

Mitteilungsblatt – Sondernummer der Paris Lodron-Universität Salzburg

113. Curriculum für den Universitätslehrgang International Executive MBA (IEMBA) an der Universität Salzburg (Version 2016W)

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	5
(4)	Zielgruppen	5
§ 4	Aufbau und Gliederung des Universitätslehrgangs	5
§ 5	Typen von Lehrveranstaltungen	6
§ 6	Studieninhalt und Studienverlauf	6
§ 7	Wahlmodule	8
7.1	Gebundene Wahlmodule.....	8
7.2	Wahlpflichtmodule	14
§ 8	Master-Thesis.....	14
§ 9	Auslandsmodule	15
§ 10	Prüfungen.....	15
§ 11	Masterprüfung	15
§ 12	Lehrgangsbeitrag	15
§ 13	Evaluierung	15
§ 14	Inkrafttreten	16
§ 15	Übergangsbestimmungen.....	16
	Anhang I: Modulbeschreibungen für den International Executive MBA „IEMBA“.....	17

Der Senat der Paris Lodron-Universität Salzburg hat in seiner Sitzung am 08.03.2016 das von der Curricularkommission Management der Universität Salzburg in der Sitzung vom 22.02.2016 beschlossene Curriculum für den Universitätslehrgang „International Executive MBA (IEMBA)“ in der nachfolgenden Fassung erlassen.

Rechtsgrundlage sind das Bundesgesetz über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002 – UG), BGBI. 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 „International Executive MBA (IEMBA)“ beträgt 90 ECTS-Anrechnungspunkte. Es handelt sich um ein berufsbegleitendes Teilzeitstudium und umfasst vier Semester. Absolventinnen und Absolventen wird der akademische Grad „International Executive MBA“, abgekürzt „MBA“ verliehen.
- (2) 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.
- (3) 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 „International Executive MBA (IEMBA)“ ist das Vorliegen eines international anerkannten Studienabschlusses einer postsekundären Bildungseinrichtung in einem fachlich relevanten Studienbereich und fünfjähriger Berufspraxis.

Es können in begründeten Einzelfällen auch Personen in den Universitätslehrgang aufgenommen werden, die kein abgeschlossenes Universitätsstudium nachweisen können. Voraussetzung ist hier, dass diese Personen mindestens fünf Jahre einschlägige Berufserfahrung im Bereich des General Managements oder einem der Spezialisierungsbereiche, davon mindestens dreijährige Tätigkeit in Führungspositionen, zusätzlich zur allgemeinen Hochschulreife aufweisen.

- (2) Die Bewerberinnen und Bewerber um eine Teilnahme am Lehrgang müssen zwei voneinander unabhängige Empfehlungsschreiben vorlegen, die insbesondere Auskunft über die Qualität der bisherigen Berufspraxis, Art der Erfahrung, Spezialkenntnisse und über besondere Befähigungen in einem den Lehrgang berührenden Themenbereich geben. Die Empfehlungsschreiben sind bevorzugt von Vorgesetzten oder Ausbildungsleiterinnen und Ausbildungsleitern zu verfassen.
- (3) Zu einem Jahrgang des „International Executive MBA (IEMBA)“ werden pro Spezialisierungsbereich bis zu 30 Studierende zugelassen.
- (4) Jede Bewerberin und jeder Bewerber um einen Studienplatz hat sich einem Aufnahmeverfahren zu unterwerfen. Ziel des Aufnahmeverfahrens ist es, die fachlichen und persönlichen Qualitäten und Zielsetzungen der Bewerber in Hinblick auf die Erfordernisse des Lehrgangs zu ermitteln. Das Aufnahmeverfahren findet in englischer und 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 die Berufsqualifikation, der Studienerfolg, die Ergebnisse des Aufnahmeverfahrens.

gespräches, die Reihenfolge des Einlangens der Bewerbungen, der Branchenmix, der ausgewogene Anteil an Damen und Herren sowie die Internationalität im Jahrgang.

- (7) Über die Aufnahme zum Universitätslehrgang entscheidet die Lehrgangsleitung.

§ 3 Qualifikationsprofil, Berufsfelder und Zielgruppen

(1) Gegenstand des Universitätslehrgangs

Der „International Executive MBA (IEMBA)“ wendet sich an Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte, 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 des General Managements, Leadership und soziale Kompetenzen auch eine Reihe vertiefender Spezialisierungsmodule angeboten. Ziel ist es, die Führungsqualitäten und die Managementqualitäten der Studierenden wesentlich zu steigern.

Um dieses Ziel zu erreichen, fokussiert der „International Executive MBA (IEMBA)“ sechs 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 ein zentrales Ziel dieses MBAs.
- 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 berufsrelevanten Themenfeld.
- Qualifizierungsziel 6 – Erweiterung des Ausbildungshorizonts durch ein zusätzliches internationales Modul, indem ausgewählte Themen des General Managements in einen internationalen Business Kontext gesetzt werden.

(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen (Learning Outcomes)

Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs eignen sich Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen in vier Schwerpunktbereichen an:

- 1) General Management
- 2) Leadership und soziale Kompetenzen
- 3) Spezialisierungsfach
- 4) Vertiefungswissen in einem Globalen Markt

Bereich General Management:

Absolventinnen und Absolventen ...

- haben ein fundiertes Überblickswissen im Bereich des General Managements, das an neu-este Erkenntnisse in diesem Bereich anknüpft
- kennen alle wesentlichen Methoden und Instrumente für eine erfolgreiche Unternehmensfüh-
rung und können diese anwenden
- Können Ergebnisse in Wirkung und Qualität beurteilen.

Dazu eignen sie sich insbesondere folgende Kompetenzen und Fähigkeiten an:

- sie kennen die für eine erfolgreiche finanzielle Unternehmenssteuerung erforderlichen Con-trolling-Prozesse und –Instrumente, sie können mit Kennzahlen zur Beurteilung der Vermö-gens-, Ertrags- und Finanzlage eines Unternehmens steuern und ihre Bezüge zur Rech-nungslegung herleiten, Marketingkonzepte und Strategien entwickeln und beurteilen, Märkte auf ihre wesentlichen Eigenschaften hin untersuchen, ein Strategiekonzept entwickeln und implemen-tieren, Maßnahmen und Projekte auf operativer Ebene entwickeln und implemen-tieren, sie kennen die wesentlichen Elemente der Investitionspolitik, wissen wie man eine strategische Personalplanung entwickelt und mit welchen Instrumenten Personal gewonnen, gehalten und weiter entwickelt wird, lernen mittels einer Business Simulation die wechselsei-tigen Einflussfaktoren der Unternehmensführung zu beurteilen und in komplexen Entschei-dungssituationen methodische, rationale und effektive Entscheidungen zu treffen.

Bereich Leadership:

Absolventinnen und Absolventen ...

- lernen ihre persönlichen führungsrelevanten Stärken und Schwächen kennen und damit um-zugehen, 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 Gen-der-/Diversity Themen identifizieren und in die Steuerung von Gruppenverhalten einbauen, die Risiken der Gruppendynamik für einen aktiv gesteuerten Leistungsprozess aktiv minimie-ren, Changemanagementprozesse initiieren, planen und umsetzen.

Bereich Schwerpunktsetzung:

Absolventinnen und Absolventen ...

- erhalten die Möglichkeit sich aus einem umfassenden Katalog von Vertiefungsmöglichkeiten auf das eigene Berufsumfeld abgestimmte Themen anzueignen. Die Spezialisierungsmög-lichkeiten weisen inhaltlich alle ein ähnliches Muster auf. Es wird ein theoretisches Über-blickswissen präsentiert und darauf aufbauend in allen Themenbereichen spezielle Metho-den, Verfahren und Regulatorien für Führungskräfte in diesen Bereichen angeboten. Der Ka-talog an Vertiefungsthemen kann aus der Darstellung in § 7 entnommen werden.

Bereich „Globale Märkte“:

Absolventinnen und Absolventen ...

- sind in der Lage die theoretischen Planungsmodelle für Internationalisierungsstrategien in einem konkreten außereuropäischen Markt umzusetzen. Sie können die wesentlichen Markteintrittsfaktoren wie Marktchancen und –risiken, Recht, Finanzierung, Human Resource Faktoren identifizieren und in konkrete Eintrittsstrategien integrieren
- verstehen das politische, historische und gesellschaftliche System der jeweiligen Märkte, wissen wie Innovationspotentiale in den Märkten erkannt und gefördert werden können, wel-
che Merkmale erfolgreiche Marketingstrategien aufweisen und wie Brandingstrategien ge-
plant und umgesetzt werden
- Können die finanziellen Möglichkeiten der Projektfinanzierung in den jeweiligen Märkten iden-tifizieren und deren Vor- und Nachteile bewerten sowie die markttypischen Risiken

- wissen wie marktspezifische Human Resource Strategien von der Gewinnung, Entlohnung, der Weiterentwicklung bis zur Verabschiedung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern funktionieren und können darauf aufbauend, passende HR Strategien entwickeln.

(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 Führungspotentiale einer vertieften Qualifikation unterzogen haben, ist nach wie vor groß. Dabei hat sich aber insbesondere in den letzten Jahren herausgestellt, dass neben einem generalistischen Management Grundverständnis auch Fach- und themenspezifische Vertiefungen gefragt sind. Gesucht sind insbesondere Ausbildungen, die eine hohe akademische Qualität mit einer ausgeprägten Praxisrelevanz und Anwendbarkeit im beruflichen Alltag verbinden. Der „International Executive MBA (IEMBA)“ zielt auf diese Bedürfnisse ab.

Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrgangs „International Executive MBA (IEMBA)“ stehen u.a. folgende Berufsfelder offen:

- Führungsfunktion in KMUs und Großunternehmen
- Leitung von internationalen Projekten oder federführende Planungsaufgaben in Stäben
- Unternehmensberatung, vor allem im Bereich der Schwerpunktsetzungen
- Unternehmerinnen und Unternehmer

(4) Zielgruppen

Der „International Executive MBA (IEMBA)“ steht in erster Linie folgenden Zielgruppen offen:

- Führungskräften in allen Wirtschaftssparten – bevorzugt in jenen, in denen die Vertiefungsbereiche eine hohe Relevanz haben
- Nachwuchsführungskräften, die auf eine verantwortungsvolle Führungsaufgabe vorbereitet werden sollen
- Projektmanagerinnen und Projektmanagern, die sich auf eine internationale Projektmanager Karriere vorbereiten möchten
- Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberatern
- Unternehmerinnen und Unternehmern

§ 4 Aufbau und Gliederung des Universitätslehrgangs

Der Universitätslehrgang „International Executive MBA (IEMBA)“ beinhaltet 8 Module, für die 75 ECTS-Anrechnungspunkte vorgesehen sind. Weiters sind 14 ECTS-Anrechnungspunkte für die Abschlussarbeit/Master-Thesis und 1 ECTS-Anrechnungspunkt für die Masterprüfung veranschlagt.

	ECTS
Modul 1: Management Core – Strategisches Management in einer globalen Wirtschaft	9
Modul 2: Management Core – Finanzmanagement	9
Modul 3: Management Core – Business Simulation and Law	5
Modul 4: Leadership – Führung und Gruppe	7
Modul 5: Leadership – Führung, Organisation und Wandel	7
Modul 6: Transfersicherung	8

Gebundene Wahlmodule	22
Aus dem Katalog der gebundenen Wahlmodule (siehe § 7.1) ist eine der im folgenden aufgelisteten Schwerpunktsetzungen zu wählen. Dazu sind in der jeweiligen Schwerpunktsetzung Module im Umfang von mindestens 22 ECTS zu wählen.	
<ul style="list-style-type: none">- Public Management- Health Care Management- Projekt- und Prozessmanagement- International Strategy and Market Development- Family Business- Qualitäts- und Risikomanagement- Tourismus- und Eventmanagement- Versicherungsmanagement- General Management und Entrepreneurship	
Wahlpflichtmodule	8
Aus dem Katalog der Wahlpflichtmodule (siehe § 7.2) ist eines zu wählen.	
<ul style="list-style-type: none">- Global Business Development – North America- Global Business Development – Asia	
Master-Thesis	14
Masterprüfung	1
Summe	90

§ 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. Es besteht 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 prüfungs-immanente Lehrveranstaltung.

Die Dauer einer Unterrichtseinheit beträgt 45 Minuten.

§ 6 Studieninhalt und Studienverlauf

Im Folgenden sind die Module und Lehrveranstaltungen des Universitätslehrgangs „International Executive MBA (IEMBA)“ aufgelistet. Die Zuordnung zur Semesterfolge ist eine Empfehlung und stellt sicher, dass die Abfolge der Lehrveranstaltungen optimal auf das Vorwissen aufbaut.

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

Universitätslehrgang „International Executive MBA (IEMBA)“

Modul	Lehrveranstaltung	SS.	Typ	ECTS	Semester mit ECTS			
					I	II	III	IV

(1) Pflichtmodule

Modul 1 Management Core – Strategisches Management in einer globalen Wirtschaft

M 1.1 Teambuilding und Human Resource-Management	1,5	UV	3	3				
M 1.2 Marketing und strategisches Management	2	UV	3	3				
M 1.3 Volkswirtschaftliche Zusammenhänge	1,5	UV	3	3				
Zwischensumme Modul 1	5		9	9				

Modul 2 Management Core – Finanzmanagement

M 2.1 Bilanzierung und Bilanzanalyse	2	UV	3	3				
M 2.2 Kostenrechnung und Kostenmanagement	1,5	UV	3	3				
M 2.3 Investition und Finanzierung	1,5	UV	3	3				
Zwischensumme Modul 2	5		9	9				

Modul 3 Management Core – Business Simulation and Law

M 3.1 Projekt-, Prozess- und Business Simulation	3	UV	3	3				
M 3.2 Business Law	2	UV	2	2				
Zwischensumme Modul 3	5		5	5				

Modul 4 Leadership – Führung und Gruppe

M 4.1 Leadership und Social Competence	3	UV	4		4			
M 4.2 Gruppendynamik und Organisationspsychologie	2	UV	3		3			
Zwischensumme Modul 4	5		7		7			

Modul 5 Leadership – Führung, Organisation und Wandel

M 5.1 Changemanagement 1: Leadership and Change	3	UV	4		4			
M 5.2 Changemanagement 2: Organisation and Change	2	UV	3		3			
Zwischensumme Modul 5	5		7		7			

Modul 6 Transfersicherung

M 6.1 Begleitendes Projekt	2	UE	8		8			
Zwischensumme Modul 6	2		8		8			

Summe Pflichtmodule	27		45	23	22			
----------------------------	-----------	--	-----------	-----------	-----------	--	--	--

(2) Wahlmodule lt. § 7

Summe gebundene Wahlmodule (lt. § 7.1)		22			22	
Summe Wahlpflichtmodule (lt. § 7.2)		8				8

(4) Master-Thesis		14				14
--------------------------	--	-----------	--	--	--	-----------

(5) Masterprüfung		1				1
--------------------------	--	----------	--	--	--	----------

Summen Gesamt	27		90	23	22	22	23
----------------------	-----------	--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

§ 7 Wahlmodule

7.1 Gebundene Wahlmodule

Im Sinne einer Schwerpunktsetzung sind die einem Schwerpunkt zugeordneten gebundenen Wahlmodule im Umfang von 22 ECTS zu absolvieren. Unterschiedliche Schwerpunkte weisen eine unterschiedliche Anzahl von gebundenen Wahlmodulen auf – der Umfang jedes Schwerpunktes umfasst immer 22 ECTS. Bis auf den Schwerpunkt „Business Excellence und Risikomanagement“ sind jeweils alle einem Schwerpunkt zugeordneten gebundenen Wahlmodule zu absolvieren. Beim Schwerpunkt „Business Excellence und Risikomanagement“ werden sechs zugeordnete gebundene Wahlmodule angeboten, von denen zwei im Umfang von 22 ECTS zu absolvieren sind.

Schwerpunkt 1: Public Management						
Gebundenes Wahlmodul 1.1 Public Management – Öffentliches Finanz-, Personal- und Wirkungsmanagement						
W 1.1.1 Öffentliches Finanzwesen	3	UV	4			4
W 1.1.2 Human Resource Management im öffentlichen Sektor	2	UV	3			3
W 1.1.3 Ausgewählte Beispiele innovativer Verwaltungslösungen	3	UV	4			4
Summe Wahlmodul 1.1	8		11			11
Gebundenes Wahlmodul 1.2 Public Management – Strategie, IKT und Innovationsmanagement im öffentlichen Sektor						
W 1.2.1 Strategisches Public Management	3	UV	5			5
W 1.2.2 Operatives Public Management	2	UV	3			3
W 1.2.3 Innovationsmanagement im Public Management	2	UV	3			3
Summe Wahlmodul 1.2	7		11			11

Schwerpunkt 2: Health Care Management							
Gebundenes Wahlmodul 2.1 Health Care Management – Steuerung und spezielle Rahmenbedingungen							
W 2.1.1 Operatives und strategisches Controlling in Gesundheitseinrichtungen	2	UV	3			3	
W 2.1.2 Health Care Marketing	2	UV	3			3	
W 2.1.3 Spezielle Themen des Managements in Gesundheitseinrichtungen	2	UV	3			3	
W 2.1.4 Patientensteuerung	2	UV	2			2	
Summe Wahlmodul 2.1	8		11			11	
Gebundenes Wahlmodul 2.2 Health Care Management – Human Resources und Qualitätsmanagement]							
W 2.2.1 Informationsmanagement und Business Intelligence	1,5	UV	2			2	
W 2.2.2 Health Care Logistics	1	UV	2			2	
W 2.2.3 Public Health und Gesundheitsökonomie	2	UV	3			3	
W 2.2.4 Medizinisches Qualitätsmanagement und Ethik	1,5	UV	2			2	
W 2.2.5 HR im Gesundheitswesen	1	UV	1			1	
W 2.2.6 Ausgewählte Rechtsthemen für Führungskräfte im Gesundheitswesen	1	UV	1			1	
Summe Wahlmodul 2.2	8		11			11	
Schwerpunkt 3: Projekt- und Prozessmanagement							
Gebundenes Wahlmodul 3.1 Projekt- und Prozessmanagement – Projektmanagement							
W 3.1.1 Grundlagen des Projektmanagements	3	UV	4			4	
W 3.1.2 Prozesse des Projektmanagements	2	UV	3			3	
W 3.1.3 Spezielle Methoden des Projektmanagements	3	UV	4			4	
Summe Wahlmodul 3.1	8		11			11	
Gebundenes Wahlmodul 3.2 Projekt- und Prozessmanagement – Prozessmanagement							
W 3.2.1 Grundlagen des Prozessmanagements	3	UV	5			5	
W 3.2.2 Change und Qualitätsmanagement	2	UV	3			3	
W 3.2.3 Methoden und Anwendungsbereiche des Prozessmanagements	2	UV	3			3	
Summe Wahlmodul 3.2	7		11			11	

Schwerpunkt: 4 International Strategy and Market Development							
Gebundenes Wahlmodul 4.1 International Strategy and Market Development – International Finance							
W 4.1.1 Shareholder Value Analysis and Financial Risk Management	2	UV	3			3	
W 4.1.2 Financial Markets	1,5	UV	2			2	
W 4.1.3 Market Research	1,5	UV	3			3	
Summe Wahlmodul 4.1	5		8			8	
Gebundenes Wahlmodul 4.2 International Strategy and Market Development – Strategies of Globalisation							
W 4.2.1 International Marketing and Sales Management	1,5	UV	2			2	
W 4.2.2 Strategies of International Management	1,5	UV	2			2	
W 4.2.3 International Technology and Innovation Management	1	UV	1			1	
W 4.2.4 Lean Management and Internationalisation	1	UV	2			2	
Summe Wahlmodul 4.2	5		7			7	
Gebundenes Wahlmodul 4.3 International Strategy and Market Development – Doing Business in Russia							
W 4.3.1 Strategic Management in Russia	1	UV	1			1	
W 4.3.2 Communication, Marketing and Intercultural Affairs in Russia	1,5	UV	2			2	
W 4.3.3 The Political, Legal, Economic and Business Environment in Russia	1,5	UV	2			2	
W 4.3.4 The Russian Market	1	UV	2			2	
Summe Wahlmodul 4.3	5		7			7	
Schwerpunkt 5: Family Business							
Gebundenes Wahlmodul 5.1: Family Business – Grundlagen des Managements von Familienunternehmen							
W 5.1.1 Kernelemente der erfolgreichen Führung von Familienunternehmen	2	UV	3			3	
W 5.1.2 Vermögensmanagement und Unternehmensfinanzierung	3	UV	5			5	
Summe Wahlmodul 5.1	5		8			8	
Gebundenes Wahlmodul 5.2 Family Business – Erfolgsfaktoren im Familienunternehmen							
W 5.2.1 Familie und Unternehmertum	1	UV	1			1	
W 5.2.2 Familyness als Wettbewerbsvorteil	2	UV	3			3	
W 5.2.3 Soziale Kompetenzen	2	UV	3			3	
Summe Wahlmodul 5.2	5		7			7	

Gebundenes Wahlmodul 5.3: Family Business – Recht und Innovation im Familienunternehmen							
W 5.3.1 Ausgewählte Rechtsbereiche für die Führung von Familienunternehmen	2,5	UV	4			4	
W 5.3.2 Innovation und Nachhaltigkeit	2,5	UV	3			3	
Summe Wahlmodul 5.3	5		7			7	

Schwerpunkt 6: Qualitäts- und Risikomanagement							
Aus den gebundenen Wahlmodulen 6.1-6.6 ist ein gebundenes Wahlmodul im Umfang von 15 ECTS und ein gebundenes Wahlmodul im Umfang von 7 ECTS zu wählen.							
Gebundenes Wahlmodul 6.1 Qualitäts- und Risikomanagement – Risikomanagement							
W 6.1.1 Grundlagen des Risikomanagements	2	UV	3			3	
W 6.1.2 Aufbau Risikomanagementsysteme	3	UV	4			4	
Summe Wahlmodul 6.1	5		7			7	

Gebundenes Wahlmodul 6. 2 Qualitäts- und Risikomanagement – Business Excellence							
W 6.2.1 Grundlagen Unternehmensqualität und Excellence							
W 6.2.2 Umsetzung Unternehmensqualität und Excellence	2	UV	3			3	
W 6.2.3 Assessorinnen- und Assessorentraining	1	UE	1			1	
Summe Wahlmodul 6.2	5		7			7	

Gebundenes Wahlmodul 6.3 Qualitäts- und Risikomanagement – Corporate Social Responsibility (CSR)							
W 6.3.1 Grundlagen der CSR							
W 6.3.2 Spezielle Probleme der CSR	2	UV	3			3	
Summe Wahlmodul 6.3	5		7			7	

Gebundenes Wahlmodul 6.4 Qualitäts- und Risikomanagement – Qualitätsmanagement							
W 6.4.1 Qualitätsmanagementsysteme							
W 6.4.2 Integrierte Managementsysteme	4	UV	6			6	
Summe Wahlmodul 6.4	10		15			15	

Gebundenes Wahlmodul 6.5 Qualitäts- und Risikomanagement – Umweltmanagement							
W 6.5.1 Umweltmanagementsysteme							
W 6.5.2 Integrierte Managementsysteme	4	UV	6			6	
Summe Wahlmodul 6.5	10		15			15	

Gebundenes Wahlmodul 6.6 Qualitäts- und Risikomanagement – Sicherheitsmanagement							
W 6.6.1 Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsysteme	6	UV	9			9	
W 6.6.2 Integrierte Managementsysteme	4	UV	6			6	
Summe Wahlmodul 6.6	10		15			15	

Schwerpunkt 7: Marketing & Vertrieb							
Gebundenes Wahlmodul 7.1 Marketing & Vertrieb – Marketing							
W 7.1.1 Grundlagen des Marketings/Marketingmanagements	2	UV	4			4	
W 7.1.2 Social Media Marketing	1	UV	1			1	
W 7.1.3 Grundlagen der Marktforschung	1	UV	2			2	
W 7.1.4 Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten	1	UV	1			1	
W 7.1.5 Integrierte Kommunikation	1	UV	2			2	
W 7.1.6 Beziehungsmanagement (Customer, Supplier)	1	UV	1			1	
W 7.1.7 Rechtliche Grundlagen für Führungskräfte im Marketing	1	UV	1			1	
Summe Wahlmodul 7.1	8		12			12	

Gebundenes Wahlmodul 7.2 Marketing & Vertrieb – Vertrieb							
W 7.2.1 Vertriebssorganisation/-planung	2	UV	3			3	
W 7.2.2 Vertriebssysteme/-strategie	1	UV	2			2	
W 7.2.3 CRM	2	UV	3			3	
W 7.2.4 Key Account Management	1	UV	1			1	
W 7.2.5 Rechtliche Grundlagen Vertrieb	1	UV	1			1	
Summe Wahlmodul 7.2	7		10			10	

Schwerpunkt 8: Versicherungsmanagement							
Gebundenes Wahlmodul 8.1 Versicherungsmanagement – Versicherungswirtschaft							
W 8.1.1 Grundlagen Versicherungswirtschaft	2	UV	4			4	
W 8.1.2 Rechtliche Grundlagen im Versicherungswesen	2	UV	3			3	
W 8.1.3 Personen-/Sachversicherung	1	UV	2			2	
W 8.1.4 Finanzierung/Rückversicherung	2	UV	2			2	
W 8.1.5 Kommunikation/Präsentation	1	UE	1			1	
Summe Wahlmodul 8.1	8		12			12	

Gebundenes Wahlmodul 8.2 Versicherungsmanagement – Versicherungsunternehmen							
W 8.2.1 Produkte der Versicherungswirtschaft	2	UV	2			2	
W 8.2.2 Versicherungsvertragsrecht	1	UV	2			2	
W 8.2.3 Rechtliche Grundlagen für die Tätigkeit des Versicherungsmaklers	2	UV	3			3	
W 8.2.4 Versicherungssteuer- und Versicherungsaufsichtsrecht	1	UV	2			2	
W 8.2.5 Kommunikation/Präsentation	1	UE	1			1	
Summe Wahlmodul 8.2	7		10			10	

Schwerpunkt 9: Tourismus- & Eventmanagement							
Gebundenes Wahlmodul 9.1 Tourismus- & Eventmanagement – Tourismusmanagement und Hospitality Management							
W 9.1.1 Grundlagen Tourismusmanagement / Sustainable Tourism	2	UV	3			3	
W 9.1.2 Marketing und Verkauf im Tourismus	1	UV	2			2	
W 9.1.3 Unternehmensführung in Gastronomie und Hotellerie	1	UV	2			2	
W 9.1.4 Tourist Behaviour	1	UV	1			1	
W 9.1.5 Destinationsmanagement und -marketing	1	UV	2			2	
W 9.1.6 Tourismus und Innovation	1	UV	1			1	
W 9.1.7 Rechtliche Grundlagen für Führungskräfte im Tourismus	1	UV	1			1	
Summe Wahlmodul 9.1	8		12			12	

Gebundenes Wahlmodul 9.2 Tourismus & Eventmanagement – Event Management							
W 9.2.1 Grundlagen Eventmanagement/-design/-dramaturgie	1	UV	3			3	
W 9.2.2 Sicherheits-, Qualitäts- und Risikomanagement	1	UV	1			1	
W 9.2.3 Logistik bei Events	1	UV	1			1	
W 9.2.4 Eventmarketing	1	UV	2			2	
W 9.2.5 Projekt- und Prozessmanagement	1	UV	1			1	
W 9.2.6 Aktuelle Trends im Eventmanagement	1	UV	1			1	
W 9.2.7 Rechtliche Grundlagen im Eventmanagement	1	UV	1			1	
Summe Wahlmodul 9.2	7		10			10	

Schwerpunkt 10: General Management und Entrepreneurship							
Gebundenes Wahlmodul 10.1 General Management und Entrepreneurship – General Management							
W 10.1.1 Innovationsmanagement	2	UV	3			3	
W 10.1.2 Lean Management	1	UV	2			2	

W 10.1.3 Marketing und Vertrieb	2	UV	3			3	
W 10.1.4 Risikomanagement	2	UV	2			2	
Summe Wahlmodul 10.1	7		10			10	

Gebundenes Wahlmodul 10.2 General Management und Entrepreneurship – Entrepreneurship

W 10.2.1 Entrepreneurship	2	UV	3			3	
W 10.2.2 Leadership	2	UV	3			3	
W 10.2.3 Vertiefung Strategisches Management	2	UV	3			3	
W 10.2.4 Business-Modelling	1	UV	2			2	
W 10.2.5 Marktanalyse	1	UV	1			1	
Summe Wahlmodul 10.2	8		12			12	

7.2 Wahlpflichtmodule

Eines der beiden folgenden Wahlpflichtmodule ist zu absolvieren.

Wahlpflichtmodul 1: Global Business Development – North America

WP 1.1 The North American Business Environment	1,5	UV	2			2
WP 1.2 Strategies of Internationalisation	2	UV	2			2
WP 1.3 Cross-cultural Management	1	UV	2			2
WP 1.4 Aspects of Global Entrepreneurship	1,5	UV	2			2
Summe Wahlpflichtmodul 1	6		8			8

Wahlpflichtmodul 2: Global Business Development – Asia

WP 2.1 Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture	1	UV	1			1
WP 2.2 International Markets and Marketing: China	1	UV	2			2
WP 2.3 Legal and Regulatory Frameworks: China	1	UV	1			1
WP 2.4 Human Resource Management in China	1	UV	2			2
WP 2.5 Investment Strategies and Entrepreneurial Aspects	2	UV	2			2
Summe Wahlpflichtmodul 2	6		8			8

§ 8 Master-Thesis

- (1) Die Master-Thesis hat theoretische und anwendungsorientierte Teile zu enthalten. Schwerpunktmaßig erworbenes Wissen und Kompetenzen sind auf konkrete (berufspraktische) Frage- und Problemstellungen anzuwenden. Die Master-Thesis ist mit 14 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet. Die Anforderungen für die Abschlussarbeit bzw. Master-Thesis sind:

Die Master Thesis ist eigenständig und in Einzelarbeit zu verfassen. Der Textteil (d.h. die Arbeit ohne Inhalts-, Literatur- oder Abbildungsverzeichnis) soll einen Umfang von 80-90 Seiten aufweisen.

Die Master-Thesis soll eine wissenschaftliche Fragestellung mit Bezug zu dem gewählten Schwerpunktbereich bearbeiten oder eine umfangreiche Case Study sein; die Arbeit soll ins-

besondere den Transfer des erworbenen Wissens in die Praxis nachweisen: Die Master-Thesis soll zeigen, dass der Verfasser/die Verfasserin in der Lage ist, Probleme zu erkennen und das erworbene Wissen in der Problemanalyse und der Erarbeitung von Lösungsvorschlägen umsetzen kann. Interdisziplinäre Zusammenhänge sollen nach Möglichkeit aufgezeigt werden.

- (2) Die Beurteilung der Master-Thesis und die Abhaltung der Prüfung über die Master-Thesis erfolgt durch die Lehrgangsleitung oder eine von der Lehrgangsleitung benannte Person, die aus dem Pool der Lehrgangsreferentinnen und –referenten oder des Lehrgangspersonals der Universität Salzburg stammt oder die eine andere fachlich einschlägig hochqualifizierte Person sein kann. Erfolgt die Beurteilung der Master-Thesis nicht durch die Lehrgangsleitung, so ist die Begutachtung und Benotung mit der Lehrgangsleitung abzustimmen.

§ 9 Auslandsaufenthalte

Der Universitätslehrgang „International Executive MBA (IEMBA)“ beinhaltet je nach Spezialisierung bis zu fünf Auslandsaufenthalte:

- Marburg bei Frankfurt
- Moskau
- London
- Washington und Toronto
- Shanghai und Bangkok

(Die Veranstaltungsorte können sich ändern)

§ 10 Prüfungen

Es gelten die Bestimmungen der §§ 72-79 UG 2002 und der studienrechtliche Teil der Satzung der Universität Salzburg.

§ 11 Masterprüfung

- (1) Der Universitätslehrgang „International Executive MBA (IEMBA)“ wird mit einer kommissionellen Masterprüfung im Ausmaß von 1 ECTS-Anrechnungspunkt abgeschlossen.
- (2) Voraussetzung für die kommissionelle Masterprüfung ist der Nachweis der positiven Absolvierung aller vorgeschriebenen Prüfungen und der Master-Thesis.
- (3) Die kommissionelle Masterprüfung besteht aus einer Präsentation und Verteidigung der Masterthesis.

§ 12 Lehrgangsbeitrag

Für den Besuch des Lehrgangs haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen Lehrgangsbeitrag zu entrichten.

§ 13 Evaluierung

Der Universitätslehrgang wird unter Mitwirkung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, der Referentinnen und Referenten und der Lehrgangsleitung laufend evaluiert.

§ 14 Inkrafttreten

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

§ 15 Übergangsbestimmungen

- (1) Studierende, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Curriculums für den Universitätslehrgang International Executive MBA an der Paris Lodron-Universität Salzburg (Version 2010W, Mitteilungsblatt – Sondernummer 175, 15. Juli 2010) gemeldet sind, sind berechtigt, ihr Studium bis längstens 30.09.2020 abzuschließen.
- (2) Die Studierenden sind berechtigt, sich jederzeit freiwillig innerhalb der Zulassungsfristen diesem Curriculum zu unterstellen. Eine diesbezügliche schriftliche unwiderrufliche Erklärung ist an die Studienabteilung zu richten.

Anhang I: Modulbeschreibungen für den International Executive MBA „IEMBA“

Modulbezeichnung	Management Core – Strategisches Management in einer globalen Wirtschaft
Modulcode	M 1
Arbeitsaufwand gesamt	9 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none">- kennen den Prozess des Werdens einer Gruppe, reflektieren diesen kritisch und finden Halt in der Gruppe.- kennen Persönlichkeitsmodelle und können diese bei der Behandlung unterschiedlicher Menschentypen anwenden.- kennen grundlegende Managementmodelle als Bezugsrahmen zielorientierter Unternehmensführung.- kennen die Zielkonflikte und Schlüsselherausforderungen in der Führung eines Unternehmens.- kennen die Grundlagen markt- und kundenorientierter Unternehmensführung und können Marketing und Marketing-Management mit seinen vier „P's“ definieren.- verstehen, wie und wodurch das Kaufverhalten von Kunden beeinflusst und Kundenbindung erreicht wird.- kennen die internen und externen Einflüsse auf die Preispolitik und die Reaktionsmöglichkeiten- können Marktveränderungen sowie Stärken und Schwächen des Unternehmens im Wettbewerbsumfeld analysieren, beurteilen und den strategischen Handlungsbedarf ableiten.- kennen Methoden zum Aufbau von Wettbewerbsvorteilen und können diese anwenden.- kennen die grundlegenden Konzepte und Instrumente der strategischen Unternehmensplanung und können die Erfolgsaussichten von Strategien beurteilen und Strategien selbst entwickeln.- kennen und verstehen die Elemente eines integrierten strategischen und operativen Planungsprozesses in einem volatilen Umfeld.- kennen die grundlegenden Instrumente der Makroökonomie und verstehen die grundlegenden Zusammenhänge einer Volkswirtschaft.
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none">- 4 Phasen der gruppendifamischen Entwicklung einer Gruppe- Reflexion der eigenen Rolle in der Gruppe- Bildung einer leistungsfähigen, sich unterstützenden Gemeinschaft- Grundlegende Managementmodelle als Bezugsrahmen der Führung- Elemente ganzheitlicher Unternehmensführung- Messgrößen des kurz- und langfristigen Unternehmenserfolgs- Anspruchsgruppen und Wettbewerbsbedingungen- der Marketingprozess und seine vier „P's“- Marktsegmentierung, Preisstrategien und -politik- Branding- Grundlagen der Strategieentwicklung und der strategischen Unternehmensplanung- Wettbewerbsstrategien, -positionierung, Wettbewerbsvorteile- Grundlegende strategische Konzepte und Instrumente (Kernkompetenzen,

	<ul style="list-style-type: none"> - PIMS, Produktlebenszyklus, Erfahrungskurve, Portfolio - Erfolgsfaktoren der Strategieumsetzung - Grundlegende Funktionsweise und Zusammenhänge einer Volkswirtschaft, volkswirtschaftliche Gesamtrechnung - Aktuelle makro-ökonomische Entwicklungen
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> M 1.1 UV Teambuilding und Human Resource-Management M 1.2 UV Marketing und strategisches Management M 1.3 UV Volkswirtschaftliche Zusammenhänge
Prüfungsart	Modulteilprüfungen (schriftliche Prüfung, Fallstudien)

Modulbezeichnung	Modul 2: Management Core – Finanzmanagement
Modulcode	M 2
Arbeitsaufwand gesamt	9 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die für eine erfolgreiche finanzielle Unternehmenssteuerung erforderlichen Controlling-Prozesse und -Instrumente. - kennen den grundlegenden Aufbau und die Zusammenhänge wesentlicher finanzieller Steuerungsinstrumente, insbesondere von Bilanz, Gewinn und Verlustrechnung und Cashflow-Statement. - kennen den Unterschied zwischen Aufwand/Ertrag, Auszahlung/Einzahlung, Kosten/Leistungen und können die Auswirkungen von Geschäftstransaktionen auf diese bewerten. - kennen die wichtigsten Kennzahlen zur Beurteilung der Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage eines Unternehmens und können diese auf Basis des Rechnungswesens herleiten. Können die finanzielle Performance eines Unternehmens mit Hilfe von Kennzahlen in Relation zum Wettbewerb beurteilen. - kennen die Funktionsweise und Limitationen der wesentlichen Investitionsrechnungsverfahren. - können Investitionen auf Ihre Vorteilhaftigkeit beurteilen. - können den Kapitalbedarf mit Hilfe von Finanzplänen bestimmen und investorengerecht aufbereiten. - kennen die grundlegenden Formen der Unternehmensfinanzierung und deren Vor- und Nachteile. - können die Kapitalkosten eines Unternehmens auf Basis der Kapitalstruktur bestimmen. - kennen wichtige Finanzierungsregeln und –grundsätze. - verstehen die Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung. - kennen Ziele, Aufbau und Zusammenhänge der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung. - kennen die Einsatzmöglichkeiten der Kosten- und Leistungsrechnung und können diese zur Fundierung von Entscheidungen einsetzen. - können Produkte und Dienstleistungen kalkulieren.
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Regelkreis und Mindestinstrumente des Controllings. - Arten von Kennzahlen

	<ul style="list-style-type: none"> - Rechnungslegungsspezifische Grundlagen zur Kennzahlenanalyse - Steuerungswirkung von Kennzahlen - Aufgaben und Ziele der Kostenrechnung <ul style="list-style-type: none"> o Zentrale Instrumente der Kostenrechnung (z.B. Kostenrechnungssysteme der Voll- und Teilkostenrechnung) o kurzfristige Erfolgsrechnung o Stufenweise Deckungsbeitragsrechnung - sowie ihre Eignung für das Kostenmanagement
Lehrveranstaltungen	<p>M 2.1 UV Bilanzierung und Bilanzanalyse</p> <p>M 2.2 UV Kostenrechnung und Kostenmanagement</p> <p>M 2.3 UV Investition und Finanzierung</p>
Prüfungsart	Schriftliche Prüfung mit Fallanalyse

Modulbezeichnung	Modul 3: Management Core – Business Simulation and Law
Modulcode	M 3
Arbeitsaufwand gesamt	5 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, den Blick der Geschäftsführung einzunehmen und die Schlüsselherausforderungen zu verstehen. - sind in der Lage, typische Zielkonflikte in der Unternehmensführung abzuwägen. - sind in der Lage, „Zahlenmaterial“ in Erkenntnisse und Entscheidungen umzuwandeln. - sind in der Lage, Controlling-Instrumente wie Kosten-, Performance- & Shareholdervalue-Management anzuwenden. - sind in der Lage, Budgets und Finanzpläne auch unter unsicheren Bedingungen zu erstellen. - sind in der Lage, mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit und Zeitdruck umzugehen. - sind in der Lage, bereichsübergreifend zu denken und handeln. - können Probleme strukturieren und lösen. - können im Team effizient entscheiden und kommunizieren. - können die Instrumente des Projekt- und Prozessmanagements für unternehmerische Ziele einsetzen. - kennen die zentralen Rechtsthemen in der unternehmerischen Tätigkeit und verstehen deren Einfluss auf Unternehmensleitung - kennen die wichtigsten Normen in Bezug auf die unternehmerische Haftung und verstehen deren Einfluss auf die Tätigkeit der Geschäftsführung
Modulinhalt	<p>Im Rahmen der Business Simulation erfolgt eine Behandlung folgender Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erarbeitung und Umsetzung der Unternehmensstrategie - Arbeiten mit Produktlebenszyklen und Markteinschätzungen - Absatzplanung und Marketing-Mix - Produktions- und Personalplanung

	<ul style="list-style-type: none"> - Kosten- und Finanzplanung - Finanzielle Steuerung durch Budgets und Kennzahlen - Einsatz von Projekt- und Prozessmanagementmethoden - Grundzüge des Unternehmensrechts, Vertragsrechts, Arbeitsrechts - Unternehmensführung und Haftung
Lehrveranstaltungen	<p>M 3.1 UV Projekt-, Prozess- und Business Simulation</p> <p>M 3.2 UV Business Law</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Schriftliche Hausarbeit</p>

Modulbezeichnung	Modul 4: Leadership – Führung und Gruppe
Modulcode	M 4
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - beherrschen die Analyse von Führungsaufgaben, -rollen und -stilen auf Basis aktueller Führungstheorien. - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz in der Analyse der Interaktionsdynamik zwischen Führer und Geführten. - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz in der Analyse von Gruppenprozessen zur Entwicklung von Gruppenstrukturen auf Basis von Rollenerwartungen (u.a. Führungsrolle). - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz zur Analyse von Normierungsprozessen und zur Wirkung von sozialen Sanktionen in Gruppen beispielsweise im Umgang mit Diversity, Risiko, Gruppendruck und Innovation. - erlangen die Fähigkeit, die wissenschaftliche & praktische Diskussion im Bereich Leadership zu interpretieren und für die eigene Führungsrolle sowie Entscheidungsprozesse als Führungskraft nutzbringend anzuwenden. - erlangen die Fähigkeit, aus Sicht der Führungskraft Gruppenprozesse zu analysieren und zu beeinflussen. - erlangen die Fähigkeit zur Analyse und zur Gestaltung von Führungssystemen in Organisationen. - Können ethisch-normative Ansätze und Theorien auf das eigene Verhalten sowie auf die Firmenpraxis anwenden, Verantwortung als unternehmerisches Querschnittsthema verstehen und die Implementierung dieser Ansätze planen und umsetzen. - erlangen die Fähigkeit, CSR Strategien zu entwickeln und umzusetzen. <p>Als Querschnittsthema über alle Lehrinhalte in diesem Modul wird der Bereich Gender-/Diversity in besonderem Maße berücksichtigt.</p>
Modulinhalt	<p>Führungsaufgaben und -instrumente</p> <p>Führungsstile</p> <p>Interaktionsdynamik</p> <p>Gruppenprozesse</p> <p>Wirtschaftsethik und CSR</p>

	Gender-/Diversity, Risiko, Gruppendruck und Innovation
Lehrveranstaltungen	M 4.1 UV Leadership und Social Competence M 4.2 UV Gruppendynamik und Organisationspsychologie
Prüfungsart	Take Home Exam

Modulbezeichnung	Modul 5: Leadership – Führung, Organisation und Wandel
Modulcode	M 5
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz in der Analyse und Beurteilung der Kohärenz zwischen Unternehmensstrategie, der Unternehmensorganisation und der Unternehmenskultur. - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz in der Analyse der motivationalen Grundlagen des Leistungsverhaltens von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf Basis der Selbstbestimmungstheorie (Self-determination Theory). - sind in der Lage, Anreizstrukturen zu analysieren und durch intrinsische und extrinsische Motivatoren zu beeinflussen. - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz in der Analyse der Wirkung von Strukturen, Geschäftsprozessen (z.B. Autonomiegrad) und organisationskulturellen Werten und Normen (z.B. Ausmaß an Commitment) auf Motivation und Leistungsverhalten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. - sind in der Lage die inhaltlichen und prozessualen Wandelprozessen auf individueller, Gruppen- und organisationaler Ebene zu analysieren und zu gestalten - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz zur Analyse von Macht, Akzeptanz und Widerstand bei Veränderungsprozessen. - können die motivationalen Rahmenbedingungen in Organisationen analysieren und gestalten um die Leistungsfähigkeit der Organisation zu optimieren. - können aus Sicht der Führungskraft organisationale Gegebenheiten auf individueller, Gruppen- und organisationaler Ebene umfassend analysieren, Veränderungsnotwendigkeiten differenziert nach unterschiedlichen Ebenen erkennen und Veränderungsprozesse und -architekturen gestalten.
Modulinhalt	<p>Strategic Fit: Strategie, Struktur und Kultur</p> <p>Die motivationalen Grundlagen des Leistungsverhaltens</p> <p>Self-determination Theory</p> <p>Organisation und Changemanagement</p> <p>Werte und Normen zur Organisationssteuerung</p> <p>Akzeptanz und Widerstand bei Veränderungsprozessen</p>
Lehrveranstaltungen	M 5.1 UV Changemanagement 1: Leadership and Change M 5.2 UV Changemanagement 2: Organisation and Change
Prüfungsart	Schriftliche Prüfung Take Home Exam

Modulbezeichnung	Modul 6: Transfersicherung
Modulcode	M 6
Arbeitsaufwand gesamt	8 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlangen hoch spezialisierte wissenschaftliche & praktische Kompetenz über die eigenständige Vertiefung von zwei unterschiedlichen Schwerpunktthemen. - erstellen ein Projekt, das auch Vorbereitung für die Masterthesis sein soll. - erstellen einen eigenständigen Businessplan. - bestimmen individuelle Lernziele und definieren wie diese erreicht werden sollen.
Modulinhalt	<p>Methoden des wissenschaftlich-systematischen Arbeitens</p> <p>Recherche und Konzepterstellung</p> <p>Datensuche und –bewertung</p> <p>Inhalt und Methodik eines Businessplans</p>
Lehrveranstaltungen	M 6.1 UE Begleitendes Projekt
Prüfungsart	<p>Projektarbeit</p> <p>Präsentation</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Public Management – Öffentliches Finanz-, Personal- und Wirkungsmanagement
Modulcode	W 1.1
Arbeitsaufwand gesamt	11 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlangen die Fähigkeit, den Übergang von der Kameralistik zur Doppik zu verstehen und zu gestalten. - verstehen die Möglichkeiten und Anforderungen eines zeitgemäßen Rechnungswesens und Controllings im öffentlichen Sektor und können diese in Implementierungsprojekten berücksichtigen. - können Führungskulturen analysieren und den Übergang zu einer zeitgemäßen Führungskultur als Changeprojekt gestalten. - können mit Instrumenten des modernen Human Resource Managements die Personalwirtschaft einer Einrichtung des öffentlichen Sektors bewerten und Optimierungsmaßnahmen entwickeln. - verstehen moderne Formen der Finanzierung von öffentlichen und teilöffentlichen Aufgaben. und können diese auf passende Projekte anwenden. - Erlangen die Fähigkeit, Wirkungsorientierung als generelles Führungs- und Gestaltungsprinzip der öffentlichen Verwaltung zu verstehen und einschlägige Projekte zu planen.
Modulinhalt	Finanzmanagement im öffentlichen Sektor (Public Finance)

	<p>Instrumente des Personalmanagements</p> <p>Neue Formen staatlicher Aufgabenerledigung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entscheidungs- und Führungstheorien (Fallbeispiele) - Strategische Kommunikation in öffentlichen Einrichtungen - Public Private Partnership/Outsourcing Modelle der öffentlichen Verwaltung - Wirkungsorientierung im Haushaltrecht des Bundes
Lehrveranstaltungen	<p>W 1.1.1 UV Öffentliches Finanzwesen</p> <p>W 1.1.2 UV Human Resource Management im öffentlichen Sektor</p> <p>W 1.1.3 UV Ausgewählte Beispiele innovativer Verwaltungslösungen</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Take Home Exam</p> <p>Präsentation</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Public Management – Strategie, IKT und Innovationsmanagement im öffentlichen Sektor
Modulcode	W 1.2
Arbeitsaufwand gesamt	11 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlangen die Fähigkeit, politische Strategien im Schnittpunkt von Verwaltung und Politik zu entwickeln und mit Umsetzungsparametern zu versehen. - beherrschen die erforderlichen Analyse- und Planungsmethoden, um Bürgerorientierung sowie markt- und kundenorientierten Verwaltungshandeln zu konzipieren und als Umsetzungsprojekt zu planen. - sind in der Lage, das finanzielle Management von öffentlichen Einrichtungen zu verstehen und mit Instrumenten des Controllings zu steuern und diese Fähigkeiten auf Fallbeispiele anzuwenden. - verstehen die Bedeutung und Auswirkung von neuen Technologien und können entsprechende Entscheidungen vorbereiten. - verstehen Institutionen und die Politikentwicklung auf europäischer Ebene und können dieses Wissen in die Entwicklung von nationalen Politiken integrieren. - können autonome und nicht autonome Handlungsbereiche nationalstaatlichen Handelns identifizieren und gestalten.
Modulinhalt	<p>Politics, Policy and Polity</p> <p>NPM und wirkungsorientierte Verwaltung</p> <p>IKT Strategien der öffentlichen Verwaltung</p> <p>New Media and New Public Management</p> <p>Innovationsmanagement in der öffentlichen Verwaltung</p> <p>Open Innovation und Social Innovation als Modernisierungsstrategien der öffentlichen Verwaltung</p> <p>Politische Kontrolle und Governance in der Verwaltung</p>
Lehrveranstaltungen	W 1.2.1 UV Strategisches Public Management

	W 1.2.2 UV Operatives Public Management W 1.2.3 UV Innovationsmanagement im Public Management
Prüfungsart	Projektarbeiten Präsentationen

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Health Care Management – Steuerung und spezielle Rahmenbedingungen
Modulcode	W 2.1
Arbeitsaufwand gesamt	11 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen die Spezifika des Controllings im Krankenhaus und anderen Gesundheitsorganisationen und können die Qualität der implementierten Controlling Instrumente 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 - kennen die spezielle Logistik in Gesundheitsorganisationen und deren Leistungsanforderungen und können Logistikabläufe auf ihre Effektivität und Effizienz hin beurteilen.
Modulinhalt	<p>Krankenhaus-Controlling und Instrumente des Controllings</p> <p>Wertorientiertes Krankenhaus-Controlling,</p> <p>Strategisches Kostenmanagement im Krankenhaus (mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen; Prozesskostenrechnung; Lebenszyklusrechnungen; Target Costings)</p> <p>Das Krankenhaus im Wettbewerb</p> <p>Situationsanalyse des Krankenhauses unter DRG-Bedingungen</p> <p>Ziele und Strategien im Krankenhausmanagement</p> <p>Erfolgsfaktoren des Managements von Pflegeheimen</p> <p>Zusammenarbeit regionaler und überregionaler Medien</p> <p>Krisenkommunikation</p> <p>Aufbau von Kommunikationskampagnen</p> <p>QM-Modelle und Zertifizierungsverfahren</p> <p>Einführung eines QM-Systems</p> <p>Informationsmanagement</p> <p>Integrierte Managementsysteme</p> <p>Instrumente der Patientensteuerung</p> <p>Externe und interne Patientensteuerung und Bettendisposition</p> <p>OP-Planung und OP-Geschäftsordnung</p> <p>Marketing und Öffentlichkeitsarbeit als Tool der Patientensteuerung</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 2.1.1 UV Operatives und strategisches Controlling in Gesundheitseinrichtungen</p> <p>W 2.1.2 UV Health Care Marketing</p>

	<p>W 2.1.3 UV Spezielle Themen des Managements in Gesundheitseinrichtungen</p> <p>W 2.1.4 UV Patientensteuerung</p>
Prüfungsart	<p>Klausuren</p> <p>Case Studies</p> <p>Mitarbeit</p> <p>Gruppenarbeiten</p> <p>Präsentationen</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Health Care Management – Human Resources und Qualitätsmanagement
Modulcode	W 2.2
Arbeitsaufwand gesamt	11 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. - 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 Maß-

	<p>nahmen des Qualitätsmanagements analysieren, steuern und verbessern.</p> <ul style="list-style-type: none">- kennen die für Führungskräfte relevanten Rechtsfragen im Gesundheitsbereich im Überblick und können diese in Handlungsentscheidungen integrieren.
Modulinhalt	<p>Grundlagen der Logistik im Gesundheitsbereich (Transport; Warehousing); Bereiche (Beschaffung; Produktion; Distribution)</p> <p>Logistik-Instrumente (ABC-/XYZ-Analyse); Parameter und Analysen zur Optimierung</p> <p>Branchen-/Anwendungsbetrachtung im Gesundheitswesen (Health-Care-Logistik)</p> <p>Herausforderungen, Aufgabenstellungen und Handlungsansätze im Personalmanagement</p> <p>Kernprozesse des Personalmanagements</p> <p>IT-Systeme im Gesundheitsbereich</p> <p>Leistungs- und Aufwandplanung im IT Bereich</p> <p>Kritische Erfolgsfaktoren für den Einsatz EDV gestützter Datenerhebung</p> <p>Leistungserbringer; Leistungsentgelte und Anreize im Systemvergleich</p> <p>Demografie und Beitragsentwicklung</p> <p>Wettbewerb, Vertragswettbewerb und Gesundheitsreformprozesse</p> <p>Aufbau des Gesundheitssystems; Methoden zum Vergleich von Gesundheitssystemen; Kennzahlenvergleich von Gesundheitssystemen</p> <p>Gestaltung attraktiver Arbeitsplätze</p> <p>Die richtigen MitarbeiterInnen gewinnen, binden und fördern</p> <p>QM-Modelle und Zertifizierungsverfahren</p> <p>Einführung eines QM-Systems</p> <p>Informationsmanagement und Qualitätsmanagement</p> <p>Integrierte Managementsysteme</p> <p>Fallbeispiele zu aktuellen ethischen Problemen im Gesundheitswesen</p> <p>Theoretische Grundlagen für die Lösung von ethischen Konflikten und praktische Anleitung für die Lösung von ethischen Konflikten</p> <p>Biopolitik und Zustandekommen von Entscheidungen im europäischen Raum</p> <p>Begründung des Arbeitsverhältnisses (Einstellungsprozess, Sonderformen des AV)</p> <p>Durchführung des Arbeitsverhältnisses (Weisungsrechte des Arbeitgebers, Reaktionsmöglichkeiten auf Pflichtverstöße des Arbeitnehmers, Besonderheiten im Arbeitsverhältnis, Arbeitszeiten)</p> <p>Beendigung des Arbeitsverhältnisses</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 2.2.1 Informationsmanagement und Business Intelligence</p> <p>W 2.2.2 Health Care Logistics</p> <p>W 2.2.3 Public Health und Gesundheitsökonomie</p> <p>W 2.2.4 Medizinisches Qualitätsmanagement und Ethik</p> <p>W 2.2.5 HR im Gesundheitswesen</p> <p>W 2.2.6 Ausgewählte Rechtsthemen für Führungskräfte im Gesundheitswesen</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Take Home Exam</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Projekt- und Prozessmanagement – Projektmanagement
Modulcode	W 3.1
Arbeitsaufwand gesamt	11 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <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	<p>Projekte definieren und abgrenzen</p> <p>Der Projektauftrag und seine Elemente</p> <p>Die Prozesse des Projektmanagements</p> <p>Projektstart</p> <p>Projektcontrolling</p> <p>Projektabchluss</p> <p>Multiprojektmanagement und Projekt-Office</p> <p>Agiles Projektmanagement</p> <p>Projektkrisen</p> <p>Projektmarketing</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 3.1.1 UV Grundlagen des Projektmanagements</p> <p>W 3.1.2 UV Prozesse des Projektmanagements</p> <p>W 3.1.3 UV Spezielle Methoden des Projektmanagements</p>
Prüfungsart	<p>Präsentation</p> <p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Take Home Exam</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Projekt- und Prozessmanagement – Prozessmanagement
Modulcode	W 3.2
Arbeitsaufwand gesamt	11 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <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 rea-

	<p>lisieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. - können die Projektmanagement-Methode Prince 2 mit ihren Stärken und Schwächen einschätzen und fundierte Entscheidungen über die Anwendung dieser Methode treffen.
Modulinhalt	<p>Prozessplanspiel / Prozesssimulation</p> <p>Strategisches und operatives Prozessmanagement</p> <p>ERP Systeme</p> <p>Prozessdesign und –analyse</p> <p>Kontrolle prozessorientierter Restrukturierung</p> <p>Managing Change</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 3.2.1 UV Grundlagen des Prozessmanagements</p> <p>W 3.2.2 UV Change und Qualitätsmanagement</p> <p>W 3.2.3 UV Methoden und Anwendungsbereiche des Prozessmanagements</p>
Prüfungsart	<p>Präsentation</p> <p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Take Home Exam</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: International Strategy and Market Development – International Finance
Modulcode	W 4.1
Arbeitsaufwand gesamt	8 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen und verstehen die wesentlichen Instrumente zur Beurteilung der finanziellen Risiken eines Unternehmens. - können mit Hilfe der Shareholder Value Analysis den Unternehmenswert bestimmen und die Auswirkungen von Projekten und Investmentstrategien beurteilen. - können Marktchancen und Risiken in anvisierten Zielmärkten ermitteln und bewerten, quantitative Marktforschung in Auftrag geben und die Ergebnisse beurteilen. - haben einen Überblick über die wichtigsten Risiken, die die Unternehmensfinanzen betreffen und kennen die wichtigsten Strategien, diese Risiken zu reduzieren. - kennen die wichtigsten Produkte der Finanzmärkte und können die Chancen und Risiken beurteilen. - sind mit den wichtigsten Geprägtheiten der britischen Geschäftswelt, deren Werten, Normen und Verhaltensformen vertraut und sind dadurch in der Lage auf kulturell sensitive Art und Weise Geschäftsbeziehungen an-

	zubahnen und zu pflegen.
Modulinhalt	<p>Creating and measuring Share Holder Value</p> <p>Calculating the present value of future cash flows</p> <p>Calculating the residual value of future cash flows</p> <p>Calculating the weighted average costs of capital</p> <p>Evaluating the impact of market risks and projects</p> <p>Types of risks: credit, market, foreign exchange, shape, volatility, sector, liquidity, inflation risks</p> <p>When and how to hedge risks</p> <p>Stocks, Bonds and Derivatives</p> <p>Quantitative and qualitative market research</p> <p>Primary and secondary research</p> <p>Market structure, segmentation and risks</p> <p>Planning and executing a quantitative market research</p> <p>British Culture</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 4.1.1 UV Shareholder Value Analysis and Financial Risk Management</p> <p>W 4.1.2 UV Financial Markets</p> <p>W 4.1.3 UV Market Research</p>
Prüfungsart	<p>Grouppresentations</p> <p>Take Home Exams</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: International Strategy and Market Development – Strategies of Globalisation
Modulcode	W 4.2
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen die aktuellen Entwicklungen im Zusammenhang mit der Internationalisierung von Unternehmen und kennen alle wesentlichen Erfolgsfaktoren für erfolgreiche Internationalisierungsstrategien. - kennen alle grundlegenden Begriffe und Inhalte von Entscheidungen im Internationalen Management und können Entscheidungsraster entwickeln. - können marktorientierte Grundentscheidungen über Marktwahl, Timing, Markteintrittsstrategie und Leistungsangebot treffen. - sind in der Lage, Kernentscheidungen der Gestaltung internationaler Wertschöpfungsprozesse wie Konfiguration, Koordination und Betätigungsformen zu treffen. - sind in der Lage, ein Wertschöpfungssystem internationaler Unternehmens, insbesondere Organisationsstrukturen, -prozesse und -kultur internationaler KMU darzustellen und auf potentielle Schwachstellen hin zu untersuchen.
Modulinhalt	<p>Marktorientierte Entscheidungen</p> <p>Dynamik der Internationalisierung: Drei Ebenen</p> <p>Kernentscheidungen: Drei Perspektiven</p>

	<p>Länderexpansion und -eintritt</p> <p>Fallstudien</p> <p>Internationale Wertschöpfungsprozesse</p> <p>Konfiguration</p> <p>Koordination</p> <p>Betätigungsformen (Operational Modes)</p> <p>Führung des Wertschöpfungssystems</p> <p>Organisationsstrukturen, -prozesse und -kultur</p> <p>Gestaltung in Internationalisierungsstufen</p> <p>Gestaltung bei Internationalisierungsstrategien</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 4.2.1 UV International Marketing and Sales Management</p> <p>W 4.2.2 UV Strategies of International Management</p> <p>W 4.2.3 UV International Technology and Innovation Management</p> <p>W 4.2.4 UV Lean Management and Internationalisation</p>
Prüfungsart	<p>Business Case</p> <p>Presentations</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: International Strategy and Business Development – Doing Business in Russia
Modulcode	W 4.3
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none">- verstehen die kritischen Erfolgsfaktoren und größten Risiken, die mit einer Geschäftstätigkeit in Russland verbunden sind.- kennen die wichtigsten Strategien und Methoden, um mit den politischen, finanziellen, legalen und marktbasierteren Risiken des Geschäftspunktes Russland umzugehen.- verstehen die wesentlichen Unterschiede aller relevanten Faktoren zwischen dem westeuropäischen und russischen Personalmarkt und wissen wie man gutes Personal rekrutieren und halten kann.- kennen und verstehen die wesentlichen kulturellen und Werte-basierten Unterschiede, die im Marketingbereich relevant sind und kennen Beispiele für erfolgreiche und für erfolglose Eintrittsbemühungen in den russischen Markt.- wissen, wie man mit den Grenzen und Schwächen des russischen Rechtssystems erfolgreich umgeht.- wissen, wie man Geschäftsstrategien für den russischen Markt entwickelt.- bauen ein Netzwerk mit russischen, österreichischen und deutschen Unternehmerinnen und Unternehmern auf, die in Russland tätig sind.
Modulinhalt	<p>Strategic Issues of Management in Russia</p> <p>Managing the Political and Economic Environment</p> <p>Human resources in Russia</p> <p>The structure of society, its values, institutions, myths and behavioural patterns in</p>

	<p>modern Russia</p> <p>Key elements of successful marketing in Russia</p> <p>Investment and Legal Stability</p> <p>Executive Talks</p> <p>Economic Forum</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 4.3.1 UV Strategic Management in Russia</p> <p>W 4.3.2 UV Communication, Marketing and Intercultural Affairs in Russia</p> <p>W 4.3.3 UV The Political, Legal, Economic and Business Environment in Russia</p> <p>W 4.3.4 UV The Russian Market</p>
Prüfungsart	<p>Business Case</p> <p>Presentations</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Family Business – Grundlagen des Managements von Familienunternehmen
Modulcode	W 5.1
Arbeitsaufwand gesamt	8 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die speziellen Eigenheiten von Familienunternehmen identifizieren und auf deren Stärken und Schwächen für die Unternehmensführung hin analysieren. - wissen, wie man in einige ausgesuchte Methoden wie zum Beispiel der BSC oder SWOT Analyse die speziellen Rahmenbedingungen von Familienunternehmen integriert und darauf aufbauend entsprechende operative und strategische Maßnahmen zur Ergebnisoptimierung entwerfen kann. - können unterschiedliche Formen der Unternehmensfinanzierung und deren Vor- und Nachteile identifizieren und anhand von Kriterien für unterschiedliche Situationen und Projekte die bestmöglichen Finanzierungsformen für Familienunternehmen bestimmen. - können die steuerlichen Vor- und Nachteile sowie die finanziellen Risiken und Chancen von unterschiedlichen Vermögensanlagen identifizieren und bewerten. - kennen die häufigsten und schwerwiegendsten Probleme bei der Unternehmensnachfolge und können entsprechende Lösungsstrategien entwerfen.
Modulinhalt	<p>Grundlagen des Managements von Familienunternehmen</p> <p>Einführung in die spezifischen Merkmale von Familienunternehmen</p> <p>Grundkonzepte des strategischen Managements von Familienunternehmen</p> <p>Vermögen und Finanzierung</p> <p>Finanzierung von Familienunternehmen</p> <p>Vermögensmanagement</p> <p>Unternehmens- und Vermögensnachfolge</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 5.1.1 UV Kernelemente der erfolgreichen Führung von Familienunternehmen</p> <p>W 5.1.2 UV Vermögensmanagement und Unternehmensfinanzierung</p>

Prüfungsart	Schriftliche Prüfung Präsentation Take Home Exam
Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Family Business – Erfolgsfaktoren im Familienunternehmen
Modulcode	W 5.2
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none">- verfügen über empirische Daten und wissenschaftliche Erkenntnisse zu den wesentlichen strukturellen Eigenschaften und deren Stärken und Schwächen bei der Führung von Familienunternehmen.- können Governancestrukturen so adaptieren, dass diese sowohl den gesetzlichen Anforderungen wie auch den speziellen Bedingungen in familiengeführten Unternehmen entsprechen.- können die speziellen ethisch-normativen Möglichkeiten eines familiengeführten Unternehmens ausnutzen, um eine optimierte Corporate Social Responsibility Strategie zu implementieren.- können Marketing und Branding Strukturen auf diese CSR Struktur anpassen.- können diese besonderen ethischen Kompetenzen als Wettbewerbsvorteil implementieren.- kennen und üben Techniken aus dem Mediations- und Verhandlungsbereich für die Bearbeitung innerfamiliärer Konflikte aus.- können die klassischen Risikofaktoren im Konfliktbereich identifizieren, die in Familienunternehmen häufig auftreten.- sind geschult in der Konfliktvermeidung, -früherkennung und –bearbeitung.
Modulinhalt	Strukturelle Faktoren der erfolgreichen Führung von Familienunternehmen Corporate and Family Governance Emotional Ownership and Social Responsibility Bereiche der Sozialkompetenz in Familienunternehmen Werte und Sozialverhalten im Familienunternehmen Konflikt- und Kommunikationsmanagement Leadership im Familienunternehmen
Lehrveranstaltungen	W 5.2.1 UV Familie und Unternehmertum W 5.2.2 UV Familyness als Wettbewerbsvorteil W 5.2.3 UV Soziale Kompetenzen
Prüfungsart	Schriftliche Klausuren Präsentationen Fallstudien

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Family Business – Recht und Innovation im Familienunternehmen
Modulcode	W 5.3
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die wesentlichen rechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten identifizieren, die für die Gestaltung und Besteuerung von familiengeführten Unternehmen essentiell sind. - können rechtlich fundierte Gestaltungsräume erkennen und nutzen. - können die besonderen Eigenheiten von Familienunternehmen in den Bereichen Innovation und Marktpositionierung bestmöglich nutzen. - kennen die typischen Gefahren von Familienunternehmen in diesen Bereichen und können Maßnahmen entwickeln, diese zu entschärfen.
Modulinhalt	<p>Rechtliche Erfolgsfaktoren in Familienunternehmen</p> <p>Steuerrecht</p> <p>Gesellschaftsrecht</p> <p>Privatrecht</p> <p>Werte und Strategien für den nachhaltigen Erfolg von Familienunternehmen</p> <p>Innovation und Veränderung</p> <p>Strategie und Marktpositionierung</p> <p>Nachhaltigkeitsmanagement als Unternehmensstrategie</p> <p>Integrierte Managementsysteme und integriertes Reporting in Familienunternehmen</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 5.3.1 UV Ausgewählte Rechtsbereiche für die Führung von Familienunternehmen</p> <p>W 5.3.2 UV Innovation und Nachhaltigkeit</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Klausuren</p> <p>Präsentationen</p> <p>Fallstudien</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: – Qualitäts- und Risikomanagement
Modulcode	W 6.1
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - können Managementmodelle anwenden und kennen alle Aspekte der ISO 31000. - kennen und beherrschen grundlegende Statistikwerkzeuge des Risikomanagements. - Können Risiken/Chancen bezüglich ihrer Bedrohung/ihres Potenzials und den folgenden Auswirkungen analysieren. - Können geeignete Methoden der Risiken/Chancen Analyse auswählen und diese Methoden unter Berücksichtigung der Faktoren Mensch/der menschlichen Fehlerrate anwenden.

	<ul style="list-style-type: none">- kennen das Konzept der Reputation und des Schutzes vor Verlust der Reputation.- können Wahrscheinlichkeitsplanung und Kostenabschätzungen basierend auf der Monte Carlo Simulation in Projekten anwenden.- kennen die Faktoren, die nötig sind um Sicherheit für Menschen zu schaffen.- können Methoden anwenden um Gefährdungen zu ermitteln und Schutzmaßnahmen gegen vorsätzliche Schädigung von Objekten und Informati-onssystemen festzulegen.- kennen verschiedene Arten von finanziellen Risiken und betriebssicherer Abrechnung.- können verschiedene Systeme der Notfallvorsorge anwenden.- kennen das Konzept „business continuity“.
Modulinhalt	<p>Grundlagen des Risikomanagements</p> <p>Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen und Normen</p> <p>Der Risikomanagement-Prozess, Integration in bestehende Managementsysteme</p> <p>Methoden der Risikoanalyse und Risikobewertung (ISO 31010)</p> <p>Branchenspezifische Bearbeitung ausgewählter Risikokategorien in Gruppenarbei-ten</p> <p>Vorbereitung der Projektarbeit mit einem einfachen, zur Verfügung gestellten Werk-zeug zu Risikoanalyse, -bewertung und -steuerung</p> <p>Interne Organisation und Verantwortung (Beauftragte)</p> <p>Psychologische Aspekte im Risikomanagement</p> <p>Vertiefung der rechtlichen Rahmenbedingungen und Normen</p> <p>Schnittstellen des Risikomanagements zu anderen Managementsystemen (Qualität, Umwelt, Sicherheit, etc.) und Funktionen sowie deren Integration – Nutzung von Synergien</p> <p>Aufbau eines Risikomanagementsystems</p> <p>Risikomanagement-Informationssysteme, Frühwarnsysteme</p> <p>Vertiefung in Gruppenarbeiten</p> <p>Krisen- und Notfallmanagement und Kommunikation</p> <p>Risikomatrix</p> <p>Risikoidentifikation, Risikoanalyse, Risikobeurteilung, Monitoring, Risikokommunikation</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 6.1.1 UV Grundlagen des Risikomanagements</p> <p>W 6.1.2 UV Aufbau Risikomanagementsysteme</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Projektarbeit / Präsentation der Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul Qualitäts- und Risikomanagement – Business Excellence
Modulcode	W 6.2
Arbeitsaufwand gesamt	7 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 Excellence Modell.- kennen die Möglichkeiten der Selbstbewertung nach dem EFQM Excellence Modell.- kennen die verschiedenen Möglichkeiten der (Selbst-) Bewertung der Unternehmensqualität von Organisationen.- können aus Assessmentmethoden, abhängig vom aktuellen Reifegrad der Organisation, auswählen.- 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 Excellence Modells und der RADAR Logik bewerten.- können bei internen oder externen Assessments als Assessor mitwirken.- kennen die einzelnen Phasen eines externen Assessments.
Modulinhalt	<p>Unternehmensqualität – Ansatz und Nutzen Grundkonzepte der Excellence Das EFQM Excellence Kriterienmodell EFQM Excellence Modell – Regelkreise und Bewertung Entwicklung zur Excellence – Vorgehen und Methoden RADAR-Logik – Bewertung – Methodik und Anwendung Erstellung eines Selbstbildes (EFQM Management Dokument) 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</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 6.2.1 UV Grundlagen Unternehmensqualität und Excellence W 6.2.2 UV Umsetzung Unternehmensqualität und Excellence W 6.2.3 UE Assessorinnen- und Assessorentraining</p>
Prüfungsart	Gruppenarbeit/Präsentation der Gruppenarbeit

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul Qualitäts- und Risikomanagement – Corporate Social Responsibility (CSR)
Modulcode	W 6.3
Arbeitsaufwand gesamt	7 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none">- kennen die Grundlagen des CSR 3-Säulen-Systems.- kennen die gesetzlichen Rahmenbedingungen für CSR der EU.- 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 einführen unter Berücksichtigung und Verbindung bestehender prozessorientierter integrierter Managementsysteme (ISO 9001, ISO 14001 etc.).- kennen die Grundsätze, Methoden und Techniken zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten (GRI Leitlinien) und können einen Nachhaltigkeitsbericht für die Bedürfnisse des Unternehmens erstellen.- 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.- können Methoden und Techniken aus dem prozessorientierten Ansatz für CSR-Themen anwenden, wie z.B.: interne CSR-Audits durchführen, CSR relevante Lieferantenbewertungen durchführen, Managementbewertungen erstellen oder in der betrieblichen Praxis eigenständig die einzelnen Systemdokumente erstellen.- kennen die gängigsten CSR Netzwerke und Plattformen.
Modulinhalt	<p>CSR Geschichte, Entwicklung und Entstehung der Denkmodelle</p> <p>CSR – 3 Säulen Modell (hier werden einige Basisinformationen bereits bei Umwelt- und Sicherheit gelehrt)</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingungen in der EU</p> <p>Kontextanalyse</p> <p>Wesentlichkeitsanalyse</p> <p>Stakeholderanalyse</p> <p>Stakeholderdialog</p> <p>Standards, Normen und Leitlinien</p> <p>ISO 26000</p> <p>ONR 192500, SR 10</p> <p>UN Global compact</p> <p>OECD Leitlinie</p> <p>SA 8000</p> <p>BSCI</p> <p>Branchenstandards: EICC</p> <p>SEDEX, SMETA</p>

	<p>GRI Leitsätze 4.0</p> <p>Erstellung Nachhaltigkeitsbericht</p> <p>Integration von CSR in ein bestehendes Managementsystem</p> <p>Audits, Begehungen</p> <p>Ziel und Nutzen von CSR-Managementsystemen</p> <p>Umwelt:</p> <p>Umwelttrends und Ökologie (z.B. Ökologischer Fußabdruck, Faktor 5; Bevölkerungswachstum, Klimawandel, Kohlenstoffkreislauf, Klimaziele)</p> <p>Umweltökonomie: Umweltkosten und –rechnung, Berechnung der Amortisation von Umweltmaßnahmen, Umweltcontrolling & Reporting; Umweltkennzahlen</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 6.3.1 UV Grundlagen der CSR</p> <p>W 6.3.2 UV Spezielle Probleme der CSR</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Qualitäts- und Risikomanagement – Qualitätsmanagement
Modulcode	W 6.4
Arbeitsaufwand gesamt	15 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 (Failure Mode and Effects Analysis „Fehlermöglichkeits- und Einflussanalyse“) in ihren einzelnen Schritten, verstehen deren 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.

	<ul style="list-style-type: none">- 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.- kennen „Normen, Standards und Zertifizierung“ (repräsentativer Überblick), 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 eine 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	<p>Systemdokumentation / Dokumentierte Informationen</p> <p>Prozessmanagement</p> <p>Normen, Standards und Zertifizierung</p> <p>Managementsysteme und deren Integration</p> <p>Risikomanagement / Risikobasiertes Denken</p> <p>Methoden für Managementsysteme</p> <p>Audits, Begehungen</p> <p>Managementsystembezogene Kosten</p> <p>Rechtliche Aspekte</p> <p>Die ISO 9000 + 10000 Familie + Begriffe</p> <p>Die Anforderungen der ISO 9001:2015</p> <p>Ziel und Nutzen von Qualitätsmanagementsystemen</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 6.4.1 UV Qualitätsmanagementsysteme</p> <p>W 6.4.2 UV Integrierte Managementsysteme</p>
Prüfungsart	<p>schriftliche Prüfung</p> <p>mündliche Prüfung</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Qualitäts- und Risikomanagement - Umweltmanagement
Modulcode	W 6.5
Arbeitsaufwand gesamt	15 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none">- kennen und verstehen alle relevanten einschlägigen internationalen Normen im Bereich Umweltmanagement, verstehen die Prozesse zur Zertifizierung, 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 eine 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	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	W 6.5.1 UV Umweltmanagementsysteme W 6.5.2 UV Integrierte Managementsysteme
Prüfungsart	schriftliche Prüfung mündliche Prüfung

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Qualitäts- und Risikomanagement – Sicherheitsmanagement
Modulcode	W 6.6
Arbeitsaufwand gesamt	15 ECTS
Learning Outcomes	Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none">- Können ein prozessorientiertes Managementsystem schrittweise einführen.- Können einen prozessorientierten Ansatz in einer Organisation umsetzen.- Können Prozesse in einer Organisation zur Erreichung erwünschter Ergebnisse optimieren.

nisse leiten und lenken.

- kennen den Einfluss des Kontextes der Organisation/interessierter Parteien auf die Organisationsentwicklung.
- kennen ISO 18001 bzw. 45001, ISO 31000, SCC und 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.
- Kennen „Normen, Standards und Zertifizierung“ (repräsentativer Überblick), kennen die einzelnen relevanten Begriffe und die anzuwendenden Normen um eine reglementierte Zertifizierung sicherzustellen.
- kennen die Wichtigkeit von Führung für ein funktionierendes Management- system. 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. Die erworbenen Kenntnisse ersetzen aber auf Grund der juristischen Komplexität auf keinen Fall die Inanspruchnahme professioneller juristischer Hilfe.
- kennen die relevanten gesetzlichen Vorgaben im Bereich Arbeitssicherheit und Umwelt und können Sie innerbetrieblich umsetzen.

	<p>Normen, Standards und Zertifizierung</p> <p>Managementsysteme und deren Integration</p> <p>Risikomanagement / Risikobasiertes Denken</p> <p>Methoden für Managementsysteme</p> <p>Audits, Begehungen</p> <p>Managementsystem-bezogene Kosten</p> <p>Rechtliche Aspekte</p> <p>Relevante Standards (z.B. OHSAS 18001 bzw. 45001, SCC, ISO 31000, etc.) , deren Anforderungen und Textanalyse</p> <p>Arbeitssicherheit- und Umweltrecht (z.B. Einführung Verwaltungsrecht und Zuständigkeiten, Umwelt-und arbeitssicherheitsrechtliche Zielvorgaben, Anlagenrecht und Genehmigungsverfahren, Bescheidmanagement)</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 6.6.1 UV Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsysteme</p> <p>W 6.6.2 UV Integrierte Managementsysteme</p>
Prüfungsart	<p>schriftliche Prüfung</p> <p>mündliche Prüfung</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Marketing & Vertrieb – Marketing
Modulcode	W 7.1
Arbeitsaufwand gesamt	12 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, soweit sie für die Entwicklung und Vermarktung von Produkten von Bedeutung sind.- kennen die Aufgaben eines Marketingmanagers.- können Werbe- und Verkaufskampagnen konzipieren und realisieren.
Modulinhalt	<p>Marketingprinzipien</p> <p>Marketinginstrumente</p> <p>Unterscheidung Marketing und Verkauf</p> <p>Unterscheidung Marketing vs. PR- und Öffentlichkeitsarbeit</p>

	<p>B2B und B2C Marketing Produktlebenszyklus Konzept Marketingmanagement Marken- und Produktmanagement Strategisches Marketing Marktanalyse / Marktforschung Marktsegmentierung Kommunikations- und Verhandlungstechniken</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 7.1.1 UV Grundlagen des Marketings/Marketingmanagements W 7.1.2 UV Social Media Marketing W 7.1.3 UV Grundlagen der Marktforschung W 7.1.4 UV Wirtschaftspsychologie und Käuferverhalten W 7.1.5 UV Integrierte Kommunikation W 7.1.6 UV Beziehungsmanagement (Customer, Supplier) W 7.1.7 UV Rechtliche Grundlagen für Führungskräfte im Marketing</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung Mündliche Prüfung Projektarbeit / Präsentation der Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Marketing & Vertrieb – Vertrieb
Modulcode	W 7.2
Arbeitsaufwand gesamt	10 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.- 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 Instrumenten 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	<p>Key Account Management und Verhandlungsstrategien Strategisches Vertriebsmanagement Entwicklung von Verkaufsstrategien / Vertriebstrainings Steuerung der Vertriebsorganisation</p>

	Preisfindung und -durchsetzung Beziehungsmanagement Verkaufsprychologie Kommunikationsmix / integrierte Kommunikation
Lehrveranstaltungen	W 7.2.1 UV Vertriebsorganisation/-planung W 7.2.2 UV Vertriebssysteme/-strategie W 7.2.3 UV CRM W 7.2.4 UV Key Account Management W 7.2.5 UV Rechtliche Grundlagen Vertrieb
Prüfungsart	Schriftliche Prüfung Mündliche Prüfung Projektarbeit / Präsentation der Projektarbeit

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Versicherungsmanagement – Versicherungswirtschaft
Modulcode	W 8.1
Arbeitsaufwand gesamt	12 ECTS
Learning Outcomes	Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> - kennen die zentralen versicherungswirtschaftlichen Zusammenhänge und können diese bei der Angebotserstellung integrieren. - kennen versicherungswirtschaftliche Zusammenhänge und können diese in ihre tägliche Arbeit einbeziehen. - können aktuelle Entwicklung im Versicherungswesen aufgreifen und deren Konsequenzen für die Versicherungswirtschaft aufzeigen. - kennen die rechtlichen Grundlagen für die Vermittlung von Versicherungen und wissen diese umzusetzen. - kennen die unterschiedlichen Produkte der Versicherungswirtschaft und können diese in Bezug auf ihre Stärken und Schwächen bewerten. - können ein Versicherungskonzept entwickeln und umsetzen.
Modulinhalt	Versicherungsvertragsrecht Gesetzliche Regelung Versicherungssparten Vorschriften für Schadensversicherungen Rechtsquellen für Versicherungsmakler Haftung und rechtliche Grundlagen von Versicherungsmaklern Schadensregulierung Vorschriften für Kapitalanlage von Versicherungsunternehmen Anforderung an Konzession Kommunikationsmix/Integrierte Kommunikation
Lehrveranstaltungen	W 8.1.1 UV Grundlagen Versicherungswirtschaft W 8.1.2 UV Rechtliche Grundlagen im Versicherungswesen W 8.1.3 UV Personen-/Sachversicherung

	<p>W 8.1.4 UV Finanzierung/Rückversicherung W 8.1.5 UE Kommunikation/Präsentation</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung Mündliche Prüfung Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Versicherungsmanagement – Versicherungsunternehmen
Modulcode	W 8.2
Arbeitsaufwand gesamt	10 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen den Aufbau von Versicherungsunternehmen und können strategische bzw. operative Einheiten im Versicherungswesen effektiv managen. - kennen versicherungsspezifische interne Prozesse und können diese definieren und optimieren. - kennen Produktspezifika und Strategiefelder unterschiedlicher Versicherungsunternehmen - kennen die relevanten rechtlichen Grundlagen für die Aufbauorganisation und das Risikomanagement von Versicherungsunternehmen. - kennen die rechtlichen und steuerlichen Grundlagen in der Versicherungswirtschaft.
Modulinhalt	<p>Das Versicherungsunternehmen: Struktur und Produkte Versicherungsvertragsrecht inkl. spartenspezifische Besonderheiten Rechnungslegung von Versicherungsunternehmen Versicherungsaufsichtsrecht Kommunikationsmix/Integrierte Kommunikation</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 8.2.1 UV Produkte der Versicherungswirtschaft W 8.2.2 UV Versicherungsvertragsrecht W 8.2.3 UV Rechtliche Grundlagen für die Tätigkeit des Versicherungsmaklers W 8.2.4 UV Versicherungssteuer- und Versicherungsaufsichtsrecht W 8.2.5 UE Kommunikation/Präsentation</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung Mündliche Prüfung Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Tourismus- & Eventmanagement – Tourismusmanagement und Hospitality Management
Modulcode	W 9.1
Arbeitsaufwand gesamt	12 ECTS

Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - beherrschen das Instrument des Marketing-Mix in der Tourismuswirtschaft und kennen die damit verbundenen Besonderheiten. - können Marketingstrategien im Tourismus entwickeln und implementieren. - können Konzepte und Erfolgsfaktoren der Gastronomie entwickeln und realisieren. - können die Aufbau- und Ablauforganisation der Hotellerie darstellen und verbessern. - kennen die wesentlichen Instrumente des operativen und strategischen Managements von Gastronomie- bzw. Hotelleriebetrieben. - Können die Zusammenhänge touristischer Leistungsträger definieren und steuern. - kennen die Trends und Entwicklungen im Tourismus und können diese in Marketingkonzepte integrieren. - Kennen die Methoden und Instrumente zum Leiten und Organisieren von Destinationen.. - können Konzepte der Nachhaltigkeit in den Unternehmensablauf integrieren. - können touristische Attraktionen bzw. Innovationen managen.
Modulinhalt	<p>Differenzierung und Anwendung des Marketing-Mix im Tourismus</p> <p>Strategische Modelle</p> <p>Dienstleistungsgesellschaft und ihre Anforderungen an den Tourismus heute</p> <p>Aktuelle Trends im Tourismus anhand praktischer Beispiele (Incoming und Outgoing Tourismus)</p> <p>Management und Marketing von Destinationen</p> <p>Touristische Entwicklung und der Zusammenhang mit Nachhaltigkeit, Ethik und Verantwortung.</p> <p>Rechtliche Aspekte des Tourismus</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 9.1.1 UV Grundlagen Tourismusmanagement / Sustainable Tourism</p> <p>W 9.1.2 UV Marketing und Verkauf im Tourismus</p> <p>W 9.1.3 UV Unternehmensführung in Gastronomie und Hotellerie</p> <p>W 9.1.4 UV Tourist-Behaviour</p> <p>W 9.1.5 UV Destinationsmanagement und -marketing</p> <p>W 9.1.6 UV Tourismus und Innovation</p> <p>W 9.1.7 UV Rechtliche Grundlagen für Führungskräfte im Tourismus</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Mündliche Prüfung</p> <p>Projektarbeit / Präsentation Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: Tourismus & Eventmanagement – Eventmanagement
Modulcode	W 9.2
Arbeitsaufwand gesamt	10 ECTS

Learning Outcomes	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Events entwickeln, planen, umsetzen, bewerten und nachbereiten. - Events als wichtiges Kommunikationsinstrument von Unternehmen planen und einsetzen. - durch Events interaktionsorientiert, kontaktintensiv und mit geringen Streuverlusten definierte Zielgruppen ansprechen. - durch Events den Bekanntheitsgrad von Firmen erhöhen oder deren Image verbessern. - den aktuellen Stand der Veranstaltungstechnik bestimmen. - Events unabhängig von deren Größe gestalten und durchführen die rechtlichen Grundlagen des Eventmanagements in ihrer konzeptiven und planerischen Tätigkeit angemessen berücksichtigen.
Modulinhalt	<p>Eventmanagement/Eventdesign</p> <p>Eventmarketing oder Livemarketing zur markt- und zielgruppenorientierten Planung und Durchführung von Veranstaltungen aller Art</p> <p>Projekt- und Prozessmanagement</p> <p>Innovation und Events</p> <p>Rechtliche Aspekte des Eventmanagements</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 9.2.1 UV Grundlagen Eventmanagement/-design/-dramaturgie</p> <p>W 9.2.2 UV Sicherheits-, Qualitäts- und Risikomanagement</p> <p>W 9.2.3 UV Logistik bei Events</p> <p>W 9.2.4 UV Eventmarketing</p> <p>W 9.2.5 UV Projekt- und Prozessmanagement</p> <p>W 9.2.6 UV Aktuelle Trends im Eventmanagement</p> <p>W 9.2.7 UV Rechtliche Grundlagen im Eventmanagement</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Mündliche Prüfung</p> <p>Projektarbeit / Präsentation Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: General Management und Entrepreneurship- General Management
Modulcode	W 10.1
Arbeitsaufwand gesamt	10 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - können alle relevanten betrieblichen Steuerungsgrößen für die Implementierung eines Innovationsmanagementsystems 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.

	<ul style="list-style-type: none"> - können unternehmens- und produktspezifische Risikoanalysen durchführen. - können Strategien zur Risikovermeidung, -verminderung, -begrenzung anwenden und die wesentlichen Elemente und Steuerungsgrößen für die Einführung eines Lean Managementsystems identifizieren. - können umfassende, strategische Marketingkonzepte entwickeln, speziell in Bezug auf Produkt- und Serviceinnovationen.
Modulinhalt	<p>Grundlagen des Innovationsmanagements</p> <p>Innovationsprozesse</p> <p>Betriebliche und außerbetriebliche Einflussfaktoren</p> <p>Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements</p> <p>Grundlagen des Risikomanagements</p> <p>Risikoanalyse und Risikosteuerung</p> <p>Grundlagen des Lean Managements</p> <p>Methoden und Instrumente der Planung, Einführung und Kontrolle von Lean Management</p> <p>Kritische Erfolgsfaktoren für ein Lean Management System</p> <p>Methoden und Instrumente der Marketingplanung</p> <p>Medienwahl bei Marketingkampagnen</p> <p>Kritische Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung von Marketingstrategien</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 10.1.1 UV Innovationsmanagement</p> <p>W 10.1.2 UV Lean Management</p> <p>W 10.1.3 UV Marketing und Vertrieb</p> <p>W 10.1.4 UV Risikomanagement</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Mündliche Prüfung</p> <p>Projektarbeit / Präsentation der Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Gebundenes Wahlmodul: General Management und Entrepreneurship – Entrepreneurship
Modulcode	W 10.2
Arbeitsaufwand gesamt	12 ECTS
Learning Outcomes	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - die wichtigsten Erfolgsfaktoren erfolgreicher Unternehmer identifizieren. - Instrumente und Methoden anwenden, die zur Findung, Klärung, Bewertung und Optimierung unternehmerischer Chancen dienen. - Führungs- und Motivationsfaktoren erfolgreichen Unternehmertums identifizieren und die eigenen Stärken und Schwächen in Relation dazu setzen. - die situationsrelevanten Faktoren von Make or Buy Entscheidungen und Outsourcing Entscheidungen identifizieren. - Chancen und Risiken von Make or Buy Entscheidungen und Outsourcing Entscheidungen benennen. - Make or Buy Entscheidungen und Outsourcing Entscheidungen begründen

	<p>und darstellen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Methode des Business Modellings auf konkrete Aufgabenstellungen anwenden. - Geschäftsmodelle zur Analyse und Kommunikation von Unternehmensprojekten nutzen. <p>Marktchancen und -risiken mit quantitativen und qualitativen Methoden identifizieren.</p>
Modulinhalt	<p>Eigenschaften erfolgreicher Unternehmer</p> <p>Zentrale Elemente unternehmerischen Denkens</p> <p>Vorgehensmodell zu Gewinnung und Beurteilung unternehmerischer Chancen und Risiken</p> <p>Outsourcing und Make or Buy Entscheidungen</p> <p>Methode und Instrumente des Business Modellings</p> <p>Marktanalysen</p> <p>Methoden und Instrumente zur Beurteilung von Marktchancen und Risiken</p> <p>Stärken-Schwächenanalyse von Geschäftsmodellen</p> <p>Vorgehensplan bei der Entwicklung eines Geschäftsmodells</p> <p>Geschäftsmodellentwicklung zur Innovationsplanung</p> <p>Instrumente und Methoden der Marktanalyse</p>
Lehrveranstaltungen	<p>W 10.2.1 UV Entrepreneurship</p> <p>W 10.2.2 UV Leadership</p> <p>W 10.2.3 UV Vertiefung Strategisches Management</p> <p>W 10.2.4 UV Business-Modelling</p> <p>W 10.2.5 UV Marktanalyse</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Mündliche Prüfung</p> <p>Projektarbeit / Präsentation der Projektarbeit</p>

Modulbezeichnung	Wahlpflichtmodul 1: Global Business Development – North Amerika
Modulcode	WP 1
Arbeitsaufwand gesamt	8 ECTS
Learning Outcomes	<p>Students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand key elements of financial policies, society, markets and politics in the US and integrate them in a market entry strategy. - understand the differences between economic activity in the US and Europe and integrate those in a market entry strategy. - understand the principles and core success factors of entrepreneurship, creativity and innovation. - understand the concept of Branding and Marketing in the US. - understand the principles of Venture Capital and Project Financing and develop a strategy to use this sources for a market entry in the US.
Modulinhalt	The US political system

	<p>Society, history and business culture in the US Possibilities to boost creativity / innovation – learning from the best Elements of successful marketing strategies in the US How successful branding works Impact of the US financial policy in the world Access to Venture Capital and Project Financing Successful outsourcing Management Approach in the US Trends in the US Human Resource Market Case Study “Market entry in the US”</p>
Lehrveranstaltungen	<p>WP 1.1 UV The North American Business Environment WP 1.2 UV Strategies of Internationalization WP 1.3 UV Cross-cultural Management WP 1.4 UV Aspects of Global Entrepreneurship</p>
Prüfungsart	<p>Business Case Presentations</p>

Modulbezeichnung	Wahlpflichtmodul 2: Global Business Development – Asia
Modulcode	WP 2
Arbeitsaufwand gesamt	8 ECTS
Learning Outcomes	<p>Students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none">- understand the key success factors of doing business in China.- know how to develop a market entry strategy for China.- understand the essential differences in the human resource markets and develop a strategy for getting and retaining the necessary workforce.- understand the relevant characteristics of the Chinese political system and its relevance for foreign investments in China.- understand the different marketing concepts and needs of the Chinese market.- understand the principles and limitations of the legal system in China.- understand the difference between economic activity in China and Europe.- understand the principles of international management and know how to integrate them in a market entry strategy.- understand the organizational needs of global companies.
Modulinhalt	<p>Foreign Direct Investment in China, Business Model Comparison of successful and failed international companies in China, Chinese Economy, Chinese Society, Intellectual Property Law in China, Cross-Cultural Business Multicultural Marketing Management,</p>

	Management of New Venture Funding, Management Human Capital in Asian Context, Sustainability Management, Politics and Economics in the South-East Asia Region, History and Culture in the South-East Asia Region
Lehrveranstaltungen	WP 2.1 UV Cross-cultural Aspects: Politics, Society and Culture WP 2.2 UV International Markets and Marketing: China WP 2.3 UV Legal and Regulatory Frameworks: China WP 2.4 UV Human Resource Management in China WP 2.5 UV Investment Strategies and Entrepreneurial Aspects
Prüfungsart	Presentations Take Home Exam

Impressum

Herausgeber und Verleger:
Rektor der Paris Lodron-Universität Salzburg
O.Univ.-Prof. Dr. Heinrich Schmidinger
Redaktion: Johann Leitner
alle: Kapitelgasse 4-6
A-5020 Salzburg