

2013 / Nr. 59 vom 7. Juni 2013

151. Druckfehlerberichtigung:

**Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Leadership and Management, MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)
(Wiederverlautbarung)**

152. Druckfehlerberichtigung:

**Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Leadership and Management“, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)
(Wiederverlautbarung)**

151. Druckfehlerberichtigung:

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Leadership and Management, MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften) (Wiederverlautbarung)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat zum Ziel, den Studierenden das notwendige Wissen und die erforderlichen Kompetenzen auf dem Gebiet der Unternehmensführung und Mitarbeiterführung zu vermitteln, damit sie ganzheitlich denken und strategische Entscheidungen treffen können. Der Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung des notwendigen Führungswissens und einem Ausbau der erforderlichen Kompetenzen auf der organisationalen, interpersonalen und individuellen Ebene. Darüber hinaus werden die Studierenden mit spezialisierten und anwendungsorientierten wissenschaftlichen Kenntnissen auf dem Gebiet des strategischen Management vertraut gemacht. Der Universitätslehrgang trägt auf wissenschaftlicher Grundlage zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Studierenden bei. Dabei soll die notwendige Verbindung zwischen Theorie und Praxis in anwendungsorientierten Bereichen des strategischen Management, Change Management, der Unternehmensführung, Mitarbeiter- und Teamführung in Bezug auf Konzepte, Methoden und Instrumente hergestellt werden, wobei im Mittelpunkt immer die praktischen Umsetzungsmöglichkeiten konkreter Managementaufgaben stehen.

Der Universitätslehrgang richtet sich an Unternehmer, Top-Führungskräfte, General Manager, Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberater, Spezialisten für Organisationsentwicklung sowie Nachwuchsführungskräfte mit entsprechender Qualifikation, die für die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens zuständig sind und eine gleichwertige Qualifikation vorweisen können.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante in Modulform angeboten. Die Organisation des Studiums berücksichtigt Elemente des Blended Learning. Der Universitätslehrgang wird in deutscher und englischer Sprache angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

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

§ 4. Dauer

In der Vollzeitvariante umfasst der Lehrgang vier Semester mit 760 UE bzw. 120 ECTS Punkten. In der berufsbegleitenden Variante umfasst der Lehrgang sechs Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- (1) ein international anerkannter akademischer Studienabschluss einer Hochschule und mindestens 2 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position oder
- (2) eine dem Abs. 1 gleichzuhaltende Qualifikation, wie folgt:

- allgemeine Hochschulreife und mindestens 4 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position

oder

- bei fehlender Hochschulreife ein Mindestalter von 24 Jahren und die positive Beurteilung im Rahmen des Aufnahmeverfahrens, das von der Lehrgangsleitung festgesetzt wird und mindestens 8 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position erfordert.

§ 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 ist modulartig aufgebaut und setzt sich aus

- A. dem Kerncurriculum mit 680 UE bzw. 85 ECTS
- B. und einem Wahlfach im Ausmaß von 80 UE bzw. 10 ECTS. Es werden mehrere Wahlfächer angeboten, aus denen die Studierenden eines wählen müssen.

Lehrveranstaltungsübersicht

Fächer/Lehrveranstaltungsart/UE/ECTS	Lv.-Art	UE	ECTS
A. Kerncurriculum		680	85
1. Kommunikation, Präsentation und Rhetorik (Kommunikationsmodelle, Präsentieren, Moderieren)	UE	40	5
2. Leadership Development (Führungsstile, Führungsverhalten, Persönlichkeitsentwicklung)	UE	40	5
3. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement (Verhandlungsführung, Konfliktmanagement)	UE	40	5
4. Mitarbeiterführung und Motivation (Mitarbeiterführung, Motivation, Coaching)	UE	40	5
5. Teamführung und Neuro-Leadership (Teamführung, Teambuilding, Neuro-Leadership)	UE	40	5
6. Leadership Behaviour (Führungsverhalten, Aufgabenverteilung, Feedback)	UE	40	5
7. Macht und Mikropolitik in Organisationen (Machtquellen, Autorität, Mikropolitik in Organisationen)	UE	40	5
8. Wissensmanagement (Instrumente des Wissensmanagements)	UE	40	5
9. Strategic Management (Aufgaben und Instrumente des Strategischen Management)	UE	40	5
10. Change Management (Phasen und Erfolgsfaktoren des Change Management)	UE	40	5
11. Unternehmensführung und Corporate Responsibility (Konzept der Unternehmensführung, Business Ethics und CR)	UE	40	5

12. Human Resources and Talent Management (Personalmanagement und Personalentwicklung)	UE	40	5
13. Strategisches Marketing (Marketing, Marktanalyse, Marketing-Mix)	UE	40	5
14. Management Accounting (Rechnungswesen, Bilanz, Jahresabschluss)	UE	40	5
15. Business Planning (Businesspläne, Budgetierung)	UE	40	5
16. Managerial Economics (Makroökonomie, Wirtschaftspolitik)	UE	40	5
17. Methodenkompetenz (Wissenschaftliches Arbeiten, Statistik)	UE	40	5
B. Wahlfächer		80	10
Angewandtes Coaching		80	10
Angewandtes Coaching I (Coaching als Beratungsansatz; Rahmenkonzepte des systemisch-konstruktivistischen Denkansatzes)	UE	40	5
Angewandtes Coaching II (Methoden und Rahmenbedingungen für erfolgreiches Coaching; Tiefenpsychologische Modelle und Interventionsmethoden; Arbeit mit Klientensystemen)	UE	40	5
Business NLP		80	10
Business NLP I (Grundannahmen des NLP; Die logischen Ebenen und deren effektive Nutzung; Das Rahmenmodell der Kommunikation; Die Repräsentationssysteme)	UE	40	5
Business NLP II (Kongruenz; Kontakt/Rapport; Das Zielmodell des NLP)	UE	40	5
Change Management		80	10
Change Management I (Arten und Ablauf von Veränderungs- und Entwicklungsprozessen; Analyse und Design von Veränderungsprozessen; Instrumente zur Entwicklung, Übertragung und Verschmelzung von Unternehmenskulturen)	UE	40	5
Change Management II (Strategische Kommunikation bei Veränderungsprozessen; Psychologie und Unternehmensführung bei Veränderungsprozessen in Organisationen)	UE	40	5
Controlling		80	10
Controlling I (Einführung in das Controlling; Berichtswesen; Integrierte Planung und Businessplanerstellung)	UE	40	5
Controlling II (Umsatzplanung; Kostenplanung; Sensitivitätsanalysen im Controlling; Strategisches Controlling)	UE	40	5
Corporate Social Responsibility		80	10
Corporate Social Responsibility I (Opposing views of social responsibility; Social responsibility and economic performance)	UE	40	5
Corporate Social Responsibility II (Values-based management; Managerial ethics)	UE	40	5

Cross Cultural Management			80	10
	Cross Cultural Management I (Grundsätze und Instrumente des CCM, Do's and Dont's der Zielländer)	UE	40	5
	Cross Cultural Management II (Verhandeln und Konfliktmanagement in multikulturellen Teams)	UE	40	5
Current Issues in Leadership			80	10
	Current Issues in Leadership I (Charismatic and transformational leadership; Ethical leadership; Entrepreneurial leadership; Strategic leadership)	UE	40	5
	Current Issues in Leadership II (Leadership development)	UE	40	5
Current Issues in Management			80	10
	Current Issues in Management I (Holistic Management)	UE	40	5
	Current Issues in Management II (Business Excellence)	UE	40	5
Customer Relationship Management			80	10
	Customer Relationship Management I (Strategischer Kontext des CRM; Kundenwert, -zufriedenheit und -loyalität; Ziele des CRM; Aufgaben des CRM)	UE	40	5
	Customer Relationship Management II (Analytisches CRM; Operatives CRM; Kommunikatives CRM; Kollaboratives CRM; Integrative CRM-Systeme; CRM-Technologien; Entwicklung und Einführung von CRM-Systemen)	UE	40	5
Human Resource Management			80	10
	Human Resource Management I (HRM und Organisationsentwicklung; HRM und Führung; HRM und Personalentwicklung)	UE	40	5
	Human Resource Management II (Assessment Center; HRM und Team performance)	UE	40	5
Innovationsmanagement			80	10
	Innovationsmanagement I (Methoden des Innovationsmanagements; Technologie- und Produktmanagement)	UE	40	5
	Innovationsmanagement II (Finanzierung, Marketing und Recht im Innovationsmanagement)	UE	40	5
International Marketing			80	10
	International Marketing I (The international marketing environment; Analyzing international opportunities; developing international marketing strategies)	UE	40	5
	International Marketing II (Designing international marketing programs; Managing the international marketing effort)	UE	40	5
Krisenmanagement			80	10
	Krisenmanagement I (Krisenfelder; Frühwarnsysteme; Risikomanagement; Handlungsvarianten bei eintretenden Krisen)	UE	40	5
	Krisenmanagement II (Strategien zur Krisenbewältigung; Bewältigung von Veränderungskrisen; Strategien zur Krisenvermeidung)	UE	40	5

Machtkompetenz und -strategien			80	10
	Machtkompetenz und -strategien I (Power Rhetorik, Beeinflussungstaktiken)	UE	40	5
	Machtkompetenz und -strategien II (Spielregeln der Macht, Machtstrategien und Erfolgsstrategien)	UE	40	5
Managerial Economics			80	10
	Managerial Economics I (Competitive markets; Market power; Strategic thinking)	UE	40	5
	Managerial Economics II (Imperfect markets; Regulation)	UE	40	5
Marketing Management			80	10
	Marketing Management I (Strategisches Marketing und Marketingplanung; Marktforschung und Marktanalyse; Segmentation – Targeting – Positioning)	UE	40	5
	Marketing Management II (The extended Marketing Mix (7Ps); Holistic marketing; International marketing)	UE	40	5
Operational Excellence			80	10
	Projekt- und Prozessmanagement (Methoden und Instrumente des Projekt- und Prozessmanagement)	UE	40	5
	Innovationsmanagement (Von der Ideengewinnung zur –realisierung, Abläufe und Instrumente, Innovationskultur im Unternehmen)	UE	40	5
Organisationsentwicklung			80	10
	Organisationsentwicklung I (Einsatzgebiete der OE, Systemische Organisationsberatung, Personal- und Teamentwicklung, Phasen der OE)	UE	40	5
	Organisationsentwicklung II (Analyse- und Diagnosewerkzeuge, Interventionstechniken, Partizipative Großgruppenverfahren)	UE	40	5
Personalmanagement für Führungskräfte			80	10
	Personalmanagement für Führungskräfte I (Personalplanung, Personalsuche, Personalauswahl, arbeitsrechtliche Aspekte)	UE	40	5
	Personalmanagement für Führungskräfte II (Talent & Career Management, Trennungsmanagement und Transition Management)	UE	40	5
Projektmanagement			80	10
	Projektmanagement I (Projektdefinition und Projektabgrenzung; Der Projektmanagement-Prozess und seine Phasen; Rollen in Projekten; Aufbau einer Projektorganisation; Planungs- und Analysetools)	UE	40	5
	Projektmanagement II (Kommunikation; Teamentwicklungsphasen; Projektkoordination; Projektcontrolling)	UE	40	5
Prozessmanagement			80	10
	Prozessmanagement I (Prozessmanagement und Organisation; Kunden- und Prozessorientierung; Aufbau eines Prozessmanagement-Systems; Identifikation, Analyse und Optimierung von Prozessen)	UE	40	5

	Prozessmanagement II (Prozesskostenrechnung; Steuerung von Prozessen; Kontinuierliche Prozessverbesserung; Reporting- und Monitoringstrukturen; Integrierte Management-Systeme; Prozessmanagement-Modelle)	UE	40	5
Qualitätsmanagement und Service Excellence			80	10
	From Quality Control to Business Excellence (Qualität durch Kontrolle, Statistische Qualitätssicherung, Qualitätssicherung vs. Qualitätsmanagement, Ansätze von Qualitätsmanagement-Gurus, die japanische Weiterentwicklung, Qualitätsmanagement-Tools und ihre Einsatzmöglichkeiten, Total Quality Management, Excellence)	UE	40	5
	Service Excellence nach DIN SPEC 77224 (Excellence-Verantwortung der Geschäftsleitung, Excellence-Orientierung der Ressourcen, Vermeidung von Fehlern und Verschwendung, Erfassung relevanter Kundenerlebnisse, Kundenbegeisterung durch Service Innovationen, Messung der Begeisterung und deren Effekte, Wirtschaftlichkeitsanalyse)	UE	40	5
Sales Management			80	10
	Sales Management I (Vertriebsplanung und -controlling; Operatives Vertriebsmanagement)	UE	40	5
	Sales Management II (Key Account Management)	UE	40	5
Strategisches Management			80	10
	Strategisches Management I (Environmental analysis; Competitive advantage; Competitive strategies)	UE	40	5
	Strategisches Management II (Strategy implementation; Strategy, ethics and social responsibility)	UE	40	5
Strategische Potentialentwicklung und Coaching			80	10
	Strategische Potentialentwicklung und Coaching I (Strategische Potentialeinschätzung und Führungskräfteentwicklung)	UE	40	5
	Strategische Potentialentwicklung und Coaching II (Methoden und Rahmenbedingungen für erfolgreiches Coaching; Tiefenpsychologische Modelle und Interventionsmethoden; Arbeit mit Klientensystemen)	UE	40	5
Strategische Verhandlungsführung			80	10
	Strategische Verhandlungsführung I (Kommunikation, Präsentation und Rhetorik)	UE	40	5
	Strategische Verhandlungsführung II (Vorbereitung auf Verhandlungen, Phasen der Verhandlung)	UE	40	5
Wissensmanagement			80	10
	Wissensmanagement I (Ganzheitliches, systemisches und prozessorientiertes Wissensmanagement; Informationssysteme)	UE	40	5
	Wissensmanagement II (Interdisziplinäres Wissensmanagement; Verhaltensorientiertes Management; Aktuelle Themen des Wissensmanagements)	UE	40	5

Werbung und Verkauf			80	10
	Werbung und Verkauf I (Einführung in die Werbung; Werberecht; Psychologische Grundlagen der Werbung; Werbeplanung, Verkaufsplanung und -controlling)	UE	40	5
	Werbung und Verkauf II (Werbemittel und –träger; Mediaplanung; Werbewirkungsmessung, Operatives Verkaufsmanagement)	UE	40	5
Master-Thesis				25
Summen UE/ECTS			760	120

§ 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 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) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:
 - a) schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen in Form von Teilprüfungen über die 17 Fächer des Kerncurriculums und über das Wahlfach,
 - b) der Verfassung und positiven Beurteilung einer Master-Thesis.
- (2) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (3) Leistungen aus dem Lehrgang „Leadership and Management“, MSc der Donau-Universität sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen und deren Lehrmaterialien 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 dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

§ 14 Übergangsbestimmung

Studierende, die vor Inkrafttreten dieser Verordnung zugelassen wurden, schließen noch nach der 87. Verordnung veröffentlicht im Mitteilungsblatt Nr. 26 vom 12. Mai 2011 ab. Mit Zustimmung der Lehrgangsleitung können sie jedoch auch nach der neuen Verordnung abschließen.

152. Druckfehlerberichtigung:

**Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Leadership and Management“, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)
(Wiederverlautbarung)**

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat zum Ziel, den Studierenden das notwendige Führungswissen und die erforderlichen Kompetenzen auf der individualen, interpersonalen und gruppenbezogenen Ebene zu vermitteln. Darüber hinaus werden die Studierenden mit spezialisierten und anwendungsorientierten wissenschaftlichen Kenntnissen auf dem Gebiet der Führung vertraut gemacht. Der Universitätslehrgang trägt auf wissenschaftlicher Grundlage zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Studierenden bei. Der Schwerpunkt des Studiums liegt in der Auseinandersetzung mit den neuesten Forschungsergebnissen zum Thema Führung und der Vermittlung der erforderlichen Kompetenzen auf der individualen, interpersonalen und gruppenbezogenen Ebene. Dabei soll die notwendige Verbindung zwischen Theorie und Praxis in anwendungsorientierten Bereichen der Führung in Bezug auf Konzepte, Strukturen und Instrumente hergestellt werden.

Der Universitätslehrgang richtet sich an leitende Mitarbeiter sowie an Nachwuchskräfte mit entsprechender Qualifikation, die eine Führungsposition anstreben.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante in Modulform angeboten. Die Organisation des Studiums berücksichtigt

Elemente des Blended Learning. Der Universitätslehrgang wird in deutscher und 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 drei Semester mit 500 UE bzw. 90 ECTS Punkten. In der berufsbegleitenden Variante umfasst der Lehrgang vier Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

(1) ein international anerkannter akademischer Studienabschluss einer Hochschule und mindestens 2 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position oder

(2) eine dem Abs. 1 gleichzuhaltende Qualifikation, wie folgt:

allgemeine Hochschulreife und mindestens 4 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position

oder

bei fehlender Hochschulreife ein Mindestalter von 24 Jahren und die positive Beurteilung im Rahmen des Aufnahmeverfahrens, das von der Lehrgangsleitung festgesetzt wird und mindestens 8 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position erfordert.

§ 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 ist modulartig aufgebaut und setzt sich aus dem Kerncurriculum mit 440 UE bzw. 55 ECTS und einem Wahlfach mit 80 UE bzw. 10 ECTS zusammen. Es werden mehrere Wahlfächer angeboten, aus denen die Studierenden eines wählen müssen.

Lehrveranstaltungsübersicht

	Fächer	Lv.- Art	UE	ECTS
A. Kerncurriculum			440	55
	1. Kommunikation, Präsentation und Rhetorik (Kommunikationsmodelle, Präsentieren, Moderieren)	UE	40	5
	2. Leadership Development (Führungsstile, Führungsverhalten, Persönlichkeitsentwicklung)	UE	40	5
	3. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement (Verhandlungsführung, Konfliktmanagement)	UE	40	5
	4. Mitarbeiterführung und Motivation (Mitarbeiterführung, Motivation, Coaching)	UE	40	5
	5. Teamführung und Neuro-Leadership (Teamführung, Teambuilding, Neuro-Leadership)	UE	40	5
	6. Leadership Behaviour (Führungsverhalten, Aufgabenverteilung, Feedback)	UE	40	5
	7. Macht und Mikropolitik in Organisationen (Machtquellen, Autorität, Mikropolitik in Organisationen)	UE	40	5
	8. Wissensmanagement (Instrumente des Wissensmanagements)	UE	40	5

	9. Strategic Management (Aufgaben und Instrumente des Strategischen Management)	UE	40	5
	10. Change Management (Phasen und Erfolgsfaktoren des Change Management)	UE	40	5
	11. Methodenkompetenz (Wissenschaftliches Arbeiten, Statistik)	UE	40	5
B. Wahlfächer			80	10
Angewandtes Coaching			80	10
	Angewandtes Coaching I (Coaching als Beratungsansatz; Rahmenkonzepte des systemisch-konstruktivistischen Denkansatzes)	UE	40	5
	Angewandtes Coaching II (Methoden und Rahmenbedingungen für erfolgreiches Coaching; Tiefenpsychologische Modelle und Interventionsmethoden; Arbeit mit Klientensystemen)	UE	40	5
Business NLP			80	10
	Business NLP I (Grundannahmen des NLP; Die logischen Ebenen und deren effektive Nutzung; Das Rahmenmodell der Kommunikation; Die Repräsentationssysteme)	UE	40	5
	Business NLP II (Kongruenz; Kontakt/Rapport; Das Zielmodell des NLP)	UE	40	5
Change Management			80	10
	Change Management I (Arten und Ablauf von Veränderungs- und Entwicklungsprozessen; Analyse und Design von Veränderungsprozessen; Instrumente zur Entwicklung, Übertragung und Verschmelzung von Unternehmenskulturen)	UE	40	5
	Change Management II (Strategische Kommunikation bei Veränderungsprozessen; Psychologie und Unternehmensführung bei Veränderungsprozessen in Organisationen)	UE	40	5
Controlling			80	10
	Controlling I (Einführung in das Controlling; Berichtswesen; Integrierte Planung und Businessplanerstellung)	UE	40	5
	Controlling II (Umsatzplanung; Kostenplanung; Sensitivitätsanalysen im Controlling; Strategisches Controlling)	UE	40	5
Corporate Social Responsibility			80	10
	Corporate Social Responsibility I (Opposing views of social responsibility; Social responsibility and economic performance)	UE	40	5
	Corporate Social Responsibility II (Values-based management; Managerial ethics)	UE	40	5
Cross Cultural Management			80	10
	Cross Cultural Management I (Grundsätze und Instrumente des CCM, Do´s and Dont´s der Zielländer)	UE	40	5

	Cross Cultural Management II (Verhandeln und Konfliktmanagement in multikulturellen Teams)	UE	40	5
Current Issues in Leadership			80	10
	Current Issues in Leadership I (Charismatic and transformational leadership; Ethical leadership; Entrepreneurial leadership; Strategic leadership)	UE	40	5
	Current Issues in Leadership II (Leadership development)	UE	40	5
Current Issues in Management			80	10
	Current Issues in Management I (Holistic Management)	UE	40	5
	Current Issues in Management II (Business Excellence)	UE	40	5
Customer Relationship Management			80	10
	Customer Relationship Management I (Strategischer Kontext des CRM; Kundenwert, -zufriedenheit und -loyalität; Ziele des CRM; Aufgaben des CRM)	UE	40	5
	Customer Relationship Management II (Analytisches CRM; Operatives CRM; Kommunikatives CRM; Kollaboratives CRM; Integrative CRM-Systeme; CRM-Technologien; Entwicklung und Einführung von CRM-Systemen)	UE	40	5
Human Resource Management			80	10
	Human Resource Management I (HRM und Organisationsentwicklung; HRM und Führung; HRM und Personalentwicklung)	UE	40	5
	Human Resource Management II (Assessment Center; HRM und Team performance)	UE	40	5
Innovationsmanagement			80	10
	Innovationsmanagement I (Methoden des Innovationsmanagements; Technologie- und Produktmanagement)	UE	40	5
	Innovationsmanagement II (Finanzierung, Marketing und Recht im Innovationsmanagement)	UE	40	5
International Marketing			80	10
	International Marketing I (The international marketing environment; Analyzing international opportunities; developing international marketing strategies)	UE	40	5
	International Marketing II (Designing international marketing programs; Managing the international marketing effort)	UE	40	5
Krisenmanagement			80	10
	Krisenmanagement I (Krisenfelder; Frühwarnsysteme; Risikomanagement; Handlungsvarianten bei eintretenden Krisen)	UE	40	5

	Krisenmanagement II (Strategien zur Krisenbewältigung; Bewältigung von Veränderungskrisen; Strategien zur Krisenvermeidung)	UE	40	5
Machtkompetenz und -strategien			80	10
	Machtkompetenz und -strategien I (Mechanismen der Macht, Beeinflussungstaktiken)	UE	40	5
	Machtkompetenz und -strategien II (Spielregeln der Macht, Machtstrategien und Erfolgsstrategien)	UE	40	5
Managerial Economics			80	10
	Managerial Economics I (Competitive markets; Market power; Strategic thinking)	UE	40	5
	Managerial Economics II (Imperfect markets; Regulation)	UE	40	5
Marketing Management			80	10
	Marketing Management I (Strategisches Marketing und Marketingplanung; Marktforschung und Marktanalyse; Segmentation – Targeting – Positioning)	UE	40	5
	Marketing Management II (The extended Marketing Mix (7Ps); Holistic marketing; International marketing)	UE	40	5
Operational Excellence			80	10
	Projekt- und Prozessmanagement (Methoden und Instrumente des Projekt- und Prozessmanagement)	UE	40	5
	Innovationsmanagement (Von der Ideengewinnung zur –realisierung, Abläufe und Instrumente, Innovationskultur im Unternehmen)	UE	40	5
Organisationsentwicklung			80	10
	Organisationsentwicklung I (Einsatzgebiete der OE, Systemische Organisationsberatung, Personal- und Teamentwicklung, Phasen der OE)	UE	40	5
	Organisationsentwicklung II (Analyse- und Diagnosewerkzeuge, Interventionstechniken, Partizipative Großgruppenverfahren)	UE	40	5
Personalmanagement für Führungskräfte			80	10
	Personalmanagement für Führungskräfte I (Personalplanung, Personalsuche, Personalauswahl, arbeitsrechtliche Aspekte)	UE	40	5
	Personalmanagement für Führungskräfte II (Talent & Career Management, Trennungsmanagement und Transition Management)	UE	40	5
Projektmanagement			80	10
	Projektmanagement I (Projektdefinition und Projektbegrenzung; Der Projektmanagement-Prozess und seine Phasen; Rollen in Projekten; Aufbau einer Projektorganisation; Planungs- und Analysetools)	UE	40	5

	Projektmanagement II (Kommunikation; Teamentwicklungsphasen; Projektkoordination; Projektcontrolling)	UE	40	5
Prozessmanagement			80	10
	Prozessmanagement I (Prozessmanagement und Organisation; Kunden- und Prozessorientierung; Aufbau eines Prozessmanagement-Systems; Identifikation, Analyse und Optimierung von Prozessen)	UE	40	5
	Prozessmanagement II (Prozesskostenrechnung; Steuerung von Prozessen; Kontinuierliche Prozessverbesserung; Reporting- und Monitoringstrukturen; Integrierte Management-Systeme; Prozessmanagement-Modelle)	UE	40	5
Qualitätsmanagement und Service Excellence			80	10
	From Quality Control to Business Excellence (Qualität durch Kontrolle, Statistische Qualitätssicherung, Qualitätssicherung vs. Qualitätsmanagement, Ansätze von Qualitätsmanagement-Gurus, die japanische Weiterentwicklung, Qualitätsmanagement-Tools und ihre Einsatzmöglichkeiten, Total Quality Management, Excellence)	UE	40	5
	Service Excellence nach DIN SPEC 77224 (Excellence-Verantwortung der Geschäftsleitung, Excellence-Orientierung der Ressourcen, Vermeidung von Fehlern und Verschwendung, Erfassung relevanter Kundenerlebnisse, Kundenbegeisterung durch Service Innovationen, Messung der Begeisterung und deren Effekte, Wirtschaftlichkeitsanalyse)	UE	40	5
Sales Management			80	10
	Sales Management I (Vertriebsplanung und -controlling; Operatives Vertriebsmanagement)	UE	40	5
	Sales Management II (Key Account Management)	UE	40	5
Strategisches Management			80	10
	Strategisches Management I (Environmental analysis; Competitive advantage; Competitive strategies)	UE	40	5
	Strategisches Management II (Strategy implementation; Strategy, ethics and social responsibility)	UE	40	5
Strategische Potentialentwicklung und Coaching			80	10
	Strategische Potentialentwicklung und Coaching I (Strategische Potentialeinschätzung und Führungskräfteentwicklung)	UE	40	5
	Strategische Potentialentwicklung und Coaching II (Methoden und Rahmenbedingungen für erfolgreiches Coaching; Tiefenpsychologische Modelle und Interventionsmethoden; Arbeit mit Klientensystemen)	UE	40	5

Strategische Verhandlungsführung			80	10
	Strategische Verhandlungsführung I (Kommunikation, Präsentation und Rhetorik)	UE	40	5
	Strategische Verhandlungsführung II (Vorbereitung auf Verhandlungen, Phasen der Verhandlung)	UE	40	5
Wissensmanagement			80	10
	Wissensmanagement I (Ganzheitliches, systemisches und prozessorientiertes Wissensmanagement; Informationssysteme)	UE	40	5
	Wissensmanagement II (Interdisziplinäres Wissensmanagement; Verhaltensorientiertes Management; Aktuelle Themen des Wissensmanagements)	UE	40	5
Werbung und Verkauf			80	10
	Werbung und Verkauf I (Einführung in die Werbung; Werberecht; Psychologische Grundlagen der Werbung; Werbeplanung; Verkaufsplanung und -controlling)	UE	40	5
	Werbung und Verkauf II (Werbemittel und -träger; Mediaplanung; Werbewirkungsmessung, Operatives Verkaufsmanagement)	UE	40	5
Master-Thesis				25
Summen UE/ECTS			520	90

§ 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 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) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:
 - a) schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen in Form von Teilprüfungen über die 11 Fächer des Kerncurriculums und über das Wahlfach,
 - b) der Verfassung und positiven Beurteilung einer Master-Thesis.
- (2) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen und deren Lehrmaterialien 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 Science in Leadership and Management“ (MSc) zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

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

§ 14 Übergangsbestimmung

Studierende, die vor Inkrafttreten dieser Verordnung zugelassen wurden, schließen je nach Zulassungsdatum noch nach der 99. Verordnung veröffentlicht im Mitteilungsblatt Nr. 31 vom 29. Juni 2009 oder nach der 205. Verordnung veröffentlicht im Mitteilungsblatt Nr. 63 vom 13. September 2010 oder nach der 79. Verordnung veröffentlicht im Mitteilungsblatt Nr. 25 vom 11. Mai 2011 ab. Mit Zustimmung der Lehrgangsleitung können sie jedoch auch nach der neuen Verordnung abschließen.

Univ.-Prof. Dr. Viktoria Weber
Das Rektorat

Univ.- Prof. Dr. Anton Leitner, MSc
Vorsitzender des Senats