

2019 / Nr. 29 vom 16. April 2019

Der Senat hat in der Sitzung vom 9. April 2019 folgende Verordnungen erlassen, das Rektorat hat die Studien eingerichtet.

**81. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (CP)“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Migration und Globalisierung)**

**82. Einrichtung des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (CP)“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

**83. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (CP)“**

**84. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (AE)“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Migration und Globalisierung)**

**85. Einrichtung des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (AE)“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

**86. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (AE)“**

**87. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften - Danube Business School)**

**88. Einrichtung des Universitätslehrganges „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

**89. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“**

**90. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“(CP)**

**(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Kunst- und Kulturwissenschaften)**

**91. Einrichtung des Universitätslehrganges „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP)**

**(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur)**

**92. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP)**

**93. Druckfehlerberichtigung**

**Einrichtung des Universitätslehrganges „Sustainable Management (CP)“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

# **81. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (CP)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Migration und Globalisierung)**

## **§ 1. Weiterbildungsziel**

Das Anforderungsprofil an Personen, die in der Wirtschaft, in Unternehmen oder auch als Einzelunternehmer tätig sind, erweitert sich stetig und erfordert ein Verständnis von globalen Prozessen und lokalen Zusammenhängen, Diversität und Interkulturalität. Ein hohes Ausmaß an Mobilität und Kompetenzen bei der Kooperation mit und Betreuung von internationalen Partnern und Kunden, aber auch in der Führung von MitarbeiterInnen, gehören zunehmend zu nachgefragten Kompetenzen. Der Universitätslehrgang zielt darauf ab, das hierfür nötige Wissen und Kompetenzen sowie Beispiele für einen Transfer in die Praxis zu vermitteln, damit solche Herausforderungen bewältigt werden können.

Lernergebnisse (learning outcomes):

AbsolventInnen können

- Theorien der Globalisierung und die Auswirkungen auf lokaler Ebene (Glokalisierung) mit einem Fokus auf Wirtschaft und Unternehmertum erklären.
- Grundlagen und Methoden der interkulturellen Kommunikation und des interkulturellen Managements benennen und in praktischen Fallbeispielen einsetzen.
- Grundlagen und Methoden eines diversitätsorientierten Ansatzes des Personalmanagements benennen und in praktischen Fallbeispielen einsetzen.
- Theorien und methodische Instrumente des interkulturellen Managements mit eigenen Praxisfeldern verknüpfen.

Das interdisziplinär angelegte Curriculum vermittelt Theorien der Globalisierung, Interkulturalität und Diversität und zeigt Anwendungsfelder im Unternehmertum und im Management auf. Der Universitätslehrgang unterstützt die Entwicklung von globalen Kompetenzen und einen theoriegestützten Transfer des Erlernten in Praxisfelder.

## **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang wird berufsbegleitend angeboten. Der Universitätslehrgang wird großteils auf Deutsch abgehalten, einige Module werden komplett oder teilweise auf Englisch abgehalten.

## **§ 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.

## **§ 4. Dauer**

In der berufsbegleitenden Variante beträgt die Dauer des Universitätslehrganges 2 Semester.

## **§ 5. Zulassungsvoraussetzungen**

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

(1a) ein abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium in Wirtschafts-, Geistes- oder Sozialwissenschaften oder einem ähnlichen Bereich

oder

(1b) eine Qualifikation, wie folgt:

- allgemeine Universitätsreife und mindestens zweijährige adäquate Berufserfahrung oder
- bei fehlender allgemeiner Universitätsreife mindestens fünfjährige adäquate Ausbildung oder Berufserfahrung

und

(2) die positive Beurteilung im Rahmen des Aufnahmeverfahrens

und

(3) das Vorliegen entsprechender Englischkenntnisse, die im Rahmen des Bewerbungsgespräches überprüft werden.

#### **§ 6. Studienplätze**

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

(2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

#### **§ 7. Zulassung**

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

#### **§ 8. Unterrichtsprogramm**

Es sind insgesamt vier (4) Pflichtfächer zu absolvieren.

	<b>Fächer</b>	<b>LV- Art</b>	<b>UE</b>	<b>ECTS</b>
<b>A</b>	<b>Pflichtfächer</b>		<b>160</b>	<b>28</b>
	Theorie und Praxis der Interkulturellen Kommunikation <ul style="list-style-type: none"><li>• Theorien und Entwicklungen im Bereich interkultureller Kommunikation</li><li>• Multidisziplinäre Zugänge zu interkultureller Kommunikation</li><li>• Individuelle und persönliche Erfahrungen und Selbstreflexion</li><li>• Praxisbeispiele interkultureller Begegnungen und Kooperationen</li></ul>	<b>SE</b>	<b>40</b>	<b>7</b>

	Unternehmerisches Handeln in Zeiten der Globalisierung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsdefinition und -genese: Global – Lokal – Global</li> <li>• Kultur und Identität im Spannungsfeld der Globalisierung</li> <li>• Globale Kompetenzen lokal nützen: Handlungsfelder</li> <li>• Bedeutung und Nutzen der Globalisierung für Wirtschaft und Unternehmen</li> </ul>	SE	40	7
	Interkulturelles Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversitätsmanagement: Begriff und Anwendungsfelder</li> <li>• Diversität bei KooperationspartnerInnen und KundInnen</li> <li>• Unterschiedliche Formen von Zusammenarbeit unter besonderer Fokussierung interkultureller Relevanz</li> <li>• Zusammenarbeit in interkulturellen Projektteams</li> </ul>	SE	40	7
	Human Resource Management und Diversity <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Diversity Managements als Teil der Umsetzung von Personalmanagement</li> <li>• Strategische Umsetzung von Methoden des Diversity Managements als Teil des Personalmanagements</li> <li>• Theorien der sozialen Identität als Grundlage diversitätsbezogener Reflexion von Gruppenprozessen</li> <li>• Implementierungswege, Analyseinstrumente und Konflikte</li> </ul>	SE	40	7
<b>B</b>	<b>Abschlussarbeit</b>			
	Reflexionsarbeit			2
	Summe		160	30

## § 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Lehrveranstaltungen werden aus einer Kombination aus Präsenzzeiten und Fernstudieneinheiten angeboten. Fernstudieneinheiten werden unterstützt durch e-learning. Die Erreichung des Lehrzieles wird durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sichergestellt.
- (2) In den methodisch und analytisch besonders anspruchsvollen Fächern, in denen der Eigenlernanteil hoch ist, kommt das Instrument des e-learning verstärkt zum Einsatz. 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.

## § 10. Prüfungsordnung

Es ist eine Abschlussprüfung abzulegen. Diese besteht aus:

- (1) In allen Fächern ist eine Fachprüfung abzulegen. Diese kann mündlich, schriftlich oder in Form einer schriftlichen Arbeit abgenommen werden.

- (2) In den Fächern herrscht Anwesenheitspflicht und die Mitarbeit fließt in die Beurteilung mit ein.
- (3) Die Studierenden haben eine Reflexionsarbeit zu verfassen. Diese muss positiv beurteilt werden.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (5) Leistungen aus den Universitätslehrgängen der Donau-Universität „Global Competences and Management (MA)“, „Global Competences and Management (AE)“, „Migrations- und Integrationsmanagement“ (AE), „Migrations- und Integrationsmanagement (MSc)“, „Global Studies (MA)“, „Global Studies (CP)“ und „Interkulturelle Kompetenzen“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

#### **§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung**

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- (1) regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- (2) durch eine Befragung der AbsolventInnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

#### **§ 12. Abschluss**

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

#### **§ 13. Inkrafttreten**

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

## **82. Einrichtung des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (CP)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (CP)“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.04.2019 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

## **83. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (CP)“**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (CP)“ wird mit € 4.600,00 festgelegt.

## **84. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (AE)“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Migration und Globalisierung)**

### **§ 1. Weiterbildungsziel**

Das Anforderungsprofil an Personen, die in der Wirtschaft, in Unternehmen, als Einzelunternehmer oder auch der Verwaltung tätig sind, erweitert sich stetig und erfordert ein Verständnis von globalen Prozessen und lokalen Zusammenhängen, Diversität und Interkulturalität. Ein hohes Ausmaß an Mobilität und Kompetenzen bei der Kooperation mit und Betreuung von internationalen Partnern und Kunden, aber auch in der täglichen Zusammenarbeit innerhalb von international zusammengesetzten Teams, die teilweise in Ländern rund um den Globus tätig sind, gehören zunehmend zu nachgefragten Kompetenzen. Der Universitätslehrgang zielt darauf ab, das hierfür nötige Wissen und Kompetenzen sowie Beispiele für einen Transfer in die Praxis zu vermitteln, damit solche Herausforderungen bewältigt werden können.

Lernergebnisse (learning outcomes):

AbsolventInnen können

- Geschichte, politische Hintergründe und Zusammenhänge globaler Prozesse erläutern und die Auswirkungen auf lokaler Ebene (Glokalisierung) und auf gesellschaftliche Bereiche wie Wirtschaft, Politik und Kultur erklären.
- Grundlagen und Methoden der interkulturellen Kommunikation und des interkulturellen Managements benennen und in praktischen Fallbeispielen einsetzen.
- Grundlagen und Methoden eines diversitätsorientierten Ansatzes des Personalmanagements benennen und in praktischen Fallbeispielen einsetzen und analysieren.
- Theorien und methodische Instrumente des interkulturellen Managements mit eigenen Praxis- und Arbeitsfeldern verknüpfen.

Das interdisziplinär angelegte Curriculum vermittelt Theorien der Globalisierung, Interkulturalität und Diversität und deren Anwendungsfelder in der Wirtschaft, dem Unternehmertum und im Management. Der Universitätslehrgang unterstützt die Entwicklung von globalen Kompetenzen und einen theoriegestützten Transfer des Erlernten in Arbeits- und Praxisfelder.

### **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang wird berufsbegleitend angeboten. Der Universitätslehrgang wird großteils auf Deutsch abgehalten, einige Module werden komplett oder teilweise auf Englisch abgehalten.

### **§ 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.

#### § 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante beträgt die Dauer des Universitätslehrganges 3 Semester.

#### § 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

(1a) ein abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium in Wirtschafts-, Geistes- oder Sozialwissenschaften oder einem ähnlichen Bereich

oder

(1b) eine Qualifikation, wie folgt:

- allgemeine Universitätsreife und mindestens zweijährige adäquate Berufserfahrung oder
- bei fehlender allgemeiner Universitätsreife mindestens fünfjährige adäquate Ausbildung oder Berufserfahrung

und

(2) die positive Beurteilung im Rahmen des Aufnahmeverfahrens

und

(3) das Vorliegen entsprechender Englischkenntnisse, die im Rahmen des Bewerbungsgesprächs überprüft werden.

#### § 6. Studienplätze

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

(2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

#### § 7. Zulassung

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

#### § 8. Unterrichtsprogramm

(1) Es sind insgesamt sechs (6) Pflichtfächer und ein (1) Wahlfach zu absolvieren.

(2) Die Auswahl des Wahlfaches muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt und in einer Lern-Vereinbarung dokumentiert werden.

(3) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

	Fächer	LV-Art	UE	ECTS
<b>A</b>	<b>Pflichtfächer</b>		<b>225</b>	<b>40</b>
	Wissenschaftliches Arbeiten <ul style="list-style-type: none"><li>• Klassifikation Literatur und Recherche</li><li>• Bibliographieren und Zitieren</li><li>• Aufbau einer wissenschaftlichen Argumentation</li><li>• Verfassen von Hausarbeiten und Thesen</li></ul>	SE	25	5

	<p>Theorie und Praxis der Interkulturellen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien und Entwicklungen im Bereich interkultureller Kommunikation</li> <li>• Multidisziplinäre Zugänge zu interkultureller Kommunikation</li> <li>• Individuelle und persönliche Erfahrungen und Selbstreflexion</li> <li>• Praxisbeispiele interkultureller Begegnungen und Kooperationen</li> </ul>	SE	40	7
	<p>Globalisation: History, Economy and Politics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschichte der Globalisierung 1492 - 2015</li> <li>• Ökonomische Beziehungen: Produktion, Handel und Finanzwesen</li> <li>• Politische Grundlagen; Akteure und Regime</li> <li>• Postkoloniale Theorien und alternative Interpretationen</li> </ul>	SE	40	7
	<p>Unternehmerisches Handeln in Zeiten der Globalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsdefinition und -genese: Global – Lokal – Glocal</li> <li>• Kultur und Identität im Spannungsfeld der Glocalisierung</li> <li>• Globale Kompetenzen lokal nützen: Handlungsfelder</li> <li>• Bedeutung und Nutzen der Glocalisierung für Wirtschaft und Unternehmen</li> </ul>	SE	40	7
	<p>Interkulturelles Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversitätsmanagement: Begriff und Anwendungsfelder</li> <li>• Diversität bei KooperationspartnerInnen und KundInnen</li> <li>• Unterschiedliche Formen von Zusammenarbeit unter besonderer Fokussierung interkultureller Relevanz</li> <li>• Zusammenarbeit in interkulturellen Projektteams</li> </ul>	SE	40	7
	<p>Human Resource Management und Diversity</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Diversity Managements als Teil der Umsetzung von Personalmanagement</li> <li>• Strategische Umsetzung von Methoden des Diversity Managements als Teil des Personalmanagements</li> <li>• Theorien der sozialen Identität als Grundlage diversitätsbezogener Reflexion von Gruppenprozessen</li> <li>• Implementierungswege, Analyseinstrumente und Konflikte</li> </ul>	SE	40	7
<b>B</b>	<b>Wahlfachgruppe (1 aus den folgenden WF)</b>		<b>40</b>	<b>7</b>
	<p>Methoden empirischer Sozialforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Operationalisierung der Forschungsfrage</li> <li>• Erstellung von Leitfäden/Fragebögen</li> <li>• Kategorienbildung, Auswertung und Interpretation</li> <li>• IT gestütztes Arbeiten</li> </ul>	SE	40	7

	Exkursion/Internationaler Studienaufenthalt <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akademischer Austausch im Gastland</li> <li>• Interethnisches Zusammenleben und Konflikte</li> <li>• Interreligiöser Dialog</li> <li>• AkteurInnen der Politik und Zivilgesellschaft</li> </ul>	<b>EX</b>	<b>40</b>	<b>7</b>
	Interkulturelle Konflikttransformation und Mediation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auseinandersetzung mit neueren Ansätzen Interkulturellen und Internationalen Managements</li> <li>• Bearbeitung von Case Studies und Verknüpfungen eigener Erfahrungen und Kenntnisse mit im Modul vermittelten Theorien</li> </ul>	<b>SE</b>	<b>40</b>	<b>7</b>
	Interkulturelles Trainingsdesign <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien zur Entwicklung interkultureller Trainings</li> <li>• Vermittlung und praktische Einübung in aktuelle interkulturelle Trainingsmodelle</li> </ul>	<b>SE</b>	<b>40</b>	<b>7</b>
	International Law and Politics <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Theorien Internationaler Beziehungen</li> <li>• Internationales Recht</li> <li>• Internationale Organisationen und weitere Akteure</li> <li>• Aktuelle politische Trends and Debatten</li> </ul>	<b>SE</b>	<b>40</b>	<b>7</b>
<b>C</b>	<b>Abschlussarbeit</b>			
	Projektarbeit			<b>13</b>
	Summe		<b>265</b>	<b>60</b>

## § 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Lehrveranstaltungen werden aus einer Kombination aus Präsenzzeiten und Fernstudieneinheiten angeboten. Fernstudieneinheiten werden unterstützt durch e-learning. Die Erreichung des Lehrzieles wird durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sichergestellt.
- (2) In den methodisch und analytisch besonders anspruchsvollen Fächern, in denen der Eigenlernanteil hoch ist, kommt das Instrument des e-learning verstärkt zum Einsatz. 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.

## § 10. Prüfungsordnung

Es ist eine Abschlussprüfung abzulegen. Diese besteht aus:

- (1) In allen Fächern ist eine Fachprüfung abzulegen. Diese kann mündlich, schriftlich oder in Form einer schriftlichen Arbeit abgenommen werden.
- (2) In den Fächern herrscht Anwesenheitspflicht und die Mitarbeit fließt in die Beurteilung mit ein.
- (3) Die Studierenden haben eine Projektarbeit zu verfassen. Diese muss positiv beurteilt werden.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (5) Leistungen aus den Universitätslehrgängen der Donau-Universität „Global Competences and Management (MA)“, „Global Competences and Management (AE)“ „Migrations- und Integrationsmanagement“ (AE), „Migrations- und

Integrationsmanagement (MSc)“, „Global Studies (MA)“, „Global Studies (CP)“ und „Interkulturelle Kompetenzen“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

#### **§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung**

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- (1) regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- (2) durch eine Befragung der AbsolventInnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs 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 die Bezeichnung „Akademische/r Experte/in in Global Competences and Management“ zu verleihen.

#### **§ 13. Inkrafttreten**

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

### **85. Einrichtung des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (AE)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (AE)“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.04.2019 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

### **86. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (AE)“**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (AE)“ wird mit € 8.900,00 festgelegt.

## **87. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“**

**(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften - Danube Business School)**

### **§ 1. Weiterbildungsziel**

Die Digitalisierung hat alle Unternehmensbereiche erfasst und ist auch der entscheidende Treiber für das Marketing Management. Zum einen hat sich das Informations- und Kaufverhalten der KundInnen durch die neuen Möglichkeiten der digitalen Medien und Plattformen nachhaltig verändert, und zum anderen ermöglicht die digitale Transformation neue Geschäfts- und Vertriebsmodelle, Innovationen in Leistungen und Prozessen und neue Interaktionsmöglichkeiten mit InteressentInnen und KundInnen.

Zudem agieren Unternehmen heutzutage in einem zunehmend komplexen, sich rasch ändernden und damit unsicheren und mehrdeutigen Umfeld, was auch im Marketing Management zu berücksichtigen ist.

Ziel dieses Universitätslehrganges ist es, auf wissenschaftlich fundierter Basis zur fachlichen und beruflichen Weiterentwicklung der Studierenden im Bereich Marketing Management beizutragen. Die Studierenden sollen auf eine neue Rolle als Marketing-ExpertIn oder Marketing ManagerIn oder auf die Führung von Marketingteams vorbereitet beziehungsweise in der Ausübung ihrer Experten-, Management- oder Führungsrolle im Bereich Marketing gestärkt werden.

Dabei wird wissenschaftlich fundiertes Fachwissen über Strategien, Konzepte, Instrumente und Methoden zur Analyse, Konzeption und Bewertung von Marketingaktivitäten vermittelt, reflektiert und angewendet, wobei das Augenmerk auf einer sinnvollen und ergänzenden Verknüpfung traditioneller und digitaler Marketingtools liegt. Die Studierenden erwerben die Kompetenz zum kundenzentrierten Management von Marketingaktivitäten und -prozessen unter Berücksichtigung der digitalen Transformation sowie gesellschaftlicher, rechtlicher und ethischer Rahmenbedingungen.

### **Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes):**

Die AbsolventInnen sind in der Lage,

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Zusammenhänge aus Marketing und Digitaler Transformation zu erläutern und deren Wirkungsweisen zu analysieren,
- komplexe, dynamische, volatile Märkte und KundInnenverhalten zu analysieren und datenbasiert Marketingstrategien zu entwickeln und zu bewerten,
- relevante Theorien und Konzepte des strategischen Marketing Managements zu beschreiben und zu diskutieren, sowie Marketinginstrumente und Digital Marketing Konzepte zu beurteilen und in unternehmensspezifischen Kontexten zu implementieren,
- analoge und digitale Marketinginstrumente zu beschreiben, deren Erfolgspotenziale abzuschätzen und einen geeigneten Mix in Abstimmung mit Marketingzielsetzungen zu konzipieren und zu bewerten,

- kundenzentrierte Marketingaktivitäten und -prozesse unter Berücksichtigung ethischer, rechtlicher und technologischer Rahmenbedingungen zu beschreiben, zu reflektieren und zu gestalten,
- Fragestellungen in ausgewählten Handlungsfeldern des Marketing Managements mit wissenschaftlich fundierten Methoden selbständig zu bearbeiten und anhand von Fallstudien anzuwenden.

## **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante in Modulform angeboten. Der Lehrgang wird in deutscher und/ oder englischer Sprache im Blended Learning Modus angeboten.

## **§ 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.

## **§ 4. Dauer**

Das berufsbegleitende Studium dauert 4 Semester.

## **§ 5. Zulassungsvoraussetzungen**

- (1) Ein Hochschulabschluss eines ordentlichen österreichischen oder gleichwertigen ausländischen Studiums aller Studienrichtungen oder
- (2) Eine Qualifikation wie folgt, wenn damit eine Qualifikation erreicht wird, die dem Absatz 1 gleichzuhalten ist:
  - Allgemeine Universitätsreife und mindestens 4 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position.  
Bei der Beurteilung der Berufserfahrung können Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
  - oder
  - bei fehlender Allgemeiner Universitätsreife mindestens 8 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position.  
Bei der Beurteilung der Berufserfahrung können Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- (3) Die Ablegung eines Wissenstests (Inbound-Test) als Voraussetzung für die Messung der Lernergebnisse beim Abschluss des Studiums (Outbound-Test) und
- (4) positiver Abschluss eines Auswahlverfahrens.

## **§ 6. Studienplätze**

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung 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 ist modular aufgebaut und setzt sich aus dem Kerncurriculum mit 49 ECTS, Wahlfächern mit 21 ECTS und der Verfassung einer Master-Thesis mit 20 ECTS zusammen. Das Angebot der Wahlfächer wird von der Lehrgangsführung jeweils vor Start festgelegt und in geeigneter Form bekanntgegeben.

Die Auswahl der Wahlfächer ist mit der Lehrgangsführung abzustimmen.

Fächer	UE	ECTS
<b>Kerncurriculum</b>		<b>49</b>
Basics in General Management	20	3
Business Analytics	10	3
Marketing Intelligence	20	5
Strategisches Marketing & Marketingplanung	20	5
Sektorales Marketing	0	3
Omnichannelmarketing & Digitale Geschäftsmodelle	20	5
Produkt-, Service- und Innovationsmanagement	20	3
Brand Management	10	3
Preismanagement	10	3
Integrierte Marketingkommunikation	10	3
Digital Marketing & Web Analytics	20	5
Content Marketing	20	3
Wissenschaftliches Arbeiten	30	5
<b>Wahlfächer</b>		<b>21</b>
Business Pitch & Social Competences for Managers	20	3
Marketing Automation & CRM	10	3
Strategisches und operatives Marketingcontrolling	20	3
Recht im Marketing	10	3
Leadership in Marketing-Organisationen	20	3
Unternehmensethik	0	3
Hot Topics im Marketing	10	3
Projektarbeit zu Marketing Management im Kontext digitaler Transformation	0	5
Projektarbeit zu Vertriebsmanagement im Kontext digitaler Transformation	0	3
Current Issues in Digital Marketing	10	3
Marketing Management Simulation	0	5
Digital Marketing Management Simulation	0	5
Kundenmanagement & CRM	20	3
Projektmanagement und Service Excellence	20	3
Global Marketing Management	0	1
Services Marketing	0	1
B2B-Marketing Management	0	1

Projektarbeit zu Marketingkommunikation im Kontext digitaler Transformation	0	5
<b>Master-Thesis</b>		20
<b>Gesamt</b>		<b>90</b>

### § 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangsstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. 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.

### § 10. Prüfungsordnung

- (1) Es ist eine Abschlussprüfung abzulegen. Diese besteht aus:
  - schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über die Fächer des Kern-Curriculums,
  - schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über die Wahlfächer im Ausmaß von 21 ECTS
  - der Verfassung und positiven Beurteilung sowie Defensio einer Master-Thesis.
- (2) 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 nach Beendigung des Universitätslehrgangs

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 Science in Marketing Management & Digitalisierung“ (MSc) zu verleihen.

### § 13. Inkrafttreten

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

## **88. Einrichtung des Universitätslehrganges „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.04.2019 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

## **89. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Marketing Management & Digitalisierung, MSc“ wird mit € 13.900,00 festgelegt.

## **90. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“(CP) (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Kunst- und Kulturwissenschaften)**

### **§ 1. Weiterbildungsziel**

Der Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) richtet sich an motivierte Studierende, die eine Qualifizierung auf dem Gebiet der Volksmusik und deren Vermittlung anstreben. Er soll dazu beitragen, die historische und kulturpolitische Genese des Themas aufzuarbeiten, den gesellschaftlichen Diskurs darüber anzuregen und Strategien zu erarbeiten, wie Volksmusik heute künstlerisch, didaktisch und qualitativ voll betrieben werden kann.

Ziel ist es, eine praxisnahe, fachlich und künstlerisch qualifizierte, kompakte Weiterbildung zu erlangen, die es ermöglicht, sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld auf dem Gebiet der Volksmusik tätig zu sein. Neben einer fundierten Weiterentwicklung der instrumentalen/vokalen Fähigkeiten liegt der Schwerpunkt in der Aneignung des Ensemblespiels, sowie in der Erlangung kommunikativer und sozialer Kompetenzen, die die AbsolventInnen befähigt, ihr künstlerisches Schaffen in einen theoretisch-reflexiven und musikvermittlerischen Kontext zu stellen.

### **Learning Outcomes**

Die Absolvent/innen können

die wichtigsten Grundlagen der Geschichte der Volksmusik und der sozialen Kontexte nennen,

die wichtigsten Elemente der volksmusikalischen Harmonielehre sowie alle wesentlichen Formmodelle der Volksmusik verwenden,

musikalisch stilgerecht improvisieren und einzeln oder im Ensemble neue Stücke künstlerisch kompetent auf der Bühne präsentieren,

auf ihrem gewählten Instrument/mit ihrer Stimme Volksmusik (mit und ohne Noten) spielen/singen, Arrangements verfassen und künstlerisch kompetent ihr Instrument/ihre Stimme im Ensemble und solistisch einsetzen,

die wichtigsten tradierten und innovativen Methoden der Volksmusikvermittlung beschreiben.

## **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

## **§ 3. Lehrgangsleitung**

(1) Als Lehrgangsleitung des Universitätslehrgangs „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.

(2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP), soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

## **§ 4. Künstlerisch-wissenschaftlicher Beirat**

Als künstlerisch-wissenschaftlicher Beirat im Sinne dieser Verordnung gilt der Beirat des Zentrums für Angewandte Musikforschung. Der künstlerisch-wissenschaftliche Beirat unterstützt die Lehrgangsleitung in der Umsetzung des Lehrgangsziels.

## **§ 5. Dauer**

Der Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) umfasst zwei Semester (27 ECTS).

## **§ 6. Zulassungsvoraussetzungen**

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) ist:

(1a) ein abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium  
oder

(1b) allgemeine Universitätsreife und Nachweis der künstlerischen Befähigung und mindestens zweijährige adäquate Musizierpraxis  
oder

(1c) bei fehlender allgemeiner Universitätsreife Nachweis der künstlerischen Befähigung und mindestens fünfjährige adäquate Musizierpraxis

und jedenfalls

(2) die positive Beurteilung im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens, das von der Lehrgangsleitung festgesetzt und in welchem die künstlerische Befähigung festgestellt wird.

### § 7. Studienplätze

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

### § 8. Zulassung

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

### § 9. Unterrichtsprogramm

Im Rahmen des Unterrichtsprogrammes des Universitätslehrgangs „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) sind folgende Lehrveranstaltungen zu absolvieren:

Fächer	Lehrveranstaltungen	LV-Art	UE	ECTS
<b>1. Grundlagen der Volksmusik</b>			<b>32</b>	<b>4</b>
	Geschichte der Volksmusik	KS	8	1
	Stil- und Werkkunde	KS	8	1
	Grundlagen der Ethnologie und Forschungsmethoden	KS	8	1
	Instrumentenkunde	KS	8	1
<b>2. Musiktheorie</b>			<b>32</b>	<b>4</b>
	Tonsatz	KS	8	1
	Formenlehre	KS	8	1
	Harmonielehre und Satztechnik	KS	8	1
	Gehörbildung	KS	8	1
<b>3. Volksmusikpraxis</b>			<b>72</b>	<b>7</b>
	Instrumentalunterricht	KS	15	2
	Singen	KS	21	2
	Volkstanz	KS	15	1
	Ensemblespiel	KS	21	2
<b>4. Volksmusikvermittlung</b>			<b>39</b>	<b>5</b>
	Rundfunk und Medien	KS	8	1
	Didaktik der Volksmusikvermittlung	KS	15	2
	Notensatz und digitale Medien	KS	8	1
	Volksmusikalische Quellen und Sammlungen	KS	8	1
<b>5. Abschlussprojekt</b>				<b>7</b>
<b>Summe</b>			<b>175</b>	<b>27</b>

### § 10. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung in Form von Unterrichtsblöcken (Modulen) im Einklang mit dem gegenständlichen Curriculum vor deren Beginn festzulegen und in geeigneter Weise kundzumachen.
- (2) Es herrscht Anwesenheitspflicht.

### **§ 11. Prüfungsordnung**

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

- (1) Fachprüfungen über die Fächer 1 und 2. Dies kann in Form von mündlichen oder schriftlichen Prüfungen oder Hausarbeiten erfolgen,
- (2) je eine kommissionelle Fachprüfung über die Fächer 3 und 4.  
Diese kommissionellen Prüfungen bestehen aus der Beurteilung der Einstudierung und Darbietung je eines selbst arrangierten Volksmusikstückes (Ensemble) in Fach 3 und 4.  
In die Beurteilung des Faches 4 fließen weiters auch Teilleistungen in Form von mündlichen oder schriftlichen Prüfungen oder Prüfungsarbeiten ein.
- (3) Das Abschlussprojekt in Fach 5 ist eine schriftliche musiktheoretische, musikhistorische und musikvermittlerische Kontextualisierung der beiden selbst arrangierten Volksmusikstücke aus Fach 3 und 4.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

### **§ 12. Abschlussprüfungszeugnis**

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

### **§ 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.

### **§ 14. Inkrafttreten**

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

## **91. Einrichtung des Universitätslehrganges „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur)**

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.04.2019 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur eingerichtet.

## **92. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP)**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Volksmusik im gesellschaftlichen Kontext“ (CP) wird mit € 2.400,00 festgelegt.

### **93. Druckfehlerberichtigung**

#### **Einrichtung des Universitätslehrganges „Sustainable Management (CP)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Sustainable Management (CP)“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 18.03.2019 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

Mag. Friedrich Faulhammer  
Rektor

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