

Mitteilungsblatt – Sondernummer der Paris Lodron Universität Salzburg

76. Curriculum für den Universitätslehrgang „Executive Master of Business Administration (EMBA)“ an der Universität Salzburg (Version 2025S)

Inhalt

| | | |
|--|---|-----------|
| § 1 | Allgemeines | 2 |
| § 2 | Zulassungsvoraussetzungen | 2 |
| § 3 | Qualifikationsprofil, Berufsfelder und Zielgruppen | 3 |
| (1) | Gegenstand des Universitätslehrgangs | 3 |
| (2) | Qualifikationsprofil und Kompetenzen (Learning Outcomes) | 3 |
| (3) | Bedarf und Relevanz des Universitätslehrgangs für Gesellschaft und Arbeitsmarkt | 4 |
| (4) | Zielgruppen | 5 |
| § 4 | Aufbau und Gliederung des Universitätslehrgangs | 5 |
| § 5 | Typen von Lehrveranstaltungen | 6 |
| § 6 | Studieninhalt und Studienverlauf | 6 |
| § 7 | Wahlmodulkatalog | 8 |
| § 8 | Masterarbeit | 15 |
| § 9 | Pflichtpraxis | 15 |
| § 10 | Auslandsmodule | 16 |
| § 11 | Prüfungen | 16 |
| § 12 | Masterprüfung | 16 |
| § 13 | Lehrgangsbeitrag | 16 |
| § 14 | Evaluierung | 16 |
| § 15 | Inkrafttreten | 17 |
| Anhang I: Modulbeschreibungen | | 18 |
| Impressum | | 62 |

Der Senat der Paris Lodron Universität Salzburg hat in seiner Sitzung am 28.01.2025 das von der Curricularkommission Management der Paris Lodron Universität Salzburg mit Umlaufbeschluss vom 24.01.2025 beschlossene Curriculum für den Universitätslehrgang „Executive Master of Business Administration (EMBA)“ in der nachfolgenden Fassung erlassen.

Der Universitätslehrgang ist ein außerordentliches Masterstudium gemäß § 56 Abs. 2 UG.

Rechtsgrundlage sind das Bundesgesetz über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002 – UG), BGBl. I Nr. 120/2002, sowie der Studienrechtliche Teil der Satzung der Universität Salzburg in der jeweils geltenden Fassung.

§ 1 Allgemeines

- (1) Der Gesamtumfang für den Universitätslehrgang Executive Master of Business Administration (EMBA) beträgt 120 ECTS-Anrechnungspunkte. Es handelt sich um ein berufsbegleitendes Studium und umfasst vier Semester.
- (2) Absolvent:innen wird der akademische Grad „Executive Master of Business Administration“, abgekürzt „EMBA“, verliehen.
- (3) Allen Leistungen, die von Studierenden zu erbringen sind, werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht 25 Arbeitsstunden und beschreibt das durchschnittliche Arbeitspensum, das erforderlich ist, um die erwarteten Lernergebnisse zu erreichen. Das Arbeitspensum eines Studienjahres entspricht 1500 Echtstunden und somit einer Zuteilung von 60 ECTS-Anrechnungspunkten.
- (4) Studierende mit Behinderung und/oder chronischer Erkrankung dürfen keinerlei Benachteiligung im Universitätslehrgang erfahren. Es gelten die Grundsätze der UN-Konvention für die Rechte von Menschen mit Behinderungen, das Gleichstellungsgesetz sowie das Prinzip des Nachteilsausgleichs.

§ 2 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „EMBA“ ist der Abschluss eines fachlich in Frage kommenden Bachelorstudiums mit mindestens 180 ECTS-Anrechnungspunkten, eines anderen fachlich in Frage kommenden Studiums mindestens desselben hochschulischen Bildungsniveaus an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung und jedenfalls eine fünfjährige einschlägige Berufspraxis.
- (2) Es können in begründeten Einzelfällen auch Personen in den Universitätslehrgang aufgenommen werden, die kein abgeschlossenes Universitätsstudium nachweisen können. Voraussetzung ist, dass diese Personen mindestens sechs Jahre einschlägige Berufserfahrung im Bereich des General Managements oder einem der Spezialisierungsbereiche haben und aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit, ihrer Erfahrungen und Leistungen (einschließlich nicht abgeschlossener Studien bzw. Weiterbildungsveranstaltungen geringerer Dauer) über eine vergleichbare Qualifikation verfügen.
- (3) Bewerber:innen für eine Teilnahme am Lehrgang müssen ein Empfehlungsschreiben vorlegen, das insbesondere Auskunft über die Qualität der bisherigen Berufspraxis, Art der Erfahrung, Spezialkenntnisse und über besondere Befähigungen in einem den Lehrgang betreffenden Themenbereich gibt.
- (4) Jede:r Bewerber:in für einen Studienplatz hat sich einem Aufnahmeverfahren zu unterwerfen. Ziel des Aufnahmeverfahrens ist es, die fachlichen und persönlichen Qualitäten und Zielsetzungen der Bewerber:in in Hinblick auf die Erfordernisse des Lehrgangs zu ermitteln. Das Aufnahmeverfahren findet in englischer und/oder deutscher Sprache statt.

- (5) Übersteigt die Anzahl der geeigneten Studienbewerbungen die Zahl der Studienplätze je Aufnahmetermin, muss ein Reihungsverfahren durchgeführt werden. Entscheidend sind dabei die Formal- und Berufsqualifikation, der Studienerfolg, die Ergebnisse des Aufnahmeverfahrens, die Reihenfolge des Einlangens der Bewerbungen, der Branchenmix sowie die Internationalität im Jahrgang.
- (6) Über die Aufnahme zum Universitätslehrgang entscheidet die Lehrgangsleitung.

§ 3 Qualifikationsprofil, Berufsfelder und Zielgruppen

(1) Gegenstand des Universitätslehrgangs

Der „EMBA“ wendet sich an Führungskräfte aller Karrierestufen, Manager:innen, Fachkräfte und Unternehmer:innen, die ihre berufliche Laufbahn durch eine fundierte und praxisorientierte Ausbildung auf hohem akademischem Niveau optimieren wollen. Dazu werden neben einer fundierten Ausbildung in den Bereichen Grundlagen der Unternehmensführung, finanzielle Unternehmensführung, People Management, Trends und Perspektiven im globalen Kontext und Business Development auch eine Reihe vertiefender Spezialisierungsmodule zur zielgerichteten Steigerung von Führungs- und Managementqualitäten der Studierenden angeboten.

Der „EMBA“ konzentriert sich auf fünf zentrale Ziele:

- Qualifizierungsziel 1 – Die Vermittlung aller relevanten betriebswirtschaftlichen Wissensgebiete, die für die erfolgreiche Unternehmensführung bzw. für die Ausübung einer erfolgreichen Führungsfunktion im Unternehmen erforderlich sind.
- Qualifizierungsziel 2 – Führungsverantwortung: Die Vermittlung der Kenntnisse und Fertigkeiten, die helfen, Führungsverantwortung im Spannungsfeld zwischen Spezialisierung, Globalisierung, kostenorientiertem Wachstum, ethischer und rechtlicher Verantwortlichkeit erfolgreich wahrzunehmen. Führung muss aber auch auf persönlicher Ebene effektiv und effizient umgesetzt werden. Die Auseinandersetzung mit den eigenen persönlichen Leistungsmerkmalen als Führungskraft und die Entwicklung eines funktionierenden und erfolgreichen individuellen Führungsstils sind zentrale Ziele dieses EMBA.
- Qualifizierungsziel 3 – Steuerung von komplexen Systemen: Die Vermittlung jenes Wissens und Könnens, das erforderlich ist, Management in einem ganzheitlichen und umfassenden Sinn auszuüben, und das erforderlich ist, um komplexe Systeme verstehen und erfolgreich steuern zu können.
- Qualifizierungsziel 4 – Schwerpunkt Strategie: Die Vermittlung jener Kenntnisse und Fertigkeiten, die notwendig sind, um Strategien entwickeln und umsetzen zu können und alles unternehmerische Handeln in den Strategie-Kontext integrieren zu können.
- Qualifizierungsziel 5 – Schwerpunktsetzung zur vertiefenden Qualifizierung in einem bzw. mehreren für die:den Studierende:n berufsrelevanten Themenfeld/-ern.

(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen (Learning Outcomes)

Absolvent:innen des Lehrgangs eignen sich Wissen an und entwickeln ihre Kompetenzen innerhalb der Module.

Im Bereich der Management-Core-Module (Pflichtmodule):

Absolvent:innen

- haben ein fundiertes Wissen im Bereich des General Managements, das an neueste Erkenntnisse in diesem Gebiet anknüpft.
- kennen alle wesentlichen Methoden und Instrumente für eine erfolgreiche Unternehmensführung und können diese anwenden.
- können Ergebnisse unternehmerischer Entscheidungen in Wirkung und Qualität beurteilen.
- kennen die für eine erfolgreiche finanzielle Unternehmenssteuerung erforderlichen Controlling-Prozesse und -Instrumente.
- können mit Kennzahlen zur Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage ein Unternehmen steuern und ihre Bezüge zur Rechnungslegung herleiten.
- können Marketingkonzepte und Strategien entwickeln und beurteilen, Märkte auf ihre wesentlichen Eigenschaften hin untersuchen.
- können ein Strategiekonzept entwickeln und implementieren, Maßnahmen und Projekte auf operativer Ebene entwickeln und implementieren.
- kennen die wesentlichen Elemente der Investitionspolitik, wissen wie man eine strategische Personalplanung entwickelt und mit welchen Instrumenten Personal gewonnen, gehalten und weiterentwickelt wird.
- lernen ihre persönlichen führungsrelevanten Stärken und Schwächen kennen und damit umzugehen, um in unterschiedlichen Führungssituationen effektiv führen zu können.
- können insbesondere unterschiedliche Führungsstile in Eigenart und Wirkung beurteilen, die Dynamik von Gruppenprozessen beurteilen und steuern, die relevanten Aspekte von Gender- / Diversity-Themen identifizieren und in die Steuerung von Gruppenverhalten einbauen, die Risiken der Gruppendynamik für einen aktiv gesteuerten Leistungsprozess aktiv minimieren, Change-Management-Prozesse initiieren, planen und umsetzen.
- sind in der Lage, wissenschaftliche Fragestellungen systematisch zu formulieren, relevante Literatur und Quellen kritisch zu recherchieren und zu bewerten sowie unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden eigenständig fundierte Arbeiten zu verfassen, die den Standards wissenschaftlicher Redlichkeit entsprechen.

Im Bereich der Schwerpunktsetzung (Wahlmodule):

Absolvent:innen

- erhalten darüber hinaus die Möglichkeit, sich aus einem umfassenden Katalog von Vertiefungsmöglichkeiten auf die persönlichen Bedürfnisse des Berufsumfeldes abgestimmte Themen anzueignen.

(3) Bedarf und Relevanz des Universitätslehrgangs für Gesellschaft und Arbeitsmarkt

Management ist eine der zentralen Funktionen und Herausforderungen unserer hoch arbeitsteiligen Gesellschaft. Der Bedarf an Führungskräften, die sich neben ihrer ursprünglichen Fachausbildung insbesondere in den Bereichen der allgemeinen Managementtechniken, der gängigen Analyse-, Planungs- und Entscheidungsmethoden sowie der Entwicklung und Optimierung der persönlichen Führungspotenziale einer vertiefenden Qualifikation unterzogen haben, ist nach wie vor groß. Dabei hat sich insbesondere in den letzten Jahren herausgestellt, dass neben einem generalistischen Managementgrundverständnis gerade individuell auswählbare fach- und themenspezifische Vertiefungen gesucht werden. Gefragt sind insbesondere Ausbildungen, die eine hohe akademische Qualität mit einer ausgeprägten Praxisrelevanz und Anwendbarkeit im beruflichen Alltag verbinden. Der „EMBA“ zielt auf diese Bedürfnisse ab.

Absolvent:innen des Universitätslehrgangs „EMBA“ stehen u. a. folgende Berufsfelder offen:

- Führungsfunktion in KMUs, Großunternehmen, öffentlichen Einrichtungen und Non Profit-Organisationen
- Leitung internationaler Projekte oder federführende Planungsaufgaben in Stäben
- Unternehmensberatung
- Unternehmer:innen

(4) Zielgruppen

Der „EMBA“ steht in erster Linie folgenden Zielgruppen offen:

- Führungskräften aus allen Wirtschaftssparten
- Nachwuchsführungskräften, die auf eine verantwortungsvolle Führungsaufgabe vorbereitet werden sollen
- Projektmanager:innen, die sich auf eine internationale Karriere im Projektmanagement vorbereiten möchten
- Unternehmensberater:innen
- Unternehmer:innen

§ 4 Aufbau und Gliederung des Universitätslehrgangs

Der Universitätslehrgang „EMBA“ beinhaltet 7 Pflichtmodule, die mit 50 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet sind, und bis zu 6 Wahlmodule, für die insgesamt 24 ECTS-Anrechnungspunkte vorgesehen sind. Weiters sind 24 ECTS-Anrechnungspunkte für die Pflichtpraxis, 20 ECTS-Anrechnungspunkte für die Masterarbeit und 2 ECTS-Anrechnungspunkte für die Masterprüfung veranschlagt.

| | ECTS |
|---|-----------|
| Pflichtmodule | 50 |
| Modul 1: Management Core – Grundlagen der Unternehmensführung | 9 |
| Modul 2: Management Core – Finanzielle Unternehmensführung | 6 |
| Modul 3: Management Core – People Management | 6 |
| Modul 4: Management Core – Trends und Perspektiven im globalen Kontext | 9 |
| Modul 5: Management Core – Business Development | 6 |
| Modul 6: Management Core – Begleitendes Projekt und Transfersicherung | 8 |
| Modul 7: Management Core – Begleitlehrveranstaltungen zur Masterarbeit | 6 |
| Wahlmodule | 24 |
| Aus dem Wahlmodulkatalog (siehe § 7) sind Wahlmodule im Umfang von mindestens 24 ECTS-Anrechnungspunkten zu wählen. | |

| | |
|----------------------|------------|
| Pflichtpraxis | 24 |
| Masterarbeit | 20 |
| Masterprüfung | 2 |
| SUMME | 120 |

§ 5 Typen von Lehrveranstaltungen

Im Universitätslehrgang sind folgende Lehrveranstaltungstypen vorgesehen:

Übung mit Vorlesung (UV) verbindet die theoretische Einführung in ein Teilgebiet mit der Vermittlung praktischer Fähigkeiten, wobei der Übungscharakter dominiert. Die Übung mit Vorlesung ist eine prüfungsimmanente Lehrveranstaltung mit Anwesenheitspflicht.

Übung (UE) dient dem Erwerb, der Erprobung und Perfektionierung von praktischen Fähigkeiten und Kenntnissen des Studienfaches oder eines seiner Teilbereiche. Eine Übung ist eine prüfungsimmanente Lehrveranstaltung.

Seminar (SE) ist eine wissenschaftlich weiterführende Lehrveranstaltung. Sie dient dem Erwerb von vertiefendem Fachwissen sowie der Diskussion und Reflexion wissenschaftlicher Themen anhand aktiver Mitarbeit seitens der Studierenden. Ein Seminar ist eine prüfungsimmanente Lehrveranstaltung mit Anwesenheitspflicht.

Die Dauer einer Unterrichtseinheit beträgt 45 Minuten.

§ 6 Studieninhalt und Studienverlauf

Im Folgenden sind die Module und Lehrveranstaltungen des Universitätslehrgangs „EMBA“ aufgelistet. Die Zuordnung zur Semesterfolge ist eine Empfehlung und stellt sicher, dass die Abfolge der Lehrveranstaltungen optimal auf das Vorwissen, speziell bei den Pflichtmodulen, aufbaut. Die Wahlmodule sind in sich geschlossen.

Die detaillierten Beschreibungen der Module inkl. der zu vermittelnden Kenntnisse, Methoden und Fertigkeiten finden sich im Anhang I: Modulbeschreibungen.

| Universitätslehrgang Executive Master of Business Administration | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------|-----|------|-------------------|----|-----|----|
| Modul | Lehrveranstaltung | SSSt. | Typ | ECTS | Semester mit ECTS | | | |
| | | | | | I | II | III | IV |
| (1) Pflichtmodule | | | | | | | | |
| Pflichtmodule – <i>Management Core</i> | | | | | | | | |
| Modul 1: Grundlagen der Unternehmensführung | | | | | | | | |
| Leadership Foundation | | 2 | UV | 3 | 3 | | | |
| Organisation und strategisches Management | | 1 | UV | 1,5 | 1,5 | | | |
| Unternehmen im gesamtwirtschaftlichen Umfeld | | 2 | UV | 3 | 3 | | | |
| Unternehmen im rechtlichen Umfeld | | 1 | UV | 1,5 | 1,5 | | | |

| | | | | | | | |
|-----------------------|---|--|---|---|--|--|--|
| Zwischensumme Modul 1 | 6 | | 9 | 9 | | | |
|-----------------------|---|--|---|---|--|--|--|

Modul 2: Finanzielle Unternehmensführung

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|----|---|---|--|--|--|
| Bilanzierung und Bilanzanalyse | 2 | UV | 3 | 3 | | | |
| Kostenrechnung und Kostenmanagement | 2 | UV | 3 | 3 | | | |
| Zwischensumme Modul 2 | 4 | | 6 | 6 | | | |

Modul 3: People Management

| | | | | | | | |
|------------------------|---|----|-----|-----|--|--|--|
| Personalführung | 1 | UV | 1,5 | 1,5 | | | |
| Communication | 1 | UV | 1,5 | 1,5 | | | |
| Leadership in Practice | 2 | UV | 3 | 3 | | | |
| Zwischensumme Modul 3 | 4 | | 6 | 6 | | | |

Modul 4: Trends und Perspektiven im globalen Kontext

| | | | | | | | |
|---------------------------------|---|----|-----|--|-----|--|--|
| Dimensionen der Nachhaltigkeit | 1 | UV | 1,5 | | 1,5 | | |
| Change-Management | 2 | UV | 3 | | 3 | | |
| Dimensionen der Digitalisierung | 1 | UV | 1,5 | | 1,5 | | |
| Marketing und Innovation | 2 | UV | 3 | | 3 | | |
| Zwischensumme Modul 4 | 6 | | 9 | | 9 | | |

Modul 5: Business Development

| | | | | | | | |
|---|---|----|-----|--|-----|--|--|
| Entscheidungsfindung für Führungskräfte | 1 | UV | 1,5 | | 1,5 | | |
| Risikomanagement | 1 | UV | 1,5 | | 1,5 | | |
| Investition und Finanzierung | 2 | UV | 3 | | 3 | | |
| Zwischensumme Modul 5 | 4 | | 6 | | 6 | | |

Modul 6: Begleitendes Projekt und Transfersicherung

| | | | | | | | |
|-----------------------------|---|----|---|---|---|--|--|
| Begleitendes Projekt | 2 | UE | 6 | | 6 | | |
| Präsentationstechniken | 1 | UV | 1 | 1 | | | |
| Wissenschaftliches Arbeiten | 1 | UV | 1 | | 1 | | |
| Zwischensumme Modul 6 | 4 | | 8 | 1 | 7 | | |

Modul 7: Begleitlehrveranstaltungen zur Masterarbeit

| | | | | | | | |
|---------------------------------|---|----|---|--|--|---|--|
| Begleitseminar zur Masterarbeit | 1 | SE | 4 | | | 4 | |
| Propädeutik zur Masterarbeit | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul 7 | 2 | | 6 | | | 6 | |

| | | | | | | | |
|----------------------------|-----------|--|-----------|-----------|-----------|----------|--|
| Summe Pflichtmodule | 30 | | 50 | 22 | 22 | 6 | |
|----------------------------|-----------|--|-----------|-----------|-----------|----------|--|

(2) Wahlmodule lt. § 7

| | | | | | | | |
|-------------------------|--|--|-----------|--|--|-----------|----------|
| Summe Wahlmodule | | | 24 | | | 16 | 8 |
|-------------------------|--|--|-----------|--|--|-----------|----------|

(3) Pflichtpraxis

| | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|----|---|---|---|---|
| Reflexionsorientierter Transfer 1 | | | 12 | 8 | 8 | | |
| Reflexionsorientierter Transfer 2 | | | 12 | | | 4 | 4 |
| Summe Pflichtpraxis | | | 24 | 8 | 8 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|-------------------------|--|--|----|--|--|--|----|
| (4) Masterarbeit | | | 20 | | | | 20 |
|-------------------------|--|--|----|--|--|--|----|

| | | | | | | | |
|--------------------------|--|--|---|--|--|--|---|
| (5) Masterprüfung | | | 2 | | | | 2 |
|--------------------------|--|--|---|--|--|--|---|

| | | | | | | | |
|----------------------|--|--|------------|-----------|--|-----------|--|
| Summen Gesamt | | | 120 | 60 | | 60 | |
|----------------------|--|--|------------|-----------|--|-----------|--|

§ 7 Wahlmodulkatalog

Der Universitätslehrgang enthält mehrere Wahlmodulbereiche, aus denen – abhängig von der konkreten Verfügbarkeit – frei wählbar Module im Gesamtausmaß von 24 ECTS-Anrechnungspunkten zu wählen sind.

| Universitätslehrgang Executive Master of Business Administration | | | | | | | | |
|--|-------------------|------|-----|------|-------------------|----|------------------|----|
| Modul | Lehrveranstaltung | SSt. | Typ | ECTS | Semester mit ECTS | | | |
| | | | | | I | II | III ¹ | IV |
| (2) Wahlmodule | | | | | | | | |
| Wahlmodulbereich - <i>Fachspezialisierungen</i> | | | | | | | | |
| WFS 1: Projektmanagement | | | | | | | | |
| Grundlagen des Projektmanagements | | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Prozesse des Projektmanagements | | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Spezielle Methoden des Projektmanagements | | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Projektmanagement | | 9 | | 12 | | | 12 | |
| WFS 2: Prozessmanagement | | | | | | | | |
| Grundlagen des Prozessmanagements | | 3 | UV | 5 | | | 5 | |
| Change und Qualitätsmanagement | | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Methoden und Anwendungsbereiche des Prozessmanagements | | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Prozessmanagement | | 8 | | 12 | | | 12 | |
| WFS 3: Health Care Management – Steuerung und spezielle Rahmenbedingungen | | | | | | | | |
| Operatives und strategisches Controlling in Gesundheitseinrichtungen | | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Health Care Marketing | | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Spezielle Themen des Managements in Gesundheitseinrichtungen | | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Patient:innensteuerung | | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Health Care Management – Steuerung und spezielle Rahmenbedingungen | | 9 | | 12 | | | 12 | |
| WFS 4: Health Care Management – Human Resource und Qualitätsmanagement | | | | | | | | |
| Informationsmanagement und Business Intelligence | | 1,5 | UV | 2 | | | 2 | |
| Health Care Logistics | | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Public Health und Gesundheitsökonomie | | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Medizinisches Qualitätsmanagement und Ethik | | 1,5 | UV | 2 | | | 2 | |
| HR im Gesundheitswesen | | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Ausgewählte Rechtsthemen für Führungskräfte im Gesundheitswesen | | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Health Care Management – Human Resource und Qualitätsmanagement | | 8 | | 12 | | | 12 | |
| WFS 5: General Management und Entrepreneurship – General Management | | | | | | | | |
| Innovationsmanagement | | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Lean Management | | 2 | UV | 3 | | | 3 | |

¹ Für die Wahlmodule sind grundsätzlich die Semester III und IV vorgesehen (vgl. § 6). Aufgrund der umfangreichen Wahlmöglichkeiten ist eine generelle Zuordnung konkrete Wahlmodule zu einem der beiden Semester im Curriculum nicht sinnvoll möglich. Aus diesem Grund werden die ECTS-Anrechnungspunkte in der nachfolgenden Tabelle einheitlich in Semester III abgebildet.

| | | | | | | | |
|--|---|----|----|--|--|----|--|
| Marketing und Vertrieb | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Risikomanagement | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Zwischensumme Modul General Management und Entrepreneurship – General Management | 8 | | 12 | | | 12 | |

WFS 6: General Management und Entrepreneurship – Entrepreneurship

| | | | | | | | |
|--|---|----|----|--|--|----|--|
| Entrepreneurship | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Leadership | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Vertiefung Strategisches Management | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Business-Modelling | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Marktanalyse | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul General Management und Entrepreneurship – Entrepreneurship | 8 | | 12 | | | 12 | |

WFS 7: Marketing & Vertrieb – Marketing

| | | | | | | | |
|--|---|----|----|--|--|----|--|
| Grundlagen des Marketing/Marketingmanagements | 2 | UV | 4 | | | 4 | |
| Social Media Marketing | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Grundlagen der Marktforschung | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Integrierte Kommunikation | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Beziehungsmanagement (Customer, Supplier) | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Rechtliche Grundlagen für Führungskräfte im Marketing | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Marketing und Vertrieb – Marketing | 8 | | 13 | | | 13 | |

WFS 8: Marketing & Vertrieb –Vertrieb

| | | | | | | | |
|---|---|----|----|--|--|----|--|
| Vertriebsorganisation/-planung | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Vertriebssysteme/-strategie | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| CRM | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Key Account Management | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Rechtliche Grundlagen Vertrieb | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Marketing & Vertrieb – Vertrieb | 7 | | 11 | | | 11 | |

WFS 9: Digitalisierung, Gesellschaft und Innovation

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Treiber der Digitalen Transformation | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Digitale Transformation, Gesellschaft und Ethik | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Digitale Transformation und Innovation | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Angewandte Technologien der Digitalisierung: Big Data und Artificial Intelligence | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Digitalisierung, Gesellschaft und Innovation | 5 | | 8 | | | 8 | |

WFS 10: Grundlagen und Entwicklung von Digitalisierungsstrategien

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Analyse der „Digital Readiness“ | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Strategien der Digitalisierung | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Ausgewählte Themen der Digitalisierungsstrategie: Marketing und Logistik | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Angewandte Technologien der Digitalisierung: Produktsteuerung und die Industrie 4.0 | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Grundlagen und Entwicklung von Digitalisierungsstrategien | 5 | | 8 | | | 8 | |

WFS 11: Implementierung von Digitalisierungsstrategien

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Digitalisierung von Geschäftsprozessen | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Projektmanagement für Digitalisierungsstrategien | 1 | UV | 2 | | | 2 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Angewandte Technologien der Digitalisierung: Blockchain und Internet of Things | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Angewandte Technologien der Digitalisierung: Big Data Analysis – Labor | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Implementierung von Digitalisierungsstrategien | 5 | | 8 | | | 8 | |

WFS 12: Risikomanagement

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|---|----|---|--|--|---|--|
| Grundlagen des Risikomanagements | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Aufbau von Risikomanagementsystemen | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Risikomanagement | 6 | | 8 | | | 8 | |

WFS 13: Business Excellence – Unternehmensqualität

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Grundlagen von Unternehmensqualität und Excellence | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Umsetzung von Unternehmensqualität und Excellence | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Assessor:innentraining | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Business Excellence - Unternehmensqualität | 6 | | 8 | | | 8 | |

WFS 14: Sustainability und ESG-Management

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Grundlagen von Sustainability und ESG-Management | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Umsetzung von Sustainability und ESG-Management in Unternehmen | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Sustainability und ESG-Management | 6 | | 8 | | | 8 | |

WFS 15: Qualitätsmanagement

| | | | | | | | |
|---|----|----|----|--|--|----|--|
| Qualitätsmanagementsysteme | 6 | UV | 9 | | | 9 | |
| Integrierte Managementsysteme | 5 | UV | 7 | | | 7 | |
| Zwischensumme Modul Qualitätsmanagement | 11 | UV | 16 | | | 16 | |

WFS 16: Umweltmanagement

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|----|----|----|--|--|----|--|
| Umweltmanagementsysteme | 6 | UV | 9 | | | 9 | |
| Integrierte Managementsysteme | 5 | UV | 7 | | | 7 | |
| Zwischensumme Modul Umweltmanagement | 11 | UV | 16 | | | 16 | |

WFS 17: Sicherheits- und Gesundheitsschutz

| | | | | | | | |
|--|----|----|----|--|--|----|--|
| Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsysteme | 6 | UV | 9 | | | 9 | |
| Integrierte Managementsysteme | 5 | UV | 7 | | | 7 | |
| Zwischensumme Modul Sicherheits- und Gesundheitsschutz | 11 | UV | 16 | | | 16 | |

WFS 18: Hygienemanagement

| | | | | | | | |
|--|----|----|----|--|--|----|--|
| Hygienemanagement – Mikrobiologie und Lebensmittelrecht | 4 | UV | 6 | | | 6 | |
| Hygienemanagement – Betriebs- und Personalhygiene, HACCP | 4 | UV | 6 | | | 6 | |
| Hygienemanagement – Managementsysteme, Normen, Standards | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Hygienemanagement | 11 | UV | 16 | | | 16 | |

WFS 19: Qualität mit Schwerpunkt Lebensmittelsicherheit

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Qualitätsmanagement mit Schwerpunkt Lebensmittelsicherheit | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Integrierte Managementsysteme mit Schwerpunkt Lebensmittelsicherheit | 3 | UV | 4 | | | 4 | |

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Zwischensumme Modul Qualität mit Schwerpunkt Lebensmittelsicherheit | 6 | UV | 8 | | | 8 | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|

WFS 20: Qualität im Gesundheitswesen

| | | | | | | | |
|--|----|----|----|--|--|----|--|
| Qualitätsmanagementsysteme im Gesundheitswesen | 6 | UV | 9 | | | 9 | |
| Integrierte Managementsysteme | 5 | UV | 7 | | | 7 | |
| Zwischensumme Modul Qualität im Gesundheitswesen | 11 | UV | 16 | | | 16 | |

WFS 21: Risikomanagement im Gesundheitswesen

| | | | | | | | |
|---|----|----|---|--|--|---|--|
| Grundlagen des Risikomanagements mit Fokus Gesundheitswesen | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Aufbau eines Risikomanagementsystems im Gesundheitswesen | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Risikomanagement im Gesundheitswesen | 11 | UV | 8 | | | 8 | |

Wahlmodulbereich – Management und Leadership

WML 1: Leadership

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Sich und andere führen | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Leadership als Entscheidungs- und Kommunikationskompetenz | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Führen im Wandel | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Leadership | 3 | | 4 | | | 4 | |

WML 2: St. Galler Management-Modell

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Aufgabenperspektiven des Managements | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Praxisperspektiven des Managements | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul St. Galler Management-Modell | 2 | | 4 | | | 4 | |

WML 3: Geführte Veränderung als Beitrag zur agilen Transformation

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Veränderung im Spannungsfeld von Aufbau-, Ablauf- und IT-Organisation | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Instrumente zur erfolgreichen Prozessgestaltung von agilen Transformationen | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Geführte Veränderung als Beitrag zur agilen Transformation | 2 | | 4 | | | 4 | |

WML 4: Employer Branding and Recruiting

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Employer Branding – Arbeitgeber-Markenaufbau | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| (Digitales) Recruiting – Personalbeschaffung | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Employer Branding and Recruiting | 2 | | 4 | | | 4 | |

WML 5: New Work – Methoden zur Gestaltung von Leistung in neuen Arbeitswelten

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Empowerment und Motivation in Zeiten von Digitalisierung, Fachkräftemangel und hybriden Office-Konzepten | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Traditionelle und innovative Organisationsstrukturen, Performance Management und Compensation & Benefits in neuen Arbeitswelten | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Mindset und Tools für Führungskräfte und Mitarbeiter:innen zur Gestaltung von Produktivität, sozialer Verantwortung, Selbstverantwortung, Sinn und Entwicklung | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul New Work – Methoden zur Gestaltung von Leistung in neuen Arbeitswelten | 3 | | 4 | | | 4 | |

WML 6: Entrepreneurship

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Grundlagen und Schlüsselemente des Entrepreneurships | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Strategisches Entrepreneurship und innovative Business-planung | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Entrepreneurship | 2 | | 4 | | | 4 | |

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| WML 7: Resilienz im Wirtschaftsumfeld | | | | | | | |
| Resilienzkompetenzen entwickeln | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Gewinn von mehr Sicherheit im beruflichen Arbeitsalltag | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Resilienz im Wirtschaftsumfeld | 2 | | 4 | | | 4 | |

| | | | | | | | |
|---|---|----|-----|--|--|-----|--|
| WML 8: Business Communications | | | | | | | |
| Rhetoric and Body Language | 1 | UV | 1,5 | | | 1,5 | |
| Performance | 1 | UV | 1,5 | | | 1,5 | |
| Meetings | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Business Communications | 3 | | 4 | | | 4 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| WML 9: Strategische Personalberatung | | | | | | | |
| People first: Personalentwicklung aus Unternehmens- und Mitarbeitersicht | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Aktuelle Trends und Herausforderungen des People Managements | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Strategische Personalberatung | 2 | | 4 | | | 4 | |

Wahlmodulbereich – Strategische Geschäftsbereichsentwicklung

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| WSG 1: Projektmanagement | | | | | | | |
| Projekte effektiv planen, führen und kontrollen | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Projektmanagement-Office | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Change-Management in Projekten | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Marketing von Projekten | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Projektmanagement | 4 | | 8 | | | 8 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| WSG 2: Prozessmanagement | | | | | | | |
| Prozessplanspiel | 1 | UE | 1 | | | 1 | |
| Strategisches Prozessmanagement | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Operatives Prozessmanagement | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Mobilisierung und Change-Management in Prozessen | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Prozesse im Zeitalter der Digitalisierung | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Prozesscontrolling | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Prozessmanagement | 6 | | 8 | | | 8 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| WSG 3: Lean Management – Management von Komplexität und Dynamik | | | | | | | |
| Lean Management | 4 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Lean Management – Management von Komplexität und Dynamik | 4 | | 4 | | | 4 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| WSG 4: Agiles Projektmanagement | | | | | | | |
| Agiles Projektmanagement | 4 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Agiles Projektmanagement | 4 | | 4 | | | 4 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| WSG 5: Digitales Marketing – die strategische Basis für die Führungsebene | | | | | | | |
| Ziele, Zielsetzung & Möglichkeiten für das digitale Marketing im Unternehmen | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Content-Distribution entlang der Customer Journey – B2C & B2B | 1 | UV | 2 | | | 2 | |

| | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|---|--|
| Zwischensumme Modul Digitales Marketing – die strategische Basis für die Führungsebene | 2 | | 4 | | | 4 | |
|--|---|--|---|--|--|---|--|

WSG 6: Digitales Marketing in der Praxis

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Von der Strategie zum erfolgreichen Content | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Social Media Marketing – organisch & paid | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Best Practices und Zukunftstrends im digitalen Marketing | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Digitales Marketing in der Praxis | 2 | | 4 | | | 4 | |

WSG 7: Brand- und Marketing-Management

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Branding in Zeiten von Verantwortung: Quo vadis? | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Preismanagement | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Brand- und Marketing-Management | 2 | | 4 | | | 4 | |

WSG 8: Sales- and Key-Account-Management

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Strategische Vertriebsherausforderungen in einer transformierenden Welt | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Wertschöpfung dank solider Kundenbeziehungen, auch im B2B | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Sales- and Key-Account-Management | 2 | | 4 | | | 4 | |

WSG 9: Kundenorientierung aus 360°-Perspektive

| | | | | | | | |
|---|---|----|-----|--|--|-----|--|
| Kundenorientierung durch Beziehungsmanagement | 1 | UV | 1,5 | | | 1,5 | |
| Kundenorientierung durch Kundenintegration – Personalisierung und Open Innovation | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Kundenorientierung und Vertrieb sowie internes Marketing | 1 | UV | 1,5 | | | 1,5 | |
| Zwischensumme Modul Kundenorientierung aus 360°-Perspektive | 3 | | 4 | | | 4 | |

WSG 10: Marktforschung mit Forms, Excel und Statista

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Konzeption von Geschäftsideen mit qualitativen Methoden | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Grundlagen quantitativer Marktforschung und deren praktische Anwendung | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Zwischensumme Modul Marktforschung mit Forms, Excel und Statista | 3 | | 4 | | | 4 | |

WSG 11: Unternehmerisches Management in einer sich verändernden Umwelt

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Anpassungsfähigkeit von Unternehmen | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Digitale Transformation und Entrepreneurship | 3 | UV | 4 | | | 4 | |
| Zwischensumme Modul Unternehmerisches Management in einer sich verändernden Umwelt | 6 | | 8 | | | 8 | |

Wahlmodulbereich – *Finanzen und Recht*

WFR 1: Rechnungslegung und Unternehmensbesteuerung

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Praxis der Berichterstattung | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Besteuerung und Rechtsformwahl | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Rechnungslegung und Unternehmensbesteuerung | 2 | | 4 | | | 4 | |

WFR 2: Controlling und Performance Management

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Controlling | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Performance-Management | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Controlling und Performance Management | 3 | | 4 | | | 4 | |

WFR 3: Bilanzanalyse, Kostenrechnung und Kostenmanagement – Advanced

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Bilanzanalyse | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Kostenrechnung und Kostenmanagement | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Bilanzanalyse, Kostenrechnung und Kostenmanagement – Advanced | 2 | | 4 | | | 4 | |

WFR 4: Legal Compliance

| | | | | | | | |
|---|---|----|-----|--|--|-----|--|
| Der Geschäftsabschluss unter Unternehmen | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Vertiefung Aufgaben und Verantwortlichkeit der Organe | 1 | UV | 1,5 | | | 1,5 | |
| Wettbewerbs- und Kartellrecht | 1 | UV | 1,5 | | | 1,5 | |
| Zwischensumme Modul Legal Compliance | 3 | | 4 | | | 4 | |

Wahlmodulbereich – Global Management Experiences

WGM 1: Leadership and Company Development

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Strategic Communication and Personal Brand | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Negotiation & Leading with Power and Purpose | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Transaction Based Growth Management | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Current Topics of Leadership and Company Development | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Zwischensumme Modul Leadership and Company Development | 7 | | 8 | | | 8 | |

WGM 2: Evolving Markets

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| International Markets within Global Structures | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Investment Strategies and Entrepreneurial Aspects | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Legal and Regulatory Frameworks | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Evolving Markets | 6 | | 8 | | | 8 | |

WGM 3: New Markets

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| International Business Strategy for New Markets | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Contextual Leadership in Global Context | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Governance and Ethics | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Human Resources and Cultural Diversity | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul New Markets | 6 | | 8 | | | 8 | |

WGM 4: Finance and Markets

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Shareholder Value Analysis and Financial Risk Management | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Strategies for Global Financial Markets | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Market Research for Financial Decision Making | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Zwischensumme Modul Finance and Markets | 7 | | 8 | | | 8 | |

WGM 5: Marketing and Data Management

| | | | | | | | |
|---|---|----|---|--|--|---|--|
| Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Social Media Marketing | 1 | UV | 1 | | | 1 | |
| Customer Relationship Management | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Integrated Corporate Communication Strategies | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| (Big) Data Management | 2 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Marketing and Data Management | 7 | | 8 | | | 8 | |

Wahlmodulbereich – Branchenspezifische Herausforderungen

WBH 1: Health Care-Management / Management von Gesundheitseinrichtungen

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Strategisches Management im Gesundheitswesen | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Herausforderungen der Gesundheitsökonomie | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Public Health Management | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Patient:innensteuerung und Prozessoptimierung | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Zwischensumme Modul Health Care-Management / Management von Gesundheitseinrichtungen | 4 | | 8 | | | 8 | |

WBH 2: Medical Leadership

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|--|--|---|--|
| Self-Leadership als Basis erfolgreicher Führung | 1 | UV | 2 | | | 2 | |
| Individuelle, interkulturelle und generationsabhängige Aspekte des People Management | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Moments that matter: Situative Aspekte der Führung in einer neuen Arbeitswelt | 2 | UV | 3 | | | 3 | |
| Zwischensumme Modul Medical Leadership | 5 | | 8 | | | 8 | |

§ 8 Masterarbeit

- (1) Die Masterarbeit hat theoretische und anwendungsorientierte Teile zu enthalten. Schwerpunktartig erworbenes Wissen und Kompetenzen sind auf konkrete (berufspraktische) Frage- und Problemstellungen anzuwenden. Die Masterarbeit ist mit 20 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet.
- (2) Die Aufgabenstellung der Masterarbeit ist so zu wählen, dass für eine Studierende oder einen Studierenden die Bearbeitung innerhalb von sechs Monaten möglich und zumutbar ist (vgl. § 81 Abs. 2 UG).
- (3) Die Masterarbeit ist eigenständig und in Einzelarbeit entsprechend den durch die Lehrgangsleitung erlassenen Richtlinien zur Erstellung der Masterarbeit zu verfassen.
- (4) Die Beurteilung der Masterarbeit erfolgt durch die Lehrgangsleitung oder eine von der Lehrgangsleitung benannte Person, die aus dem Pool der Lehrgangsreferent:innen oder des Lehrgangspersonals der Paris Lodron Universität Salzburg stammt oder die eine andere fachlich hoch qualifizierte Person sein kann. Erfolgt die Beurteilung der Masterarbeit nicht durch die Lehrgangsleitung, so ist die Begutachtung und Benotung durch die Lehrgangsleitung zu bestätigen.

§ 9 Pflichtpraxis

- (1) Der Universitätslehrgang Executive MBA sieht eine facheinschlägige Pflichtpraxis im Ausmaß von 600 Echtstunden (diese entsprechen 24 ECTS-Anrechnungspunkten) vor. Die Pflichtpraxis dient der Anwendung der im Lehrgang erworbenen Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen sowie der Entwicklung einer eigenen Identität als Führungskraft.
- (2) Die Pflichtpraxis ist grundsätzlich außerhalb der Universität in von der Lehrgangsleitung anerkannten Institutionen zu erwerben. Eine Meldung der Pflichtpraxis und der gewählten Institution an die Lehrgangsleitung ist erforderlich und von dieser zu bewilligen.
- (3) Die Absolvierung der Pflichtpraxis muss der Lehrgangsleitung entsprechend ihrer Vorgaben nachgewiesen werden.
- (4) Studierende mit Behinderung und/oder chronischer Erkrankung werden im Bereich der Pflichtpraxis von Seiten der Lehrgangsleitung unterstützt. Sollte es aufgrund diskriminierender Infrastruktur (physische sowie infrastrukturelle Barrierefreiheit) bei potentiellen Praxisstellen nicht möglich sein, einen Praxisplatz zu erhalten, bekommen Studierende mit Behinderung und/oder chronischer Erkrankung eine andere Möglichkeit, diesen Teil des Curriculums

zu erfüllen.

- (5) Die im Semesterplan vorgesehene Verteilung der Pflichtpraxis stellt eine Empfehlung dar und ist nicht verbindlich.

Im Rahmen der Pflichtpraxis werden u.a. folgende Qualifikationen erworben:

- Entwicklung von Führungskompetenzen und einer eigenen Identität als Führungskraft;
- Anwendung der erworbenen fachspezifischen Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im beruflichen Kontext;
- Reflexion eigener Ressourcen und Entwicklungsfelder als Führungskraft.

§ 10 Auslandsmodule

Der Universitätslehrgang EMBA beinhaltet 5 Auslandsmodule im Rahmen der Wahlmodule:

- London
- Johannesburg
- Shanghai
- Bangkok
- Washington
- Toronto

(Die Veranstaltungsorte können sich ändern)

§ 11 Prüfungen

Es gelten die Bestimmungen der §§ 72-79 UG und der studienrechtliche Teil der Satzung der Paris Lodron Universität Salzburg.

§ 12 Masterprüfung

- (1) Der Universitätslehrgang EMBA wird mit einer Masterprüfung im Ausmaß von 2 ECTS-Anrechnungspunkten abgeschlossen.
- (2) Voraussetzung für die Masterprüfung ist der Nachweis der positiven Absolvierung aller vorgeschriebenen Prüfungen und der Masterarbeit.
- (3) Die Masterprüfung besteht aus einer Präsentation und Verteidigung der Masterarbeit.
- (4) Die Prüfer:innen werden von der Lehrgangsleitung bestellt.

§ 13 Lehrgangsbeitrag

Für den Besuch des Lehrgangs haben die Teilnehmer:innen einen Lehrgangsbeitrag zu entrichten.

§ 14 Evaluierung

Der Universitätslehrgang wird unter Mitwirkung der Teilnehmer:innen, der Referent:innen und der Lehrgangsleitung laufend evaluiert.

§ 15 Inkrafttreten

Das Curriculum sowie allfällige Änderungen des Curriculums treten mit dem Ersten des Monats in Kraft, der auf die Verlautbarung folgt.

§ 16 Übergangsbestimmungen

- (1) Studierende, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Curriculums für den Universitätslehrgang „Executive MBA“ an der Paris Lodron-Universität Salzburg (Version 2023W, Mitteilungsblatt – Sondernummer 83, 08.09.2023 gemeldet sind, sind berechtigt, ihr Studium bis längstens 30.09.2028 abzuschließen.
- (2) Die Studierenden sind berechtigt, sich jederzeit freiwillig innerhalb der Zulassungsfristen diesem Curriculum zu unterstellen, wenn sie die Zulassungsbedingungen erfüllen. Eine diesbezügliche schriftliche unwiderrufliche Erklärung ist an die Studienabteilung zu richten.

Anhang I: Modulbeschreibungen

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Grundlagen der Unternehmensführung |
| Modulcode | MC 1 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 9 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen wichtige Führungsinstrumente und können diese mitarbeiterorientiert einsetzen. – wissen, wie sie eigene Strategien für den Erfolg als Führungskraft entwickeln. – kennen die grundlegenden Konzepte und Methoden, die Managern bei der Ausgestaltung von Organisation und der Umsetzung von Unternehmensstrategien helfen. – erlangen die Fähigkeit, Einflussfaktoren für die Ausgestaltung von Organisationsstrukturen zu erkennen und strategische Entscheidungen im Hinblick auf Positionierung eines Unternehmens in Bezug auf externe und interne Faktoren zu evaluieren. – erlangen umfängliche Kenntnisse im Bereich Organisation und des strategischen Managements, d. h. Kenntnisse zu Organisationstheorien, zur Geschichte des strategischen Managements, den zentralen Ideen und Konzepten, sowie ein Gespür für die aktuelle Forschung in dem Bereich. – können grundlegende ökonomische Zusammenhänge anhand historischer und aktueller Daten und Ereignisse analysieren und interpretieren. – sind fähig, die Aussagekraft wesentlicher ökonomischer Kennzahlen zu hinterfragen. – kennen die zentralen Rechtsthemen in der unternehmerischen Tätigkeit vor dem Hintergrund der Rechtsformwahl und damit einhergehend der Haftungsbeschränkung sowohl auf Ebene der Leitungsorgane wie der Unternehmenseigner. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Führungstheorien, Menschenbilder und ausgewählte Führungskonzepte (pre-work) – Zentrale Führungsinstrumente und deren Anwendung in der Praxis – Grundlagen der Volkswirtschaftslehre mit Schwerpunkten auf den Themen „Märkte und Marktversagen“, „Wirtschaftswachstum“, „Arbeitslosigkeit“, „Inflation“, „außenwirtschaftliches Gleichgewicht“ und „Verteilungsfragen“ – Unternehmensstrukturen und deren Vor- und Nachteile im Wettbewerb des Marktes – Definition von Leistungsunterschieden und Wettbewerbsvorteilen und -nachteilen von Unternehmen und deren Ursachen im Hinblick auf maximale Leistungsgenerierung – Vermittlung von anwendungsorientierten Konzepten der Organisation und des strategischen Managements – Unternehmensrechtliche Grundlagen zur Rechtsformwahl, Haftungen von Leitungsorganen und Aufgaben und Pflichten von Leitungsorganen |
| Lehrveranstaltungen | <p>MC 1.1 UV Leadership Foundation MC 1.2 UV Organisation und strategisches Management MC 1.3 UV Unternehmen im gesamtwirtschaftlichen Umfeld MC 1.4 UV Unternehmen im rechtlichen Umfeld</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Finanzielle Unternehmensführung |
| Modulcode | MC 2 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 6 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Grundlagen der Bilanzierung und Bilanzanalyse. – kennen betriebswirtschaftliche Analysemethoden für nationale und internationale Jahresabschlüsse. – können die finanzielle Situation von Unternehmen anhand von Jahresabschlüssen und den daraus abgeleiteten Kennzahlen treffsicher analysieren. – kennen das System der Kostenrechnung und können einfache Problemstellungen lösen. – können Deckungsbeitragsrechnungen und Break-Even-Point-Analysen durchführen und Entscheidungen über Programmoptimierungen treffen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Rechtliche Grundlagen/Rechnungslegungsnormen – Aufbau, Inhalt, Aussagekraft von Jahresabschlüssen – Analyse mittels Kennzahlen – Grenzen der Jahresabschluss-Analyse – Kostenrechnungssysteme – Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung – Sensitivitätsanalysen – Abweichungsanalysen – Weiterführende Konzepte der Kostenrechnung |
| Lehrveranstaltungen | <p>MC 2.1 UV Bilanzierung und Bilanzanalyse</p> <p>MC 2.2 UV Kostenrechnung und Kostenmanagement</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | People Management |
| Modulcode | MC 3 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 6 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Aufgaben und Instrumente eines wirksamen HRM in der neuen Arbeitswelt und können diese zielgerichtet auf betriebliche Problemstellungen einsetzen. – sind in der Lage, betriebliche Problemstellungen vor einem ganzheitlichen Hintergrund in den Bereichen des Personalmanagements, der Führung, der Organisation und des gesellschaftlichen Kontexts von Unternehmen zu analysieren und angemessene Gestaltungs- und Handlungsoptionen aufzuzeigen. – sind in der Lage, ihr eigenes Denken und Handeln sowie ihre Kommunikation zu reflektieren und zu bewerten. – sind in der Lage, Werkzeuge der kraftvollen Kommunikation anzuwenden, erkennen Stressmuster in der Kommunikation bei sich und anderen und vermeiden vermehrt angespannte Gesprächssituationen. – sind in der Lage, Gespräche in kritischen Situationen mit Mitarbeiter:innen konstruktiv zu führen. – nutzen Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Umgang mit den Geschlechtern. – können als Führungskraft komplexe Problemstellungen aus dem Führungsalltag von Organisationen und Unternehmen analysieren und strukturieren. |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – erkennen Entwicklungsschritte und können sich zu diesen com-mitten. – sind in der Lage, ihr individuelles Potenzial als Führungskraft zu analysieren. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – New World of Work, Aufgaben und Instrumente von HRM, Rol-lenbild HRM – Bedeutung von Sprache und Kommunikation – Kommunikation 1.0; 2.0 – Die Kraft der Sprache: Lösungsorientiert sprechen – Konzentration auf das Wesentliche: Kurz – Kernig – Knackig – Kompetent – Zusammenfassung der effektivsten Kommunikationswerkzeuge – Standortbestimmung (Selbsttest/s) – Ihr Mindset/Ihre Verantwortung – Ihre Handwerkzeuge (professionelle Gesprächsführung in kriti-schen Situationen, z.B. NGT, GfK und Harvard; Umgang mit Wi-derständen und eigenen und fremden Emotionen) – Gender: Unterschiede und Gemeinsamkeiten – oder was die Geschlechter voneinander lernen können – Entwicklungsschritte erkennen und committen – SWOT Analyse der Führung |
| Lehrveranstaltungen | MC 3.1 UV Personalführung MC 3.2 UV Communication MC 3.3 UV Leadership in Practice |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Trends und Perspektiven im globalen Kontext |
| Modulcode | MC 4 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 9 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – verstehen die Bedeutung der SDG´s für ein nachhaltigkeitsorien-tiertes Management im Kontext der planetaren Grenzen. – kennen die zentralen Aufgaben des Nachhaltigkeitsmanage-ments. – kennen wesentliche Instrumente des Nachhaltigkeitsmanage-ments und können diese auf den betrieblichen Alltag anwenden. – stärken ihre Veränderungsbereitschaft und -fähigkeit, damit sie weiterhin als Vorbild für ihre Mitarbeiter:innen in Veränderungs-prozessen erlebt werden. – lernen praktische Change-Methoden und -Tools für ihre Füh-rungspraxis kennen und können diese situativ erfolgreich an-wenden. – stärken ihre Veränderungskompetenz, indem sie eigene Verän-derungsvorhaben konzipieren. – kennen ausgewählte, aktuelle Trends der Digitalisierung, welche Organisationen direkt oder indirekt betreffen. – verfügen über Strategien, um das eigene Verhalten als Füh-rungskraft ggü. Digitalisierungsprozessen besser reflektieren und steuern zu können. – können die zentralen Methoden, Prinzipien und Instrumente aus den Bereichen Marketing-, Produkt- und Innovationsmanage-ment in eigenen Projekten anwenden. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen und Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeitsprinzipien – Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements (EMAS, ISO 14001, Global Compact, Produktökobilanzen, Nachhaltigkeitscontrolling) – Aufgaben des Nachhaltigkeitsmanagements: Stakeholdermanagement, Klimamanagement, Lieferkettenmanagement, GRI & CSR-Instrumente, Green Deal, Green Finance, Positive Leadership – Persönlicher Umgang mit Veränderungen und Herausforderungen, Reflexion und Stärkung der eigenen Veränderungskompetenz – Konzeption von Veränderungsvorhaben besprechen und Umsetzungsoptionen entwickeln, Struktur- und Terminplan, Meilensteine auf die Rüttelstrecke bringen – Veränderungsbereitschaft bei den Betroffenen initiieren, persönliche Führungsinterventionen reflektieren und Optionen entwickeln – Inszenierung der Veränderungsnotwendigkeit, Entwicklung einer maßgeschneiderten Change-Story – Schaffensfreude und Neugierde in der Mannschaft entwickeln, die Attraktivität der Veränderung aus verschiedenen Perspektiven beleuchten – Logik der Gefühle verstehen, konkrete Situationen reflektieren, eigene Professionalität im Umgang mit Emotionen stärken – Umgang mit Widerstand analysieren, Handlungsoptionen reaktiv/proaktiv entwickeln – Eigene Praxis der Mitarbeitereinbindung reflektieren und neue Formen des Zusammenwirkens konzipieren – Wirksamkeit von Information und Kommunikation im konkreten Veränderungsvorhaben reflektieren, neue Ansätze entwickeln – Ausgehend vom Schauplatz der Organisation wird die Wirksamkeit von Digitalisierungsprozessen auf Individuum, Organisationssystem und Gesellschaft betrachtet – Meta-Entwicklungen von Arbeit und Arbeitsanforderungen – Veränderung der Führungsaufgabe in Prozessen der Digitalisierung und digitalen Transformation – Generationen & Resistance to Change – 4P-Marketing sowie Produkt- und Innovationsmanagement, z.B. Lebenszyklus- und Marktanalyse |
| Lehrveranstaltungen | MC 4.1 UV Dimensionen der Nachhaltigkeit MC 4.2 UV Change-Management MC 4.3 UV Dimensionen der Digitalisierung MC 4.4 UV Marketing und Innovation |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |
| Modulbezeichnung | Business Development |
| Modulcode | MC 5 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 6 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – können komplexe Problemsituationen analysieren und strukturieren. – können systematische Entscheidungsprozesse gestalten. |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – sind in der Lage, Entscheidungsalternativen zu entwickeln und zu bewerten sowie Umsetzungsmöglichkeiten zu erarbeiten. – sind in der Lage, die wesentlichen Elemente des Risikomanagements systematisch anzuwenden. – können die Risiken im Hinblick auf die Unternehmensstrategie betrachten und Maßnahmen ableiten. – kennen die operativen Aufgaben und Instrumente des Risikomanagements und können diese anwenden. – kennen die wichtigsten Verfahren zur rechnerischen Fundierung von Investitionsentscheidungen. – kennen die Vor- und Nachteile sowie Einsatzbereiche von Finanzierungsalternativen. – verstehen die Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung einschließlich der Finanzplanung. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Herausforderungen bei der Identifikation von Problemen – Definition von Kriterien zur Evaluierung von Entscheidungen – Entwicklung alternativer Handlungsstränge – Grundbegriffe des Risikomanagements und der Risikopolitik – Der Risikomanagementprozess von der Risikoanalyse bis zum Risikocontrolling – Grundlagen zu Investition und Finanzierung – Verfahren der Investitionsrechnung – Finanzierungsformen – Dimensionen des finanziellen Gleichgewichts |
| Lehrveranstaltungen | MC 5.1 UV Entscheidungsfindung für Führungskräfte MC 5.2 UV Risikomanagement MC 5.3 UV Investition und Finanzierung |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Begleitendes Projekt und Transfersicherung |
| Modulcode | MC 6 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – können eine Geschäftsidee definieren, entwickeln und evaluieren. – kennen den Aufbau eines Businessplans und können diesen erstellen. – können die gelernten Inhalte, Analysen und Methoden aus den Management-Core-Modulen in der Erstellung des Businessplans einsetzen. – sind in der Lage, einen Pitch für potenzielle Investoren zu erstellen und durchzuführen. – kennen die Grundbegriffe und formalen Regeln wissenschaftlichen Arbeitens und verstehen, wie eine wissenschaftliche Arbeit aufgebaut ist sowie eine Forschungsfrage formuliert wird. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Entwicklung einer Unternehmensidee als Grundlage für den Businessplan – Erstellung eines Businessplans – Erarbeitung und Präsentation des Pitch – Literaturrecherche – Tools zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit |
| Lehrveranstaltungen | MC 6.1 UE Begleitendes Projekt MC 6.2 UV Präsentationstechniken |

| | |
|------------------------------|--|
| | MC 6.3 UV Wissenschaftliches Arbeiten |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |
| Modulbezeichnung | Begleitlehrveranstaltungen zur Masterarbeit |
| Modulcode | MC 7 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 6 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – können zur Forschungsfrage passend eine Forschungsmethode wählen. – kennen die wichtigsten Tools zur Erstellung einer Masterarbeit und wissen, wie Literatur zielgerichtet recherchiert wird. – sind in der Lage, ihre Outline zur Masterarbeit zur präsentieren. – können anderen Studierenden im Rahmen des Begleitseminars zur Masterarbeit Feedback geben und somit wechselseitig vom erarbeiteten Expert:innenwissen profitieren. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Strukturierung einer wissenschaftlichen Arbeit – Präsentation und Diskussion des Exposés – Zwischenpräsentation mit dem/der Betreuer:in |
| Lehrveranstaltungen | MC7.1 SE Begleitseminar zur Masterarbeit MC 7.2 UV Propädeutik zur Masterarbeit |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Projektmanagement |
| Modulcode | WFS 1 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 12 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> – können mit dem Tool des „Projektstarts“ eine einheitliche Sichtweise im Team und adäquate Projektstrukturen implementieren. – erkennen, wie man durch Projektmarketing interne Akzeptanz sichert, die erforderlichen Ressourcen sicherstellt und ein Projektergebnis vermarktet. – können agiles Projektmanagement umsetzen und Ansätze für die Kombination von agilen und klassischen Methoden finden und anwenden. – können Projektmanagement und Change-Management verbinden und damit Veränderungen nachhaltig umsetzen und gestalten. – wissen, wie man mit Projektkrisen systematisch und methodisch umgeht. – beherrschen alle erforderlichen Instrumente und Methoden, um ein PM-Office einzuführen und zu steuern. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Projekte definieren und abgrenzen – Der Projektauftrag und seine Elemente – Die Prozesse des Projektmanagements – Projektstart – Projektcontrolling – Projektabschluss – Multiprojektmanagement und Projekt-Office – Agiles Projektmanagement – Projektkrisen – Projektmarketing |
| Lehrveranstaltungen | WFS 1.1 UV Grundlagen des Projektmanagements |

| | |
|--------------------|--|
| | WFS 1.2 UV Prozesse des Projektmanagements WFS 1.3 UV Spezielle Methoden des Projektmanagements |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Prozessmanagement |
| Modulcode | WFS 2 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 12 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> – verstehen Prozessmanagement in Ablauf und Planung. – verstehen die Methoden des Prozessmanagements und der Prozessoptimierung und können diese im richtigen Kontext einsetzen, planen und realisieren. – können die Prinzipien und Methoden der Prozessvisualisierung anwenden. – können Prozesskennzahlen integrieren und ein Kennzahlencockpit methodisch aufbauen. – wissen, wie man die Methode der Prozessmodellierung im Spannungsfeld von Standardisierung und Internationalisierung anwendet. – verstehen die Herausforderung von Veränderungsprojekten und kennen geeignete Methoden zur Überwindung von Hindernissen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Prozessplanspiel / Prozesssimulation – Strategisches und operatives Prozessmanagement – ERP Systeme Prozessdesign und -analyse – Kontrolle prozessorientierter Restrukturierung – Managing Change |
| Lehrveranstaltungen | WFS 2.1 UV Grundlagen des Prozessmanagements WFS 2.2 UV Change und Qualitätsmanagement WFS 2.3 UV Methoden und Anwendungsbereiche des Prozessmanagements |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Health Care Management – Steuerung und spezielle Rahmenbedingungen |
| Modulcode | WFS 3 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 12 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – verstehen die Spezifika des Controllings im Krankenhaus und anderen Gesundheitsorganisationen und können die Qualität der implementierten Controllinginstrumente beurteilen. – kennen die relevanten Unterschiede des Marketings in Gesundheitsorganisationen zu privatwirtschaftlichen Organisationen und können angepasste Marketingstrategien entwickeln. – verstehen die zentralen Instrumente des strategischen und operativen Health Care Managements, kennen die spezielle Logistik in Gesundheitsorganisationen und deren Leistungsanforderungen und können Logistikabläufe auf ihre Effektivität und Effizienz hin beurteilen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Krankenhaus-Controlling und Instrumente des Controllings – Wertorientiertes Krankenhaus-Controlling |

| | |
|------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Strategisches Kostenmanagement im Krankenhaus (mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen; Prozesskostenrechnung; Lebenszyklusrechnungen; Target Costing) – Das Krankenhaus im Wettbewerb – Situationsanalyse des Krankenhauses unter DRG-Bedingungen – Ziele und Strategien im Krankenhausmanagement – Erfolgsfaktoren des Managements von Pflegeheimen – Zusammenarbeit regionaler und überregionaler Medien bei der Krisenkommunikation – Aufbau von Kommunikationskampagnen – QM-Modelle und Zertifizierungsverfahren – Einführung eines QM-Systems – Informationsmanagement – Integrierte Managementsysteme – Instrumente der Patient:innensteuerung – Externe und interne Patient:innensteuerung und Bettendisposition – OP-Planung und OP-Geschäftsordnung |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 3.1 UV Operatives und strategisches Controlling in Gesundheitseinrichtungen</p> <p>WFS 3.2 UV Health Care Marketing</p> <p>WFS 3.3 UV Spezielle Themen des Managements in Gesundheitseinrichtungen</p> <p>WFS 3.4 UV Patient:innensteuerung</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |
| Modulbezeichnung | Health Care Management – Human Resource und Qualitätsmanagement |
| Modulcode | WFS 4 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 12 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – verstehen die logistischen Grundlagen und typische logistische Kernprobleme und können deren Lösungen für Gesundheitseinrichtungen beschreiben und auf deren Leistungsfähigkeit hin beurteilen. – verstehen den Nutzen von Einkaufsbündelung und Artikel- /Sortimentsbereinigung ebenso wie die Vorteile der Hersteller-/Lieferantenstraffung und den Unterschied von Kontrakt- und Providerlogistik und können diese Vorgänge analysieren und gestalten. – können die Bedeutung der Logistik bei der Qualitätssicherung erklären. – können die Vor- und Nachteile IT-gestützter Lösungen im Gesundheitsbereich beurteilen und können entsprechende Leistungsanforderungen definieren. – können die kritischen Erfolgsfaktoren und Ansprüche eines effizienten IT-Einsatzes identifizieren und steuern. – können mit Hilfe von volkswirtschaftlichen Daten die Herausforderungen und Leistungsunterschiede von unterschiedlichen Gesundheitssystemen erkennen und politische/volkswirtschaftliche Forderungen ableiten. – können die Kosten- und Effizienzfaktoren für die Lösung von gesundheitspolitischen Problemen identifizieren und im Systemvergleich Benchmarks entwickeln. |

| | |
|--------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – kennen die wesentlichen Akteure, Institutionen und Normierungen im Gesundheitswesen und verstehen deren Interdependenzen. – können Kernelemente des Qualitätsmanagements auf Gesundheitseinrichtungen anwenden. – kennen die Anforderungen an die Einführung von QM-Systemen und können diese im Rahmen von Projekten steuern. – können Kosten und Anforderungen den Erträgen und Vorteilen eines QM-Systems im Gesundheitsbereich entgegenstellen und einen entsprechenden Kosten-Nutzen-Vergleich anstellen. – können die speziellen ethischen Probleme im Gesundheitsbereich identifizieren und diese mittels geeigneter Analyse- und Entscheidungsverfahren methodisch bearbeiten. – können die Methoden des HR-Managements auf die speziellen Bedingungen des Gesundheitsbereiches anwenden und so von der Suche, Auswahl, Anstellung, Weiterbildung bis hin zur Vertragsbeendigung den gesamten HR-Zyklus gestalten. – können die Qualität von Gesundheitseinrichtungen durch geeignete Maßnahmen des Qualitätsmanagements analysieren, steuern und verbessern. – kennen die für Führungskräfte relevanten Rechtsfragen im Gesundheitsbereich im Überblick und können diese in Handlungsentscheidungen integrieren. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen der Logistik im Gesundheitsbereich (Transport; Warehousing); Bereiche (Beschaffung; Produktion; Distribution) – Logistik-Instrumente (ABC-/XYZ-Analyse); Parameter und Analysen zur Optimierung; Branchen-/Anwendungsbetrachtung im Gesundheitswesen (Health-Care-Logistik) – Herausforderungen, Aufgabenstellungen und Handlungsansätze im Personalmanagement – Kernprozesse des Personalmanagements – IT-Systeme im Gesundheitsbereich; Leistungs- und Aufwandplanung im IT-Bereich – Kritische Erfolgsfaktoren für den Einsatz EDV-gestützter Datenerhebung – Leistungserbringer; Leistungsentgelte und Anreize im Systemvergleich, Demografie und Beitragsentwicklung, Wettbewerb, Vertragswettbewerb und Gesundheitsreformprozesse – Aufbau des Gesundheitssystems; Methoden zum Vergleich von Gesundheitssystemen; Kennzahlenvergleich von Gesundheitssystemen – Gestaltung attraktiver Arbeitsplätze – Die richtigen Mitarbeiter:innen gewinnen, binden und fördern – QM-Modelle und Zertifizierungsverfahren – Einführung eines QM-Systems – Informationsmanagement und Qualitätsmanagement – Integrierte Managementsysteme – Fallbeispiele zu aktuellen ethischen Problemen im Gesundheitswesen – Theoretische Grundlagen für die Lösung von ethischen Konflikten und praktische Anleitung für die Lösung von ethischen Konflikten – Biopolitik und Zustandekommen von Entscheidungen im europäischen Raum |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Begründung des Arbeitsverhältnisses (Einstellungsprozess, Sonderformen des AV) – Durchführung des Arbeitsverhältnisses (Weisungsrechte des Arbeitgebers, Reaktionsmöglichkeiten auf Pflichtverstöße des Arbeitnehmers, Besonderheiten im Arbeitsverhältnis, Arbeitszeiten) – Beendigung des Arbeitsverhältnisses |
| Lehrveranstaltungen | WFS 4.1 UV Informationsmanagement und Business Intelligence WFS 4.2 UV Health Care Logistics WFS 4.3 UV Public Health und Gesundheitsökonomie WFS 4.4 UV Medizinisches Qualitätsmanagement und Ethik WFS 4.5 UV HR im Gesundheitswesen WFS 4.6 UV Ausgewählte Rechtsthemen für Führungskräfte im Gesundheitswesen |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | General Management und Entrepreneurship – General Management |
| Modulcode | WFS 5 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 12 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – können alle relevanten betrieblichen Steuerungsgrößen für die Implementierung eines Innovationsmanagement-systems identifizieren. – können die wesentlichen Aufbau- und Ablauforganisationselemente definieren, die für ein leistungsfähiges Innovationsmanagement relevant sind. – können unternehmensspezifische Optimierungskonzepte für die Stärkung der Innovationsfähigkeit entwickeln. – kennen die wesentlichen Elemente des Lean Managements und sind in der Lage, ein Konzept zur Einführung von Lean Management unternehmensspezifisch zu entwickeln. – können unternehmens- und produktspezifische Risikoanalysen durchführen. – können Strategien zur Risikovermeidung, -verminderung, -begrenzung anwenden und die wesentlichen Elemente und Steuerungsgrößen für die Einführung eines Lean Management-Systems identifizieren. – können umfassende, strategische Marketingkonzepte entwickeln, speziell in Bezug auf Produkt- und Serviceinnovationen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen des Innovationsmanagements – Innovationsprozesse – Betriebliche und außerbetriebliche Einflussfaktoren – Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements – Grundlagen des Risikomanagements – Risikoanalyse und Risikosteuerung – Grundlagen des Lean Managements – Methoden und Instrumente der Planung, Einführung und Kontrolle von Lean Management – Kritische Erfolgsfaktoren für ein Lean Management System – Methoden und Instrumente der Marketingplanung – Medienwahl bei Marketingkampagnen |

| | |
|----------------------------|--|
| | – Kritische Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung von Marketingstrategien |
| Lehrveranstaltungen | WFS 5.1 UV Innovationsmanagement WFS 5.2 UV Lean Management WFS 5.3 UV Marketing und Vertrieb WFS 5.4 UV Risikomanagement |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | General Management und Entrepreneurship – Entrepreneurship |
| Modulcode | WFS 6 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 12 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können die wichtigsten Erfolgsfaktoren erfolgreicher Unternehmer identifizieren. – sind in der Lage, Instrumente und Methoden anzuwenden, die der Findung, Klärung, Bewertung und Optimierung unternehmerischer Chancen dienen. – können Führungs- und Motivationsfaktoren erfolgreichen Unternehmertums identifizieren und die eigenen Stärken und Schwächen in Relation dazu setzen. – können die situationsrelevanten Faktoren von Make or Buy-Entscheidungen und Outsourcing-Entscheidungen identifizieren und die damit einhergehenden möglichen Chancen und Risiken benennen. – können Make or Buy-Entscheidungen und Outsourcing-Entscheidungen begründen und darstellen. – sind in der Lage, die Methode des Business Modellings auf konkrete Aufgabenstellungen anwenden. – können die Geschäftsmodelle zur Analyse und Kommunikation von Unternehmensprojekten nutzen. – wissen die Marktchancen und -risiken mit quantitativen und qualitativen Methoden identifizieren. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Eigenschaften erfolgreicher Unternehmer – Zentrale Elemente unternehmerischen Denkens – Vorgehensmodell zu Gewinnung und Beurteilung unternehmerischer Chancen und Risiken – Outsourcing- und Make or Buy-Entscheidungen – Methode und Instrumente des Business Modellings – Marktanalysen – Methoden und Instrumente zur Beurteilung von Marktchancen und Risiken – Stärken-Schwächenanalyse von Geschäftsmodellen – Vorgehensplan bei der Entwicklung eines Geschäftsmodells – Geschäftsmodellentwicklung zur Innovationsplanung – Instrumente und Methoden der Marktanalyse |
| Lehrveranstaltungen | WFS 6.1 UV Entrepreneurship WFS 6.2 UV Leadership WFS 6.3 UV Vertiefung Strategisches Management WFS 6.4 UV Business-Modelling WFS 6.5 UV Marktanalyse |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Marketing & Vertrieb – Marketing |
| Modulcode | WFS 7 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 13 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können auf der Grundlage von Marktanalysen und Unternehmensstrategien erfolgsorientierte Marketingkonzepte erstellen. – kennen Methoden und Instrumente, um die Ansprüche und Bedürfnisse von Kunden zu analysieren und können basierend darauf den gesamten Prozess des Marketingmanagements von der strategischen Planung bis hin zur Umsetzung konkreter Maßnahmen berücksichtigen. – kennen die verschiedenen Instrumente der Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik und Preispolitik und können damit das Produkt- oder Dienstleistungsangebot adäquat vermarkten. – kennen speziell das Kerninstrument der Produktpolitik im Rahmen des Marketingmanagements. – kennen den Prozess, wie ein Produkt entsteht, vermarktet, gepflegt und aus dem Markt wieder eliminiert werden kann, und können strategische Eingriffspunkte planen. – kennen das Arbeitsfeld eines Produktmanagers. – kennen Innovations- und Verhaltensfragen, die für die Entwicklung und Vermarktung von Produkten von Bedeutung sind. – kennen die Aufgaben eines Marketingmanagers. – können Werbe- und Verkaufskampagnen konzipieren und realisieren. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Marketingprinzipien – Marketinginstrumente – Unterscheidung Marketing und Verkauf – Unterscheidung Marketing vs. PR- und Öffentlichkeitsarbeit – B2B und B2C Marketing – Produktlebenszyklus – Konzept Marketingmanagement – Marken- und Produktmanagement – Strategisches Marketing – Marktanalyse / Marktforschung – Marktsegmentierung – Kommunikations- und Verhandlungstechniken |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 7.1 UV Grundlagen des Marketing/Marketingmanagements WFS 7.2 UV Social Media Marketing WFS 7.3 UV Grundlagen der Marktforschung WFS 7.4 UV Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten WFS 7.5 UV Integrierte Kommunikation WFS 7.6 UV Beziehungsmanagement (Customer, Supplier) WFS 7.7 UV Rechtliche Grundlagen für Führungskräfte im Marketing</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Marketing & Vertrieb – Vertrieb |
| Modulcode | WFS 8 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 11 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen Wechselbeziehungen zwischen Märkten – Kunden – Produkten/Dienstleistungen. – können vertriebswirtschaftliche Problemsituationen erkennen, analysieren und lösen. |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – können Vertriebskonzepte erstellen. – können Verträge verhandeln und managen und kennen hierfür die rechtlichen Rahmenbedingungen. – kennen die Ansprüche und Bedürfnisse von Kunden und können diese in der Vertriebsstrategie verorten. – kennen Instrumente zur Erschließung des Kundenpotenzials inkl. entsprechender verkaufsbezogener Maßnahmen. – können Kunden binden bzw. neue Kunden gewinnen. – können Werbe- und Verkaufskampagnen konzipieren und realisieren. – kennen After-Sales-Instrumente für die Kundenbindung. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Key Account Management und Verhandlungsstrategien – Strategisches Vertriebsmanagement – Entwicklung von Verkaufsstrategien / Vertriebstrainings – Steuerung der Vertriebsorganisation – Preisfindung und -durchsetzung – Beziehungsmanagement – Verkaufspsychologie – Kommunikationsmix / integrierte Kommunikation |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 8.1 UV Vertriebsorganisation/-planung WFS 8.2 UV Vertriebssysteme/-strategie WFS 8.3 UV CRM WFS 8.4 UV Key Account Management WFS 8.5 UV Rechtliche Grundlagen Vertrieb</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Digitalisierung, Gesellschaft und Innovation |
| Modulcode | WFS 9 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die wichtigsten Themen der aktuellen Digitalisierungsdebatte und verfügen über ein Begriffsnetzwerk, das diese Themen zueinander in Beziehung setzt. – verfügen über einen wissenschaftlich fundierten Überblick über Chancen und Risiken der Digitalisierung im betrieblichen als auch im gesellschaftlichen Rahmen. – verstehen die wesentlichen Mechanismen, wie aus Daten und Informationen handelbare Produkte und Dienstleistungen entstehen. – verstehen die wichtigsten Veränderungen, die durch die Digitalisierung (Datafication) verursacht werden, und die damit verbundenen Anpassungsnotwendigkeiten auf individueller, betrieblicher und gesellschaftlicher Ebene. – sind in der Lage, die grundsätzlichen ethischen Herausforderungen der Digitalisierung zu erkennen, zu formulieren und mögliche Strategien im Umgang mit diesen Herausforderungen zu erarbeiten. – kennen und verstehen die Innovationspotentiale, die in der Digitalisierung begründet sind. – sind in der Lage, Methoden und Techniken der Innovationsfindung anzuwenden. – erarbeiten selbstständig innovative Lösungen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Treiber der Digitalisierung im Überblick – Gesellschaftliche Wirkungsfelder der digitalen Transformation |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Das Vernetzungsparadigma – Die vier Stufen der Digitalisierung und Digitale Disruption – Mikro-, Meso- und Makroebene der Digitalisierung und damit verbundene ethische Probleme – Ausgewählte Methoden der Innovationsfindung – Erarbeiten eigenständiger Innovationslösungen – Big Data und Datafication – Grundlagen und Möglichkeiten der Artificial Intelligence. |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 9.1 UV Treiber der Digitalen Transformation</p> <p>WFS 9.2 UV Digitale Transformation, Gesellschaft und Ethik</p> <p>WFS 9.3 UV Digitale Transformation und Innovation</p> <p>WFS 9.4 UV Angewandte Technologien der Digitalisierung: Big Data und Artificial Intelligence</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Grundlagen und Entwicklung von Digitalisierungsstrategien |
| Modulcode | WFS 10 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die wesentlichen Bestimmungsfaktoren der digitalen Reife eines Unternehmens. – sind in der Lage, eine Analyse des „digitalen Reifegrades“ eines Unternehmens vorzunehmen. – kennen die wesentlichen Betrachtungsfelder, Hürden und Erfolgspotentiale von unternehmensspezifischen Digitalisierungsstrategien. – kennen die wesentlichen Instrumente und Methoden des digitalen Marketings. – sind in der Lage, ein auf die speziellen Unternehmensbedürfnisse abzielendes digitales Marketingkonzept zu entwickeln. – kennen die wichtigsten Methoden und Techniken der Produktionssteuerung in Unternehmen. – können die Eignung von digitalen Produktionssteuerungsmöglichkeiten für ein KMU in Bezug auf dessen digitale Strategie bewerten. – verstehen die mit dem Begriff Industrie 4.0 verknüpften Modelle, Techniken und Möglichkeiten. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Faktoren der digitalen Reife – Handlungsfelder der Digitalisierungsstrategie – Hürden bei der Verwirklichung der Digitalisierungsstrategie – Erfolgspotentiale für die Entwicklung von Digitalisierungsstrategien im Unternehmen – Digitale Integration von Marketing und Vertrieb – Vom Push Marketing zum Pull Marketing – Nutzen und Möglichkeiten der Datenanalyse im Marketingprozess – Digitalisierung von Servicestrukturen – Neue Technologien der Produktionssteuerung – Industrie 4.0 – Möglichkeiten für KMU |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 10.1 UV Analyse der „Digital Readiness“</p> <p>WFS 10.2 UV Strategien der Digitalisierung</p> <p>WFS 10.3 UV Ausgewählte Themen der Digitalisierungsstrategie: Marketing und Logistik</p> |

| | |
|------------------------------|---|
| | WFS 10.4 UV Angewandte Technologien der Digitalisierung: Produktsteuerung und die Industrie 4.0 |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |
| Modulbezeichnung | Implementierung von Digitalisierungsstrategien |
| Modulcode | WFS 11 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können eine Digitalisierungsstrategie in Projekte umformulieren. – kennen die kritischen Erfolgsfaktoren für Umsetzungsprojekte im Digitalisierungsbereich. – kennen die operativen Anforderungen an Digitalisierungsstrategien. – können Geschäftsprozesse identifizieren, die für die Digitalisierung geeignet sind. – können die Digitalisierung von Geschäftsprozessen vorbereiten. – können strategiekonforme digitale Geschäftsmodelle entwickeln. – kennen die technischen Grundlagen der Blockchain und ihre Nutzenpotentiale. – können die Einsetzbarkeit der Blockchain-Technologie für KMU beurteilen. – verstehen die technischen Grundlagen und die Möglichkeiten des Internet of Things. – können Anwendungsfälle des Internet of Things für KMU entwickeln. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Digitale Analyse von Geschäftsprozessen – Digitales Geschäftsprozess-Reengineering – Digitale Geschäftsmodelle als Teil der Geschäftsprozess-digitalisierung – Die operative Ebene der Digitalisierung – Grundlagen und Funktionsweise der Blockchain – Anwendungsfälle und mögliche Entwicklungen der Blockchain – Grundlagen und Funktionsweise des Internet of Things – Anwendungsfälle und mögliche Entwicklungen des Internet of Things – Erarbeitung eines beispielhaften Konzepts für eine Big Data Analyse |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 11.1 UV Digitalisierung von Geschäftsprozessen</p> <p>WFS 11.2 UV Projektmanagement für Digitalisierungsstrategien</p> <p>WFS 11.3 UV Angewandte Technologien der Digitalisierung: Blockchain und Internet of Things</p> <p>WFS 11.4 UV Angewandte Technologien der Digitalisierung: Big Data Analysis – Labor</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Risikomanagement |
| Modulcode | WFS 12 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können operative Risiken für die Organisation systematisch beurteilen sowie behandeln. – verfügen dabei über ein fundiertes Risikogrundverständnis. – kennen den Risikomanagementprozess. |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Methoden der Risikoidentifikation, -analyse und -bewertung. – können diese Methoden anwenden. – kennen relevante Rahmenbedingungen des RM. – verfügen über die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten, um Risikomanagementsysteme in Organisationen aufzubauen und zu verbessern. – können Risikomanagement in die bestehenden Prozesse der Organisation integrieren. – erwerben Kompetenz durch Erstellung und Präsentation einer Projektarbeit. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen und Begriffe – Risikomanagement – Rahmenwerk und Prozess – Kommunikation und Kontext – Risikobeurteilung und Risikoidentifikation – Methoden I (Risikoidentifikation) – Risikoanalyse und -bewertung – Methoden II (Risikoanalyse und -bewertung) – Risikobehandlung – Überwachung und Überprüfung – Dokumentation und Berichte – Business Impact Analyse – Der Mensch und das Risiko – Risikomanagement und Recht – Führung, Verpflichtung und Gestaltung – Implementierung, Bewertung, Verbesserung – Projektarbeit zur Prüfung – Selbststudium Finanzrisiken – Selbststudium Informationssicherheit |
| Lehrveranstaltungen | WFS 12.1 UV Grundlagen des Risikomanagements WFS 12.2 UV Aufbau von Risikomanagementsystemen |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Business Excellence – Unternehmensqualität |
| Modulcode | WFS 13 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen unternehmerische Gesamtzusammenhänge. – können die Vorgehensweisen und Ergebnisse in der eigenen Organisation verbessern. – kennen die Excellence Philosophie. – kennen das Konzept zu qualitätsorientiertem Management und den Excellence-Ansatz in Europa. – kennen wesentliche Teilkonzepte für Unternehmensqualität und Excellence und ihre Bedeutung im Management. – verfügen über Grundkenntnisse zum EFQM-Modell. – kennen die Möglichkeiten der Selbstbewertung nach dem EFQM-Modell. – kennen die verschiedenen Möglichkeiten der (Selbst-) Bewertung der Unternehmensqualität von Organisationen. – können aus Assessmentmethoden, abhängig vom aktuellen Reifegrad der Organisation, auswählen. |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – können das erreichte Niveau und die Entwicklungsfähigkeit der eigenen Organisation analysieren und bewerten sowie ein Selbstbild erstellen. – können die Unternehmensqualität im eigenen sowie in fremden Unternehmen anhand des EFQM-Modells und der RADAR-Logik bewerten. – können bei internen oder externen Assessments als Assessor mitwirken. – kennen die einzelnen Phasen eines externen Assessments. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Modulinhalt Unternehmensqualität – Ansatz und Nutzen – Das EFQM-Modell – EFQM-Modell – Regelkreise und Bewertung – Entwicklung zur Excellence – Vorgehen und Methoden – RADAR-Logik – Bewertung – Methodik und Anwendung – Erstellung eines Selbstbildes – Externe Bewertung und Anerkennung – Bewertung der Unternehmensqualität, Assessment im Team – Verständnis der Organisation, Schlüsselinformationen – Strategische Themen – Assessment im Detail, Konsolidierung – Site Visit – Feedback-Report und Präsentation der Ergebnisse |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 13.1 UV Grundlagen von Unternehmensqualität und Excellence</p> <p>WFS 13.2 UV Umsetzung von Unternehmensqualität und Excellence</p> <p>WFS 13.3 UV Assessor:innentraining</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Sustainability und ESG-Management |
| Modulcode | WFS 14 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Grundlagen des CSR 3-Säulen-Systems. – haben Grundkenntnisse über die gesetzlichen Rahmenbedingungen für CSR der EU, z.B. CSRD / Pflichtenforderungen ESRS, Taxonomie VO, Lieferkettengesetz. – kennen die Inhalte, Unterschiede und Anwendungsbereiche der gängigsten CSR-Standards und Leitlinien: ISO 26000, SR10, ONR192500, SA 8000, BSCI, EICC, SEDEX/SMETA, GRI, UN Global Compact, OECD-Leitlinie, ECCOS22, etc. – können diese anwenden, kennen die Zertifizierungsregelungen. – können ein CSR-Managementsystem unter Berücksichtigung und Verbindung bestehender prozessorientierter integrierter Managementsysteme (ISO 9001, ISO 14001 etc.) einführen. – kennen die Grundsätze, Methoden und Techniken zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten (GRI-Leitlinien). – kennen Methoden und Techniken und können CSR-basierte Kontextanalysen, CSR-basierte Wesentlichkeitsanalysen und Stakeholderanalysen durchführen. – können die CSR-relevanten Bedürfnisse der Stakeholder erarbeiten und ein Konzept für Stakeholderdialoge erstellen. |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – können Methoden und Techniken aus dem prozessorientierten Ansatz für CSR-Themen anwenden, wie z.B. Auswirkungen, Risiko und Chancen identifizieren und steuern, Fahrpläne erstellen, Leistungskennzahlen anwenden, Methoden zu Kommunikation und Bewusstseinsbildung. – kennen die gängigsten CSR-Netzwerke und -Plattformen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – CSR-Geschichte, Entwicklung und Entstehung der Denkmodelle – CSR – 3-Säulen-Modell (hier werden einige Basisinformationen bereits bei Umwelt und Sicherheit gelehrt) – Rechtliche Rahmenbedingungen in der EU, z.B. CSRD, Taxonomie-VO, Lieferkettengesetz – Grundlagen Sustainable Finance – Kontextanalyse – Wesentlichkeits-/Auswirkungsanalyse – Stakeholderanalyse und -dialog – Standards, Normen und Leitlinien z.B. ISO 26000, ONR 1925000, SR 10, ESRS und GRI-Standards – Integration von CSR in ein bestehendes Managementsystem |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 14.1 UV Grundlagen von Sustainability und ESG-Management</p> <p>WFS 14.2 UV Umsetzung von Sustainability und ESG-Management in Unternehmen</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Qualitätsmanagement |
| Modulcode | WFS 15 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 16 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen sich rechtlich in der Gewährleistung, Garantie, Produkthaftung, bei Schadenersatz und Verbandsverantwortlichkeit aus und sollten diesbezüglich als informierte:r Manager:in bzw. Führungskraft eine innerbetriebliche Ansprechperson sein. – kennen die Normen, Werkzeuge, Methoden und Zertifizierungsmöglichkeiten zur Gestaltung der Unternehmensqualität. – können ein prozessorientiertes Managementsystem schrittweise einführen. – können einen prozessorientierten Ansatz in einer Organisation umsetzen. – können Prozesse in einer Organisation zur Erreichung erwünschter Ergebnisse leiten und lenken. – kennen den Einfluss des Kontextes der Organisation/interessierter Parteien auf die Organisationsentwicklung. – kennen ISO 18001 bzw. 45001, ISO 31000, SCC, beherrschen die Textanalyse und können Anforderungen daraus umsetzen. – kennen die Grundlagen der Moderation und Präsentation. – können Methoden, Techniken und Hilfsmittel zur Systemunterstützung und Problemlösung im Rahmen von Managementsystemen in der betrieblichen Praxis anwenden. – kennen die FMEA in ihren einzelnen Schritten, verstehen deren Einsatz und können diesen begründen und in der betrieblichen Praxis durchführen. – kennen die gezielte Vorgangsweise zur fehlerhandlungssicheren Produkt- und Prozessgestaltung mit der Poka-Yoke-Methode sowie der 5S-Methode. |

| | |
|------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – können die erlernten theoretischen Grundlagen über „Audits“ in der Praxis anwenden. – kennen die Methoden, Techniken und Hilfsmittel im Rahmen von Managementsystemen und können diese in der betrieblichen Praxis anwenden. Hier steht die Unterscheidung von Addition (Aneinanderreihung verschiedener Managementsysteme), Fusion (Nutzung von Synergieeffekten) und Integration, d.h. Verfolgung diverser Ansätze, wie Integration durch Dokumentation, Methoden, Rechtssicherheit, Regelwerke, Mitarbeiter:innen, Organisation, Kennzahlen, Strategie und Interessenspartner u.a.m. im Vordergrund. – können Methoden anwenden, um Risiken und Chancen zu identifizieren. – sind in der Lage, Risiken und Chancen zu analysieren und evaluieren, um daraus Maßnahmen abzuleiten. – können in der betrieblichen Praxis eigenständig die einzelnen Systemdokumente erstellen. – kennen „Normen, Standards und Zertifizierung“, kennen die einzelnen relevanten Begriffe und die anzuwendenden Normen, um eine reglementierte Zertifizierung sicherzustellen. – kennen die Wichtigkeit von Führung für ein funktionierendes Managementsystem. Sie sind in der Lage, den positiven Nutzen eines effektiven Managementsystems für den Erfolg einer Organisation zu kommunizieren. – kennen effektive Methoden, um ein Managementreview durchzuführen. – kennen die generelle Funktionsweise von Managementsystemen. – können Möglichkeiten der Zusammenführung von einzelnen Managementsystemen (Teilsystemen) aufzeigen und abbilden. – kennen die Aspekte des Risikomanagements sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen (Leistungsstörung und Verbandsverantwortlichkeit). |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Systemdokumentation / dokumentierte Informationen – Prozessmanagement – Normen, Standards und Zertifizierung – Managementsysteme und deren Integration – Risikomanagement / risikobasiertes Denken – Methoden für Managementsysteme – Audits, Begehungen – Managementsystembezogene Kosten – Rechtliche Aspekte – Die ISO 9000 + 10000 Familie + Begriffe – Die Anforderungen der ISO 9001:2015 – Ziel und Nutzen von Qualitätsmanagementsystemen |
| Lehrveranstaltungen | WFS 15.1 UV Qualitätsmanagementsysteme WFS 15.2 UV Integrierte Managementsysteme |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |
| Modulbezeichnung | Umweltmanagement |
| Modulcode | WFS 16 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 16 ECTS |

Learning Outcomes

Die Studierenden...

- kennen und verstehen alle relevanten einschlägigen internationalen Normen im Bereich Umweltmanagement, verstehen die Prozesse zur Zertifizierung und sind in der Lage, entsprechende Unternehmensbewertungen vorzunehmen und Empfehlungen und Auflagen für die Implementierung von Umweltmanagementsystemen zu entwickeln.
- kennen die relevanten gesetzlichen Vorgaben im Bereich Arbeitssicherheit und Umwelt und können sie innerbetrieblich umsetzen.
- beherrschen die gängigsten Analyse- und Bewertungsverfahren im Bereich der Umwelt- und Ökobilanz.
- können ein prozessorientiertes Managementsystem schrittweise einführen.
- können einen prozessorientierten Ansatz in einer Organisation umsetzen.
- können Prozesse in einer Organisation zur Erreichung erwünschter Ergebnisse leiten und lenken.
- kennen den Einfluss des Kontextes der Organisation/interessierter Parteien auf die Organisationsentwicklung.
- kennen ISO 18001 bzw. 45001, ISO 31000, SCC, beherrschen die Textanalyse und können Anforderungen daraus umsetzen.
- kennen die Grundlagen der Moderation und Präsentation.
- können Methoden, Techniken und Hilfsmittel zur Systemunterstützung und Problemlösung im Rahmen von Managementsystemen in der betrieblichen Praxis anwenden.
- kennen die FMEA (Failure Mode and Effects Analysis / „Fehlermöglichkeits- und Einflussanalyse“) in ihren einzelnen Schritten, verstehen ihren Einsatz und können diesen begründen und in der betrieblichen Praxis durchführen.
- kennen die gezielte Vorgangsweise zur fehlhandlungssicheren Produkt- und Prozessgestaltung mit der Poka Yoke Methode sowie der 5 S-Methode.
- können die erlernten theoretischen Grundlagen über „Audits“ in der Praxis anwenden.
- kennen die Methoden, Techniken und Hilfsmittel im Rahmen von Managementsystemen und können diese in der betrieblichen Praxis anwenden. Hier steht die Unterscheidung von Addition (Aneinanderreihung verschiedener Managementsysteme), Fusion (Nutzung von Synergieeffekten) und Integration, d.h. Verfolgung diverser Ansätze, wie Integration durch Dokumentation, Methoden (Ursache / Wirkungsdiagramm, Entscheidungsanalyse, Risikoanalyse, Pareto Analyse u.a.m.), Rechtssicherheit, Regelwerke, Mitarbeiter:innen, Organisation, Kennzahlen, Strategie und Interessenspartner u.a.m. im Vordergrund.
- können Methoden anwenden, um Risiken und Chancen zu identifizieren. Sie sind in der Lage, Risiken und Chancen zu analysieren und evaluieren, um daraus Maßnahmen abzuleiten.
- können in der betrieblichen Praxis eigenständig die einzelnen Systemdokumente erstellen, da sie einen Überblick über die Systemdokumentation eines Managementsystems haben.
- kennen „Normen, Standards und Zertifizierung“ (repräsentativer Überblick), kennen die einzelnen relevanten Begriffe und die anzuwendenden Normen, um eine reglementierte Zertifizierung sicherzustellen.

| | |
|------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Wichtigkeit von Führung für ein funktionierendes Managementsystem. Sie sind in der Lage, den positiven Nutzen eines effektiven Managementsystems für den Erfolg einer Organisation zu kommunizieren. – kennen effektive Methoden, um ein Managementreview durchzuführen. – kennen die generelle Funktionsweise von Managementsystemen. – können Möglichkeiten der Zusammenführung von einzelnen Managementsystemen (Teilsystemen) aufzeigen und abbilden. – kennen die Aspekte des Risikomanagements sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen (Leistungsstörung und Verbandsverantwortlichkeit). – kennen sich rechtlich in der Gewährleistung, Garantie, Produkthaftung, bei Schadenersatz und Verbandsverantwortlichkeit aus und sollten diesbezüglich als informierte/r Manager/in bzw. Führungskraft eine innerbetriebliche Ansprechperson sein. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Systemdokumentation / dokumentierte Informationen – Prozessmanagement – Normen, Standards und Zertifizierung – Managementsysteme und deren Integration – Risikomanagement / risikobasiertes Denken – Methoden für Managementsysteme – Audits, Begehungen – Managementsystembezogene Kosten – Rechtliche Aspekte – Umwelt: EMAS/ISO 14001:2015 – wesentliche Anforderungen, Anwendungsbereich, Kontext der Organisation und Führung, Textanalyse, Ressourcen, Kompetenz, Bewusstseinsbildung, Umweltprüfung, Erstellen einer Sachbilanz (Input/Output), Umweltaspekte, Umweltleistung und Indikatoren, Life Cycle Perspektive (Ökobilanz ISO 14040ff) und Eco-Design, Kommunikation und Umwelterklärung, Prozesse, Verfahren und dokumentierte Information, Integration in die Geschäftsprozesse, Notfallvorsorge und Gefahrenabwehr, Bewertung der Leistung (internes Audit, Managementbewertung) und Verbesserung – Arbeitssicherheit- und Umweltrecht (z.B. Einführung Verwaltungsrecht und Zuständigkeiten, umwelt- und arbeitssicherheitsrechtliche Zielvorgaben, Anlagenrecht und Genehmigungsverfahren, Bescheidmanagement) |
| Lehrveranstaltungen | WFS 16.1 UV Umweltmanagementsysteme WFS 16.2 UV Integrierte Managementsysteme |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |
| Modulbezeichnung | Sicherheits- und Gesundheitsschutz |
| Modulcode | WFS 17 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 16 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können ein prozessorientiertes Managementsystem schrittweise einführen. – können einen prozessorientierten Ansatz in einer Organisation umsetzen. |

| | |
|--------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – können Prozesse in einer Organisation zur Erreichung erwünschter Ergebnisse leiten und lenken. – kennen den Einfluss des Kontextes der Organisation/interessierter Parteien auf die Organisationsentwicklung. – kennen die wichtigsten Normen zu Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (ISO 45001, SCC). – beherrschen die Textanalyse und können Anforderungen daraus umsetzen. – kennen die Grundlagen der Moderation und Präsentation. – können Methoden, Techniken und Hilfsmittel zur Systemunterstützung und Problemlösung im Rahmen von Managementsystemen in der betrieblichen Praxis anwenden. – kennen die FMEA in ihren einzelnen Schritten, verstehen ihren Einsatz und können diesen begründen und in der betrieblichen Praxis durchführen. – kennen die gezielte Vorgangsweise zur fehlerhandlungssicheren Produkt- und Prozessgestaltung mit der Poka-Yoke-Methode sowie der 5S-Methode. – können die erlernten theoretischen Grundlagen über „Audits“ in der Praxis anwenden. – kennen die Methoden, Techniken und Hilfsmittel im Rahmen von Managementsystemen und können diese in der betrieblichen Praxis anwenden. – können Methoden anwenden, um Risiken und Chancen zu identifizieren. – sind in der Lage, Risiken und Chancen zu analysieren und evaluieren, um daraus Maßnahmen abzuleiten. – können in der betrieblichen Praxis eigenständig die einzelnen Systemdokumente erstellen. – kennen die relevanten Begriffe und die anzuwendenden Normen, um eine reglementierte Zertifizierung sicherzustellen. – kennen die Wichtigkeit von Führung für ein funktionierendes Managementsystem. Sie sind in der Lage, den positiven Nutzen eines effektiven Managementsystems für den Erfolg einer Organisation zu kommunizieren. – kennen effektive Methoden, um ein Managementreview durchzuführen. – kennen die generelle Funktionsweise von Managementsystemen. – können Möglichkeiten der Zusammenführung von einzelnen Managementsystemen (Teilsystemen) aufzeigen und abbilden. – kennen die relevanten gesetzlichen Vorgaben im Bereich Arbeitssicherheit und Umwelt und können sie innerbetrieblich umsetzen. – können zur betrieblichen Gefährdungsbeurteilung beitragen. – haben Kenntnis über Unfallursachenanalyse. – kennen die Pflichten zur Information und Unterweisung von Arbeitnehmer:innen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Systemdokumentation / dokumentierte Informationen – Prozessmanagement – Normen, Standards und Zertifizierung – Managementsysteme und deren Integration – Risikomanagement / risikobasiertes Denken – Methoden für Managementsysteme |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Audits, Begehungen – Managementsystembezogene Kosten – Rechtliche Aspekte – Relevante Standards (z.B. ISO 45001, SCC, ISO 31000), deren Anforderungen und Textanalyse – Arbeitssicherheits- und Umweltrecht (z.B. Einführung Verwaltungsrecht und Zuständigkeiten, umwelt- und arbeitssicherheitsrechtliche Zielvorgaben, Anlagenrecht und Genehmigungsverfahren, Bescheidmanagement) – Unfälle und Unfallursachen – Gesundheitsschutz – Bewusstseinsbildung – Gefahrenermittlung und Gefährdungsbeurteilung – Sicherheitstechnische Themen (Lärm und Vibrationen, Arbeitsstätte, Arbeitsstoffe, Notfall, Brand und Erste Hilfe, psychische Fehlbelastungen...) |
| Lehrveranstaltungen | WFS 17.1 UV Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsysteme WFS 17.2 UV Integrierte Managementsysteme |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Hygienemanagement |
| Modulcode | WFS 18 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 16 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – sind mit hygienerelevanten gesetzlichen Anforderungen und Lebensmittelsicherheitsstandards wie IFS, BRCS, aber auch der ISO 22000 vertraut. – sind dazu befähigt, ein effizientes Hygienemanagementsystem aufzubauen und weiterzuentwickeln sowie eine fundierte Nachweisdokumentation einzurichten. – sind aufgrund der erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten auch in der Lage, im Rahmen einer HACCP-Studie eine umfassende Gefahrenanalyse durchzuführen, kritische Prozessschritte zu erkennen und entsprechende Maßnahmenpläne sowie Prüf- und Überwachungsverfahren zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit auf allen Stufen der Herstellung einzurichten und wirksam umzusetzen. – kennen die Grundlagen zur Durchführung interner Audits. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Allgemeine Rechtsgrundlagen der Lebensmittelsicherheit – Zusammenarbeit mit Behörden – Mikrobiologische Grundlagen und Hygienrisiken – Einteilung der Mikroorganismen, Physiologie und Vermehrung – Pathogenität und Risikoabschätzung – Vorkommen und Prävention – Betriebs- und Personalhygiene: praktische Umsetzung – Bauliche Voraussetzungen – Reinigung und Desinfektion – Schädlingsmanagement – HACCP gemäß Codex Alimentarius: Methoden und Werkzeuge – Übersicht über Lebensmittelsicherheitsstandards (IFS, BRCS, FSSC 22000) |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Aufbau eines Managementsystems für Lebensmittelsicherheit nach ISO 22000 – Integration in ein bestehendes System – Effektive Prävention und Überwachung von Gefahren für die Lebensmittelsicherheit basierend auf Good Manufacturing Practice, – Gute Hygienepraxis – Messung, Analyse, Verbesserung |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 18.1 UV Hygienemanagement – Mikrobiologie und Lebensmittelrecht</p> <p>WFS 18.2 UV Hygienemanagement – Betriebs- und Personalhygiene, HACCP</p> <p>WFS 18.3 UV Hygienemanagement – Managementsysteme, Normen, Standards</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Qualität mit Schwerpunkt Lebensmittelsicherheit |
| Modulcode | WFS 19 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – sind in der Lage, ein firmenspezifisches Qualitäts- und Lebensmittelsicherheitsmanagementsystem (ISO 9000 ff., ISO 22000, IFS, BRCGS) nach dem Stand der Technik zu implementieren und effizient aufrechtzuerhalten. – verfügen über die Fähigkeit, eine fundierte Nachweisdokumentation einzurichten und verstehen es, die Integration mit anderen Managementsystemen, wie z.B. Umwelt und Sicherheit, voranzutreiben. – vermögen die Organisation als System zu verstehen und können dadurch Funktionen und Potenziale von Managementsystemen erkennen und bestehende Prozesse und Abläufe in enger Zusammenarbeit mit anderen Beauftragten im Unternehmen zur Gewährleistung der Qualität, Legalität und Sicherheit der erzeugten Produkte optimieren. – kennen die Grundlagen zur Durchführung interner Audits und können diese anwenden. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Systemdokumentation / dokumentierte Informationen – Prozessmanagement – Normen, Standards und Zertifizierung – Managementsysteme und deren Integration – Risikomanagement / risikobasiertes Denken – Methoden für Managementsysteme – Audits, Begehungen – Managementsystembezogene Kosten – Rechtliche Aspekte |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 19.1 UV Qualitätsmanagement mit Schwerpunkt Lebensmittelsicherheit</p> <p>WFS 19.2 UV Integrierte Managementsysteme mit Schwerpunkt Lebensmittelsicherheit</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Qualität im Gesundheitswesen |
| Modulcode | WFS 20 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 16 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen Wesentliches über Systemdokumentation. – kennen Wesentliches über Prozessmanagement. – kennen Wesentliches über Normen, Standards und deren Zertifizierung. – kennen Wesentliches über Risikomanagement. – kennen Managementsysteme und deren Integration. – kennen wesentliche Methoden für Managementsysteme. – kennen Wesentliches über interne Audits. – kennen die rechtlichen Aspekte. – kennen systembezogene Kosten. – kennen die ISO 9000-Familie. – kennen Inhalte und Anforderungen der EN 15224. – kennen Wesentliches über die Durchführung von Audits, Assessments und Visitationen. – kennen spezifische Regelungen im Gesundheitswesen neben der ISO 9001 und EN 15224. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Systemdokumentation / dokumentierte Informationen – Prozessmanagement – Normen, Standards und Zertifizierung – Managementsysteme und deren Integration – Risikomanagement / risikobasiertes Denken – Methoden für Managementsysteme – Audits, Begehungen – Managementsystembezogene Kosten – Rechtliche Aspekte – Die ISO 9000-Familie – Qualitätsbezogene Kosten – Inhalte und Anforderungen der EN 15224 – Durchführung von Audits, Assessments, Visitationen – Spezifische Regelungen im Gesundheitswesen |
| Lehrveranstaltungen | WFS 20.1 UV Qualitätsmanagementsysteme im Gesundheitswesen WFS 20.2 UV Integrierte Managementsysteme |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Risikomanagement im Gesundheitswesen |
| Modulcode | WFS 21 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Grundlagen des Risikomanagements. – haben einen Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen und Normen (ISO 31000, ÖNORM D 4900). – kennen den Risikomanagementprozess. – kennen die Integration in bestehende Managementsysteme und Nutzung von Synergien. – kennen Fehlermeldesysteme (z.B. CIRS). – kennen die Methoden der Risikobeurteilung. – erfahren die branchenspezifische Bearbeitung ausgewählter Risikokategorien in Gruppenarbeiten (z.B. Patient:innensicherheit). |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Implementierung eines Risikomanagements in Form eines Projekts. – kennen die interne Organisation und Verantwortung – können die Projektarbeit vorbereiten mit einem einfachen, zur Verfügung gestellten Werkzeug zur Risikoanalyse, -bewertung und -steuerung. – sind im Stande, ein Risikomanagementsystem aufzubauen. – sind sensibilisiert für die Risikowahrnehmung. – kennen Rolle, Bedeutung und Prozess der Risikokommunikation. – kennen Entstehungsweise, Gefahren und Anforderungen an die Steuerung von Risiken. – kennen die wesentlichen Systeme, Prozesse, Strukturen, Methoden, Instrumente und Werkzeuge des Risikomanagements. – kennen die wichtigen Risikoindikatoren und können universelle Risikoanalysemethoden anwenden. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen des Risikomanagements – Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen und Normen (ISO 31000, ÖNORM D 4900) – Risikomanagementprozess – Fehlermeldesysteme (z.B. CIRS) – Methoden der Risikobeurteilung – Branchenspezifische Bearbeitung ausgewählter Risikokategorien in Gruppenarbeiten – Aufbau eines Risikomanagementsystems – Risikomanagement-Informationssysteme, Frühwarnsysteme – Vertiefung der rechtlichen Rahmenbedingungen und Normen – Krisen- und Notfallmanagement sowie Kommunikation – Risikomanagementmethoden (Risikomatrix, SWOT-Analyse u. a.) |
| Lehrveranstaltungen | <p>WFS 21.1 UV Grundlagen des Risikomanagements mit Fokus Gesundheitswesen</p> <p>WFS 21.2 UV Aufbau eines Risikomanagementsystems im Gesundheitswesen</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|----------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Leadership |
| Modulcode | WML 1 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – reflektieren ihre Haltung und Verhalten als (angehende) Führungskraft. – kennen Leadership-Ansätze und können diese situativ anwenden. – können das eigene Entscheidungsverhalten reflektieren. – wenden qualitative Sortier- und Strukturierungswerkzeuge im Entscheidungsprozess richtig an. – wenden Kommunikationsprinzipien, -werkzeuge und -settings situativ an. – erkennen Veränderungshindernisse und Konflikte im Wandel, können Kommunikation im Changemanagement richtig durchführen und können den Wandel erfolgswirksam begleiten. |

| | |
|----------------------------|--|
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Ansätze und Prinzipien des Leadership – Ansätze und Prinzipien der Entscheidungsfindung – Kommunikationsprinzipien und -konflikte – Psychologische und kommunikativ-kognitive Grundlagen des Change-Managements – Effektive Führungsprinzipien im Wandel – Werkzeuge des Change-Managements |
| Lehrveranstaltungen | WML 1.1 UV Sich und andere führen WML 1.2 UV Leadership als Entscheidungs- und Kommunikationskompetenz WML 1.3 UV Führen im Wandel |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | St. Galler Management-Modell |
| Modulcode | WML 2 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – verstehen die organisationale Wertschöpfung als zentralen Bezugspunkt von Management. – kennen die Aufgaben des Managements. – kennen die Dimensionen des St. Galler Management-Modells und können diese auf den betrieblichen Alltag anwenden. – wissen Organisation und Management komplexitätsgerecht zu handhaben. – erkennen und verstehen, dass Management = Kommunikation. – verstehen, dass Management eine reflexive Gestaltungspraxis in Manager-Communities ist. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Wertschöpfung im Zusammenspiel von Umwelt und Organisation – Umwelt, Organisation und Management aus einer systemorientierten Sicht – Die Dimensionen des St. Galler Management-Modells – Aufgaben des Managements: Umweltsphären, Stakeholder, Interaktionsthemen, Prozesse, Governance, Strategie, Struktur, Kultur und Entwicklungsmodi – Entscheidungspraxis im Management – Management als reflexive Gestaltungspraxis – Strukturierte Kommunikation (Orchestrierung von kommunikativen Settings; Gestaltung von Regelkommunikation) |
| Lehrveranstaltungen | WML 2.1 UV Aufgabenperspektiven des Managements WML 2.2 UV Praxisperspektiven des Managements |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Geführte Veränderung als Beitrag zur agilen Transformation |
| Modulcode | WML 3 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – erkennen die Notwendigkeiten und die Chancen der agilen Transformation. – können im Spannungsfeld der Veränderungen von Aufbau-, Ablauf- und IT-Organisation sicher agieren. – haben Resilienz, Agilität und Flexibilität als Zielzustand verstanden. |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – haben wichtige Instrumente zur Einordnung / Strukturierung / Planung kennengelernt. – verstehen die bedeutende Rolle der Führung in agilen Kontexten. – können einen „Masterplan“ zur erfolgreichen agilen Transformation mit geeigneten Werkzeugen entwerfen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Einsatz und Anwendung von Instrumenten wie Business Model Canvas, Scramper, Hoshin Kanri, Lazy Eight – Führen mit Zielzuständen: Toyota Kata – Führen der Veränderung durch Leadership Canvas – Etablieren von Lenkungsreisen und KVP – Gestaltung von Prozessen mit SIPOC und RACI bis zum Aufsetzen einer Prozesslandschaft – Gestaltung großer Veränderungen über Roadmaps / A3-Reports |
| Lehrveranstaltungen | WML 3.1 UV Veränderung im Spannungsfeld von Aufbau-, Ablauf- und IT-Organisation WML 3.2 UV Instrumente zur erfolgreichen Prozessgestaltung von agilen Transformationen |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Employer Branding and Recruiting |
| Modulcode | WML 4 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – sind in der Lage, eine Einschätzung der Situation am Arbeitsmarkt für das eigene Unternehmen abzugeben. – können Grundlagen einer Employer Branding-Strategie für Unternehmen erarbeiten. – sind in der Lage, Projektplanung für die Umsetzung einer Employer Branding-Strategie zu nutzen. – können Recruitingkanäle im Vergleich beurteilen. – können die wichtigsten Auswahlverfahren anwenden und vergleichen. – sind in der Lage, Recruitingprozesse auf Tauglichkeit für das eigene Unternehmen zu prüfen und zu optimieren. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Employer Branding und Ziele einer Employer Branding-Strategie – Anwendungsfelder einer Arbeitgebermarke – Beschaffungskanäle im Überblick – Auswahlverfahren – Anwendung und Vergleich – Interviewtechnik – Kandidatenbeurteilung – Trends im Recruiting |
| Lehrveranstaltungen | WML 4.1 UV Employer Branding – Arbeitgeber-Markenaufbau WML 4.2 UV (Digitales) Recruiting – Personalbeschaffung |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | New Work – Methoden zur Gestaltung von Leistung in neuen Arbeitswelten |
| Modulcode | WML 5 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels im Hinblick auf Digitalisierung, demographischen Wandel, hybride Office-Konzepte und Industrie 4.0 erkennen und verstehen. – können die Auswirkungen neuer Formen von Arbeit differenziert auf verschiedene individuelle Unternehmenskontexte betrachten. – können die verschiedenen Handlungsfelder neuer Formen von Arbeit beschreiben und die individuellen Herausforderungen einzelner Unternehmen analysieren. – können die entstehenden Herausforderungen für Performance Management, Entlohnung, Empowerment, Motivation von Mitarbeiter:innen sowie auf Organisationsstrukturen und -modelle erkennen und beschreiben. – können die neuen Anforderungen an die Führungskultur in Unternehmen verstehen und die notwendigen Veränderungen der Führungsfähigkeiten erfassen. – können die Konzepte traditioneller und agiler Organisationsstrukturen erkennen und die daraus resultierenden Konsequenzen nachvollziehen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Relevante wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Entwicklungen und deren Auswirkungen auf das System Arbeit und die Gestaltung von Leistung in neuen Arbeitswelten – Empowerment als Grundlage für die Steuerung von Leistung in neuen Arbeitswelten: Strukturelles und psychologisches Empowerment sowie Methoden zu deren Umsetzung – Vergleich der Gestaltung von Leistung im traditionellen System Arbeit mit neuen Arbeitswelten – Organisationsstrukturen und -modelle im traditionellen System Arbeit im Vergleich zu neuen Formen von Arbeit – Motivation von Mitarbeiter:innen in Zeiten der Digitalisierung, Industrie 4.0, Wissensarbeit und Fachkräftemangel – Führung als Erfolgsfaktor für die Gestaltung von Leistung: Traditionelle und innovative Ansätze für Performance Management, Personalgespräche, individuelle Anreizstrategien und Entwicklung von Führungskräften |
| Lehrveranstaltungen | <p>WML 5.1 UV Empowerment und Motivation in Zeiten von Digitalisierung, Fachkräftemangel und hybriden Office-Konzepten</p> <p>WML 5.2 UV Traditionelle und innovative Organisationsstrukturen, Performance Management und Compensation & Benefits in neuen Arbeitswelten</p> <p>WML 5.3 UV Mindset und Tools für Führungskräfte und Mitarbeiter:innen zur Gestaltung von Produktivität, sozialer Verantwortung, Selbstverantwortung, Sinn und Entwicklung</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Entrepreneurship |
| Modulcode | WML 6 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Entwicklung und Grundbegriffe sowie die Modelle des Entrepreneurships und können diese anwenden. – kennen die von Sarasvathy erforschte Methode der „Effectuation“ und können diese in der Praxis umzusetzen. – kennen das Modell des Social Entrepreneurships. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen des Entrepreneurships – Grundprinzipien der Effectuation nach Saras Sarasvathy – Causation versus Effectuation: Die unterschiedlichen Ansätze der Businessplanung – Innovative Businessplanung nach den Prinzipien des Entrepreneurships – Wachstum und Exit-Strategien – Entrepreneurial Marketing – Social Entrepreneurship |
| Lehrveranstaltungen | <p>WML 6.1 UV Grundlagen und Schlüsselemente des Entrepreneurships</p> <p>WML 6.2 UV Strategisches Entrepreneurship und innovative Businessplanung</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Resilienz im Wirtschaftsumfeld |
| Modulcode | WML 7 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – erhöhen ihr Bewusstsein über sich selbst – wie sie denken und handeln und was sie fördert. – wissen mit Widerständen und Belastungen flexibler umzugehen. – kennen wertvolle Impulse für innerer Balance und Ausgeglichenheit. – haben mehr Sicherheit im Umgang mit Ereignissen, auf die sie sich nicht vorbereiten können. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Resilienz: Warum, Was, Wie? – Ressourcen Konzept: Kompetenzfelder bewusst machen und fördern, Resilienz als Gesundheitsfaktor – Die Werkzeuge und Strategien, um Resilienz aufzubauen und zu verstärken – Das persönliche Energiemanagement optimieren – Umgang mit Unvorhergesehenem: Gelassenheit als DIE fundamentale Kompetenz/ insbesondere in anspruchsvollen Zeiten. – Spurwechsel: Grundlagen des Improvisierens und Übungen aus dem Impro-Theater als Metapher für den Alltag. – Reflexion und Übungen in Kleingruppen, Methoden der energetischen Psychologie |
| Lehrveranstaltungen | <p>WML 7.1 UV Resilienzkompetenzen entwickeln</p> <p>WML 7.2 UV Gewinn von mehr Sicherheit im beruflichen Arbeitsalltag</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Business Communications |
| Modulcode | WML 8 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können ihre Körpersprache (Haltung Bewegung, Gestik, Mimik) und ihre Stimme (Artikulation, Modulation, Lautstärke) gezielt einsetzen. – kennen rhetorische Tools und wissen diese einzusetzen. – kennen strukturelle und rhetorische Aspekte des Präsentationsaufbaus. – kennen strukturelle und rhetorische Aspekte des Meetingaufbaus. – können Moderationswerkzeuge gezielt einsetzen. – können Fragetechniken für Informationstransfer und Ideenfindung anwenden. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Rhetoriktraining für Begrüßungen, Kurzstatements, Pitches, Vorträge, Präsentationen – Publikumsinteresse erwecken – Präsentationen strukturieren und Inhalte aufbereiten – Audiovisuelles Material und Körpersprache souverän einsetzen – Umgang mit schwierigen Situationen – Praxisnahe Stegreifübungen – Grundregeln der Planung von Meetings, strategische Diskussionslenkung und Entscheidungsfindungstechniken |
| Lehrveranstaltungen | <p>WML 8.1 UV Rhetoric and Body Language WML 8.2 UV Performance WML 8.3 UV Meetings</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Strategische Personalberatung |
| Modulcode | WML 9 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen strategische Herangehensweisen zur Analyse und Planung von Rahmenbedingungen für die Umsetzung der Geschäftsstrategie und die Ausrichtung der Unternehmenskultur. – verstehen die Auswirkungen wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Entwicklungen auf neue Arbeitswelten. – beherrschen den strategisch-konzeptionellen Zugang zur Gewinnung, Förderung und Bindung der richtigen Mitarbeiter:innen. – erkennen People Management als Hebel für die Stabilisierung des Bestandsgeschäfts und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle. – können die Grundsätze des strategischen Organisationsdesigns in neuen Arbeitswelten verstehen und anwenden. – besitzen Kenntnisse über Tools, Skills und Methoden für Führungskräfte und Mitarbeiter:innen zur Bewältigung von Digitalisierung und Fachkräftemangel in den Bereichen Personalentwicklung, Arbeitsplatzdesign und Recruiting. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Auswirkungen von wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Entwicklungen auf traditionelle und neue Arbeitswelten |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Analyse der unternehmensstrategischen Ausgangslage und des Organisations- und Führungsverständnisses – Entwicklung von kritischen Rollen, Zielfunktionen und Kompetenzen im Rahmen des People Managements – Anwendung von Organisations-Design-Modellen und praxistauglichen Vorgehensmodellen zur Gestaltung und Reorganisation von Unternehmen – Unterscheidung und Anwendung hierarchischer und agiler Organisationsmodelle sowie Digital Work / SMART Work Design – Nutzung von Tools, Skills und Methoden zur Bewältigung von Digitalisierung und Fachkräftemangel in den Bereichen Personalentwicklung und Recruiting |
| Lehrveranstaltungen | <p>WML 9.1 UV People first: Personalentwicklung aus Unternehmens- und Mitarbeitersicht</p> <p>WML 9.2 UV Aktuelle Trends und Herausforderungen des People Managements</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Projektmanagement |
| Modulcode | WSG 1 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können Projekte systematisch zum vereinbarten Ziel führen, Änderungen bewältigen und den Projektfortschritt periodisch überwachen. – beherrschen die Führung fachübergreifender Teams ohne formale Kompetenzen. – können Erfahrungen strukturiert erfassen, Lessons Learned nutzen und Projekte professionell abschließen. – sind in der Lage, die Entwicklung und Implementierung eines Project Management Office (PMO) einzuleiten und die Rollen des PMO zu definieren. – können die Governance für Projektmanagement- und Projektportfoliomanagement-Prozesse im PMO festlegen. – wissen, wie sie Projektziele und -ergebnisse erfolgreich kommunizieren, Bedenken und Kritik frühzeitig adressieren und Aktivitäten zielgruppenspezifisch ausrichten. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen des Projektmanagements: Einführung in die Konzepte, Prinzipien und Methoden des Projektmanagements – Projektplanung und -steuerung: Entwicklung eines strukturierten Projektplans, Ressourcenmanagement und Überwachung des Projektfortschritts – Teamführung und Stakeholdermanagement: Fähigkeit, Teams effektiv zu führen, Kommunikation mit Stakeholdern zu managen und Konflikte zu lösen – Marketing von Projekten: Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Marketing-Mix – Change-Management: Integration von Projektmanagement und Change-Management, um Veränderungen erfolgreich umzusetzen und zu gestalten – Projektabschluss und Lessons Learned: Strukturierte Abschlussphase, Erfassung von Lessons Learned und Übertragung von Erkenntnissen in die Organisation |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Digitalisierung im Projektmanagement: Einsatz von digitalen Tools und Technologien zur Effizienzsteigerung und Verbesserung des Projektmanagements |
| Lehrveranstaltungen | WSG 1.1 UV Projekte effektiv planen, führen und kontrollen WSG 1.2 UV Projektmanagement-Office WSG 1.3 UV Change-Management in Projekten WSG 1.4 UV Marketing von Projekten |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Prozessmanagement |
| Modulcode | WSG 2 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – verstehen Prozessmanagement in Ablauf und Planung, die Methoden des Prozessmanagements und der Prozessoptimierung und können diese im richtigen Kontext einsetzen, planen und realisieren. – verstehen die Vorgehensweise der Prozessanalyse und des Prozessdesigns und können sie anwenden. – wissen, wie man Prozesse visualisiert. – können Prozesskennzahlen integrieren und ein Kennzahlencockpit methodisch aufbauen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Prozessplanspiel/Prozesssimulation – Strategisches und operatives Prozessmanagement und deren Methoden – Methoden der Prozessanalyse und -gestaltung – Erkennen von Optimierungspotential und dessen finanzielle Auswirkungen – Kostenanalyse im Sinne eines formellen Projektcontrollings – Vorgehensweise bei der Auswahl von ERP-Systemen – Systemauswahl mit dem 3-Phasen-Konzept – Analyse von Detailprozessen und Erstellung einer Prozesslandkarte zur Angebotserstellung und Struktur eines Merkmalkatalogs |
| Lehrveranstaltungen | WSG 2.1 UE Prozessplanspiel WSG 2.2 UV Strategisches Prozessmanagement WSG 2.3 UV Operatives Prozessmanagement WSG 2.4 UV Mobilisierung und Change-Management in Prozessen WSG 2.5 UV Prozesse im Zeitalter der Digitalisierung WSG 2.6 UV Prozesscontrolling |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Lean Management – Management von Komplexität und Dynamik |
| Modulcode | WSG 3 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – kennen Ansätze, um Komplexität und Dynamik im aktuellen Kontext von Unternehmen und Organisationen zu managen. – kennen die spezifischen Strukturen in der Aufbau- und Ablauforganisation im Zusammenhang mit Lean Management. |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – kennen die relevante Zugänge und können diese in ihrer Praxis anwenden und haben eine allgemeine Wissensgrundlage für eine Zertifizierung nach Lean Six Sigma. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Das projekt- und prozessorientierte Unternehmen – Prozessoptimierung nach Lean Six Sigma – Personale und soziale Kompetenzen von Führungskräften im Lean Management-Kontext |
| Lehrveranstaltungen | WSG 3.1 UV Lean Management |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Agiles Projektmanagement |
| Modulcode | WSG 4 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Vorteile, agil zu arbeiten. – wissen, wann sich welcher agile Ansatz in Projekten und Vorhaben anbietet. – kennen relevante Ansätze und wissen diese in ihrer Praxis anzuwenden. – haben eine allgemeine Wissensgrundlage für eine Zertifizierung nach Scrum.org oder für die PMI Agile Certified Practitioner (PMI-ACP®)-Zertifizierung. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Scrum in Projekten nutzen – Kanban in agilen Teams nutzen – Design Thinking – Leadership in agilen Teams |
| Lehrveranstaltungen | WSG 4.1 UV Agiles Projektmanagement |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Digitales Marketing – die strategische Basis für die Führungsebene |
| Modulcode | WSG 5 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – wissen um die möglichen Ziele, die man mit digitalem Marketing erreichen kann. – wissen, welche Maßnahmen sie bei welchen Zielsetzungen einsetzen können. – wissen, welcher Content in welcher Phase der Customer Journey konsumiert wird und welcher Content wie wirkt. – wissen, welche Maßnahmen Marketingverantwortliche setzen können, um ihre Ziele zu erreichen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Überblick über die Instrumente des Onlinemarketings – Richtige Auswahl von Maßnahmen zur Zielerreichung – Content-Modelle – Content-Distribution |
| Lehrveranstaltungen | <p>WSG 5.1 UV Ziele, Zielsetzung & Möglichkeiten für das digitale Marketing im Unternehmen</p> <p>WSG 5.2 UV Content-Distribution entlang der Customer Journey – B2C & B2B</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Digitales Marketing in der Praxis |
| Modulcode | WSG 6 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – verstehen die wichtigsten Aspekte der Website-Content-Erstellung. – beherrschen die Erstellung, Analyse und Bewertung von Webtexten. – sind vertraut mit den Grundlagen einer erfolgreichen Social-Media-Strategie. – wissen, welche Social-Media-Kanäle für unterschiedliche Zielgruppen geeignet sind. – können passenden Content für verschiedene Social-Media-Kanäle erstellen. – kennen die aktuellen Trends im digitalen Marketing und Best-Practice-Beispiele im Bereich Content- und Social-Media-Marketing. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Erstellung, Analyse und Bewertung von Webtexten – Erstellung einer Funnel-Strategie und Auswahl der geeigneten Social-Media-Kanäle für das Unternehmen – Budgeterstellung für Social-Media-Kampagnen – Analyse von Best-Practice-Beispielen aus dem DACH-Raum für Content- & Social-Media-Strategien und -Umsetzungen sowie aktuelle Trends der Branche |
| Lehrveranstaltungen | <p>WSG 6.1 UV Von der Strategie zum erfolgreichen Content</p> <p>WSG 6.2 UV Social Media Marketing – organisch & paid</p> <p>WSG 6.3 UV Best Practices und Zukunftstrends im digitalen Marketing</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Brand- und Marketing-Management |
| Modulcode | WSG 7 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Grundlagen einer identitätsbasierten Markenführung. – kennen theoretische Grundlagen zu Verantwortung und Nachhaltigkeit / Kreislaufwirtschaft. – können die Herausforderungen der Markenführung und des Marketings in diesem Kontext bewerten und strategische Entscheidungen vornehmen. – kennen die theoretischen Grundlagen des Preismanagements und können preispolitische Strategien bewerten. – sind in der Lage, einfache Ansätze der operativen Preisbestimmung selbst vorzunehmen bzw. darüber zu entscheiden. – können sowohl für die Preisstrategie als auch für operative Entscheidungen ausgewählte psychologische Erkenntnisse nutzen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Verantwortung in Unternehmen und Implikationen für die Markenführung – Konzept(e) der Kreislaufwirtschaft und die Suche nach neuen Geschäftsfeldern – Strategische Marketingentscheidungen in Zeiten von Klimakrise und Ressourcenverschwendung |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen des Preismanagements (Begriffe, Herausforderungen, Abläufe) – Ansätze der Preisstrategie – Operatives Preismanagement – Ausgewählte Ansätze der Preispsychologie |
| Lehrveranstaltungen | WSG 7.1 UV Branding in Zeiten von Verantwortung: Quo vadis? WSG 7.2 UV Preismanagement |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Sales- und Key-Account-Management |
| Modulcode | WSG 8 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen den Strategiebezug des Vertriebs. – sind in der Lage, die Nutzenbrücke als Instrument anzuwenden. – kennen die Vertriebsorganisations-Modelle, unter besonderer Berücksichtigung unterschiedlicher Vertriebskanäle. – sind in der Lage, Key Accounts korrekt als solche zu identifizieren. – kennen das Instrumentarium, um ein Kundenrating vorzunehmen. – sind in der Lage, mögliche Vernetzungs-Strategien mit Schlüsselpersonen und Fallstricke dieses Prozesses zu erkennen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Wertorientierte Vertriebsarbeit – Nutzenbrücke – 4-P-Modell des Kundennutzens – Multi-Channel Vertriebsorganisationen – Entlohnung und Strategiebezug – Beziehungsmanagement |
| Lehrveranstaltungen | WSG 8.1 UV Strategische Vertriebsherausforderungen in einer transformierenden Welt WSG 8.2 UV Wertschöpfung dank solider Kundenbeziehungen, auch im B2B |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Kundenorientierung aus 360°-Perspektive |
| Modulcode | WSG 9 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – verstehen die zentralen Mechanismen der Kundenorientierung. – können Lösungsansätze für eine bessere Kundenorientierung in ihrem Unternehmen / ihrer Organisation entwickeln. – verstehen die zentralen Prinzipien und Konzepte von Personalisierung, Customization und Open Innovation. – können Strategien und Maßnahmen zur Integration von Kund:innen in die Wertschöpfungsprozesse ihrer Unternehmen entwickeln. – verstehen die zentralen Prinzipien und Konzepte des internen Marketings sowie des zeitgemäßen Vertriebs. – können Strategien und Maßnahmen zur Einbeziehung von Mitarbeiter:innen als Markenbotschafter:innen sowie zum Aufbau von Omni-Channelling entwickeln. |

| | |
|----------------------------|---|
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen der Kundenorientierung – Ansätze zur Analyse und Verbesserung der Kundenorientierung – Grundlagen von Personalisierung, Customization und Open Innovation – Strategien und Methoden zu Integration von Kund:innen in den betrieblichen Wertschöpfungsprozess – Grundlagen des internen Marketings und zeitgemäßen Vertriebs – Strategien und Methoden zur Verbesserung von Vertrieb und internem Marketing im eigenen Unternehmen |
| Lehrveranstaltungen | <p>WSG 9.1 UV Kundenorientierung durch Beziehungsmanagement</p> <p>WSG 9.2 UV Kundenorientierung durch Kundenintegration – Personalisierung und Open Innovation</p> <p>WSG 9.3 UV Kundenorientierung und Vertrieb sowie internes Marketing</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Marktforschung mit Forms, Excel und Statista |
| Modulcode | WSG 10 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können qualitative und quantitative Verfahren der Marktforschung anwenden. – setzen Ideation-Methoden zur Generierung eigener Geschäftsideen ein und können diese strukturiert darstellen. – können die entwickelten Ideen und Konzepte strukturiert darstellen. – können konzeptionell Fragebögen erstellen und Online-Umfragen durchführen. – sind in der Lage, Daten zu bereinigen, statistisch auszuwerten und zu visualisieren. – können Primärforschungsergebnisse mit Sekundärforschungsdaten aus der Statista-Datenbank ergänzen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen der qualitativen Marktforschung – Methoden und Verfahren der Ideation – Visualisierungsmethoden zur Darstellung selbst entwickelter Geschäftsideen – Grundlagen der quantitativen Marktforschung – Grundlagen der statistischen Analyse – Fortgeschrittener Umgang mit Google / MS Forms, Excel und Statista-Datenbank – Visualisierungsmethoden quantitativer Daten |
| Lehrveranstaltungen | <p>WSG 10.1 UV Konzeption von Geschäftsideen mit qualitativen Methoden</p> <p>WSG 10.2 UV Grundlagen quantitativer Marktforschung und deren praktische Anwendung</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Unternehmerisches Management in einer sich verändernden Umwelt |
| Modulcode | WSG 11 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die unterschiedlichen Arten von institutionellem Wandel. |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – erlangen die Fähigkeit zum Einsatz von Managementinstrumenten, die es Unternehmen erlauben, solchen Wandel erfolgreich und zum eigenen Nutzen zu gestalten. – haben Kenntnisse und kennen Strategien, die die Anpassungsfähigkeit von Unternehmen erhöhen, wie u.a. das unternehmerische Denken im Sinne von Intrapreneurship, welches die Innovations- und Anpassungsfähigkeit von Unternehmen erhöhen kann. – kennen digitale Geschäftsmodelle im Kontext der digitalen Transformation. – haben ein umfängliches Verständnis zu gesellschaftlichen Megatrends wie Big Data oder Internet of Things. – können die Auswirkungen dieser Megatrends auf Unternehmen und Märkte einschätzen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Führungsfähigkeiten, die für die Planung und Durchführung erfolgreichen Wandels grundlegend sind – Strategien mit Blick auf die Bewältigung von Komplexität und strategischer Dualität sowie das Management von Innovationen und die Anpassungsfähigkeit von Unternehmen – Organisation von Strukturen und Prozessen im Wandel – Überblick über verschiedene Geschäftsmodelle und die Bedeutung digitaler Transformation für diese – Führung im Kontext von Digitalisierungsprozessen – Konzepte und Werkzeuge, die es Führungskräften erlauben, die Innovationskultur in Unternehmen zu fördern und dauerhaft aufrechtzuerhalten |
| Lehrveranstaltungen | WSG 11.1 UV Anpassungsfähigkeit von Unternehmen WSG 11.2 UV Digitale Transformation und Entrepreneurship |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Rechnungslegung und Unternehmensbesteuerung |
| Modulcode | WFR 1 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – erlangen Kenntnisse der rechtlichen Grundlagen zur unternehmerischen Berichterstattung und Nachhaltigkeitsberichterstattung. – erlangen Kenntnisse der entscheidungsorientierten Unternehmensrechnung und Berichterstattung als Informationstool für betriebliche Entscheidungssituationen. – erlangen die Befähigung zur Interpretation von Jahresabschlüssen – erlangen Kenntnisse zur qualitativen und quantitativen Vorteilhaftigkeit von Rechtsformen, unter anderem in steuerlicher Hinsicht |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Rechtliche Grundlagen zur Rechnungslegung und Besteuerung – Berichterstattungselemente nationaler Einzelabschlüsse – Besonderheiten bei kapitalmarktorientierten Unternehmen und bei nationalen und internationalen Konzernabschlüssen – Nachhaltigkeitsberichterstattung – qualitative und quantitative Analyse der Berichterstattungselemente in der Praxis |

| | |
|----------------------------|--|
| | – qualitative und steuerliche Vorteilhaftigkeit von Rechtsformen |
| Lehrveranstaltungen | WFR 1.1 UV Praxis der Berichterstattung WFR 1.2 UV Besteuerung und Rechtsformwahl |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Controlling und Performance Management |
| Modulcode | WFR 2 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Grundlagen des Controllings und die Rolle des Controllers als Business Partner. – kennen die wesentlichen Elemente des Zielfindungs-, Planungs- und Budgetierungsprozesses. – können Soll-/Ist-Vergleiche und Abweichungsanalysen interpretieren. – verstehen die Funktion von unterjährigen Forecasts für die Unternehmenssteuerung in dynamischen Märkten. – kennen wesentliche Finanzkennzahlen und können diese berechnen und interpretieren. – kennen das Wertsteigerungskonzept des Economic Value Added (EVA). – kennen das Konzept der Balanced Scorecard (BSC) und können für unterschiedliche Branchen und Geschäftsmodelle passende Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung identifizieren. – können Maßnahmen zur Optimierung der finanziellen Performance identifizieren. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen des Controllings – Unternehmerischer Zielfindungs- und Planungsprozess – Integrierte Planungsrechnung – Besonderheiten der Budgetierung in verschiedenen Branchen und Teilbereichen des Unternehmens – Soll-/Ist-Vergleich und Abweichungsanalysen – Year End und Rolling Forecasts – Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen – Berechnung und Interpretation von Finanzkennzahlen – Kennzahlensysteme – Konzept des Economic Value Added – Maßnahmen zur Verbesserung der finanziellen Performance |
| Lehrveranstaltungen | WFR 2.1 UV Controlling WFR 2.2 UV Performance Management |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Bilanzanalyse, Kostenrechnung und Kostenmanagement – Advanced |
| Modulcode | WFR 3 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können ihrer Controlling-Verantwortung nachkommen, indem sie die Grundzüge des betrieblichen Rechnungswesens theoretisch verstehen und praktisch umsetzen. – sind in der Lage, betriebliche Analysen auf Basis der Daten des betrieblichen Rechnungswesens durchzuführen. |

| | |
|----------------------------|---|
| Modulinhalt | – Controlling und betriebliches Rechnungswesen mit allen Analysemöglichkeiten |
| Lehrveranstaltungen | WFR 3.1 UV Bilanzanalyse WFR 3.2 UV Kostenrechnung und Kostenmanagement |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Legal Compliance |
| Modulcode | WFR 4 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 4 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – können Geschäfte zwischen Unternehmern rechtlich beurteilen und einordnen, einschließlich Sonderregelungen zum Warenkauf. – können das rechtlich gebotene Verhalten bei mangelhaften Lieferungen, verzögerter Annahme und Zahlungsverzug zwischen Unternehmern anwenden. – können die Besonderheiten von Rechtsverhältnissen wie Kommissions-, Speditions- und Lagergeschäften verstehen. – kennen die Aufgaben, Pflichten und Haftungsrisiken von Gesellschaftsorganen, einschließlich Leitungsorganen und Aufsichtsräten. – können rechtliche Rahmenbedingungen im Bereich des Wettbewerbs- und Kartellrechts für unternehmerische Entscheidungen verstehen, einschließlich Werbevorgaben, Vertriebsverträgen und Unternehmenskooperationen. – können Besonderheiten im digitalen Markt/Online-Vertrieb sowie Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Fokus auf die Sonderregelungen im ein- und zweiseitig unternehmensbezogenen Geschäft, insbesondere Warenkauf und Zahlungsverzug. – Rechte und Pflichten der unterschiedlichen Organe in Kapitalgesellschaften – Rechtliche Rahmenbedingungen für das Zusammenwirken von Leitungsorganen, ihrer Überwachung durch den Aufsichtsrat und mögliche Einflüsse der Gesellschafter bzw. Aktionäre auf wichtige Entscheidungsprozesse – Maßgebliche Haftungsbestimmungen und Sorgfaltsanforderungen für die jeweiligen Personen – Grundlagen aus UWG und Kartellrecht, mit besonderem Fokus auf die Entscheidungsperspektive betroffener Unternehmen, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundlagen zur großen Generalklausel im UWG sowie den Tatbeständen der irreführenden und aggressiven Geschäftspraktiken ○ Kartellrecht – Fokus auf das eigentliche (nationale und europäische) Kartellverbot sowie das Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung; ergänzend Fusionskontrolle |
| Lehrveranstaltungen | WFR 4.1 UV Der Geschäftsabschluss unter Unternehmen WFR 4.2 UV Vertiefung Aufgaben und Verantwortlichkeit der Organe WFR 4.3 UV Wettbewerbs- und Kartellrecht |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Leadership and Company Development |
| Modulcode | WGM 1 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – have knowledge of local business customs, including values, norms and behavioral patterns. – understand the specific aspects of local financial policy, society, markets and politics. – are familiar with effective communication strategies and can adapt their communication to the characteristics of the audience. – understand the importance of personal branding and its impact on their personal style. – have the ability to lead and motivate high-performance teams and effectively manage conflicts within a team. – understand the strategic actions required for business growth and divestment and are aware of the drivers of success and value. – are familiar with current developments in the field of leadership and business development. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Local social structure, politics, and culture – Local economy and its impact on business – Strategic communication – 5 C's of personal branding – Mastering negotiation techniques for effective outcomes – Adapting leadership style, resolving conflicts, and driving business growth – Current topics and developments in the field of leadership and company development |
| Lehrveranstaltungen | <p>WGM 1.1 UV Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture WGM 1.2 UV Strategic Communication and Personal Brand WGM 1.3 UV Negotiation & Leading with Power & Purpose WGM 1.4 UV Transaction Based Growth Management WGM 1.5 UV Current Topics of Leadership and Company Development</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Evolving Markets |
| Modulcode | WGM 2 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – have knowledge of local business customs, including values, norms and behavioral patterns. – understand the specific aspects of local financial policy, society, markets and politics. – know how to develop and implement a market strategy. – understand the principles of international management and can integrate them into a market entry strategy. – are familiar with the organizational requirements of global companies. – understand the principles and limitations of the legal system. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Social structure, politics, and culture – Local economy |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Comparison of business models of successful and failed international companies with regard to local requirements vs. global structures – Legal and regulatory frameworks on site – Intercultural business and multicultural marketing management – Strategic investments in local markets |
| Lehrveranstaltungen | WGM 2.1 UV Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture WGM 2.2 UV International Markets within Global Structures WGM 2.3 UV Investment Strategies and Entrepreneurial Aspects WGM 2.4 UV Legal and Regulatory Frameworks |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | New Markets |
| Modulcode | WGM 3 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | Students... <ul style="list-style-type: none"> – have knowledge of local business customs, including values, norms and behavioral patterns. – understand the specific aspects of local financial policy, society, markets and politics. – understand the current developments related to the internationalization of companies and know all the essential success factors of successful internationalization strategies. – know the key strategies and methods for dealing with the political, financial, legal, and market-based risks of the local business environment. – understand the essential differences between all relevant factors of the local labor market and the Western European labor market and know how to recruit and retain good personnel. – know how to develop business strategies for the local market. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Social structure, politics, and culture – Local economy – Strategic management issues at the local and global level – Managing the political and economic environment – Human resources – The structure of society, its values, institutions, myths, and behavioral patterns – Investments and legal stability |
| Lehrveranstaltungen | WGM 3.1 UV Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture WGM 3.2 UV International Business Strategy for New Markets WGM 3.3 UV Contextual Leadership in Global Context WGM 3.4 UV Governance and Ethics WGM 3.5 UV Human Resources and Cultural Diversity |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Finance and Markets |
| Modulcode | WGM 4 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | Students... <ul style="list-style-type: none"> – have knowledge of local business customs, including values, norms and behavioral patterns. – understand the specific aspects of local financial policy, society, markets and politics. |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – know and understand the essential tools for assessing a company's financial risks. – can determine a company's value using shareholder value analysis and assess the impacts of projects and investment strategies. – can identify and evaluate market opportunities and risks in targeted markets, commission quantitative market research, and evaluate the results. – have an overview of the key financial risks and know the essential strategies in financial risk management. – know the key products of financial markets and can assess the associated opportunities and risks. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Social structure, politics, and culture – Local economy – Determination and measurement of shareholder value – Assessment of the impacts of market risks and projects – Types of financial risks and strategies in financial risk management – Stocks, bonds, and derivatives – Quantitative and qualitative market research – Planning and conducting quantitative market research |
| Lehrveranstaltungen | <p>WGM 4.1 UV Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture</p> <p>WGM 4.2 UV Shareholder Value Analysis and Financial Risk Management</p> <p>WGM 4.3 UV Strategies for Global Financial Markets</p> <p>WGM 4.4 UV Market Research for Financial Decision Making</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Marketing and Data Management |
| Modulcode | WGM 5 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | <p>Students...</p> <ul style="list-style-type: none"> – have knowledge of local business customs, including values, norms and behavioral patterns. – understand the specific aspects of local financial policy, society, markets and politics. – can create success-oriented social media marketing concepts based on market analysis and company strategies. – are familiar with methods and tools to analyze customer needs and can consider the entire process of marketing management from strategic planning to the implementation of specific measures based on this analysis. – know the various instruments of product policy, communication policy, distribution policy, and pricing policy, and can adequately market the product or service offering using them. – are familiar with innovation and behaviour issues relevant to the development and marketing of products. – can design and implement advertising and sales campaigns. – can define requirements for data analysis, analyse and interpret the obtained data, and derive targeted measures based on the analysis. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Social media marketing principles and marketing instruments – Social media marketing product lifecycle concept |

| | |
|----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Market analysis / market research / market segmentation – Customer communication strategies – Corporate communication – Data analysis and evaluation |
| Lehrveranstaltungen | WGM 5.1 UV Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture WGM 5.2 UV Social Media Marketing WGM 5.3 UV Customer Relationship Management WGM 5.4 UV Integrated Corporate Communication Strategies WGM 5.5 UV (Big) Data Management |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Health Care-Management / Management von Gesundheitseinrichtungen |
| Modulcode | WBH 1 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – kennen die aktuellen Themen im Management von Gesundheitseinrichtungen. – sind in der Lage, sich an gesundheitsökonomischen Diskussionen zu beteiligen und komplexe Zusammenhänge zu erkennen. – sind in der Lage, die Funktionsweise und die Probleme von Gesundheitsmärkten zu erkennen. – können die prozessualen sowie technischen Veränderungen des Gesundheitssystems beschreiben. – sind in der Lage, den sich ergebenden Wandel in den Gesundheitsmärkten wie in der Patient:innenversorgung aus verschiedenen Perspektiven zu erläutern und zu beurteilen. – kennen die Instrumente der Patient:innensteuerung und wissen, wie man diese gewinnbringend einsetzt. – sind in der Lage, das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit als Instrument zur Patient:innensteuerung zu nutzen. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Einführung in das Management von Gesundheitseinrichtungen in Österreich, Deutschland und Italien – Die Rahmenbedingungen im Gesundheitswesen – Das Krankenhaus im Wettbewerb: Ziele und Strategien im Krankenhausmanagement – Informationsmanagement und IT im Gesundheitswesen – Fallstudien zu Prozessoptimierung – Instrumente der Patient:innensteuerung – Marketing und Öffentlichkeitsarbeit als Tool der Patient:innensteuerung |
| Lehrveranstaltungen | WBH 1.1 UV Strategisches Management im Gesundheitswesen WBH 1.2 UV Herausforderungen der Gesundheitsökonomie WBH 1.3 UV Public Health Management WBH 1.4 UV Patient:innensteuerung und Prozessoptimierung |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Medical Leadership |
| Modulcode | WBH 2 |
| Arbeitsaufwand gesamt | 8 ECTS |
| Learning Outcomes | Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> – sind vertraut mit den Elementen einer möglichen inneren Neuausrichtung (Self Leadership). |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – kennen die individuellen Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Führung. – können ein differenziertes Bild ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickeln, basierend auf deren individuellen Interessen und Erwartungen. – sind mit den Grundsätzen und Elementen einer gut funktionierenden intergenerationalen Zusammenarbeit vertraut. – kennen die Elemente interkultureller und berufsbildübergreifender Führung und Zusammenarbeit. – können unterschiedliche Führungssituationen frühzeitig richtig einschätzen und zielgerichtet gestalten. – wissen, welche Instrumente je nach Situation und beteiligten Personen angemessen einzusetzen sind. |
| Modulinhalt | <ul style="list-style-type: none"> – Differenzierte Auseinandersetzung mit dem eigenen Fremdbild – Diskussion der Unterschiede zwischen Managern und Leadern, der schwierige Umgang mit Macht – Werte und Haltung – Individuelle Interessen und Erwartungen, Homogenität trotz Diversity im Team, verschobene Machtverhältnisse, individuelle Karrierepfade – Vom HRM zum HXM: die entscheidenden Momente einer „Employee Journey“ – Speaking up in interdisziplinären Teams – Feelgood-Management als neue Form der Führung |
| Lehrveranstaltungen | <p>WBH 2.1 UV Self-Leadership als Basis erfolgreicher Führung</p> <p>WBH 2.2 UV Individuelle, interkulturelle und generationsabhängige Aspekte des People Management</p> <p>WBH 2.3 UV Moments that matter: Situative Aspekte der Führung in einer neuen Arbeitswelt</p> |
| Prüfungsart | Lehrveranstaltungsorientierter Prüfungstyp |

Impressum

Herausgeber und Verleger:
Rektor der Paris Lodron Universität Salzburg
Prof. Dr. Bernhard Fügenschuh
Redaktion: Stefan Bohuny
alle: Kapitelgasse 4-6
A-5020 Salzburg