

2020 / Nr. 25 vom 13. März 2020

Der Senat hat in der Sitzung vom 10. März 2020 die Änderung folgender Verordnungen genehmigt. Das Rektorat hat diese Änderungen nicht untersagt.

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

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

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

**73. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Professional MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften – Danube Business School)**

**74. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Sportrecht, LL.M.“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Rechtswissenschaften und Internationale Beziehungen)**

**75. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Qualitätsmanagement AE“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens und Kommunikationsmanagement)**

- 76. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den  
Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MSc“**
- 77. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den  
Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MBA“**
- 78. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den  
Universitätslehrgang „Personalmanagement, Führung  
und Organisation“ MSc**

# **70. 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 – Danube Business School)**

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. Lehrgangsführung

- (1) Als Lehrgangsführung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsführung 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 8 Pflichtfächern im Ausmaß von 28 ECTS, Wahlfächern im Ausmaß von 21 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 Lehrgangsführung) 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
<b>Pflichtfächer</b>		
Grundlagen der Betriebswirtschaft/Fundamentals of Management	3,5	24
Grundlagen der Volkswirtschaft/Fundamentals of Economics	3,5	24
Methoden der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften/Business Analytics & Research Methods	3,5	24

Controlling & Reporting	3,5	24
Unternehmensfinanzierung/Corporate Financial Management	3,5	24
Strategisches Management/Strategic Management	3,5	24
Transformatives Management/Transformative Management	3,5	24
Marketing Management	3,5	24
<b>Wahlfächer</b>		
Internationale Betriebswirtschaft/International Business	3,5	24
Unternehmensethik/Business Ethics	3,5	24
Personalmanagement und Organisation/Managing People	3,5	24
Führung und Motivation/Leadership	3,5	24
Projektmanagement und Komplexität/Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Wissensmanagement und Innovation/Knowledge Management & Innovation	3,5	24
Unternehmensplanspiel/Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	7	48
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Shanghai <ul style="list-style-type: none"> <li>Political Framework in China</li> <li>Chinese Economy: Current Situation &amp; Challenges</li> <li>Doing Business in China – the Management Perspective</li> <li>Financial Markets in China</li> </ul>	7	48
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley <ul style="list-style-type: none"> <li>Modern Start-up concepts</li> <li>Funding Strategies &amp; Pitching</li> <li>The „Silicon Valley Way“</li> </ul>	7	48
Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder <ul style="list-style-type: none"> <li>Ethical Decision-Making in Management: an executive overview</li> <li>Entrepreneurship</li> <li>A Start-up company-tour to microbreweries in Boulder</li> </ul>	7	48
Excelling in Leadership – Study Trip to Lisbon, AESE Business School <ul style="list-style-type: none"> <li>The Real Work of the CEO</li> <li>Design Thinking</li> <li>Global Work and Global Leadership</li> </ul>	7	48
<b>Projektarbeit</b>	<b>11</b>	<b>0</b>
<b>Summe</b>	<b>60</b>	<b>336</b>

## **§ 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.

## **§ 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 dem Wintersemester 2020/2021 in Kraft.

## **§ 14. Übergangsbestimmung**

Studierende, die vor dem Wintersemester 2020/2021 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung im Mbl.Nr. 93/22.10.2018 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.

# **71. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „General Management College“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften – Danube Business School)**

## **§ 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 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
<b>Pflichtfächer</b>		
Grundlagen der Betriebswirtschaft/Fundamentals of Management	3,5	24
Grundlagen der Volkswirtschaft/Fundamentals of Economics	3,5	24
<b>Wahlfächer</b>		
Methoden der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften/Business Analytics & Research Methods	3,5	24
Controlling & Reporting	3,5	24
Unternehmensfinanzierung/Corporate Financial Management	3,5	24
Strategisches Management/Strategic Management	3,5	24
Marketing Management	3,5	24
Internationale Betriebswirtschaft/International Business	3,5	24
Unternehmensethik/Business Ethics	3,5	24
Personalmanagement und Organisation/Managing People	3,5	24
Führung und Motivation/Leadership	3,5	24
Transformatives Management/Transformative Management	3,5	24
Projektmanagement und Komplexität/Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Wissensmanagement und Innovation/Knowledge Management & Innovation	3,5	24
<b>Summe</b>	<b>28</b>	<b>192</b>

## **§ 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.

## **§ 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 dem Wintersemester 2020/2021 in Kraft.

## **§ 14. Übergangsbestimmung**

Studierende, die vor dem Wintersemester 2020/2021 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung im Mbl.Nr. 93/22.10.2018 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.

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

### **§ 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 180 ECTS abgeschlossen haben und zusätzliche Kompetenzen im wirtschaftlichen Bereich erwerben wollen.

### **Lernergebnisse:**

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs 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 oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium aller Studienrichtungen mit mindestens 240 ECTS bzw. ein inländisches oder gleichwertiges ausländisches Bachelorstudium aller Studienrichtungen und weiterführende Studien im Gesamtausmaß von mindestens 240 ECTS; oder
- b) Ein abgeschlossenes inländisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium aller Studienrichtungen und weiterführende Studien im Gesamtausmaß von mindestens 210 ECTS und ein Jahr qualifizierte Berufserfahrung; oder
- c) Ein abgeschlossenes inländisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium aller Studienrichtungen mit mindestens 180 ECTS und 2 Jahre qualifizierte Berufserfahrung.
- d) Zudem müssen die vom Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften angebotenen Fächer
  - Grundlagen der Betriebswirtschaft/Fundamentals of Management
  - Grundlagen der Volkswirtschaft/Fundamentals of Economicspositiv absolviert worden sein oder diese Kenntnisse durch gleichwertige Prüfungen an einer anerkannten postsekundären Bildungseinrichtung nachgewiesen werden.
- e) 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 28 ECTS und Wahlfächer im Ausmaß von 14 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 Lehrgangsführung), 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.

<b>Pflichtfächer</b>	<b>ECTS</b>	<b>UE</b>
Methoden der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften/Business Analytics & Research Methods	3,5	24
Controlling & Reporting	3,5	24
Unternehmensfinanzierung/Corporate Financial Management	3,5	24
Strategisches Management/Strategic Management	3,5	24
Marketing Management	3,5	24
Personalmanagement und Organisation/Managing People	3,5	24
Führung und Motivation/Leadership	3,5	24
Transformatives Management/Transformative Management	3,5	24
<b>Wahlfächer</b>		
Internationale Betriebswirtschaft/International Business	3,5	24
Unternehmensethik/Business Ethics	3,5	24
Projektmanagement und Komplexität/Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Wissensmanagement und Innovation/Knowledge Management & Innovation	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Shanghai <ul style="list-style-type: none"> <li>• Political Framework in China</li> <li>• Chinese Economy: Current Situation &amp; Challenges</li> <li>• Doing Business in China – the Management Perspective</li> <li>• Financial Markets in China</li> </ul>	7	48
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modern Start-up concepts</li> <li>• Funding Strategies &amp; Pitching</li> <li>• The „Silicon Valley Way“</li> </ul>	7	48
Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ethical Decision-Making in Management: an executive overview</li> <li>• Entrepreneurship</li> <li>• A Start-up company-tour to microbreweries in Boulder</li> </ul>	7	48
Excelling in Leadership – Study Trip to Lisbon, AESE Business School <ul style="list-style-type: none"> <li>• The Real Work of the CEO</li> <li>• Design Thinking</li> <li>• Global Work and Global Leadership</li> </ul>	7	48

Unternehmensplanspiel/Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	7	48
<b>MASTER-THESIS</b>	18	
<b>Summe</b>	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 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 die gewählten Fächer
- 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 dem Wintersemester 2020/2021 in Kraft.

## **§ 14. Übergangsbestimmung**

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.

Studierende, die vor dem Wintersemester 2020/21 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung im Mbl.Nr. 93/22.10.2018 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.

## **73. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Professional MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften – Danube Business School)**

### **§ 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 Universitätslehrganges 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 System Life Cycle & Integrated Logistics Support Management
- Advanced Marketing Management
- Agile Organizations & Collective Leadership
- 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
- Management und Führungskompetenz
- Marketing- and Digital Marketing Management
- Marketing- and Brand Management
- Marketing & Sales
- Nachhaltiges Mobilitätsmanagement
- Prozessmanagement
- Qualitätsmanagement
- Restrukturierung & Unternehmensplanung
- Strategic Management & Organizational Change
- Strategisches Management & Restrukturierung
- Sustainable Management
- Wirtschaftsrecht
- Wissensmanagement
- Workforce Management

#### 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)

<b>A) Kerncurriculum</b>	<b>ECTS</b>	<b>UE</b>
<b>Pflichtfächer</b>		
Grundlagen der Betriebswirtschaft/Fundamentals of Management	3,5	24
Grundlagen der Volkswirtschaft/Fundamentals of Economics	3,5	24
<b>Wahlfächer</b>		
Methoden der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften/Business Analytics & Research Methods	3,5	24
Controlling & Reporting	3,5	24
Unternehmensfinanzierung/Corporate Financial Management	3,5	24
Strategisches Management/Strategic Management	3,5	24
Marketing Management	3,5	24
Internationale Betriebswirtschaft/International Business	3,5	24
Unternehmensethik/Business Ethics	3,5	24
Personalmanagement und Organisation/Managing People	3,5	24
Führung und Motivation/Leadership	3,5	24
Transformatives Management/Transformativ Management	3,5	24
Projektmanagement und Komplexität/Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Wissensmanagement und Innovation/Knowledge Management & Innovation	3,5	24
Betriebswirtschaftliche Simulation	3,5	24
<b>B) Vertiefungen (Specializations)</b>		
<b>Vertiefung: Advanced System Life Cycle &amp; Integrated Logistic Support Management</b>		
Product Life Cycle & Management Prozesse <ul style="list-style-type: none"> <li>Steuerungsprozesse im Produktlebenszyklus (ISO 15288)</li> <li>Kostenverteilung im Produktlebenszyklus (Modell "Eisberg")</li> <li>Beschaffungspolitische und Vertragliche Ziele</li> </ul>	3,5	24
Product Support Strategie <ul style="list-style-type: none"> <li>Instandhaltungsgerechte Konstruktion</li> <li>Optimierte Supportplanung und Organisation</li> <li>Integrated Logistic Support (ILS)</li> </ul>	3,5	24
Product Support Planung (1) <ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse der Support-Erfordernisse</li> <li>Anwendung Mathematischer Methoden /Zuverlässigkeit und Materialerhaltbarkeit)</li> <li>Ingeniertechnische Methoden (Instandhaltungs- und Wartungsanalyse)</li> </ul>	3,5	24

Product Support Planung (2) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daten und Messgrößen der Support Analysen</li> <li>• Datenspeicherung und Auswertung bzw. Verwendung in Folgeprozessen</li> <li>• Informationskreislauf Konstruktion-Support</li> </ul>	3,5	24
Product Support Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertragliche Forderungen und Leistungsverzeichnis</li> <li>• Steuerungsinstrumente (RFP, ILS-, LSA-Plan)</li> <li>• Baseline und Review Planung</li> </ul>	3,5	24
Life Cycle Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Support Kosten und Life Cycle Cost Analysis bzw. Modellierung</li> <li>• Modellierung und Budgetierung, Kostenplanung</li> <li>• Interaktive Prozesse im Produktlebenszyklus, Standards und Spezifikationen</li> </ul>	3,5	24
<b>Vertiefung: Advanced Marketing Management</b>		
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	3,5	24
Marketing Project	3,5	24
<b>Vertiefung: Agile Organizations &amp; Collective Leadership</b>		
Organisationales Wissen & Collective Mind	3,5	24
Quellen zukunfts-fähigen Wissens und Handelns	3,5	24
Kollaboration & Organisationale Intelligenz <ul style="list-style-type: none"> <li>• Komplexe soziale Systeme &amp; Emergenz</li> <li>• Organisationstheorie X.0</li> <li>• Kognition und Intelligenz in Systemen</li> <li>• Ansätze zukunfts-fähiger Kollaboration</li> </ul>	7	48
Expanded Leadership	3,5	24
Digitale Realität der Organisation	3,5	24

<b>Vertiefung: Aviation Management</b>		
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
<b>Vertiefung: Biotech, Pharma &amp; MedTech Management</b>		
Innovation & Market Access <ul style="list-style-type: none"> <li>• Health Care Markets I</li> <li>• Innovation</li> <li>• Case Study &amp; Excursion</li> <li>• Technology Transfer</li> <li>• Approaches to Financing</li> <li>• Dealmaking, Negotiations</li> </ul>	7	48
Digitalization & New Business Models <ul style="list-style-type: none"> <li>• Health Care Markets II</li> <li>• Digitalization in Healthcare</li> <li>• Big Data Management</li> <li>• Precision Medicine</li> <li>• R&amp;D Strategies</li> <li>• New Business Models</li> </ul>	7	48
Quality and Regulations <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quality Management</li> <li>• Compliance &amp; Governance</li> <li>• Regulatory Affairs</li> <li>• GMP/GLP/GDP/GCP</li> <li>• Supply Chain Management</li> <li>• Lean Management</li> </ul>	7	48
<b>Vertiefung: Business Performance Management</b>		
Corporate Information & Performance Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Performance Management (Strategic, Tactic, Operative Planning)</li> <li>• Process Performance Measurement</li> <li>• Forecasting Methods (Data Extrapolation, Trends...)</li> <li>• Development of Business Intelligence Strategies</li> </ul>	7	48
Business Statistics & Change Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction to Statistical Methods</li> <li>• Applied Business Statistics</li> <li>• Change Management</li> </ul>	7	48

Data, Data Warehousing, Business Intelligence Concepts & Basic Business Intelligence Services <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepts of Analytical Information Systems</li> <li>• Overview of Database Management Systems &amp; Data Types</li> <li>• Data Warehousing (Data Provisioning Services)</li> <li>• Business Intelligence Services (1)</li> </ul>	7	48
Advanced Business Intelligence Services <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Intelligence Services (2)</li> <li>• Advanced Business Intelligence Applications &amp; Case Studies</li> <li>• Knowledge Discovery &amp; Data Mining</li> <li>• Visual Business Intelligence &amp; Current Developments</li> </ul>	7	48
<b>Vertiefung: Change Management</b>		
Grundlagen im Change Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel</li> <li>• Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign</li> <li>• Change Communication</li> </ul>	7	40
Organisationsentwicklung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Phasen der Organisationsentwicklung</li> <li>• Interventionstechniken auf den Ebenen Individuum, Gruppe, Organisation</li> </ul>	7	40
Strategisches Change Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategieentwicklung im Rahmen von Change-Projekten</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Aspekte</li> <li>• Corporate Culture</li> </ul>	7	40
Steuerung komplexer Transformationen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management von Transformationen</li> <li>• Umgang mit Emotionen</li> <li>• Umgang mit Konflikten</li> </ul>	7	48
<b>Vertiefung: Controlling</b>		
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
<b>Vertiefung: Corporate Responsibility &amp; Business Ethics</b>		
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 <sub>2</sub> Märkte	3,5	24
Strategien für die Umsetzung von Energieeffizienz	3,5	24
<b>Vertiefung: Energy Innovation</b>		
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 <sub>2</sub> 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

<b>Vertiefung: Entrepreneurship &amp; Innovation Management</b>		
Entrepreneurship Fundamentals	3,5	24
Creativity & Entrepreneurial Decision Making	3,5	24
Business Plan Development <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Planning</li> <li>• New Venture Growth</li> <li>• Modern Start-up Concepts</li> </ul>	7	48
Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrated Business Perspective</li> <li>• Entrepreneurial Decision Making</li> <li>• International Management</li> </ul>	7	48
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley	7	48
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Mind Management	3,5	24
Projekt- und Veränderungsmanagement	3,5	24
Advanced Business Planning	3,5	24
Grundlagen im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches Innovationsmanagement</li> <li>• Methoden der Ideengenerierung und Ideenbewertung</li> <li>• Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements</li> </ul>	7	48
Methoden im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefung ausgewählter Methoden</li> <li>• Ideenmanagement/Open Innovation</li> <li>• Service Design/Lead User-Konzept</li> </ul>	7	48
Angewandtes Wirtschaftsrecht <ul style="list-style-type: none"> <li>• Privatrecht</li> <li>• Öffentliches Recht</li> <li>• Unternehmensrecht</li> <li>• Gesellschaftsrecht</li> <li>• Arbeitsrecht</li> </ul>	7	48
Gründungscoaching I	3,5	24
Gründungscoaching II	3,5	24
<b>Vertiefung: Finance</b>		
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
<b>Vertiefung: Financial Planning</b>		
Grundzüge des Rechts <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertpapierrecht</li> <li>• Steuerrecht</li> <li>• Unternehmensrecht</li> </ul>	3,5	24
Einführung in die Finanzmathematik <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zins- und Zinseszinsrechnung</li> <li>• Renten- und Tilgungsrechnung</li> </ul>	3,5	24
Finanzierungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kredit- und Finanzwirtschaft mit Fokus auf Hypothekar- und Privatkredite</li> <li>• Leasingfinanzierung</li> </ul>	3,5	24
Vermögensaufbau, Vermögenserhalt, Veranlagungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertpapiere</li> <li>• Wirtschaftliche Beteiligungen</li> <li>• Immobilienveranlagung</li> <li>• Spareinlagen und Bausparen</li> </ul>	3,5	24
Wertpapieranalyse <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anleihenanalyse</li> <li>• Aktienanalyse</li> <li>• Fondsanalyse</li> <li>• Risikomanagement</li> </ul>	3,5	24
Versicherungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeines Versicherungsrecht</li> <li>• Sach- und Personenversicherung</li> <li>• Betriebliches und privates Vorsorge-Management</li> </ul>	3,5	24
<b>Vertiefung: General Management</b>		
Es sind Fächer aus den anderen Vertiefungen oder der Liste der Ergänzungsfächer im Ausmaß von mindestens 21 und maximal 28 ECTS zu wählen. Wird diese Vertiefung als reines Fernstudium gewählt, dann sind 21 ECTS aus den folgenden Fächern verpflichtend:		
Angewandtes Wirtschaftsrecht <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung Privatrecht</li> <li>• Öffentliches Recht</li> <li>• Unternehmensrecht</li> <li>• Gesellschaftsrecht</li> <li>• Arbeitsrecht</li> </ul>	7	48
Unternehmensplanspiel/Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> </ul>	7	48

<p>Wertorientierte Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundkonzept(e) der wertorientierten Unternehmenssteuerung</li> <li>• Ermittlung des Unternehmenswerts bzw. Wertsteigerungspotenzials</li> <li>• Erfolgsmessung im Rahmen des wertorientierten Controllings</li> </ul>	3,5	24
<p>Business Intelligence</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Intelligence als Entscheidungsunterstützung</li> <li>• Grundlagen der Datenerhebungs-, Auswertungs- und Speicherungsmethoden</li> <li>• Erfolgsmessung der Online Aktivitäten</li> <li>• Social Media Analytics, Erfolgsmessung von Social Media Kanälen</li> <li>• Webanalytics</li> </ul>	3,5	24
<p>Digital Business Intelligence</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Thematik Big Data</li> <li>• Erläuterung der verschiedenen Datenerhebungs- und Datenspeicherungs- und Datenauswertungsmethoden</li> <li>• Darstellung der Ziele, Einsatzbereiche, Anspruchsgruppen, Fachbegriffe und die betriebliche Verankerung von Digital Analytics / Web Analytics</li> <li>• Darstellung der verschiedenen Webkennzahlen- und Webkennzahlensysteme</li> <li>• Digital Analytics Softwarelösungen (Google Analytics)</li> <li>• Darstellung der zukünftigen Herausforderungen von Digital Analytics</li> </ul>	7	48
<b>Vertiefung: Human Resource Management</b>		
<p>Strategie und Trends im HR-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalstrategie und Unternehmenserfolg</li> <li>• Strategische Ausrichtung personalwirtschaftlicher Handlungsfelder</li> <li>• HRM mit neuen Medien</li> </ul>	7	54
<p>Verhalten in Organisationen, Leadership &amp; HR-Practice</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungsverhalten</li> <li>• HR in der Berufspraxis</li> <li>• Verhalten von Individuen und Teams in der Organisation</li> </ul>	7	54
<p>Organisationsentwicklung, Change &amp; Transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisationstheoretische Betrachtungsweisen</li> <li>• Gestaltung von Organisationsstrukturen</li> <li>• Veränderung und Transformation</li> </ul>	7	27
<p>Performance, Compensation, HR-Reporting &amp; Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansätze und Instrumente des Personalcontrollings</li> <li>• Anreiz- und Vergütungssysteme</li> <li>• People Analytics</li> </ul>	7	27
<p>Planungsgrundlagen im HRM &amp; Personalbeschaffung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Verankerung des HRM</li> <li>• Bewertung und Gestaltung von Arbeitstätigkeiten</li> <li>• Personalbedarfsplanung</li> <li>• Mitarbeiterbindung</li> </ul>	7	27

Personalauswahl und Personalentwicklung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multimodale Personalauswahl</li> <li>• Eignungsdiagnostische Verfahren</li> <li>• Validität von Auswahlinstrumenten</li> </ul>	7	27
Führung, Motivation & Entscheidungsfindung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Trends der Führungsforschung</li> <li>• Motivationstheorien</li> <li>• Entscheidungstheorien</li> </ul>	7	27
Organisations- und Personalpsychologie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stabilität und Veränderbarkeit der Persönlichkeit</li> <li>• Kooperation und Wirkmechanismen von Teamarbeit</li> <li>• Soziale Informationsverarbeitung</li> </ul>	7	27
<b>Vertiefung: Industrial Management</b>		
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
<b>Vertiefung: Informationsdesign</b>		
Grundlagen im Informationsdesign <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsmerkmale und Evaluierung</li> <li>• rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>• Best Practices</li> </ul>	7	40
Verbales Informationsdesign <ul style="list-style-type: none"> <li>• Linguistische Grundlagen</li> <li>• Typografie</li> <li>• Werbliche Sprache</li> </ul>	7	40
Visuelles Informationsdesign <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standardtechniken der Visualisierung</li> <li>• Geschichtlicher Hintergrund</li> <li>• Qualitätskriterien</li> </ul>	7	40
Methoden des Usability Designs <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usability Design Methoden</li> <li>• User-Centered Design</li> <li>• Kosten- /Nutzen-Analysen</li> </ul>	7	40
<b>Vertiefung: Innovationsmanagement</b>		
Grundlagen im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Fach</li> <li>• Treiber und Motivation für Innovationsmanagement</li> <li>• Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements</li> </ul>	7	40
Methoden im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefung ausgewählter Methoden</li> <li>• Ideenmanagement</li> <li>• Open Innovation</li> </ul>	7	40

Technologie- und Produktmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktmanagement</li> <li>• Produkt- und Technologielebenszyklus</li> <li>• Trends</li> </ul>	7	40
Finanzierung, Marketing & Recht im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>• Marketing für Innovationen</li> <li>• Finanzierung von Innovationen</li> </ul>	7	40
<b>Vertiefung: International Business</b>		
Global Business Dynamics	3,5	24
CrossCultural Leadership	3,5	24
International Finance	3,5	24
European and International Business Law	7	48
Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrated Business Perspective</li> <li>• Entrepreneurial Decision Making</li> <li>• International Management</li> </ul>	7	48
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Shanghai <ul style="list-style-type: none"> <li>• Political Framework in China</li> <li>• Chinese Economy: Current Situation &amp; Challenges</li> <li>• Doing Business in China – the Management Perspective</li> <li>• Financial Markets in China</li> </ul>	7	48
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modern Start-up concepts</li> <li>• Funding Strategies &amp; Pitching</li> <li>• The „Silicon Valley Way“</li> </ul>	7	48
Studienreise: Leadership and Management (University of Colorado at Boulder) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneurship</li> <li>• Business Ethics</li> <li>• Leadership</li> </ul>	7	40
Excelling in Leadership – Study Trip to Lisbon, AESE Business School <ul style="list-style-type: none"> <li>• The Real Work of the CEO</li> <li>• Design Thinking</li> <li>• Global Work and Global Leadership</li> </ul>	7	48
Digital Marketing	3,5	24
Integrated Marketing Communications	3,5	24
Wirtschaftliche und politische Grundlagen der Globalisierung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe relevanter ökonomischer und politischer Theorien</li> <li>• Verständnis historischer und globaler Veränderungsprozesse (u.a. postcolonial studies)</li> <li>• Aus- und Wechselwirkungen von Globalisierung auf Arbeits- und Handelsmärkte</li> </ul>	7	48

Interkulturelles und Internationales Management <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>	7	48
Interkulturelles Coaching <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung verschiedener Coaching-Tools</li> <li>• Eigenständige Entwicklung und Erweiterung des Repertoires an Methoden und Werkzeugen des interkulturellen Coachings</li> </ul>	7	48
Interkulturelle Konflikttransformation und Mediation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiede im Umgang mit Konflikten,</li> <li>• Praxis von Konflikttransformation</li> </ul>	7	48
Internationale Wirtschaft – International Economics	3,5	24
<b>Vertiefung: Leisure-, Entertainment- and Gaming Business Management</b>		
Verantwortung und Glücksspiel	3,5	24
Corporate Social Responsibility (Business Ethics)	3,5	24
Technologie	3,5	24
Glücksspielrecht	3,5	24
Spiel, Gesellschaft & Spieletheoretische Grundlagen	3,5	24
Gamification, Nudging & Spiel aus psychologischer Sicht	3,5	24
<b>Vertiefung: Logistik und Supply Chain Management</b>		
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
<b>Vertiefung: Management und Führungskompetenz</b>		
Kommunikation und Präsentation	3,5	24
Verhandlungsführung und Konfliktmanagement	3,5	24
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte	3,5	24
Motivation und Teamarbeit	3,5	24
Aktuelle Ansätze der Mitarbeiterführung	3,5	24
Machtkompetenz und Expertenführung	3,5	24
Veränderungsmanagement	3,5	24

<b>Vertiefung: Marketing- and Digital Marketing Management</b>		
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	3,5	24
Digital Marketing Project	3,5	24
<b>Vertiefung: Marketing- and Brand Management</b>		
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	3,5	24
Marketing Project	3,5	24
<b>Vertiefung: Marketing &amp; Sales</b>		
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	3,5	24
Marketing Project	3,5	24
<b>Vertiefung: Nachhaltiges Mobilitätsmanagement</b>		
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
<b>Vertiefung: Prozessmanagement</b>		
Grundlagen im Prozessmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement</li> <li>• Überblick über Methoden des Prozessmanagements</li> <li>• Strategisches Prozessmanagement</li> </ul>	7	40
Vertiefung in den Methoden des Prozessmanagements <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prozessmodellierung, -messung und -monitoring</li> <li>• Kontinuierlicher Verbesserungsprozess</li> <li>• Der Mensch im Prozessmanagement</li> </ul>	7	40
Supply Chain Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Supply Chain Managements</li> <li>• Durchlaufzeit- und Engpassanalyse von Lieferprozessen</li> <li>• Kapazitäts-, Bestands- und Revenuemanagement</li> </ul>	7	40
Tools im Prozessmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Process-Driven Architecture</li> <li>• Prozessorientiertes EAI- und Workflowmanagement</li> <li>• Nutzen und Einführung von BPMS Systemen</li> </ul>	7	40
<b>Vertiefung: Qualitätsmanagement</b>		
Grundlagen im Qualitätsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick der Normen im Qualitätsmanagement</li> <li>• Methodenüberblick des Qualitätsmanagements</li> <li>• Prinzipien des Qualitätsmanagements</li> </ul>	7	40
Methoden im Qualitätsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsmanagement-Methoden und -werkzeuge (Q7, M7) - Kreativitätswerkzeuge (K7)</li> <li>• Quality Function Deployment (QFD)</li> <li>• Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA)</li> </ul>	7	40
Umwelt- und Sicherheitsmanagementsysteme <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung und Überblick in Umwelt- Gesundheits- und Arbeitssicherheits-Managementsysteme</li> <li>• Vorgangsweise beim Aufbau eines Umwelt- und Arbeitssicherheits-Managementsystems</li> <li>• Grundlagen der Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsbericht</li> </ul>	7	40
Business Excellence <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensqualität - Qualität im Kontext von Management und Organisationsentwicklung</li> <li>• Excellence Modelle, EFQM Modell</li> <li>• Bewertungsmethoden anhand des EFQM-Modells</li> </ul>	7	40
<b>Vertiefung: Restrukturierung &amp; Unternehmensplanung</b>		
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
<b>Vertiefung: Strategic Management &amp; Organizational Change</b>		
Strategy Formulation & Decision Making <ul style="list-style-type: none"> <li>• Decision models/processes under uncertainty</li> <li>• Integrating strategy</li> <li>• Affects &amp; motivational influences in decision making</li> </ul>	7	48
Managing Change	3,5	24
Organization Design	3,5	24
Strategic Thinking & Strategy-as-Practice <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategic vision tool-box</li> <li>• Strategic transformation</li> <li>• Strategic integration/implementation</li> </ul>	7	48
<b>Vertiefung: Strategisches Management &amp; Restrukturierung</b>		
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
<b>Vertiefung: Sustainable Management</b>		
Herausforderungen und Chancen einer transformativen Gesellschaft <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeit aus einer Systemperspektive</li> <li>• Nachhaltigkeitsstrategie</li> <li>• Charakteristika komplexer Probleme der realen Welt</li> <li>• Denken in Bezug auf die Vernetzung</li> </ul>	7	48
Nachhaltiges Management entlang der Wertschöpfungskette <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswirkungen der Nachhaltigkeitsanforderung auf einzelne Unternehmensbereiche</li> <li>• Datenbeschaffung und Entscheidungsfindung für eine nachhaltige Leistungserbringung</li> <li>• Ableitung von nachhaltigen Standards einzelner Unternehmensbereiche</li> <li>• Digitalisierung als Hebel nachhaltiger Unternehmensführung</li> </ul>	7	48
Methoden nachhaltiger Führung	3,5	24
Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie	3,5	24

<b>Vertiefung: Wirtschaftsrecht</b>		
Einführung in die Rechtswissenschaften <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe der Rechtswissenschaften</li> <li>• juristische Werkzeuge</li> <li>• juristische Grundlehren</li> <li>• Normen- und Methodenlehre</li> <li>• Staatslehre</li> <li>• Verfahrensrecht</li> </ul>	6	32
Bürgerliches Recht <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schuldrecht, insbesondere Vertrags- und Leistungsrecht</li> <li>• Haftungs- und Schadenersatzrecht</li> <li>• Personenrecht</li> <li>• Sachenrecht</li> <li>• Familien- und Erbrecht</li> </ul>	6	45
Arbeits- und Sozialrecht <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsrecht</li> <li>• Sozialrecht</li> <li>• Fallbearbeitung</li> </ul>	2	16
Rechtsdurchsetzung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das zivilgerichtliche Verfahren</li> <li>• Insolvenz</li> <li>• Exekution</li> <li>• Prozessspiel</li> <li>• Mediation</li> </ul>	4	32
Unternehmensrecht <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeines Unternehmensrecht</li> <li>• unternehmensbezogene Geschäfte</li> <li>• Fallbearbeitung</li> <li>• österreichisches E-Commerce-Recht</li> </ul>	3	24
<b>Vertiefung: Wissensmanagement</b>		
Grundlagen im Wissensmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Treiber und Motivation für Wissensmanagement</li> <li>• Konzepte und Modelle des Wissensmanagements</li> <li>• Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung</li> </ul>	7	40
Strategisches Wissensmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kritisches Wissen identifizieren und Wissensziele definieren</li> <li>• Zukunftsorientierte Wissensbilanzierung</li> <li>• Methoden zur Messung und Bewertung von Wissen</li> </ul>	7	40
Lernende Organisation und Organisationskultur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemtheoretische Zugänge bei der Einführung von Wissensmanagement</li> <li>• Wissenskultur</li> <li>• Kompetenzmanagement und Collaboration</li> </ul>	7	40
Kommunikations- und technologiegestützter Wissenstransfer <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systematischer Wissenstransfer</li> <li>• Zielgruppenspezifische Informationsaufbereitung</li> <li>• Medien und Formate im (Digitalen) Wissensmanagement</li> </ul>	7	40

<b>Vertiefung: Workforce Management</b>		
Vertrieb und Marketing	3,5	24
Recruiting	3,5	24
Recht	3,5	24
Personalmanagement	3,5	24
Change Management und Organisationsentwicklung	3,5	24
Performance Management und Entlohnung	3,5	24
Personalauswahl und Beurteilung	3,5	24
Kommunikation	3,5	24
<b>C) Ergänzungsfächer</b>		
European and International Business Law <ul style="list-style-type: none"> <li>• International Legal Framework</li> <li>• European Internal Market Law</li> <li>• European and International E-Commerce Law</li> </ul>	7	48
Informationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte und Modelle des Informationsmanagements</li> <li>• Erfassen von Treiber und Motivation für Informationsmanagement</li> <li>• Erkennen von Einfluss- und Gestaltungsdimensionen</li> <li>• Einsatz von Instrumenten und Methoden: Strategische Situationsanalyse, strategische Zielplanung, Strategieentwicklung sowie Maßnahmenplanung</li> </ul>	7	48
Kognition und Kreativität <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuromanagement und emotionale Intelligenz</li> <li>• Kreativität und Innovation</li> <li>• Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung</li> </ul>	7	40
Grundlagen im Risikomanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Basiswissen Risikomanagement</li> <li>• Überblick über Normen</li> <li>• Managementkreisläufe und Managementsysteme</li> </ul>	7	40
Strategic Navigation under Uncertainty	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Shanghai <ul style="list-style-type: none"> <li>• Political Framework in China</li> <li>• Chinese Economy: Current Situation &amp; Challenges</li> <li>• Doing Business in China – the Management Perspective</li> <li>• Financial Markets in China</li> </ul>	7	48
Leisure, Entertainment & Gaming Business - Study Trip Las Vegas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casinos in the US: Then, Now, &amp; Future</li> <li>• Casino Design Instructions</li> <li>• Casino Operations + Marketing</li> <li>• Responsible Gambling</li> </ul>	7	48
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modern Start-up concepts</li> <li>• Funding Strategies &amp; Pitching</li> <li>• The „Silicon Valley Way“</li> </ul>	7	48

Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder <ul style="list-style-type: none"> <li>Ethical Decision-Making in Management: an executive overview</li> <li>Entrepreneurship</li> <li>A Start-up company-tour to microbreweries in Boulder</li> </ul>	7	48
Excelling in Leadership – Study Trip to Lisbon, AESE Business School <ul style="list-style-type: none"> <li>The Real Work of the CEO</li> <li>Design Thinking</li> <li>Global Work and Global Leadership</li> </ul>	7	48
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Usability Design Methods <ul style="list-style-type: none"> <li>Usability Engineering / User Experience</li> <li>Accessibility</li> <li>Kosten- / Nutzen-Analyse</li> <li>ausgewählte Methoden</li> <li>Usability-Labor</li> <li>Projektarbeit</li> </ul>	7	48
Unternehmensplanspiel/Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	7	48
Zukunfts- und Trendforschung	3,5	24
Branchenbezogenes Management/ Simulation und/oder betreute Projektarbeit <ul style="list-style-type: none"> <li>Projektarbeit oder Simulation</li> <li>umfassende Reflexion des Erfahrungslernens</li> <li>Best Practice Beispiele</li> </ul>	7	48
Business Intelligence	3,5	24
Wertorientierte Unternehmensführung	3,5	24
<b>D) MASTER-THESIS</b>	<b>20</b>	

## § 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 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, „Leadership and Management“ 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 dem Wintersemester 2020/2021 in Kraft.

## **§ 14. Übergangsbestimmung**

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.

Studierende, die vor dem Wintersemester 2020/2021 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung im Mbl.Nr. 93/22.10.2018 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.

## **74. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Sportrecht, LL.M.“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Rechtswissenschaften und Internationale Beziehungen)**

### **§ 1. Weiterbildungsziel**

Die globale Bedeutung des Sports nimmt nicht nur in gesundheitspolitischer, sondern auch wirtschaftlicher, sozialer und letztlich auch rechtlicher Hinsicht eine wachsende Bedeutung ein. Die Professionalisierung der Sportvereine und zunehmende Verrechtlichung des Sports verlangt nach Personal, das über tiefere juristische Kompetenzen verfügt. Auch immer mehr Rechtsanwaltskanzleien entdecken diese Querschnittsmaterie zwischen privatem und öffentlichem Recht als neues Spezialgebiet. Zahlreiche wissenschaftliche und praxisbezogene Publikationen widmen sich auf nationaler und internationaler Ebene seit Jahren diesem Thema.

Obwohl Sportrecht bislang kein eigenes juristisches Fach bildet, nimmt der Rechtsstoff an österreichischen und ausländischen Universitäten eine immer stärker werdende Bedeutung ein. So findet Sportrecht zwar in manchen rechtlichen Grundstudien Berücksichtigung, doch fehlt es bislang an einer kompakten Weiterbildung in Österreich. Diese Lücke wird nun durch den berufsbegleitenden Universitätslehrgang Sportrecht am Department für Wirtschaftsrecht und Europäische Integration geschlossen.

Im Rahmen der Module erwerben die TeilnehmerInnen umfassende rechtliche Kenntnisse, die notwendig sind, um den Anforderungen dieser komplexen Querschnittsmaterie in der Praxis gerecht zu werden. Aus dem Blickwinkel jeweiliger praktischer Fragestellungen (etwa der Veranstaltung von Sportevents, des Betriebes sportlicher Ausbildungen unter anderem auch im Schulsektor, der Führung von professionellen und nicht professionellen Sportvereinen, der Rechtsberatung von Profi- und AmateursportlerInnen im Bereich des Arbeits-, Sozial-, Versicherungs-, Steuer- und Vertragsrechts, etc) werden sämtliche relevante juristische Fachgebiete zu Lösungen konsultiert.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Master of Laws im Sportrecht

- verfügen über fundierte Kenntnisse im Sportrecht.
- können das erlangte Wissen in der beruflichen Praxis einsetzen und darauf aufbauend den rechtlichen Vorgaben entsprechend agieren, betreuen und beraten.
- sind in der Lage entsprechende sportrechtliche Sachverhalte zu erkennen, zu überprüfen und zu lösen und können dementsprechend gesetzliche Tatbestände auf Lebenssachverhalte anwenden und hieraus die Rechtsfolgen ableiten.

### **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang ist berufsbegleitend in Modulform konzipiert.

### **§ 3. Unterrichtssprache**

Der Universitätslehrgang wird in deutscher und/oder englischer Sprache abgehalten.

### **§ 4. 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.

## § 5. Dauer

Der Lehrgang dauert berufsbegleitend vier Semester (90 ECTS Punkte).

## § 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- (1) ein abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium (mindestens Bachelor) der Rechtswissenschaften, der Wirtschaftswissenschaften (zB. BWL, IBWL, VWL, HW, Wipäd), der Politikwissenschaften oder
- (2) gleichwertige Studienleistungen im Umfang von mindestens 180 ECTS (z.B. im Rahmen eines Diplomstudiums). Falls Hochschulzeugnisse vorgelegt werden, in denen noch keine ECTS-Punkte ausgewiesen sind, ist ein Nachweis der jeweiligen Hochschule zu erbringen, welchem ECTS-Umfang die vorgelegten Zeugnisse entsprechen; oder
- (3) ein anderes erfolgreich abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium (mindestens Bachelor) mit einer substantiellen rechtswissenschaftlichen Ausbildung oder
- (4) ein anderes erfolgreich abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium (mindestens Bachelor) mit einem zusätzlichen postgradualen Abschluss des Zertifikats „Grundlagen des österreichischen und europäischen Rechts“ oder des Universitätslehrgangs „Master of Legal Studies, MLS“ der Donau-Universität Krems oder einer gleichwertigen Zusatzausbildung und
- (5) ein erfolgreiches Aufnahmegespräch mit der Lehrgangsführerin oder dem Lehrgangsführer.

## § 7. 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 Lehrgangsführerin oder dem Lehrgangsführer nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

## § 8. Zulassung

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

## § 9. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm des Universitätslehrgangs setzt sich aus den nachfolgend angeführten Fächern zusammen.

### Fächerübersicht

Fach	ECTS	UE
1. Einführung in das Sportrecht: Die Organisation des Sports	6	36
2. Arbeits- und Sozialrecht im Sport	6	36
3. Immaterialgüterrecht und Vermarktung im Sport I	4	28
4. Immaterialgüterrecht und Vermarktung im Sport II	4	28
5. Veranstaltungsrecht und Datenschutz im Sport	4	28
6. Bau und Betrieb von Sportstätten	5	32

7. Haftung im Sport	3	20
8. Steuern im Sport	2	12
9. Integrität im Sport	3	18
10. Sportwissenschaftliche und sportmedizinische Grundlagen	3	18
11. Streitbeilegung im Sport	6	36
12. Fußballrecht	6	36
13. Berg- und Skirecht	6	36
14. Planspiel	2	14
15. Sportökonomie	4	28
16. Spezialfragen des Sportrechts	4	28
17. Aktuelle Fragen zum Sportrecht	2	14
ECTS	70	448
<b>Master-Thesis</b>	<b>20</b>	
<b>Gesamt</b>	<b>90</b>	

### § 10. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsheitung jeweils für einen Universitätslehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Praxiseinheiten 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.

### § 11. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:
  - a) je einer schriftlichen oder mündlichen Fachprüfung über die Fächer 1 bis 11 und über die Fächer 15 und 16,
  - b) der erfolgreichen Teilnahme an den Fächern 12 bis 14 sowie am Fach 17,
  - c) der Verfassung, positiven Beurteilung und Defensio einer Master-Thesis.
- (2) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht werden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (3) Leistungen aus den Universitätslehrgängen des Departments für Rechtswissenschaften und Internationale Beziehungen „Master of Legal Studies (MLS)“, „Sportrecht, Akademische/r Experte/in“ und „Sportrecht und Management, MBA“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

## **§ 12. Evaluation und Qualitätsverbesserung**

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden.
- Evaluation der Lehrinhalte und ReferentInnen am Ende des Lehrgangs durch den wissenschaftlichen Beirat und darauf aufbauend Erarbeitung von Verbesserungsmaßnahmen.

## **§ 13. 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 Laws in Sportrecht“, LL.M. zu verleihen.

## **§ 14. Inkrafttreten**

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem Tag der Verlautbarung in Kraft.

## **§15. Übergangsbestimmungen**

Studierende, die vor dem Wintersemester 2019/20 zugelassen wurden, schließen noch nach der Verordnung des Mitteilungsblatts Nr. 93/2015 ab. Auf Antrag und mit Zustimmung der Lehrgangsleitung können diese Personen auch nach der vorliegenden Verordnung abschließen. Die Verordnung des Mitteilungsblatts 93/2015 tritt mit 1.10.2023 außer Kraft. Eine Absolvierung ist dann nur mehr nach der vorliegenden Verordnung möglich.

# **75. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Qualitätsmanagement AE“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens und Kommunikationsmanagement)**

## **§ 1. Weiterbildungsziel**

Ziel ist es, den Studierenden vertiefte und anwendungsorientierte Kenntnisse des Qualitätsmanagements zu vermitteln. Dazu gehören das Wissen um relevante Normen und Vorschriften, Kenntnisse über den Aufbau und die Einführung von Qualitätsmanagement-Systemen, der Erwerb eines adäquaten Methodenrepertoires sowie die Fähigkeit zur professionellen Umsetzung. Die Studierenden erwerben die Kompetenz, auf Basis wissenschaftlicher Grundlagen Qualitätsmanagementsysteme zu entwickeln und zu optimieren. Sie erhalten vertiefende Kenntnisse nicht nur im Qualitätsmanagement im engeren Sinne, sondern auch in verwandten Managementsystemen wie Umwelt- und Sicherheitsmanagement. Zusätzlich werden die Studierenden befähigt, Qualitätsmanagement in den größeren Zusammenhang von Business Excellence zu positionieren.

## **Lernergebnisse**

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Curriculums in der Lage,

- Ziele und Aufgaben des Qualitätsmanagements zu identifizieren und daraus passende Strategien zu entwickeln.
- Qualitätsmanagementsysteme unter Berücksichtigung der jeweiligen Randbedingungen in Organisationen zu diskutieren.
- unterschiedliche Methoden und Tools des Qualitätsmanagements zielgerichtet in Projekten einzusetzen.
- vor dem Hintergrund des erworbenen Wissens über relevante Normen und Vorschriften Auditpläne für interne und externe Überprüfungen (Audits/Assessments) zu erstellen.

## **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

## **§ 3. Lehrgangsführung**

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

## **§ 4. Dauer**

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend drei Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 2 Semester (60 ECTS-Punkte).

## **§ 5. Zulassungsvoraussetzungen**

- (1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
  - 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 ist im Aufnahmeverfahren ein Aufnahmegespräch zu führen, in dem die Lehrgangsführung gemeinsam mit der/dem Studierenden die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

## **§ 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 Lehrgangsführung 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 vier (4) Pflichtfächer und drei (3) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Projektarbeit“ vor der Abgabe der Projektarbeit zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, ist das Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es muss mindestens ein (1) Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe B“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden.
- 5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als ein Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- 6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
<b>Pflichtfächer</b>			<b>28</b>	<b>700</b>
Grundlagen im Qualitätsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick der Normen im Qualitätsmanagement</li> <li>• Methodenüberblick des Qualitätsmanagements</li> <li>• Prinzipien des Qualitätsmanagements</li> </ul>				
Methoden im Qualitätsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsmanagement-Methoden und -werkzeuge (Q7, M7) - Kreativitätswerkzeuge (K7)</li> <li>• Quality Function Deployment (QFD)</li> <li>• Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA)</li> </ul>				
Umwelt- und Sicherheitsmanagementsysteme	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung und Überblick in Umwelt- Gesundheits- und Arbeitssicherheits-Managementsysteme</li> <li>• Vorgangsweise beim Aufbau eines Umwelt- und Arbeitssicherheits-Managementsystems</li> <li>• Grundlagen der Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsbericht</li> </ul>				
Business Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensqualität - Qualität im Kontext von Management und Organisationsentwicklung</li> <li>• Excellence Modelle, EFQM Modell</li> <li>• Bewertungsmethoden anhand des EFQM-Modells</li> </ul>				
<b>Wahlfächer:</b>			<b>21</b>	<b>525</b>
<b>Wahlfachgruppe A</b>				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeiten in interdisziplinären Teams</li> <li>• Lern- und Lesetechniken</li> <li>• Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung</li> </ul>				

<b>Wahlfachgruppe B</b>				
Grundlagen im Lean Operations Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen zu Produktionssystemen</li> <li>• Lean Thinking und Lean Culture</li> <li>• Total Productive Management</li> </ul>				
Grundlagen im Prozessmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement</li> <li>• Überblick über Methoden des Prozessmanagements</li> <li>• Strategisches Prozessmanagement</li> </ul>				
Grundlagen im Projektmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekte klar abgrenzen und definieren</li> <li>• Projektmanagement in seinen PM-Teilprozessen verstehen</li> <li>• Projektmanagement Methoden richtig und praxisbezogen anwenden</li> </ul>				
Teammanagement und Teamdynamik	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Systemtheorie</li> <li>• Teammanagement aus systemischer Sicht</li> <li>• Konflikte in Teams und Organisationen</li> </ul>				
Lean Administration	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lean Administration als Teil von Lean Enterprise sehen</li> <li>• Grundlagen für effizientes Arbeiten im Office verstehen</li> <li>• Methoden und Werkzeuge zur Optimierung von administrativen Prozessen beherrschen</li> </ul>				
Verbesserungsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungskonzept und Fehlerkultur</li> <li>• Methoden im Verbesserungsmanagement</li> <li>• Six Sigma</li> </ul>				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Treiber und Motivation für WM</li> <li>• Konzepte und Modelle des WM</li> <li>• Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung</li> </ul>				
Grundlagen im Risikomanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basiswissen Risikomanagement</li> <li>• Überblick über Normen</li> <li>• Managementkreisläufe und Managementsysteme</li> </ul>				
Grundlagen im Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel</li> <li>• Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign</li> <li>• Change Communication</li> </ul>				
Grundlagen im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Fach</li> <li>• Treiber und Motivation für Innovationsmanagement</li> <li>• Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements</li> </ul>				

<b>Wahlfachgruppe C</b>				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen</li> <li>• Medienarbeit</li> <li>• PR-Konzeption und Kampagnen</li> </ul>				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellungsformen im quattromedialen Kontext</li> <li>• Journalistische Ressorts</li> <li>• Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus</li> </ul>				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument</li> <li>• Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen</li> <li>• Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation</li> </ul>				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologien und Tools digitaler Kommunikation</li> <li>• Strategisches Online-Marketing</li> <li>• Crossmediale Kommunikation</li> </ul>				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management für Führungskräfte</li> <li>• Strategisches Leadership</li> <li>• Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen</li> </ul>				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.)</li> <li>• Standards und Normen für Managementsysteme</li> <li>• Einführung von Managementsystemen</li> </ul>				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation</li> <li>• Förderung innovativer Organisationskultur</li> <li>• Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen</li> </ul>				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierung von Unternehmen und Staat</li> <li>• Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation</li> <li>• Anwendungsfelder der politischen Kommunikation</li> </ul>				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information</li> <li>• Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie</li> <li>• Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen</li> </ul>				

Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuromanagement und emotionale Intelligenz</li> <li>• Kreativität und Innovation</li> <li>• Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung</li> </ul>				
Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen</li> <li>• Usability und User-Centered Design</li> <li>• Daten- und Informationsvisualisierung</li> </ul>				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komplexität und Systemdynamik</li> <li>• Agent-based modeling</li> <li>• Angewandte Methoden der Transdisziplinarität</li> </ul>				
<b>Seminar zur Projektarbeit</b>	8	2	2	50
<b>Projektarbeit</b>		9	9	225
<b>Gesamt</b>	288		60	1500

### § 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

### § 10. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
  - a) Vier (4) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
  - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
  - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Projektarbeit“
  - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Projektarbeit“.
- (3) Die Projektarbeit ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Projektarbeit ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Projektarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

- (6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management (MSc, AE, CP)
  - Communications MBA
  - Digitaler Journalismus, CP
  - Digitale Kommunikation (MSc, AE, CP)
  - Fernstudium Public Relations
  - PR Professional Basic, CP
  - Informationsdesign (MA, AE, CP)
  - Informations- und Datenvisualisierung, CP
  - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
  - Integrated Management Systems, MBA
  - Internationales Projektmanagement (MSc, AE, CP)
  - International Project Management, AE
  - Integrierte Krisenkommunikation, CP
  - Interne und Change-Kommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
  - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit, CP
  - Kommunikation und Management (MSc Advanced, MSc, AE, CP)
  - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
  - Methodische Öffentlichkeitsarbeit, CP
  - Organisational Communications MSc
  - Politische Kommunikation (MSc, AE, CP)
  - Printjournalismus, CP
  - Professional MSc
  - Professional MSc - Vertiefung Technische Kommunikation
  - Professional MSc - Vertiefung Wissensmanagement
  - Professional MSc - Vertiefung Bibliotheks- und Informationsmanagement
  - PR dual, AE
  - PR: Gesundheitskommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
  - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
  - Qualitätsjournalismus (MA, AE)
  - Qualitätsmanagement (MSc, CP)
  - Radiojournalismus, CP
  - Risikomanagement, MSc
  - Risikomanagement, CP
  - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
  - Strategische Kommunikation und PR (MSc, AE, CP)
  - Technische Kommunikation und Medienmanagement, MSc
  - TV-Produktion, CP
  - Wirtschaftskommunikation, AE
  - Wissensmanagement (MSc, CP)

### **§ 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 Universitätslehrganges

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

## **§ 12. Abschluss**

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist die akademische Bezeichnung „Akademische/r Experte/in für Qualitätsmanagement“ zu verleihen.

## **§ 13. Inkrafttreten**

Das Curriculum tritt mit WS 2020/21 in Kraft.

## **76. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MSc“**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MSc“ wird mit € 14.900,- festgelegt.

## **77. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MBA“**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MBA“ wird bei Absolvierung der MBA-Fächer im e-Learning-Modus mit € 18.400,- festgelegt.

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MBA“ wird bei Absolvierung der MBA-Fächer im Blended Learning-Modus mit € 19.900,- festgelegt.

Für AbsolventInnen des Universitätslehrganges „Marketing und Vertrieb, MSc“ wird der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Marketing und Vertrieb, MBA“ mit € 9.900,- festgelegt.

## **78. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Personalmanagement, Führung und Organisation“ MSc**

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Personalmanagement, Führung und Organisation“ MSc wird mit € 14.900,- festgelegt.

Mag. Friedrich Faulhammer  
Rektor

Univ.-Prof.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Michaela Pinter, MAS  
Vorsitzende des Senats