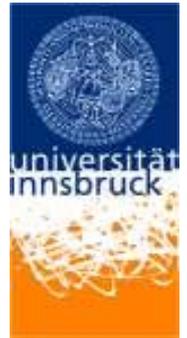


# MITTEILUNGSBLATT

DER

# Leopold-Franzens-Universität Innsbruck



Internet: <http://www.uibk.ac.at/service/c101/mitteilungsblatt>

---

Studienjahr 2014/2015

Ausgegeben am 28. Mai 2015

55. Stück

---

438. Curriculum für den Universitätslehrgang Executive Master of Business Administration (MBA) an der Universität Innsbruck  
(Kundmachung laut folgender Anlage Seite 1-16)

Beschluss der Curriculum-Kommission an der Fakultät der Betriebswirtschaft vom 15.04.2015, genehmigt mit Beschluss des Senats vom 30.04.2015:

Aufgrund des § 25 Abs. 1 Z 10 des Universitätsgesetzes 2002, BGBl. I Nr. 120, idgF, und des § 38 Satzungsteil „Studienrechtliche Bestimmungen“, wiederverlautbart im Mitteilungsblatt der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck vom 3. Feber 2006, 16. Stück, Nr. 90, idgF, wird verordnet:

Curriculum für den  
**Universitätslehrgang Executive Master of Business Administration (MBA)**  
an der Universität Innsbruck

**Inhaltsverzeichnis**

- § 1 Qualifikationsprofil
- § 2 Umfang und Dauer
- § 3 Zulassung
- § 4 Aufnahmeverfahren
- § 5 Lehrveranstaltungsarten
- § 6 Pflicht- und Wahlmodule
- § 7 Masterthesis
- § 8 Prüfungsordnung
- § 9 Akademischer Grad
- § 10 Inkrafttreten

## **§ 1 Qualifikationsprofil**

- (1) Den Absolventinnen und Absolventen des Executive Masters of Business Administration stehen vielfältige Berufschancen im mittleren und höheren Managements in allen Bereichen der Wirtschaft sowie auch in Not-for-profit-Bereichen und öffentlichen Institutionen offen. Der Universitätslehrgang richtet sich an Führungskräfte einer gehobenen Managementebene, zukünftige Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte. Ebenso zählen Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Selbstständige, die in ähnlich anspruchsvollen Umfeldern tätig sind, zur Zielgruppe. Inhaltlich vermittelt der Executive Master of Business Administration den Studierenden vertiefte wissenschaftliche und anwendungsorientierte Kenntnisse im Bereich der Managementwissenschaften und ermöglicht eine theorieunterstützte Reflexion des eigenen Führungshandelns. Besonderes Augenmerk wird auf die sozialwissenschaftlichen Grundlagen des Managements gelegt.
- (2) Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, mittels theoriegeleiteter Ansätze forschungsbezogene und anwendungsorientierte Problemstellungen in Unternehmen und anderen Institutionen zu bearbeiten, Lösungsalternativen zu entwickeln, verantwortungsbewusst fundierte Entscheidungen zu treffen sowie deren Konsequenzen einzuschätzen. Die diesbezüglich vermittelten Theorien, Konzepte und Methoden sind in ihren relevanten Forschungsfeldern durchgängig State-of-the-Art.
- (3) Der Universitätslehrgang wird in Kooperation mit Schloss Hofen, Wissenschafts- und Weiterbildungsgesellschaft mbH, Lochau durchgeführt.

## **§ 2 Umfang und Dauer**

- (1) Der Universitätslehrgang Executive Master of Business Administration (MBA) umfasst 90 ECTS-Anrechnungspunkte (ECTS-AP).
- (2) Der Universitätslehrgang wird berufs begleitend in Schloss Hofen, Lochau, angeboten und dauert vier Semester.

## **§ 3 Zulassung**

- (1) Die Zulassung setzt den Abschluss eines Diplom- oder Bachelorstudiums oder eines Fachhochschul-Bachelorstudienganges oder eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung voraus. Zusätzlich wird eine mindestens dreijährige einschlägige Berufserfahrung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorausgesetzt.
- (2) In begründeten Fällen können auch Personen zugelassen werden, die die in Abs. 1 genannten Voraussetzungen nicht erfüllen, sofern diese Personen aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeiten, Erfahrungen und Leistungen über entsprechende Kompetenzen verfügen. Das ist im Besonderen bei Personen der Fall, die eine abgeschlossene allgemeinbildende oder berufsbildende höhere Schule (AHS oder BHS) und eine mindestens zehnjährige einschlägige Berufserfahrung, die auch Leitungstätigkeit umfasst, nachweisen können.

## **§ 4 Aufnahmeverfahren**

- (1) Alle Bewerberinnen und Bewerber haben für die Zulassung in den Universitätslehrgang ein Aufnahmeverfahren erfolgreich zu absolvieren. Über die Aufnahme in den Lehrgang entscheidet das Rektorat auf Vorschlag der Lehrgangsführerin oder des Lehrgangsführers.
- (2) Informationen über das verpflichtende Aufnahmeverfahren werden auf der Homepage der Universität Innsbruck und des Kooperationspartners veröffentlicht. Die Zahl der Studienplätze ist

von der Lehrgangsführerin oder vom Lehrgangsführer nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten nach Maßgabe des Kostenplans festzulegen.

- (3) Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die in den Universitätslehrgang aufgenommen sind und den Lehrgangsbeitrag entrichtet haben, werden vom Rektorat als außerordentliche Studierende an der Universität Innsbruck zugelassen.

## § 5 Lehrveranstaltungsarten

- (1) Lehrveranstaltungen ohne immanenten Prüfungscharakter:
1. Vorlesungen (VO) sind im Vortragsstil gehaltene Lehrveranstaltungen. Sie führen in die Forschungsbereiche, Methoden und Lehrmeinungen eines Fachs ein.
  2. Arbeitsgemeinschaften (AG) dienen zur gemeinsamen Auseinandersetzung mit Theorien, Fragen, Methoden und Techniken eines Fachgebiets in Form der Zusammenarbeit in Gruppen.
- (2) Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter:
1. Proseminare (PS) führen interaktiv in die wissenschaftliche Fachliteratur ein und behandeln exemplarisch fachliche Probleme. Sie vermitteln Kenntnisse und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens.
  2. Seminare (SE) dienen zur vertiefenden wissenschaftlichen Auseinandersetzung im Rahmen der Präsentation und Diskussion von Beiträgen seitens der Teilnehmenden.
  3. Vorlesungen verbunden mit Übungen (VU) dienen zur praktischen Bearbeitung konkreter Aufgaben eines Fachgebiets, die sich im Rahmen des Vorlesungsteils stellen.
  4. Projektstudien (PJ) dienen der wissenschaftlichen Zusammenarbeit im Rahmen zweier oder mehrerer Fachgebiete anhand fachübergreifender Fragen und der Anwendung unterschiedlicher Methoden und Techniken.
  5. Übungen (UE) dienen zur praktischen Bearbeitung konkreter wissenschaftlicher Aufgaben eines Fachgebiets.
  6. Exkursionen verbunden mit Übungen (EU) dienen außerhalb der Universität und ihrer Einrichtungen der Veranschaulichung und Vertiefung der Studieninhalte und der praktischen Bearbeitung konkreter wissenschaftlicher Aufgaben eines Fachgebiets.

## § 6 Pflicht- und Wahlmodule

- (1) Es sind die folgenden Pflichtmodule im Umfang von 27,5 ECTS-Anrechnungspunkten zu absolvieren:

1.	<b>Pflichtmodul: Management und Strategie</b>	SSt	ECTS- AP
<b>a.</b>	<b>VU Management</b> Planen, entscheiden und entwickeln – Möglichkeiten und Grenzen von Schlüsselprozessen des Managements	1	2
<b>b.</b>	<b>VU Strategie und Marketing</b> Grundfragen und Lösungsansätze des strategischen Managements und des Marketings	1	2
	<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Aufbau und Vertiefung von Grundlagenwissen zu Management und Strategie		

	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> keine
--	--

2.	<b>Pflichtmodul: Führung, Organisation und Steuerung</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Führen und Geführt werden</b> Führungsprozesse und -strukturen aus der Perspektive der Führenden, der Geführten und deren Interaktion verstehen	1	2
b.	<b>VU Prozesse, Steuerung und Performance</b> Verstehen und Gestalten von Organisationen sowie Aufbereiten von unternehmerischen Entscheidungen	1	2
	<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Kennenlernen und Vertiefen von grundlegenden Konzepten und Perspektiven von Führung; Aufbau und Vertiefung von Grundlagenwissen zu organisationalen Strukturen und Prozessen sowie deren Steuerung		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

3.	<b>Pflichtmodul: Konzeptionelles Denken</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Wissenschaftliches Arbeiten</b> Einführung in ein systematisches, wissenschaftliches Herangehen an Problemstellungen	1	1
b.	<b>AG Entdecken, Strukturieren, Schreiben</b> Entwicklung von Forschungsfragen, Strukturieren und Verfassen von Texten	1	1
	<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Aufbau von Grundlagenwissen zu wissenschaftlichen Arbeiten, insbesondere der Entwicklung von Forschungsfragen, dem Strukturieren und Schreiben von Texten		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> keine		

4.	<b>Pflichtmodul: Entwicklung und Veränderung von Unternehmen</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VO Unternehmensführung – Theorie und Praxis</b> Leadership, Führungskompetenz, vernetztes Denken	1	2
b.	<b>SE Veränderungsprozesse initiieren, gestalten und begleiten</b> Selbst- und fremdgesteuerte Entwicklung von Unternehmen – Steuerung, Innovation, Führung, Governance, Gegenwarts- und Zukunftsfähigkeit	1,5	3
	<b>Summe</b>	<b>2,5</b>	<b>5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Erlangung und Reflexion von Führungskompetenz; Gewinnung einer integrierten Sicht auf betriebswirtschaftliche Problemstellungen aus verschiedenen Blickwinkeln; Fähigkeit, Zukunftsorientierung und Design von Entwicklungsprozessen zu gestalten		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 6 Abs. 1 Z 1–3		

5.	<b>Pflichtmodul: Komplexe Unternehmenssituationen</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>SE Unternehmensethik</b> Entscheidungsdilemmata, Unternehmenswerte, Corporate Social Responsibility, unternehmerische Nachhaltigkeit, People-Planet-Profit-Konzepte (PPP)	0,5	1
b.	<b>AG Living Cases</b> Gemeinsame Erhebung und Bearbeitung von Living Cases: Strategische Optionen verstehen und entwickeln	1	2
c.	<b>PJ Living Cases</b> Entwicklung von strategischen Optionen, Alternativen sowie deren Konsequenzen in Bezug auf zentrale Management-Perspektiven	1	2
	<b>Summe</b>	<b>2,5</b>	<b>5</b>
<b>Lernziel des Moduls:</b> Vermittlung ethischer Grundsätze unternehmerischer Entscheidungen; Analyse und Verständnis ethischer Dilemmata; Verstehen von Komplexitäten und deren Handhabung; Entwicklung von Handlungsorientierung in Bezug auf praktische Problemsituationen; Entwicklung theoretisch fundierter Lösungen konkreter Problemstellungen; Verstehen der Funktionsweise und Grenzen von Theorien			
<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 6 Abs. 1 Z 1–3			

6.	<b>Pflichtmodul: Forschungsperspektiven und Forschungsmethoden</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VO Quantitative und qualitative Methoden in der Forschungspraxis</b> Vermittlung zentraler wissenschaftlicher Methoden	1	1,5
b.	<b>SE Forschungsdesign und Research Proposal</b> Auswahl eines adäquaten Forschungsdesigns und Verfassung eines Research Proposals für die Masterthesis	0,5	1
	<b>Summe</b>	<b>1,5</b>	<b>2,5</b>
<b>Lernziel des Moduls:</b> Entwicklung eines Forschungsdesigns, Verfassen eines Research Proposals; Kenntnisse über unterschiedliche methodologische Zugänge zum wissenschaftlichen Arbeiten sowie über zentrale wissenschaftliche Methoden			
<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 6 Abs. 1 Z 1–3			

7.	<b>Pflichtmodul: Begleitung und Coaching der Masterthesis</b>	SSt	ECTS-AP
	<b>PS Begleitung der Masterthesis</b> Ideen entwickeln und bewerten: Diskussion von Problemstellungen und Zielsetzungen in Masterthesis; Erstellen einer Gliederungen	1,5	2,5
	<b>Summe</b>	<b>1,5</b>	<b>2,5</b>
<b>Lernziel des Moduls:</b> Erarbeitung eines geeigneten Vorgehensmodells und eines Sets von Methoden zur Lösungsfindung; Kenntnisse über verschiedene Methoden der angewandten Forschung; Anwendung des erworbenen Wissens auf eine gegebene Problemstellung			

	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 6 Abs. 1 Z 1–3
--	--

8.	<b>Pflichtmodul: Studienabschließende Verteidigung der Masterthesis</b>	SSt	ECTS-AP
	Präsentation und mündliche Verteidigung der Masterthesis		2,5
	<b>Summe</b>		<b>2,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Reflexion der wissenschaftlichen Arbeit im Gesamtzusammenhang des Universitätslehrgangs		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung aller anderen Pflicht- und Wahlmodule sowie der Masterthesis		

(2) Es sind Wahlmodule im Umfang von insgesamt 40,5 ECTS-Anrechnungspunkten zu absolvieren:

1.	<b>Wahlmodul: Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Kosten- und Leistungsmanagement</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Grundlagen des Controllings – Unternehmenssteuerung und Entscheidungsfindung</b> Konzepte, Ziele, Werte, Aufgaben und Instrumente des Controllings	1	2
b.	<b>SE Kosten- und Erfolgscontrolling &amp; Managementenerfolgsrechnung</b> Kostenrechnungssysteme, Deckungsbeitrags-Rechnung, Fixkostendeckungsrechnung, Break-Even-Analysen, Abweichungen, Managemententscheidungen	2	4
c.	<b>VU Investitions-, Finanz- und Liquiditätsmanagement</b> Finanzmanagement und -alternativen, Investitionsrechnung, Kapitalfluss- und Cash-Flow-Rechnung	1,5	3
d.	<b>AG Kommunikation, Moderation und Konfliktmanagement</b> Psychologie der Kommunikation im Controlling, Strategien und Prozesse des Controllings, Umgang mit Widerständen	1	1
	<b>Summe</b>	<b>5,5</b>	<b>10</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Wissen um die Konzeption und das Selbstverständnis des Controllings; Klarheit über die grundlegenden Schlüsselthemen; Gewinnung eines Überblicks über operative und strategische Instrumente des Controllings; Reflexion der innerbetrieblichen Kommunikation und der Außensicht auf das Controlling		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

2.	<b>Wahlmodul: Datenanalysen, Managementinformation und IT-Support für unternehmerische Entscheidungen</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Erstellung, Analyse und Interpretation von Jahresabschlüssen und Geschäftsberichten</b> Bilanzanalyse, Schlüsselkennzahlen, Branchenvergleiche, Interpretation, Aussagefähigkeit	1	2
b.	<b>SE Managementinformation, Business Intelligence und Berichtswesen</b> Gestaltung von Berichten, IFRS-Reporting, IT-Unterstützung im Controlling, ERP- und Business-Intelligence-Systeme	2	4
	<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

	<p><b>Lernziel des Moduls:</b> Einschätzung der Finanz- und Ertragslage von Unternehmen auf der Basis von Geschäftsberichten und Bilanzen; Beherrschen der konzeptionellen Grundlagen des Reportings; grundlegende Kenntnisse der Funktionsweise, der Modellierung und des Einsatzes von ERP- und Business-Intelligence-Systemen; Kenntnisse zur Unterstützung und Gestaltung betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse</p>
	<p><b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1</p>

3.	<b>Wahlmodul: Planning, Budgeting und Forecasting</b>	SSSt	ECTS-AP
a.	<p><b>SE Planning, Budgeting und Forecasting</b> Strategieorientierte Planung, adäquate Methoden und Granularität der Budgetierung und des Forecastings</p>	1	2,5
b.	<p><b>AG Projektmanagement – Planung, Budgetierung und Controlling</b> Ziele, Ergebnisse, Prozess, Ressourcen, Termine des Projektmanagements</p>	1	2
	<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>4,5</b>
	<p><b>Lernziel des Moduls:</b> Verständnis von Planung und Budgetierung als vernetztes und komplexes System; grundlegende Kenntnisse über Projektmanagement und Projektcontrolling; Kenntnisse über Einsatz, Funktion und Steuerung von Projekten</p>		
	<p><b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1</p>		

4.	<b>Wahlmodul: Controlling von unternehmerischen Potenzialen</b>	SSSt	ECTS-AP
a.	<p><b>VU Controlling in der Wertschöpfungskette und unternehmerischen Potenzialbereichen</b> Beschaffungs-, Logistik-, Sales-, Marketing- und F&amp;E-Controlling</p>	1	2
b.	<p><b>SE Human Resource Controlling</b> Personalplanung, Budgetierung, Steuerung mit Incentives</p>	1	2
c.	<p><b>SE Performance Measurement, Management und Benchmarking</b> quantitative und qualitative Steuerung, BSC, Benchmarking und Lernen aus Best Practice</p>	2	4
	<b>Summe</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
	<p><b>Lernziel des Moduls:</b> Erwerben eines Basiswissens in Bezug auf das Controlling wichtiger unternehmerischer Funktionen; Verständnis unternehmerischer Potenziale sowie deren Abbildung bzw. Grenzen der Abbildung im Controlling; Verstehen der Unterschiede von quantitativer und qualitativer Steuerung mit Performance-Measurement-Systemen; Verstehen von und Lernen aus Unterschieden</p>		
	<p><b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1</p>		

5.	<b>Wahlmodul: Strategisches Controlling und Unternehmensentwicklung</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>SE Strategische Unternehmensentwicklung</b> Controlling, Change Management und Organisationsentwicklung	1	2
b.	<b>VU Strategisches Controlling</b> Instrumente des strategischen Controllings, Gegenwarts- und Zukunftsfähigkeit	1	2
c.	<b>VU Risikomanagement</b> Unternehmerische Risiken, Compliance und Qualitätsmanagement	1	2
	<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Verstehen des Zusammenhangs von Controlling und Organisationsentwicklung; Kenntnisse über die strategischen Perspektiven im Controlling; systematische Auseinandersetzung mit unternehmerischen Risiken; Verstehen der Funktionsweise von Compliance-Praktiken		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

6.	<b>Wahlmodul: Controlling Case Studies: Strategische Entscheidungen und Krisenmanagement</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Unternehmenssteuerung in Sondersituationen</b> Krisenmanagement, Sanierungs- und Restrukturierungsprozesse	1	1,5
b.	<b>EU Controlling Case Studies</b> Erhebung von Controlling-Problematiken, Diskussion und Reflexion von Lösungsvorschlägen im unternehmerischen Umfeld	2	3,5
	<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Verstehen unternehmerischer Sondersituationen und Erarbeiten von adäquaten Lösungen; Fähigkeit, Probleme zu erfassen und passende Lösungsansätze zu gestalten und umzusetzen; Kenntnisse über den Einsatz adäquater Controllinginstrumente in Sanierungs- und Restrukturierungsprozessen		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

7.	<b>Wahlmodul: Controlling in Klein- und Mittelbetrieben</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Controlling in Klein- und Mittelbetrieben</b> Finanz-, Personal- und Innovationscontrolling, Mitbestimmung, Anreizsysteme, Kooperationen, Corporate Governance	1	1,5
b.	<b>SE Controlling in Familienbetrieben</b> Vertiefte Auseinandersetzung mit Problematiken von Familienbetrieben	0,5	1
	<b>Summe</b>	<b>1,5</b>	<b>2,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Fähigkeit, Controllingkonzepte und -instrumente in Klein- und Mittelbetrieben anzuwenden; Verständnis spezifischer Problemsituationen in Familienbetrieben; Fähigkeit, Controllinginstrumente situationsadäquat implementieren zu können		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

<b>8.</b>	<b>Wahlmodul: Konzerncontrolling und Beteiligungsmanagement</b>	<b>SSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
<b>a.</b>	<b>VU Grundlagen des Beteiligungscontrollings</b> Strukturen im Konzern, Konzernrechnungswesen, Reporting	1	2
<b>b.</b>	<b>VU Konzernentwicklung und -steuerung</b> Beteiligungsentwicklung, Mergers & Akquisitions	0,5	0,5
	<b>Summe</b>	<b>1,5</b>	<b>2,5</b>
<b>Lernziel des Moduls:</b> Fähigkeit, Controllingkonzepte und -instrumente in Konzernen sowie deren Beteiligungen anzuwenden; Verständnis spezifischer Problemsituationen in Konzernen; Fähigkeit, Controllinginstrumente situationsadäquat implementieren zu können			
<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1			

<b>9.</b>	<b>Wahlmodul: Strategisches Marketing</b>	<b>SSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
<b>a.</b>	<b>PS Einführung in das operative und strategische Marketing</b> Überblick über Teildisziplinen des Marketings sowie übergreifende Zusammenhänge	0,5	0,5
<b>b.</b>	<b>VU Strategische Positionierung</b> Positionierung als zentraler strategischer Prozess des Marketing, inklusive aller Analyse- und Entscheidungsbausteine	3	6
<b>c.</b>	<b>VU Strategische Marktinformations-Prozesse</b> Ansätze der Marktforschung und Marktanalyse zur Unterstützung von strategischen Entscheidungen	1,5	2,5
<b>d.</b>	<b>VU Grundlagen der Markenführung</b> Funktionen und Dimensionen einer Marke, Erfolgsfaktoren der Markenführung, Verbindung zwischen Positionierung und Markenführung, Entscheidungsfelder in der Markenführung	1,5	2,5
	<b>Summe</b>	<b>6,5</b>	<b>11,5</b>
<b>Lernziel des Moduls:</b> Klarheit über die Bedeutung strategischer Unternehmensentscheidungen für die operative Umsetzung im Marketing; Beherrschen von strategischen Prozessen und analytischen Werkzeugen; Verstehen der Verbindungslinien zwischen strategischen Prozessen und Prozessen der Marktforschung/Marktanalyse; Klarheit über Querverbindungen zwischen einzelnen strategischen Themenfeldern			
<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1			

10.	Wahlmodul: Kontaktpunktgestaltung: Produkt- und Leistungsmanagement	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Analyse und Gestaltung des Leistungsportfolios</b> Werkzeuge zur laufenden Überwachung/Steuerung des Sortiments	1,5	3
b.	<b>VU Gestaltung von Innovationsprozessen (Produktentwicklung)</b> Erfolgsfaktoren für neue Produkte und Leistungen, Stage-Gate-Ansatz in der Produktentwicklung, Kundeneinbindung	1	2
c.	<b>VO Produkt- und Markeninnovation im Internet</b> Chancen von Crowd Innovation im Internet, Vorgehensweisen und Erfolgsfaktoren	1	1
d.	<b>VU Qualitätsmanagement</b> Umfassender Qualitätsbegriff und Konsequenzen im Marketing, Werkzeuge im Qualitätsmanagement	1	1,5
	<b>Summe</b>	<b>4,5</b>	<b>7,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Verstehen der Wichtigkeit der laufenden Überwachung und Weiterentwicklung des Leistungsportfolios eines Unternehmens; Beherrschen der wichtigsten Werkzeuge für die Analyse von Leistungen; Verstehen der Erfolgsfaktoren in der Produktentwicklung/Innovation und deren Auswirkungen auf die Gestaltung von Innovations- und Entwicklungsprozessen; Wissen um die Potenziale unterschiedlichster Quellen für Innovationen, insb. des Kanals Internet; Wissen um unterschiedliche Zugänge zum Thema Qualität, Verständnis für die Bedeutung des Qualitätsmanagements für das gesamte Marketing		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

11.	Wahlmodul: Kontaktpunktgestaltung: Integrierte Marktkommunikation	SSt	ECTS-AP
a.	<b>SE Mediale Kommunikation</b> Integrierte Kommunikation, Kommunikationsplattform als Verbindung zur strategischen Positionierung, klassische Kommunikationsinstrumente und deren Einsatzplanung, Erfolgsfaktoren in der Kommunikation	3,5	5,5
b.	<b>VO Alternative Kommunikationskanäle</b> Über mediale Kommunikation hinausgehende Kommunikationskanäle (Eventmarketing, Sponsoring, PR etc.) und deren Einsatzgebiete und Erfolgsfaktoren	1	1
c.	<b>VU Kommunikation in neuen Medien</b> Social Media und deren Einsatzgebiete sowie Erfolgsfaktoren	1,5	3
	<b>Summe</b>	<b>6</b>	<b>9,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Wissen über unterschiedlichste Kommunikationskanäle, deren Vor- und Nachteile und Anwendungsbedingungen (Werbung, Direct Marketing, PR, Messen, Online etc.); Verständnis für die besondere Bedeutung der inhaltlichen und visuellen Integration der Kommunikationsaktivitäten; Beherrschen von Werkzeugen zur Erarbeitung von übergeordneten Kommunikationskonzepten (Kommunikationsplattform) als Vorgabe für kreative Agentur-Aufgaben		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

12.	<b>Wahlmodul: Kontaktpunktgestaltung: Verkauf und Distribution</b>	<b>SSSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
<b>a.</b>	<b>VU Verkaufs- und Distributionsmanagement</b> Persönlicher Verkauf und seine Erfolgsfaktoren, Aufbau und Pflege von Distributionssystemen	2	4
<b>b.</b>	<b>VU Beziehungsmanagement</b> Ziele und Vorgehensweisen im Beziehungsmanagement/Kundenbindung, Entwicklung von Kundenbindungsstrategien und deren Implementierung	1,5	2
<b>c.</b>	<b>VO E-Commerce</b> Überblick über aktuelle Entwicklungen im E-Commerce, Erfolgsfaktoren im E-Commerce	1	1
	<b>Summe</b>	<b>4,5</b>	<b>7</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Wissen über unterschiedliche Formen des Verkaufs und deren Erfolgsfaktoren; Wissen über unterschiedlichste Distributionssysteme und deren Erfolgsfaktoren; Wissen über die Bedeutung und Wichtigkeit von Beziehungen zu externen Stakeholdern (Kundinnen und Kunden, andere Systempartner/innen) und Möglichkeiten der aktiven Steuerung von Beziehungen		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

13.	<b>Wahlmodul: Marketing-Controlling</b>	<b>SSSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
<b>a.</b>	<b>VU Budgetierung und Marketing-Steuerung</b> Prinzipien der Budgetierung und des Marketing-Controllings, Werkzeuge für die Implementierung in Unternehmen	1	2
<b>b.</b>	<b>VU Marketing-Erfolgsmessung</b> Messung des Erfolgs einzelner Marketing-Maßnahmen über Key Performance Indicators (KPI), Werkzeuge der Marktforschung für KPI	1,5	2
	<b>Summe</b>	<b>2,5</b>	<b>4</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Verständnis für die budgetäre, quantitative Abbildung von Marketing-Aktivitäten (Planung und Controlling); Verstehen von Budgetierungsprozessen und ihren organisationalen Rahmenbedingungen; Wissen über mögliche Ansätze des Erfolgscontrollings einzelner Marketing-Aktivitäten auf Basis von KPI (Key Performance Indicators) und die Rolle der Marktforschung dabei		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

14.	<b>Wahlmodul: Markenmonitoring</b>	<b>SSSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
	<b>VU Markenmonitoring</b> Überblick über Ansätze zum Monitoring der Entwicklung einer Marke (Customer Based Brand Equity – Brand Strength), Marktforschungsmethoden und deren Einsatz im Markenmonitoring	1,5	2,5
	<b>Summe</b>	<b>1,5</b>	<b>2,5</b>

	<b>Lernziel des Moduls:</b> Verstehen von unterschiedlichen Perspektiven und Ansätzen in der Überwachung und Steuerung von Marken; Wissen um Chancen und Grenzen von einzelnen Marktforschungsansätzen im Bereich des Monitorings von Marken
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1

15.	<b>Wahlmodul: Einführung Personal- und Organisationsentwicklung</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>PS Einführung in die Personal- und Organisationsentwicklung</b> Grundverständnis von OE und PE	0,75	0,5
b.	<b>VU Entwicklung von Personen und Teams (PE)</b> Verständnis, Konzepte, Instrumente	1,25	2
c.	<b>VU Veränderungen erfolgreich starten (OE)</b> Verständnis, Konzepte, Instrumente	2	3
	<b>Summe</b>	<b>4</b>	<b>5,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Aufbau eines reflektierten Verständnisses für individuelle, soziale und organisationale Entwicklungsprozesse; Erkennen der spezifischen Werthaltigkeit von Personal- und Organisationsentwicklung; Reflexion der eigenen Erfahrungen sowie der eigenen Rolle als Akteur und Akteurin in diesem Kontext		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

16.	<b>Wahlmodul: Kommunikation und Führung</b>	SSt	ECTS-AP
a.	<b>VU Kommunikation in Veränderungsprozessen</b> Strategien und Formen der Kommunikation	2	2,5
b.	<b>VU Führung in komplexen Systemen</b> Möglichkeiten und Grenzen der Führung in Organisationen	1,5	2
	<b>Summe</b>	<b>3,5</b>	<b>4,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Fähigkeit zur Beobachtung und Steuerung der Komplexität von Kommunikationsprozessen im Kontext von Veränderungsprozessen; Kennenlernen und Beurteilen von verschiedenen Kommunikationsformen und deren Wirkungen; Kenntnisse über Führung in Organisationen und Ableitung von adäquaten Interventionen aus der Beratungsrolle; Fähigkeit, unterschiedliche Möglichkeiten des Führungs- und Steuerungsverhalten zu nutzen und zu reflektieren		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 2 Z 15		

17.	<b>Wahlmodul: Personalentwicklung – Vertiefung</b>	<b>SSSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
<b>a.</b>	<b>VU PE-Instrumente und Programme</b> Verständnis, Anwendungsmöglichkeiten, kritische Reflexion	2	3
<b>b.</b>	<b>PS Development Center</b> Vertiefung und Erprobung eines PE-Instruments	1	1,5
<b>c.</b>	<b>SE Führungskräfte und Mitarbeitende beraten</b> Bedarf und Bedürfnisse ermitteln sowie adäquate PE-Lösungen finden	1	2
	<b>Summe</b>	<b>4</b>	<b>6,5</b>
<b>Lernziel des Moduls:</b> Auseinandersetzung mit Lernen und Entwicklung; Kennenlernen und Erproben von verschiedenen Personalentwicklungsinstrumenten; Fähigkeit, Führungskräfte und Mitarbeitende im Rahmen der Personalentwicklung zu beraten			
<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 2 Z 15			

18.	<b>Wahlmodul: Organisationsentwicklung – Vertiefung</b>	<b>SSSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
<b>a.</b>	<b>VU Veränderungsprozesse planen und umsetzen</b> Verständnis, Vorgehensweisen, angemessener Methodeneinsatz und Evaluation der Zielerreichung	2	2,5
<b>b.</b>	<b>PS Projekte als Organisationsform</b> Projektmanagement und Teams in der Organisation	2	2,5
<b>c.</b>	<b>SE Workshop-Design</b> Planung, situationsadäquate Interventionen, Evaluation	2	3
	<b>Summe</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
<b>Lernziel des Moduls:</b> Planung und Steuerung von Veränderungsprozessen; Reflexion des Zusammenspiels von Führung und Beratung in Veränderungsprozessen; Konzipieren und Moderieren von Workshops als Instrument der Organisationsentwicklung; Verstehen und Anwenden von Projektstrukturen als Organisationsform			
<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 2 Z 15			

19.	<b>Wahlmodul: Strategieentwicklung und organisationales Lernen</b>	<b>SSSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
<b>a.</b>	<b>SE Organisationales Lernen in Theorie und Praxis</b> Grundverständnis, Ansatzpunkte und Methoden	2	3
<b>b.</b>	<b>SE Integrative Strategieentwicklung</b> Strategieentwicklung und strategische Positionierung	2	3
	<b>Summe</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

	<b>Lernziel des Moduls:</b> Kennenlernen von Modellen und Prinzipien des organisationalen Lernens; Entwicklung eines vertieften Verständnisses für komplexe Organisationsformen und deren Steuerungsmöglichkeiten; Aufbau eines fundierten Verständnisses von Strategieentwicklung und kennenlernen der Methoden der Strategieentwicklung
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 2 Z 15

20.	Wahlmodul: Selbsterfahrung	SSt	ECTS-AP
a.	<b>UE Selbsterfahrung (I)</b> Diagnose und Reflexion der eigenen Funktion und Persönlichkeit	2,5	2
b.	<b>UE Selbsterfahrung (II)</b> Konfliktdiagnose und -beratung	2	2
c.	<b>UE Selbsterfahrung (III)</b> Diagnose und Reflexion des eigenen Leitungs- und Führungsverhaltens	2	2
	<b>Summe</b>	<b>6,5</b>	<b>6</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Erleben und Reflexion des eigenen Rollenverhalten sowie des Rollenverhaltens anderer Gruppenmitglieder in unterschiedlichen Gruppensituationen; Verstehen und Einordnen von Entwicklungsprozessen in Gruppen auf Basis gruppenspezifischer Theorien und Modelle; Auseinandersetzung mit dem und Weiterentwicklung des eigenen Konfliktverhaltens; Weiterentwicklung des eigenen Führungsverhaltens		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 2 Z 15		

21.	Wahlmodul: Supervision	SSt	ECTS-AP
a.	<b>UE Supervision für selbststeuernde Lerngruppen (I)</b> Strukturierte Reflexion der individuellen und kollektiven Lernprozesse	1	1
b.	<b>UE Supervision für selbststeuernde Lerngruppen (II)</b> Strukturierte Reflexion der individuellen und kollektiven Lernprozesse	1	1
c.	<b>UE Supervision für selbststeuernde Lerngruppen (III)</b> Strukturierte Reflexion der individuellen und kollektiven Lernprozesse	1	1
	<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Erhaltung und Förderung der Handlungsfähigkeit und Selbstorganisation der jeweiligen Peergroup; Erkennen und Verstehen möglicher Krisen in einer Lerngruppe und Weiterentwicklung von Interventionsfähigkeit in Gruppen; Auswertung der eigenen Lernerfahrungen und -fortschritte; Erkennen von Transferformen und Nutzbarmachung dieser für die Gruppe		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 1		

22.	Wahlmodul: Systemaufstellung	SSt	ECTS-AP
	<b>UE Systemaufstellungen</b> Komplexität und Eigendynamik von Systemen	2	2,5

	<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>2,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Kennenlernen der Möglichkeiten und Grenzen der Methode Systemaufstellung; Erleben und Reflektieren von Systemaufstellungen		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 6 Abs. 2 Z 15–16		

<b>23.</b>	<b>Wahlmodul: Organisationslaboratorium</b>	<b>SSt</b>	<b>ECTS-AP</b>
	<b>UE Organisationslaboratorium</b> Erleben, Verstehen und Reflektieren von Organisation und Organisieren	2	2,5
	<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>2,5</b>
	<b>Lernziel des Moduls:</b> Kennenlernen des Entstehungsprozesses einer Organisation als lebendiges soziales System; Reflexion und Verstehen der Dynamiken bei der Gestaltung, Entwicklung und Steuerung von Organisationen		
	<b>Anmeldungsvoraussetzung/en:</b> positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 6 Abs. 2 Z 15–16		

## § 7 Masterthesis

- (1) Im Universitätslehrgang ist eine Masterthesis aus dem Themenbereich des Managements zu verfassen. Das Thema der Masterthesis muss in unmittelbarem Bezug zu mindestens zwei Pflichtmodulen oder Wahlmodulen stehen.
- (2) Die Masterthesis stellt eine wissenschaftliche Arbeit dar.
- (3) Studierende haben das Recht, das Thema der Masterthesis vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Die Masterthesis umfasst einen Arbeitsaufwand von 22 ECTS-Anrechnungspunkten.
- (5) Die Studierenden haben bei der Lehrgangsführerin bzw. dem Lehrgangsführer aus den zur Verfügung stehenden Lehrveranstaltungsleiterinnen und Lehrveranstaltungsleitern eine Betreuerin oder einen Betreuer sowie das Thema für die Masterthesis zu beantragen. Der Antrag gilt als angenommen, wenn ihm die Lehrgangsführerin bzw. der Lehrgangsführer ausdrücklich zustimmen oder ihn nicht innerhalb eines Monats untersagt.
- (6) Die schriftliche Bekanntgabe des Themas und der Betreuungsperson setzt die positive Beurteilung der Pflichtmodule nach § 6 Abs. 1 Z 1–3 und 6 sowie der Wahlmodule nach § 6 Abs. 2 im Umfang von 30 ECTS-Anrechnungspunkten voraus.
- (7) Die Masterthesis ist in gebundener und elektronischer Form bei der Lehrgangsführerin bzw. dem Lehrgangsführer einzureichen.
- (8) Nach positiver Beurteilung der Masterthesis ist studienabschließend das Modul „Verteidigung der Masterthesis“ gemäß § 6 Abs. 1 Z 8 zu absolvieren.

## § 8 Prüfungsordnung

- (1) Die Leistungsbeurteilung der Pflicht- und Wahlmodule mit Ausnahme des Pflichtmoduls gemäß § 6 Abs. 1 Z 8 erfolgt durch Lehrveranstaltungsprüfungen. Lehrveranstaltungsprüfungen sind
  1. die Prüfungen, die dem Nachweis der Kenntnisse und Fertigkeiten dienen, die durch eine einzelne Lehrveranstaltung vermittelt wurden und bei denen die Beurteilung aufgrund eines einzigen Prüfungsaktes am Ende der Lehrveranstaltung erfolgt.

2. Prüfungen über Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter, bei denen die Beurteilung aufgrund von regelmäßigen schriftlichen und/oder mündlichen Beiträgen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfolgt.
- (2) Die Leiterinnen und Leiter der Lehrveranstaltungen haben vor Beginn jedes Semesters die Studierenden in geeigneter Weise über die Ziele, die Inhalte und die Methoden ihrer Lehrveranstaltungen sowie über die Inhalte, die Methoden, die Beurteilungskriterien und die Beurteilungsmaßstäbe der Lehrveranstaltungsprüfungen zu informieren.
- (3) Die Leistungsbeurteilung des studienabschließenden Moduls „Verteidigung der Masterthesis“ gemäß § 6 Abs. 1 Z 8 erfolgt in Form einer mündlichen Prüfung vor einem Prüfungssenat. Der Prüfungssenat besteht aus drei Personen.
- (4) Modulprüfungen sind die Prüfungen, die dem Nachweis der Kenntnisse und Fertigkeiten in einem Modul dienen. Mit der positiven Beurteilung aller Teile einer Modulprüfung wird das betreffende Modul abgeschlossen.

### **§ 9 Akademischer Grad**

Den Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrgangs wird nach der positiven Beurteilung aller vorgeschriebenen Prüfungen und der Masterthesis der akademische Grad „Master of Business Administration“ (abgekürzt: „MBA“) verliehen.

### **§ 10 Inkrafttreten**

Dieses Curriculum tritt einen Monat nach Kundmachung in Kraft.

Für die Curriculum-Kommission:

Ass.-Prof. Dr. Heike Welte

Für den Senat:

Univ.-Prof. Dr. Ivo Hajnal