert worden sein.
- d) Absolvierung des Inbound-Tests als Voraussetzung für die Messung der Learning Outcomes nach Abschluss des Studiums (Outbound-Test).

§ 6. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleiterin oder dem Lehrgangsleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm besteht aus Fächern. Es sind Pflichtfächer im Umfang von 35 ECTS und Wahlfächer im Ausmaß von 7 ECTS zu absolvieren, sowie eine Master Thesis im Umfang von 18 ECTS zu verfassen.

Die Auswahl der Fächer des Unterrichtsprogramms ist in einem gesonderten Dokument (**Learning Agreement**, unterzeichnet von der Studierenden bzw. dem Studierenden und der Lehrgangsleitung), dem Studierendenakt beizulegen und ist Basis für die abzulegenden Prüfungen. Ebenso wird darin festgelegt, welche Fächer im reinen Fernstudium und welche im Blended Learning Modus absolviert werden.

Pflichtfächer	ECTS	UE
1 Business Analytics & Research Methods	3,5	24
2 Managerial Economics & Global Business Environment	3,5	24
3 Controlling & Reporting	3,5	24
4 Corporate Financial Management	3,5	24
5 Strategic Management & Competitive Analysis	3,5	24
6 Marketing Management	3,5	24
7 International Business	3,5	24
8 Business Ethics	3,5	24
9 Managing People	3,5	24
10 Leadership	3,5	24
Wahlfächer		
Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Knowledge Management & Innovation	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Hong Kong	3,5	24
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley	3,5	24
Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder	3,5	24
Study Trip to Brasil	3,5	24
Study Trip to Russia	3,5	24
Study Trip to Africa	3,5	24
Study Trip to China	3,5	24
Study Trip to Oman and United Arab Emirates	3,5	24
Project Management & Operational Excellence	3,5	24
MASTER THESIS	18	
Summe	60	288

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen werden, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.
- (3) Die Pflichtfächer und die Wahlfächer können sowohl in reinem Fernstudium als auch im Blended Learning Modus angeboten werden.

§ 10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:

- Schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über alle Pflichtfächer und Wahlfächer
- Verfassung und positiver Beurteilung sowie Verteidigung einer Master Thesis. Vor der Verteidigung der Master Thesis ist der Outbound-Test zu absolvieren.
- Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad „Master of Business Administration“ (MBA) zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit der Veröffentlichung in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmung

Studierende, die vor WS 2015/16 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt Nr. 60 vom 27. Oktober 2011 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.

Studierende, die ab WS 2015/16 und vor in Kraft treten der Verordnung vom Mitteilungsblatt 99/2016 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt Nr. 77 vom 29. Oktober 2015 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.

169. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Professional MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

§ 1. Weiterbildungsziel

MBA Programme werden international je nach beruflicher Erfahrung als Aufbaustudien MBA und als Executive MBA angeboten.

MBA Aufbaustudien mit und ohne vertiefendem Zusatz dienen der Fortbildung von AkademikerInnen und Personen mit langjähriger qualifizierter Berufserfahrung die in aller Regel keinen wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss haben und mit einer wissenschaftlich fundierten, an der Praxis des Wirtschaftslebens orientierten Weiterbildung ihre Chancen für ein berufliches Weiterkommen ganz allgemein (General Management) oder für ihr Weiterkommen in bestimmten Branchen oder Berufsfeldern (General Management kombiniert mit einer Vertiefung) verbessern wollen.

Es ist das besondere Ziel dieses Universitätslehrganges, als Aufbaustudium auf wissenschaftlicher Grundlage mit branchen-/funktionsorientierten Vertiefungen zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer beizutragen.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs Professional MBA

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums in der Lage,

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden,
- praktisch erworbene Handlungsweisen durch Beschäftigung mit den theoretischen Grundlagen einzuordnen, abzugrenzen und mit neuen Erkenntnissen zu verknüpfen
- theoretisches Know-how in eigenständiger Planung und Durchführung in ihren Arbeitsbereichen und in Projekten als ManagerInnen umzusetzen
- branchenübergreifend tätig zu sein, wesentliche Herausforderungen zu identifizieren und adäquat umzusetzen
- ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zu analysieren und zu reflektieren, sowie daraus Entwicklungspotentiale abzuleiten

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern der Vertiefungen in der Lage,

- betriebswirtschaftliche Zusammenhänge in den jeweiligen branchen- bzw. funktionsorientierten Bereichen zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden
- relevante Schnittstellen zwischen den einzelnen Funktionen der Betriebswirtschaftslehre und den erforderlichen Kenntnissen in den einzelnen Branchen

zu identifizieren und Kohärenzen für den weiterführenden fachlichen Austausch zu finden

Diesem Lehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen so kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante angeboten. Die Organisation des Studiums erfolgt wahlweise im reinen Fernstudium oder im Blended Learning Modus. Die Unterrichtssprache ist Deutsch und/oder Englisch.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante 4 Semester, im Vollzeitstudium 3 Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium und mindestens 2 Jahre Berufserfahrung oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium und mindestens 2 Jahre Berufserfahrung oder
- c) die allgemeine Universitätsreife und mindestens 6 Jahre einschlägige Berufserfahrung in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden), wenn damit eine einem Hochschulstudium gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Dies ist im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens zu beurteilen oder
- d) bei fehlender Universitätsreife mindestens 10 Jahre einschlägige Berufserfahrung in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden), wenn damit eine einem Hochschulstudium gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Dies ist im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens zu beurteilen.

AbsolventInnen des berufsbegleitenden Studiengangs zum/zur Betriebswirt/in (VWA) wird die Fortbildungszeit angerechnet. Dadurch verkürzt sich der Nachweis der oben angeführten erforderlichen beruflichen, einschlägigen Tätigkeit um 3 Jahre. Mit dem Studiengang Betriebswirt/in (VWA) werden 180 ECTS-Punkte erworben. Basis für diese Weiterbildung bilden die Rahmen-Prüfungsordnung und Rahmen-Studienordnung des Bundesverbandes Deutscher Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademien e. V. für Weiterbildungsstudiengänge an Verwaltungs- und Wirtschaftsakademien vom 17. September 2010.

AbsolventInnen des berufsbegleitenden Studiengangs Geprüfter Betriebswirt/Geprüfte Betriebswirtin (IHK) wird die Fortbildungszeit angerechnet. Dadurch verkürzt sich der Nachweis der oben angeführten erforderlichen beruflichen, einschlägigen Tätigkeit um 3 Jahre. Basis für diese Weiterbildung bildet der IHK-Bildungsrahmen gemäß Verordnung

über die Prüfung zum anerkannten Abschluss Geprüfter Betriebswirt/Geprüfte Betriebswirtin vom 22. Nov. 2004 nebst Anhang der Verordnung vom 12. Juli 2006).

e) Zusätzlich zu a) – d) ist im Aufnahmeverfahren ein Aufnahmegespräch zu führen, in dem die Lehrgangsleitung gemeinsam mit der/dem Studierenden die Auswahl der Fächer aufgrund der gewählten Vertiefung vornimmt und im Learning Agreement festhält.

f) Absolvierung des Inbound-Tests als Voraussetzung für die Messung der Learning Outcomes nach Abschluss des Studiums(Outbound-Test).

§ 6. Studienplätze

(1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.

(2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleiterin oder dem Lehrgangsleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

(3) Die Vertiefungen werden nur bei Erreichen der von der Lehrgangsleitung festgelegten Mindestanzahl von Studierenden durchgeführt.

(4) Die verbindliche Abhaltung von Vertiefungen ist den Studierenden vor Beginn des Lehrgangs bekannt zu geben.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm setzt sich aus mehreren Fächern zusammen, woraus 70 ECTS zu wählen sind. Darüber hinaus ist eine Master Thesis im Umfang von 20 ECTS zu verfassen. Die Fächer werden für den jeweiligen Lehrgang vor dessen Beginn von der Lehrgangsleitung festgelegt und sind in geeigneter Weise bekannt zu machen.

Teile des Curriculums sind

A) Kerncurriculum: Es sind grundsätzlich 49 ECTS zu absolvieren. In Abstimmung mit der Lehrgangsleitung können in Ausnahmefällen (je nach Vertiefung) 42 bzw. 45,5 ECTS gewählt werden, wobei die Fächer 1 und 2 auf jeden Fall verpflichtend sind.

B) Vertiefung: Es ist eine Vertiefung aus den unten angeführten Vertiefungen zu wählen. Je Vertiefung sind Fächer im Ausmaß von mindestens 21 ECTS zu wählen. Über die Zusammensetzung der zu wählenden Fächer entscheidet die Lehrgangsleitung vor Lehrgangsbeginn. Die Auswahl der Fächer des Unterrichtsprogramms ist in einem gesonderten Dokument (**Learning Agreement**, unterzeichnet von der Studierenden bzw. dem Studierenden und der Lehrgangsleitung) dem Studierendenakt beizulegen und ist Basis für die abzulegenden Prüfungen. Ebenso wird darin festgelegt, welche Fächer im reinen Fernstudium und welche im Blended Learning Modus absolviert werden.

Die Vertiefung „General Management“ kann auch als reine Fernstudienvariante absolviert werden (dazu siehe nähere Bestimmung in der Tabelle).

Die Lehrgangsleitung entscheidet darüber, welche der unten genannten Vertiefungen und Fächer - für den jeweiligen Lehrgangstart angeboten werden.

Vertiefungen

- Advanced Marketing Management
- Aviation Management
- Biotech, Pharma & MedTech Management

- Business Performance Management
- Change Management
- Controlling
- Corporate Responsibility & Business Ethics
- Energy Innovation
- Entrepreneurship & Innovation Management
- Finance
- Financial Planning
- General Management
- Human Resource Management
- Industrial Management
- Informationsdesign
- Innovationsmanagement
- International Business
- Leisure-, Entertainment- and Gaming Business Management
- Logistik und Supply Chain Management
- Marketing- and Digital Marketing Management
- Marketing- and Brand Management
- Marketing & Sales
- Nachhaltiges Mobilitätsmanagement
- Prozessmanagement
- Qualitätsmanagement
- Restrukturierung & Unternehmensplanung
- Strategic Management & Organizational Change
- Strategisches Management & Restrukturierung
- Wirtschaftsrecht
- Wissensmanagement

C) Ergänzungsfächer

Wenn in Kerncurriculum und Vertiefung weniger als insgesamt 70 ECTS gewählt wurden, werden die fehlenden ECTS, von der Lehrgangsleitung aus den Ergänzungsfächern unter Berücksichtigung der Vorkenntnisse des Studierenden zusammengestellt.

Die Lehrgangsleitung entscheidet darüber, welche Ergänzungsfächer für den jeweiligen Lehrgangstart angeboten werden.

D) Master Thesis (20 ECTS)

A) Kerncurriculum		
	ECTS	UE
Pflichtfächer		
1 - Fundamentals of Management	3,5	0
2 - Fundamentals of Analytics and Economics	3,5	0
Wahlfächer		
3 - Business Analytics & Research Methods	3,5	24
4 - Managerial Economics & Global Business Environment	3,5	24
5 - Controlling & Reporting	3,5	24
6 - Corporate Financial Management	3,5	24
7 - Strategic Management & Competitive Analysis	3,5	24

8 - Marketing Management	3,5	24
9 - International Business	3,5	24
10 - Business Ethics	3,5	24
11 - Managing People	3,5	24
12 - Leadership	3,5	24
13 - Managing Complexity & Project Management	3,5	24
14 - Knowledge Management & Innovation	3,5	24
B) Vertiefungen (Specializations)		
Vertiefung: Advanced Marketing Management		
Marketing Strategies and Marketing Planning	3,5	24
Consumer and Buyer Insights & Market Research	3,5	24
Management of Products, Services and Innovations	3,5	24
Integrated Marketing Communications and Digital Marketing	3,5	24
Global Marketing Management	3,5	24
Brand Management	3,5	24
Marketing Channels and Sales Force Management	3,5	24
Personal Selling and Negotiation	3,5	24
E-Marketing and Interactive Marketing	3,5	24
Marketing Budgeting, Marketing Implementation, and Marketing Control	3,5	24
Current Challenges of Marketing Management	3,5	24
Digital Marketing	3,5	24
Integrated Marketing Communications	3,5	24
Distribution and Multichannel Marketing	3,5	24
Marketing Simulation online	3,5	0
Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Aviation Management		
Legal and Regulatory Framework of Aviation	3,5	24
Contractual and Non-Contractual Liabilities and Related Issues	3,5	24
The Economic, Social and Environmental role of Airports	3,5	24
Airport Competition and the economic, social and environmental impact	3,5	24
Airline Business Management	3,5	24
Airline Financial Management	3,5	24
Air Traffic Management: System & Operations	3,5	24
Sustainable Aviation Management	3,5	24

Vertiefung: Biotech, Pharma & MedTech Management		
Innovation & Market Access	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Health Care Markets I • Innovation • Case Study & Excursion • Technology Transfer • Approaches to Financing • Dealmaking, Negotiations 		
Digitalization & New Business Models	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Health Care Markets II • Digitalization in Healthcare • Big Data Management • Precision Medicine • R&D Strategies • New Business Models 		
Quality and Regulations	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Quality Management • Compliance & Governance • Regulatory Affairs • GMP/GLP/GDP/GCP • Supply Chain Management • Lean Management 		
Vertiefung: Business Performance Management		
Corporate Information & Performance Management	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Business Performance Management (Strategic, Tactic, Operative Planning) • Process Performance Measurement • Forecasting Methods (Data Extrapolation, Trends,..) • Development of Business Intelligence Strategies 		
Business Statistics & Change Management	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to Statistical Methods • Applied Business Statistics • Change Management 		
Data, Data Warehousing, Business Intelligence Concepts & Basic Business Intelligence Services	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Concepts of Analytical Information Systems • Overview of Database Management Systems & Data Types • Data Warehousing (Data Provisioning Services) • Business Intelligence Services (1) 		
Advanced Business Intelligence Services	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Business Intelligence Services (2) • Advanced Business Intelligence Applications & Case Studies • Knowledge Discovery & Data Mining • Visual Business Intelligence & Current Developments 		

Vertiefung: Change Management		
Grundlagen im Change Management	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Prozessmodelle des Change Managements • Corporate Culture, Führung und Veränderung • Landkarten zum Veränderungsmanagement • Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel • Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign • Change Communication 		
Organisationsentwicklung	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Einsatzgebiete der Organisationsentwicklung • Vergleich mit und Abgrenzung zu anderen Methoden: Fachberatung, Systemische Organisationsberatung, Personal- und Teamentwicklung • Phasen der OE (projekt-/organisationsbezogen) • Analyse- und Diagnosewerkzeuge bei OE-Projekten • Interventionstechniken auf den Ebenen Individuum, Gruppe, Organisation • Umgang mit Konflikten 		
Vertiefung in den Methoden des Change Managements	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Strategieentwicklung im Rahmen von Change-Projekten • Betriebswirtschaftliche Aspekte • Fallbeispiele für Unternehmenstransformation • Führungsverhalten (Leadership) / Entwicklung von Visionen / Personalentwicklung • Orientierung zum Einsatz unterschiedlicher Methoden (z.B. Durchführung von Großgruppen-Veranstaltungen zur Vermittlung der Vision) 		
Transformationsmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Veränderungsvorhaben nach dem Transformationsmanagement-Ansatz aufsetzen • Projektmanagement in Transformations-Projekten anwenden • Umgang mit Affekten und schwierigen sozialen Situationen erlernen • Leistungsprozess-Methodenset einsetzen • Zweckmäßige Haltungen sowie Tools zur Lösungsgenerierung beherrschen • Moderation, Zwischenbewertung und Entscheidungsfindung einsetzen 		
Vertiefung: Controlling		
Controlling und Business Planning	3,5	24
Cost & Performance Management I	3,5	24
Cost & Performance Management II	3,5	24
Investitions- und Finanzcontrolling	3,5	24

Corporate Finance	3,5	24
Capstone Unit	3,5	24
Unternehmenspolitik und Corporate Responsibility	3,5	24
Strategisches Management	3,5	24
Managementinformationssysteme	3,5	24
Reporting und Präsentation	3,5	24
Internationale Rechnungslegung I	3,5	24
Internationale Rechnungslegung II	3,5	24
Risikomanagement	3,5	24
Risikomanagement und Frühwarnsysteme	3,5	24
Managerial Economics	3,5	24
Business Contingency Planning	3,5	24
Wertorientierte Unternehmenssteuerung	3,5	24
Wertorientiertes Marketing	3,5	24
Vertiefung: Corporate Responsibility & Business Ethics		
Economic Ethics I	3,5	24
Economic Ethics II	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics I	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics II	3,5	24
Management Ethics I	3,5	24
Management Ethics II	3,5	24
Interkulturelle Kompetenzen/Intercultural Competences I	3,5	24
Interkulturelle Kompetenzen/Intercultural Competences II	3,5	24
Internationale Beziehungen I	3,5	24
Internationale Beziehungen II	3,5	24
Migrationsmanagement/Migration Management I	3,5	24
Migrationsmanagement/Migration Management II	3,5	24
Menschenrechte I	3,5	24
Menschenrechte II	3,5	24
Rechtliche und politische Rahmenbedingungen der Energie Autarkie	3,5	24
Potentiale der Erneuerbaren Energie	3,5	24
Energieeffizienzmanagement	3,5	24
Energiemanagementsysteme und -tools	3,5	24
Energie und CO ₂ Märkte	3,5	24
Strategien für die Umsetzung von Energieeffizienz	3,5	24
Vertiefung: Energy Innovation		
Rechtliche und politische Rahmenbedingungen der Energie Autarkie	3,5	24
Potentiale der Erneuerbaren Energie	3,5	24

Regenerative Energie- und Anlagentechnik	3,5	24
Technisches Energiemanagement und Energieeffizienztechnologie	3,5	24
Consulting und Coaching Know-how	3,5	24
Management Kompetenzen I	3,5	24
Rechtliche und politische Rahmenbedingungen der Energieeffizienz	3,5	24
Management Kompetenzen II	3,5	24
Energieeffizienzmanagement	3,5	24
Energiemanagementsysteme und -tools	3,5	24
Energie und CO ₂ Märkte	3,5	24
Strategien für die Umsetzung von Energieeffizienz	3,5	24
Economic Ethics I	3,5	24
Economic Ethics II	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics I	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics II	3,5	24
Vertiefung: Entrepreneurship & Innovation Management		
Entrepreneurship Fundamentals	3,5	24
Creativity & Entrepreneurial Decision Making	3,5	24
Business Plan Development	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Business Planning • New Venture Growth • Modern Start-up Concepts 		
Business Simulation (online)	7	0
<ul style="list-style-type: none"> • Integrated Business Perspective • Entrepreneurial Decision Making • International Management 		
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley	7	48
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Gründungscoaching	3,5	24
Mind Management	3,5	24
Projekt- und Veränderungsmanagement	3,5	24
Innovations- und Wissensmanagement	7	48
Advanced Business Planning	3,5	24
Vertiefung: Finance		
Introductory Finance	3,5	24
Principles of Finance	3,5	24
Investments I	3,5	24
Investments II	3,5	24
Corporate Finance I	3,5	24
Corporate Finance II	3,5	24

Topics in Corporate Finance I	3,5	24
Topics in Corporate Finance II	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Empirical Finance I	3,5	24
Empirical Finance II	3,5	24
Behavioral Finance	3,5	24
Experimental Finance	3,5	24
Vertiefung: Financial Planning		
Grundzüge des Rechts	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Wertpapierrecht • Steuerrecht • Unternehmensrecht 		
Einführung in die Finanzmathematik	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Zins- und Zinseszinsrechnung • Renten- und Tilgungsrechnung 		
Finanzierungen	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Kredit- und Finanzwirtschaft mit Fokus auf Hypothekar- und Privatkredite • Leasingfinanzierung 		
Vermögensaufbau, Vermögenserhalt, Veranlagungen	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Wertpapiere • Wirtschaftliche Beteiligungen • Immobilienveranlagung • Spareinlagen und Bausparen 		
Wertpapieranalyse	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Anleihenanalyse • Aktienanalyse • Fondsanalyse • Risikomanagement 		
Versicherungen	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Versicherungsrecht • Sach- und Personenversicherung • Betriebliches und privates Vorsorge-Management 		
Vertiefung: General Management		
<p>Es sind Fächer aus den anderen Vertiefungen oder der Liste der Ergänzungsfächer im Ausmaß von mindestens 21 und maximal 28 ECTS zu wählen.</p> <p>Wird diese Vertiefung als reines Fernstudium gewählt, dann sind 21 ECTS aus den folgenden Fächern verpflichtend:</p>		
Angewandtes Wirtschaftsrecht	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung Privatrecht • Öffentliches Recht • Unternehmensrecht • Gesellschaftsrecht • Arbeitsrecht 		

Business Simulation	7	48
Wettbewerbsorientiertes Planspiel, das die Themenfelder der Betriebswirtschaftslehre anhand eines fiktiven Unternehmens vermittelt. Alle wesentlichen Unternehmensbereiche (Marketing, Strategisches Management, Buchhaltung...) müssen im Zuge des Planspiels von den Teilnehmenden aufeinander abgestimmt und gesteuert werden. Die Produkte werden dementsprechend im Wettbewerb zu anderen virtuellen Unternehmen auf dem simulierten Markt positioniert.		
Wertorientierte Unternehmenssteuerung	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Grundkonzept(e) der wertorientierten Unternehmenssteuerung • Ermittlung des Unternehmenswerts bzw. Wertsteigerungspotenzials • Erfolgsmessung im Rahmen des wertorientierten Controllings 		
Business Intelligence	3,5	24
<ul style="list-style-type: none"> • Business Intelligence als Entscheidungsunterstützung • Grundlagen der Datenerhebungs-, Auswertungs- und Speicherungsmethoden • Erfolgsmessung der Online Aktivitäten • Social Media Analytics, Erfolgsmessung von Social Media Kanälen • Webanalytics 		
Digital Business Intelligence	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Thematik Big Data • Erläuterung der verschiedenen Datenerhebungs- und Datenspeicherungs- und Datenauswertungsmethoden • Darstellung der Ziele, Einsatzbereiche, Anspruchsgruppen, Fachbegriffe und die betriebliche Verankerung von Digital Analytics / Web Analytics • Darstellung der verschiedenen Webkennzahlen- und Webkennzahlensysteme • Digital Analytics Softwarelösungen (Google Analytics) • Darstellung der zukünftigen Herausforderungen von Digital Analytics 		
Vertiefung: Human Resource Management		
Strategisches Human Resource Management	3,5	24
Zukunft der Arbeit	3,5	24
Verhalten in Organisationen	3,5	24
Organisationsdesign	3,5	24
Performance & Compensation Management	3,5	24
Good Practice in Human Resource Management	3,5	24
Vertiefung: Industrial Management		
Projektmanagement im industriellen Umfeld	3,5	24
Projekt Engineering und Projekt Design	3,5	24

Organisation und Kennzahlensteuerung	3,5	24
Auftrags- und Qualitätsmanagement	3,5	24
Change Management in Industriebetrieben	3,5	24
Performance Management	3,5	24
Vertiefung: Informationsdesign		
Grundlagen im Informationsdesign	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Advance Organizer / Rahmenbedingungen des Informationsdesigns • Qualitätskriterien • nationale, internationale, kulturelle und geschichtliche Aspekte • rechtliche Rahmenbedingungen 		
Best Practices		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales Informationsdesign 	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Readability: Lesbarkeit, Sinnerfassung, quantitative Parameter • Textverständlichkeit, Textsorten • Plain Language • Typo-Orthografie • Schriftgestaltung • Ästhetik und Sprache 		
Kognitionspsychologische Aspekte		
<ul style="list-style-type: none"> • Visuelles Informationsdesign 	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Daten-, Informationsvisualisierung • Piktogramme, Leitsysteme • Geschichtliche, gesellschaftliche Dimension 		
Kartografische Information		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexes Informationsdesign 	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Themen • Design for all • Interaktion • Multi-sensorisches Design • Mensch-Maschine 		
Geschichtliche, gesellschaftliche, kulturelle Dimensionen		
Vertiefung: Innovationsmanagement		
Grundlagen im Innovationsmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für Innovationsmanagement • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements • Methoden der Ideengenerierung und -realisierung • Methoden der Ideenverwertung • Strategisches Innovationsmanagement • Fallbeispiel: Erfolgsfaktoren für Innovationsmanagement-Projekte 		

Vertiefung in den Methoden des Innovationsmanagements	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Konzepte, Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements. • Open Innovation • Lead User-Konzept • Service Design • Ideen- und Innovationsmanagement 		
Technologie- und Produktmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Produktmanagement • Produkt- und Technologielebenszyklus • Trendscouting • Technologiemonitoring und –roadmapping • TRIZ -Theorie und Praxis des erfinderischen Problemlösens 		
Finanzierung, Marketing & Recht im Innovationsmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Rahmenbedingungen: Patentschutz, Arbeitnehmer-Erfindungs-Gesetz • Intellectual Property Rights Management • Mitbewerberanalysen • Businesspläne • Marketing für Innovationen • Finanzierung von Innovationen • Controlling von Innovationen 		
Vertiefung: International Business		
Global Strategic Management and the Multinational Enterprise	3,5	24
Global Leadership	3,5	24
Global Business Dynamics	3,5	24
Cross-Cultural Management	3,5	24
Corporate Finance I	3,5	24
Corporate Finance II	3,5	24
Global Marketing Management	3,5	24
Global Marketing and Managing Global Brands	3,5	24
Personal Selling and Negotiation	3,5	24
Logistikstrategien und Supply Chain Management	3,5	24
European and International Business Law	7	48
Business Simulation (online)	7	0
<ul style="list-style-type: none"> • Integrated Business Perspective • Entrepreneurial Decision Making • International Decision Making 		
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Hong Kong	3,5	24
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley	3,5	24
Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder	3,5	24

Study Trip to Brasil	3,5	24
Study Trip to Russia	3,5	24
Study Trip to Africa	3,5	24
Study Trip to China	3,5	24
Study trip to Oman and United Arab Emirates	3,5	24
Emerging Markets	3,5	24
Digital Marketing	3,5	24
Integrated Marketing Communications	3,5	24
Wirtschaftliche und politische Grundlagen der Globalisierung	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe relevanter ökonomischer und politischer Theorien • Verständnis historischer und globaler Veränderungsprozesse (u.a. postcolonial studies) • Aus- und Wechselwirkungen von Globalisierung auf Arbeits- und Handelsmärkte 		
Interkulturelles und Internationales Management	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Auseinandersetzung mit neueren Ansätzen Interkulturellen und Internationalen Managements • Bearbeitung von Case Studies und Verknüpfungen eigener Erfahrungen und Kenntnisse mit im Modul vermittelten Theorien 		
Interkulturelles Coaching	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung verschiedener Coaching-Tools • Eigenständige Entwicklung und Erweiterung des Repertoires an Methoden und Werkzeugen des interkulturellen Coachings 		
Interkulturelle Konflikttransformation und Mediation	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiede im Umgang mit Konflikten, • Praxis von Konflikttransformation 		
Internationale Wirtschaft – International Economics	3,5	24
Vertiefung: Leisure-, Entertainment- and Gaming Business Management		
Verantwortung und Glücksspiel	3,5	24
Corporate Social Responsibility (Business Ethics)	3,5	24
Technologie	3,5	24
Glücksspielrecht	3,5	24
Spiel, Gesellschaft & Spieltheoretische Grundlagen	3,5	24
Gamification, Nudging & Spiel aus psychologischer Sicht	3,5	24
Vertiefung: Logistik und Supply Chain Management		
Logistikstrategien und Supply Chain Management	3,5	24
Strategische Aspekte des Supply Chain Management	3,5	24
Demand Chain Management	3,5	24
Supply Chain Networks	3,5	24

Integrierte Prozessflussgestaltung und -steuerung in der Supply Chain	3,5	24
Technologien und Informationslogistik	3,5	24
Field Trip	3,5	24
Innerbetriebliche Logistik	3,5	24
Vertiefung: Marketing- and Digital Marketing Management		
Strategic Marketing & Marketing Planning Integrating Digital Marketing	3,5	24
Brand Management and Integrated Marketing Communications	3,5	24
Market and Consumer Insights, and the Digital Customer	3,5	24
Channel Management in the Digital Era	3,5	24
Digital Marketing Strategies	3,5	24
Social Media Marketing and Mobile Marketing	3,5	24
Digital Marketing Control	3,5	24
Current Challenges of Digital Marketing	3,5	24
Marketing Simulation online	3,5	0
Digital Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Marketing- and Brand Management		
Strategic Marketing and Brand Positioning	3,5	24
Consumer and Buyer Insights & Market Research	3,5	24
Brand Management and Brand Equity	3,5	24
Global Marketing and Managing Global Brands	3,5	24
The Brand Life Cycle	3,5	24
Integrated Marketing and Brand Communications	3,5	24
Digital Brand Communications	3,5	24
Brand Communications	3,5	24
Brand Channels	3,5	24
Marketing Simulation online	3,5	0
Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Marketing & Sales		
Marketing Research	3,5	24
Marketing Strategies & Marketing Planning	3,5	24
Global Marketing Management	3,5	24
Brand and Product Management	3,5	24
Marketing Channels and Distribution	3,5	24
Personal Selling and Negotiation Strategies	3,5	24
Management of Products, Services and Innovations	3,5	24
Integrated Marketing Communications and Digital Marketing	3,5	24

Sales Force and Key Account Management	3,5	24
Marketing Simulation online	3,5	0
Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Nachhaltiges Mobilitätsmanagement		
Gesellschaftliche Aspekte der Mobilität	3,5	24
Internationale und nationale Mobilitätsprojekte	3,5	24
Infrastruktur für Nachhaltige Mobilität	3,5	24
Energiebereitstellung für Nachhaltige Mobilität	3,5	24
Wirtschaftliche und Strategische Umsetzung	3,5	24
Stakeholder Konzepte	3,5	24
Economic Ethics I	3,5	24
Economic Ethics II	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics I	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics II	3,5	24
Vertiefung: Prozessmanagement		
Grundlagen im Prozessmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement • Funktionsorientierung vs. Prozessorientierung • Rollenbilder in funktions- und prozessorientieren Organisationen • Prozessmanagement vs. Qualitätsmanagement vs. Projektmanagement • Prozesslandkarte • Prozesskategorien • Prozess Lifecycle und Strategie • Prozessmanagement: 4 Schritte Methode • Strategisches Prozessmanagement mit der BSC 		
Vertiefung in den Methoden des Prozessmanagements	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Prozessmessung & Prozessmonitoring • Kennzahlen zur Messung und Steuerung einsetzen • Dokumente als Bausteine eines Managementsystems • Elektronische Handhabung von Dokumenten • Prozess-Assessment (ISO 15504) • Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) & Six Sigma • Der Mensch im Prozessmanagement • Prozesskostenrechnung 		

Supply Chain Management	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Prozessanalyse und Prozessbewertung • Marktbezogene Prozesstypen • Unternehmens- und Prozessstrategie • Durchlaufzeit- und Engpassanalyse • Prozessbezogene Bilanzanalyse • Grundlagen des Supply Chain Management • Kapazitätsmanagement • Bestandsmanagement • Revenue Management 		
Tools im Prozessmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Strategie versus Prozessmanagement versus Workflowmanagement • EAI- und Workflowmodellierung sowie ihre Besonderheiten • Prozessorientiertes EAI- und Workflowmanagement • Prozessüberwachung • Ausrichtung der IT-Strategie auf die Prozessorientierung des Unternehmens • Process-Driven Architecture (PDA) • Geschäftsservices & Serviceorientierung • Nutzen von BPMS Systemen • Einführung von BPMS Systemen 		
Vertiefung: Qualitätsmanagement		
Grundlagen im Qualitätsmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Definition und Abgrenzung von Begriffen • Prinzipien des Qualitätsmanagements • Überblick der Normen im Qualitätsmanagement • Rechtliche Aspekte des Qualitätsmanagements • Methodenüberblick des Qualitätsmanagements • Anforderungen an Qualitätsmanagement-Systeme • Aufbau und Umsetzung von Qualitätsmanagement-Systemen 		
Vertiefung in den Methoden des Qualitätsmanagements	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Q7, M7, K7 • Quality Engineering • Quality Function Deployment • Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse • Systematische Kreativität • DoE (design of experiments) 		

Umwelt- und Sicherheitsmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Überblick in Umwelt- Gesundheits- und Arbeitssicherheits-Managementsysteme • Vorgangsweise beim Aufbau eines Umwelt- und Arbeitssicherheits-Managementsystems • Umweltprüfung, Umwelt- und Ressourcenmanagement • Umweltbericht bzw. Umwelterklärung • Arbeitssicherheit und Arbeitnehmerschutz • Legal Compliance (Rechtskonformität im Umwelt- und Arbeitssicherheitsbereich) • Anforderungen an das Managementsystem und Integration in bestehende Systeme • Betriebsinternes Berichtswesen, Kennzahlen und Management Review • Grundlagen Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsbericht 		
Business Excellence	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensqualität - Qualität im Kontext von Management und Organisationsentwicklung • Excellence Modelle, EFQM Modell • verschiedene Bewertungsmethoden anhand des EFQM-Modells • Vertiefung RADAR-Logik 		
Vertiefung: Restrukturierung & Unternehmensplanung		
Grundlagen der Restrukturierung	3,5	24
Finanzielle Aspekte der Restrukturierung	3,5	24
Restrukturierung und M&A	3,5	24
Rechtliche Aspekte der Restrukturierung	3,5	24
Strategische Planung & Organisations-Design	3,5	24
Persönliche Aspekte in Restrukturierungsprozessen	3,5	24
Vertiefung: Strategic Management & Organizational Change		
Strategy Formulation & Decision Making	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Decision models/processes under uncertainty • Integrating strategy • Affects & motivational influences in decision making 		
Managing Change	3,5	24
Organization Design	3,5	24
Strategic Thinking & Strategy-as-Practice	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Strategic vision tool-box • Strategic transformation • Strategic integration/implementation 		
Vertiefung: Strategisches Management & Restrukturierung		
Grundlagen der Restrukturierung	3,5	32
Finanzielle Aspekte der Restrukturierung	3,5	24

Restrukturierung und M&A	3,5	24
Grundlagen des Wirtschaftsrechts	3,5	24
Rechtliche Aspekte der Restrukturierung I	3,5	24
Rechtliche Aspekte der Restrukturierung II	3,5	24
Strategische Planung & Innovation	3,5	24
Strategisches Turnaround Management	3,5	16
Persönliche & organisationale Aspekte in Restrukturierungsprozessen	3,5	40
Vertiefung: Wirtschaftsrecht		
Einführung in die Rechtswissenschaften	6	32
<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Rechtswissenschaften • juristische Werkzeuge • juristische Grundlehren • Normen- und Methodenlehre • Staatslehre • Verfahrensrecht 		
Bürgerliches Recht	6	45
<ul style="list-style-type: none"> • Schuldrecht, insbesondere Vertrags- und Leistungsrecht • Haftungs- und Schadenersatzrecht • Personenrecht • Sachenrecht • Familien- und Erbrecht 		
Arbeits- und Sozialrecht	2	16
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsrecht • Sozialrecht • Fallbearbeitung 		
Rechtsdurchsetzung	4	32
<ul style="list-style-type: none"> • Das zivilgerichtliche Verfahren • Insolvenz • Exekution • Prozessspiel • Mediation 		
Unternehmensrecht	3	24
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Unternehmensrecht • unternehmensbezogene Geschäfte • Fallbearbeitung • österreichisches E-Commerce-Recht 		
Vertiefung: Wissensmanagement		
Grundlagen im Wissensmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation • Einfluss- und Gestaltungsdimensionen • Konzepte, Modelle und Instrumente des Wissensmanagements • Überblick zu State of the Art Methoden des Wissensmanagements 		

Vertiefung in den Methoden des Wissensmanagements	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Instrumente und Methoden des Wissensmanagements: zB Communities of Practice, Lessons Learned, Wissenslandkarten, Wissensbilanzierung • Erfolgsfaktoren bei der Einführung von Wissensmanagement • Wissensfördernde Unternehmenskultur 		
Informationssysteme	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Enterprise 2.0, Intranets und Portallösungen • Data Warehouse und Business Intelligence • Organizational Memories und Competitive Intelligence • semantische Technologien 		
Strategisches Wissensmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Vorgehensmodelle zur Erarbeitung von Wissensmanagement-Strategien • Vorgehensmodelle zur Einführung von Wissensmanagement • Organisationales Lernen • Systemisches Wissensmanagement 		
C) Ergänzungsfächer		
European and International Business Law	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • International Legal Framework • European Internal Market Law • European and International E-Commerce Law 		
Informationsmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Modelle des Informationsmanagements • Erfassen von Treiber und Motivation für Informationsmanagement • Erkennen von Einfluss- und Gestaltungsdimensionen • Einsatz von Instrumenten und Methoden: Strategische Situationsanalyse, strategische Zielplanung, Strategieentwicklung sowie Maßnahmenplanung 		
Kognition und Kreativität	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Kognitionspsychologische Grundlagen • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung • Erkenntnisse der aktuellen Hirnforschung (u.a. Neuromarketing) • Kreativität / Innovation • Techniken und Methoden kreativen Denkens (u.a. Team-Kreativität, Innovationsnetzwerke) • Implikationen aktueller Forschungsergebnisse für die Gestaltung von Information • Prinzipien gehirngerechten Informationsdesigns 		

Medien- und Kommunikationsmanagement	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Kommunikationswissenschaft • Strategisches Kommunikationsmanagement / Unternehmenskommunikation • Kommunikationspsychologie • Kommunikationssoziologie • Kommunikationsproduktion: Texten, Recherche, Redigieren • Medien- / Rhetoriktraining 		
Risk Management	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Chancen- und Risikomanagements • Chancen- und Risikomanagement als System • Risikoidentifikation und Risikobewertung • Risikocontrolling und Berichtssysteme • Methoden und Anwendungen des Chancen- und Risikomanagements • Rechtliche Grundlagen, Standards und Normen • Risiken und Krisen kommunizieren • Chancen- und Risikomanagement als Projekt implementieren 		
Strategic Navigation under Uncertainty	3,5	24
Study Trip Beijing	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Hong Kong	3,5	24
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Usability Design Methods	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Usability Engineering / User Experience • Accessibility • Kosten- / Nutzen-Analyse • ausgewählte Methoden • Usability-Labor • Projektarbeit 		
Zukunfts- und Trendforschung	3,5	24
Project Management & Operational Excellence	3,5	24
Branchenbezogenes Management/ Simulation und/oder betreute Projektarbeit	7	48
<ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit oder Simulation • umfassende Reflexion des Erfahrungslernens • Best Practice Beispiele 		
D) MASTER THESIS	20	

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen werden, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die

planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

- (3) Die Pflichtfächer 1 und 2 des Kerncurriculums werden ausschließlich online angeboten. Die Wahlfächer können sowohl in reinem Fernstudium als auch im Blended Learning Modus angeboten werden. Die Vertiefungen werden grundsätzlich im Blended Learning Modus angeboten. Die Vertiefung General Management kann auch in reiner Fernlehre angeboten werden. Die in der Tabelle angegebenen UE (Unterrichtseinheiten) geben den Präsenzunterricht im Blended Learning Modus an.

§ 10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:

- Prüfungen über die Pflichtfächer und alle gewählten Fächer des Kerncurriculums. Prüfungen über alle gewählten Fächer der Vertiefung und gegebenenfalls der gewählten Ergänzungsfächer laut Learning Agreement.
- Verfassung und positiver Beurteilung sowie Verteidigung einer Master Thesis. Vor der Verteidigung der Master Thesis ist der Outbound-Test zu absolvieren.
- Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- Leistungen aus den Universitätslehrgängen „Wirtschaftskompetenz“, „Business Management College“, „Business Management (Akad. BM)“, „Betriebsorganisation“, „MBA in General Management Competences“, „MBA in Financial Management Competences“, „General Management College“, „General Management“, „Master in Business Administration“, „Danube Professional MBA“, „Change Management MSc/Veränderungsmanagement MSc“, „Interkulturelle Kompetenzen“ MA, „Controlling and Financial Leadership (Master of Science)“, „Innovationsmanagement MSc“, „Marketing & Vertrieb, MSc“, „Personalmanagement, Führung und Organisation“ MSc, „Prozessmanagement MSc“, „Qualitätsmanagement MSc“, „Wissensmanagement MSc“, „Manager/in für Nachhaltige Mobilität im Verkehrswesen“, „Energie Effizienz Manager/in“, „Energie Autarkie Coach“, „Energy Innovation Engineering and Management, MSc“, „Certified Manager in Corporate Responsibility & Business Ethics“, „Certified Marketing & Sales Manager“ und „Controlling“ CP der DUK sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist der/dem Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

(2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad „Master of Business Administration“ (MBA) zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit der Veröffentlichung in Kraft.

Studierende, die vor Inkrafttreten der Verordnung vom Mitteilungsblatt 99/2016 zugelassen wurden, können im Ausnahmefall nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung noch nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt 77/2015 abschließen.

170. Aufhebung von Verordnungen/Auflassung von Studien an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung

Lehrgang	SKZ	MBL	Auslauffrist
Professional MSc – Vertiefung Bibliotheks- und Informationsmanagement	600	15/22.02.08	31.12.2021
Professional MSc – Vertiefung Technische Kommunikation	601	15/22.02.08	31.12.2021
Professional MSc – Vertiefung Wissensmanagement	606	15/22.02.08	31.12.2021

Studierende, die noch zu diesen Studien zugelassen sind, können diese bis zur angegebenen Frist abschließen. Eine Neuzulassung von Studierenden ist nicht mehr möglich.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

Univ.- Prof. Dr. Christoph Gisinger
Vorsitzender des Senats