

## **CURRICULUM**

für den Universitätslehrgang „Executive MBA in General Management“

Gemäß § 56 Universitätsgesetz 2002, BGBl. I Nr. 120/2002 i.d.g.F., und der Satzung Teil B § 21ff. der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt wird der Universitätslehrgang Executive MBA in General Management eingerichtet.

Das Curriculum des Universitätslehrganges tritt mit dem auf die Verlautbarung im Mitteilungsblatt der Universität Klagenfurt nächstfolgenden Monatsersten in Kraft (Satzung Teil B § 22 Abs. 4).

## Inhaltsverzeichnis

|             |  |           |
|-------------|--|-----------|
| <b>§ 1</b>  | <b>Allgemeines</b> .....   | <b>2</b>  |
| <b>§ 2</b>  | <b>Kompetenz und Zielsetzung</b> .....                             | <b>2</b>  |
| § 2.1       | Ziele des Universitätslehrganges.....                              | 2         |
| § 2.2       | Zielgruppen.....   | 3         |
| § 2.3       | Berufs- und Tätigkeitsfelder .....                                 | 3         |
| § 2.4       | Intendierte Lernergebnisse .....                                   | 3         |
| § 2.5       | Lehr- und Lernkonzept.....   | 4         |
| § 2.6       | Beurteilungskonzept .....  | 5         |
| <b>§ 3</b>  | <b>Voraussetzung für die Zulassung und Aufnahmeverfahren</b> ..... | <b>5</b>  |
| <b>§ 4</b>  | <b>Anerkennung von Prüfungen</b> .....                             | <b>6</b>  |
| <b>§ 5</b>  | <b>Gliederung</b> .....  | <b>7</b>  |
| § 5.1       | Intendierte Lernergebnisse .....                                   | 7         |
| § 5.2       | Lehrveranstaltungsarten .....                                      | 15        |
| § 5.3       | Lehrveranstaltungen .....  | 15        |
| <b>§ 6</b>  | <b>Master Thesis</b> .....   | <b>23</b> |
| <b>§ 7</b>  | <b>Prüfungsordnung</b> .....                                       | <b>24</b> |
| § 7.1       | Allgemeines .....  | 24        |
| § 7.2       | Schriftliche Lehrveranstaltungsprüfungen.....                      | 25        |
| § 7.3       | Schriftliche Arbeiten.....   | 25        |
| § 7.4       | Lehrveranstaltungen mit positiver Teilnahme .....                  | 26        |
| § 7.5       | Kommissionelle Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis .....   | 26        |
| § 7.6       | Gesamtbeurteilung .....  | 26        |
| <b>§ 8</b>  | <b>Akademischer Grad</b> .....                                     | <b>26</b> |
| <b>§ 9</b>  | <b>Evaluierung des Universitätslehrganges</b> .....                | <b>27</b> |
| <b>§ 10</b> | <b>Inkrafttreten des Curriculums</b> .....                         | <b>27</b> |
| <b>§ 11</b> | <b>Übergangsbestimmungen und Außer-Kraft-Treten</b> .....          | <b>27</b> |

## **§ 1 Allgemeines**

Es handelt sich um einen Universitätslehrgang der M/O/T School of Management, Organizational Development & Technology® der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt.

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitender Universitätslehrgang eingerichtet. Der Umfang des Universitätslehrganges „Executive MBA in General Management“ beträgt 90 ECTS-Anrechnungspunkte und umfasst eine Studiendauer von mindestens vier Semestern. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht einem Arbeitspensum von 25 Echtstunden. Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Kontaktstunden inklusive der Teilnahme am Beurteilungsverfahren.

Der Universitätslehrgang wird in deutscher und/oder englischer Sprache abgehalten. Der Universitätslehrgang wird an einem Standort des IfM – Institut für Management GmbH sowie optional an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt durchgeführt.

## **§ 2 Kompetenz und Zielsetzung**

### **§ 2.1 Ziele des Universitätslehrganges**

Das Ziel des berufsbegleitenden Universitätslehrganges „Executive MBA in General Management“ ist sowohl die Vermittlung von Wissen eines „State of the art“ der betriebswirtschaftlichen Forschung als auch die praxisorientierte Qualifizierung der Absolventinnen und Absolventen, um kompetent und erfolgreich Managementaufgaben und Leitungsfunktionen in nationalen und internationalen Unternehmen, Verbänden, öffentlichen Institutionen und vergleichbaren Einrichtungen zu übernehmen.

Das Studium ermöglicht es, dass die Absolventinnen und Absolventen relevante Problemstellungen der Wirtschaftspraxis mit wissenschaftlichen Instrumenten bearbeiten und lösen können. Sie entwickeln dabei die Urteilsfähigkeit und Kompetenz zur kritischen Reflexion von betriebswirtschaftlichem Managementwissen, dessen Stellenwert und Anwendungsvoraussetzungen in der beruflichen Praxis und können die Einordnung der Fragestellungen in übergreifenden Gesamtzusammenhängen vornehmen. Die Lehrinhalte und Studienabläufe sind so konzipiert und organisiert, dass damit internationalen Qualitätsanforderungen eines MBA-Programmes entsprochen werden kann.

Absolventinnen und Absolventen dieses Universitätslehrganges „Executive MBA in General Management“ weisen vor ihrem Eintritt in den Studiengang nach, dass sie grundsätzliches Wissen und Verständnis für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge entwickelt und angewendet haben. Im Rahmen des Curriculums wird diese Qualifikation wesentlich vertieft und erweitert. Der Universitätslehrgang vermittelt spezielle Schlüsselfertigkeiten und Fähigkeiten, um funktionsübergreifende Managementaufgaben übernehmen zu können.

Im Vordergrund stehen Schulung des strategischen Denkens, Vermittlung essentieller Managementtechniken, Sensibilisierung für das Unternehmensumfeld und adäquate Problemlösungsfähigkeiten. Nach Abschluss des Universitätslehrgangs haben die Absolventinnen und Absolventen die Voraussetzungen, die sie zur erfolgreichen Führung von Unternehmen im nationalen und internationalen Wettbewerb befähigt.

## **§ 2.2 Zielgruppen**

Der Universitätslehrgang „Executive MBA in General Management“ richtet sich an folgende Personengruppen:

- / Führungskräfte, Unternehmerinnen und Unternehmer und Führungskräftenachwuchs, die berufsbegleitend einen weiteren oder vertiefenden akademischen Abschluss anstreben.
- / Managerinnen und Manager, die Interesse an einer wissenschaftlich fundierten betriebswirtschaftlichen Ausbildung haben, mit dem Ziel, für höherwertige Führungspositionen die fachliche Qualifikation zu erwerben.
- / Managerinnen und Manager, die zusätzlich zu bestehendem Fachwissen eine zusätzliche Qualifizierung im Bereich General Management erwerben möchten.

## **§ 2.3 Berufs- und Tätigkeitsfelder**

- / Der Universitätslehrgang „Executive MBA in General Management“ bereitet auf Managementaufgaben und Leitungsfunktionen in nationalen und internationalen Unternehmen, Verbänden, öffentlichen Institutionen und vergleichbaren Einrichtungen vor.
- / Diese Ausbildung vermittelt generalistisches betriebswirtschaftliches Wissen und Managementwissen mit praxisorientiertem Ansatz um Führungspositionen auszufüllen und Unternehmen zu leiten.

## **§ 2.4 Intendierte Lernergebnisse**

Der Universitätslehrgang „Executive MBA in General Management“ konzentriert sich mit seinen Inhalten und seinem Programm auf folgende beabsichtigte Lernergebnisse und Befähigungsstufen, wodurch die Absolventinnen und Absolventen in der Lage sind:

- 1) durch die erworbene fachliche Kompetenz und dem damit verbundenen Wissen, neueste betriebswirtschaftliche Problemstellungen zu erkennen und geeignete Maßnahmen für die betriebliche Praxis zu konzipieren und umzusetzen,
- 2) grundlegende Zusammenhänge des nationalen und internationalen Wirtschaftsgeschehens aus Perspektive der Unternehmensführung und des General Managements zu verstehen und darauf aufbauend, neue betriebliche Herausforderungen zu diagnostizieren,
- 3) betriebswirtschaftliche Herausforderungen im nationalen und internationalen Wirtschaftskontext auf abgesicherter Entscheidungsbasis zu lösen und die dafür notwendigen wissenschaftlichen Konzepte, Instrumente und Methoden in der Praxis anzuwenden,
- 4) komplexe Themenstellungen der Geschäftstätigkeit im nationalen und internationalen Kontext zu erkennen, diese zu analysieren und dabei die

- Möglichkeiten und Grenzen betriebswirtschaftlicher  
Umsetzungsmöglichkeiten abzuschätzen,
- 5) unter Berücksichtigung von unternehmensexternen und internen  
Gestaltungsmöglichkeiten Planungs-, Organisations- und  
Veränderungsprozesse zu kombinieren, diese zu synthetisieren und damit die  
Agilität und Resilienz von Unternehmen zu steigern,
  - 6) betriebswirtschaftliche Paradigmen im Hinblick auf ihren Aussagegehalt im  
praxisbezogenen Kontext kritisch zu bewerten und konstruktive Folgerungen  
zu ziehen.

## § 2.5 Lehr- und Lernkonzept

Der Universitätslehrgang ist nach dem Cafeteria-System aufgebaut. Dies bedeutet, dass die Studierenden analog einer Auswahl in einer Cafeteria, zwischen verschiedenen Terminen von inhaltlich identen Lehrveranstaltungen in periodisch wiederkehrenden Intervallen wählen können, womit insbesondere den individuellen Anpassungsmöglichkeiten an persönliche Bedürfnisse berufsbegleitender Studierender entsprochen wird. Wie in einem Regelstudium werden in berufsbegleitend attraktiver zeitlicher und organisatorischer Form, inhaltlich gleiche Lehrveranstaltungen über das Studienjahr zu wählbaren Terminen verteilt angeboten. Damit ergibt sich zu einem Termin eine naturgemäß heterogene und nicht konstante Teilnehmergruppe/ Teilnehmerinnengruppe.

**Durch diese Lehrgangsstruktur ergeben sich folgende Vorteile:**

- / **Transkontextuelle Flexibilität:** Insbesondere Führungskräfte haben verstärkt den Anforderungen nach sozialer Integrationsfähigkeit in verschiedenen sozialen Teilwelten zu entsprechen (z.B. Kundinnen/ Kunden, Lieferantinnen/ Lieferanten, Management-Ebene, Mitarbeiterinnen/ Mitarbeiter, Kooperationspartnerinnen/ Kooperationspartner), was wiederum ein hohes Maß an sozial-kommunikativer Kompetenz und Beziehungsfähigkeit voraussetzt. Diese Kompetenzen werden durch die jeweils geforderte Anschlussfähigkeit zu einer definierten sozialen Studierendengruppe in explorativer Weise gefördert.
- / **Arbeits- und Lernzeit:** Aufgrund der zeitlichen Flexibilität entspricht das System den aktuellen Arbeitszeitrealitäten und –modellen und lässt Arbeits- und Lernzeit besser miteinander koordinieren.
- / **Gruppendynamische Lerneffekte:** In eigenen Veranstaltungen werden bewusst und gezielt gruppendynamische Lerneffekte zum Gegenstand von Interventions-, Reflexions- und Lernprozessen, zur Verbesserung der Fähigkeiten im Bereich Team-Management und Team-Entwicklung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.
- / **Group-think:** Durch die wechselnden Teamzusammensetzungen werden destruktive Lernkulturen aufgrund ausgeprägter „group-think“- Effekte verhindert, da nur temporäre Teamzusammensetzungen bestehen.
- / **Selbstbestimmte Lerndisziplin:** Die tatsächliche Studiendauer wird wie bei den Regelstudien durch die Studiendisziplin und –intensität bestimmt, womit die Mündigkeit, Selbstbestimmtheit und das berufliche Umfeld der Teilnehmerinnen und Teilnehmer respektiert werden.

- / **Zielgruppengerechte Lehrgangsstrukturen:** Durch die modulare Organisation des Universitätslehrgangs können redundante Lehrgangs-Bausteine vermindert werden, wodurch Themenspezialisierungen für ausgewählte fokale Zielgruppen verbessert werden.
- / **Motivationsgrad:** Der Gestaltungsspielraum und die damit selbstbestimmte Handhabung des Spannungsfeldes Beruf, Familie, Freizeit und Weiterbildung führt zu einem dementsprechend hohen Motivationsgrad bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

Aufgrund der begrenzten Anzahl der Studierenden in den Lehrveranstaltungen werden die Gruppen klein gehalten, um einen bestmöglichen Lernerfolg garantieren zu können. Die anwendungsorientierten Lehrinhalte befähigen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, ihre betrieblichen Leistungen direkt und unmittelbar zu steigern, indem sie die gelehrtens Ansätze reflektieren und konkret in der Praxis anwenden. Diese Verbesserung der Performance wirkt sich positiv auf die berufliche Entwicklung aus.

Das didaktische Ausbildungskonzept sieht eine Vielzahl unterschiedlicher Formen des Wissenserwerbs und des Wissenstransfers vor. Ziel ist es, den Lernfortschritt und Erfolg während der Studienzeit möglichst effizient und effektiv sicher zu stellen.

Zur Erreichung der Ausbildungsziele sind unterschiedliche Formen des Lernens kombiniert mit supervisorischer Begleitunterstützung und abschließender Wissensüberprüfung vorgesehen. Das heißt es kommen verschiedene Formen des interaktiven Kontaktunterrichts und anwendungsbezogene Übungen, Trainings, Präsentationen, Hausarbeiten, Teamarbeiten, Unternehmensplanspiele sowie Diskussionsrunden zum Einsatz. Selbstorganisiertes Lernen ergänzt begleitende Maßnahmen mittels Coaching, insbesondere sollen dadurch Frage- und Problemstellungen eines effektiven Wissenstransfers aufgeworfen und beantwortet werden.

Ergänzt wird das didaktische Konzept durch die praxisrelevante Anwendung des Gelernten durch die Erstellung einer Master Thesis zu einer konkreten Problemstellung aus dem betrieblichen Umfeld.

## **§ 2.6 Beurteilungskonzept**

Beurteilungen erfolgen in Form von schriftlichen Prüfungen, schriftlichen Arbeiten, einem reflexiven Lernprotokoll, der Abfassung einer Master Thesis und einer mündlichen kommissionellen Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis. Details dazu siehe Prüfungsordnung § 7.

## **§ 3 Voraussetzung für die Zulassung und Aufnahmeverfahren**

Voraussetzung für die Zulassung ist:

- a) Ein abgeschlossenes Bachelor-, Master- oder Diplomstudium aus den Bereichen: Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Medizin, Allgemeine Technik, Naturwissenschaften und Rechtswissenschaften.

- b) In begründeten Einzelfällen können auch Personen in den Universitätslehrgang aufgenommen werden, die nicht über ein abgeschlossenes Studium verfügen. Voraussetzung ist dabei, dass diese Personen über die allgemeine Universitätsreife gem. § 64 Abs. 1 UG und über mindestens fünf Jahre einschlägiger Berufserfahrung verfügen.

Das Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen wird von der Lehrgangsleiterin/ dem Lehrgangsleiter geprüft. Bei Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen werden die Bewerberinnen und Bewerber vom Rektorat nach Maßgabe der zur Verfügung stehenden Studienplätze und der Qualifikation der Bewerberinnen und Bewerber auf Grund der Auswahl zum Universitätslehrgang als außerordentliche/r Studierende/r zugelassen. Die Erfüllung der genannten Zulassungsvoraussetzungen begründet nicht das Recht, in den Universitätslehrgang tatsächlich aufgenommen zu werden.

Eine Höchstzahl an Studienplätzen kann von der Lehrgangsleiterin/ dem Lehrgangsleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festgesetzt werden. Die Höchstzahl ist in geeigneter Weise bekannt zu geben.

Die Bewerbung und Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt schriftlich unter Beifügung aller für die Zulassung notwendigen Unterlagen. Gemäß § 70 Abs. 1 UG 2002 haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für diesen Universitätslehrgang um Zulassung an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt als außerordentliche Studierende anzusuchen.

Die Aufnahme erfolgt nach Erfüllung der formalen Voraussetzungen gem. § 3 lit. a und b und nach folgenden im Bewerbungsgespräch zu eruiierenden Kriterien:

- / Ernsthaftigkeit der Absicht zur vollen Teilnahme am Universitätslehrgang
- / mittelfristige Karriereplanung
- / Bereitschaft zur persönlichen Entwicklung.

## **§ 4 Anerkennung von Prüfungen**

Positiv beurteilte Prüfungen von gleichwertigen Lehrveranstaltungen anerkannter in- und ausländischer postsekundärer und außeruniversitärer Bildungseinrichtungen können auf Antrag der/des Studierenden im Sinne des Universitätsgesetzes 2002 anerkannt werden, soweit sie den im Curriculum vorgeschriebenen Leistungen gleichwertig sind.

Es besteht die Möglichkeit der Anerkennung von im Sinne des § 78 Abs. 9 UG gleichwertigen Prüfungsleistungen, die außerhalb des Universitätslehrgangs abgelegt wurden, bis zu einem maximalen Ausmaß von 20% der ECTS-Anrechnungspunkte.

## § 5 Gliederung

### § 5.1 Intendierte Lernergebnisse

Der berufsbegleitende Universitätslehrgang besteht aus den Pflichtlehrveranstaltungen und aus drei der zehn wählbaren weiteren Lehrveranstaltungen. Zudem ist eine Master Thesis zu verfassen und diese im Rahmen der kommissionellen Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis zu verteidigen.

| Lehrveranstaltungen                     |                           | Intendierte Lernergebnisse  | ECTS<br>-AP* |
|---|---------------------------|---|--------------|
| <b>Pflichtlehr-<br/>veranstaltungen</b> | Betriebswirtschaftslehre  | Studierende haben Kenntnis von den komplexen Zusammenhängen, Problemstellungen und den Prozessen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Studierende sind in der Lage betriebswirtschaftliche Modelle und Ansätze moderner Theorien in der Praxis anzuwenden. Studierende können grundlegende betriebswirtschaftliche aber auch gesamtgesellschaftliche Aspekte prüfend bewerten und dies in Diskussionen argumentieren.                    | 6            |
|   | Entrepreneurship          | Studierende verfügen über gründungsrelevante Anwendungskompetenzen zum Erkennen unternehmerischer Chancen und Risiken. Sie können Arbeitstechniken, Methoden zur Kreativitäts- und Problemlösungstechnik sowie unterschiedliche Analyseverfahren anwenden. Studierende sind in der Lage, das sich dynamisch verändernde Wettbewerbsumfeld zu analysieren und die daraus gewonnen Erkenntnisse in das unternehmerische Handeln zu integrieren. | 5            |
|   | Gender Studies Einführung | Studierende haben grundlegende Kenntnis aus den verschiedenen Themenfeldern der interdisziplinären Gender Studies. Sie sind in der Lage, dieses Wissen kritisch einzusetzen, zu reflektieren und ihr Verhalten darauf einzustellen.   | 1            |



|  |                                    |   |   |
|--|------------------------------------|---|---|
|  | Finanzierung und Controlling       | Studierende haben grundlegende Kenntnisse zur Bewertung und zum Vergleich von Unternehmen. Studierende sind in der Lage, Controlling Kennzahlen zu interpretieren, grundlegende finanztheoretische Zusammenhänge zu erkennen und zu bewerten, sowie darauf basierend Entscheidungen zu treffen.   | 6 |
|  | Interkultureller Studienaufenthalt | Studierende verfügen über das Wissen hinsichtlich verschiedener interkultureller Dimensionen der Geschäftstätigkeiten im Ausland. Studierende erweitern ihr Wissen über management-spezifische Themen im internationalen und interkulturellen Umfeld. Studierende sind in der Lage, die kulturelle Vielfalt im Management entsprechend einzustufen, und dieses angemessen einzusetzen.  | 6 |
|  | Leadership                         | Studierende sind mit den theoretischen Modellen vertraut, um die Rolle der Führung auf unterschiedliche Gruppen abzustimmen. Studierende können diese Modelle auf alltägliche Führungsaufgaben anwenden. Studierende haben die Fähigkeit, persönliche Führungsgewohnheiten und Führungsstrategien kritisch zu hinterfragen.   | 5 |
|  | Marketing                          | Studierende haben die Kenntnis, Wirkungszusammenhänge zwischen Marketing-Management und den übrigen Funktionsbereichen im Unternehmensverbund zu erkennen. Studierende können spezielle strategische Komponenten des Marketing und der Marketing-Instrumente situationsspezifisch konzipieren und einsetzen. Studierende sind in der Lage, Marketing-Konzeptionen im nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld nachzuvollziehen, zu analysieren und im Hinblick auf ihre Vor- und Nachteile kritisch zu vergleichen. | 5 |

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
|  | Projektmanagement                       | Studierende haben Kenntnis über die Anwendung der verschiedenen Projektmanagementprozesse, deren Methoden, Techniken und Instrumente. Studierende sind in der Lage, Projekte unter Einsatz dieser Kompetenzelemente durchzuführen. Studierende sind in der Lage Projektergebnisse zu analysieren und Projekte zu evaluieren und sich im Diskurs kritisch damit auseinander zu setzen.   | 5 |
|  | Strategisches Management                | Studierende haben Kenntnis über strategische Konzepte und Instrumente und deren Einsatz im heutigen globalen Geschäftsumfeld. Studierende verstehen die strategische Position einer Organisation und können quantitative und qualitative Analyseinstrumente des strategischen Managements einsetzen. Studierende sind in der Lage, Geschäftssituationen zu beurteilen und geeignete Strategien auszuwählen und diese im Diskurs zu vertreten bzw. in der Praxis anzuwenden. | 5 |
|  | Strategisches und operatives Plan-spiel | Studierende haben Kenntnis über die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge im Unternehmen und verstehen das Wettbewerbs- und Branchenumfeld. Studierende sind in der Lage unternehmerische Ziele zu definieren und die zur Erreichung notwendigen Strategien, Vorgehensweisen und Instrumente zu konzipieren und zu bewerten. Studierende erkennen die strategische Planungsnotwendigkeit in Bezug auf die Optimierung des Unternehmenszieles und der Unterziele.           | 4 |
|  | Unternehmensführung und Organisation    | Studierende haben Kenntnis über theoretische Grundlagen, strategische Ziele und die operative Umsetzung der Analyseinstrumente von Organisationen. Studierende verstehen verhaltenswis-   | 5 |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  |   | senschaftliche Grundlagen und theoretische Ansätze des organisationalen Verhaltens. Studierende sind in der Lage, auf Basis dieses Wissens, die Steuerung des Verhaltens von Individuen und Gruppen in Organisationen anzuwenden. Studierende verstehen die Bedeutung und Systematik des Personalmanagements, seiner Funktionen, Prozesse, Strukturen und Instrumente. Studierende können Instrumente zur Wahrnehmung und Gestaltung der Personalfunktion und ihrer strategischen Ausrichtung angemessen einsetzen. Studierende sind in der Lage bestehende Führungs- und Organisationskonzepte einzustufen und im Diskurs zu vertreten. |   |
|  | Wirtschaftsrecht  | Studierende sind in der Lage rechtliche Zusammenhänge der wichtigsten Bereiche des Wirtschaftsrechts zu verstehen und die erworbenen Rechtskenntnisse in einem praxis-bezogenen Zusammenhang mit relevanten Managemententscheidungen anzuwenden. Studierende werden befähigt relevante Managemententscheidungen methodisch zusätzlich unter rechtlichen Aspekten zu beurteilen und dadurch Gesamtzusammenhänge ihrer Handlungen und Entscheidungen zu analysieren.   | 5 |
|  | Theorie, Methodik und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens | Studierende haben Kenntnis über die Begrifflichkeit, Struktur und Charakteristika wissenschaftlicher Arbeiten. Sie sind in der Lage Theorien, Ansätze und Modelle zu vergleichen und in ihren Stärken und Schwächen zu bewerten. Sie können auf Basis dieser Erkenntnisse Standpunkte kritisch im Diskurs vertreten und dieses Wissen in der Anfertigung von wissenschaftlichen Arbeiten einsetzen.  | 1 |
|  | Anleitung zur Master Thesis                                   | Studierende haben Kenntnis über Planung, Konzeption und Durchführung   | 1 |

|                                    |                                |   |   |
|------------------------------------|--------------------------------|---|---|
|                                    |                                | einer Master Thesis. Studierende können diverse Methoden und Aspekte der Vorgehensweise zur Themenfindung, Literaturrecherche, Problemstellung sowie Strukturierung entsprechend einsetzen, um eine Master Thesis nach den wissenschaftlichen Vorgaben und Erfordernissen zu erstellen.   |   |
| <b>Weitere Lehrveranstaltungen</b> | Business Development Osteuropa | Studierende können die legalen, technologischen, wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Strukturen der verschiedenen Länder Zentral- und Südosteuropas darstellen. Sie können die komplexen Voraussetzungen und die Chancen und Risiken für die Entwicklung der Markteintrittsstrategien und einem erfolgreichen Geschäftsaufbau in diesen Märkten analysieren. Sie können angemessene Lösungsmöglichkeiten für diese Vorhaben entwickeln und dabei wissenschaftlich fundierte Konzepte, Instrumente und Methoden einsetzen. Auf dieser Basis sind sie in der Lage, Vorgehensweisen kritisch zu vergleichen und zu bewerten und ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zielgerichtet in solchen Projekten einsetzen. | 4 |
|                                    | Change Management              | Studierende kennen die grundlegenden Ziele, Strukturen und Prozesse des Change Managements. Sie verfügen über das notwendige Wissen, die komplexen Zusammenhänge des Change Managements zu analysieren und darzustellen. Sie sind in der Lage, adäquate Lösungsmöglichkeiten und Vorschläge im Rahmen der Problemstellungen des Change Managements zu konzipieren, zu bewerten und diese diskursiv zu vertreten. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse, um Konzepte, Instrumente, Methoden und Techniken in der Praxis anzuwenden. Sie können ihre persönlichen und fachlichen Kompetenzen zielgerichtet in Change Management Projekten einsetzen.   | 4 |

|  |                             |   |   |
|--|-----------------------------|---|---|
|  | Interkulturelles Management | Studierende kennen die wesentlichen Herausforderungen und Konzepte des interkulturellen Managements. Sie sind in der Lage, die mehrschichtigen und vernetzten Zusammenhänge im interkulturellen Management zu analysieren. Sie entwickeln die dazu notwendige Sensibilität für Interaktionen mit Personen aus fremden Kulturen. Sie konzipieren die dazu notwendigen Kompetenzen, um angemessene Problemlösungen in der Zusammenarbeit von Personen und Mitarbeitern aus verschiedenen kulturellen Kontexten herbeizuführen. Sie sind dabei in der Lage, erprobte wissenschaftliche Konzepte, Methoden und Techniken anzuwenden und diese sowohl kritisch zu vergleichen und zu bewerten, im Diskurs zu vertreten und in der Praxis umzusetzen. | 4 |
|  | Logistik                    | Studierende kennen die wesentlichen Besonderheiten und Zusammenhänge des Logistik- und Supply-Chain Management unter globalen Rahmenbedingungen. Sie sind in der Lage, die typischen Entscheidungsfelder zu analysieren, kritisch zu bewerten und diskursiv Lösungen zu vertreten. Sie verfügen über Kenntnisse und Methoden zur Gestaltung logistischer Systeme in der Praxis und können diese aufgrund ihrer persönlichen und fachlichen Kompetenzen zielgerichtet einsetzen.   | 4 |
|  | Marketing für KMUs          | Studierende kennen die spezifischen Problemstellungen von Marketingentscheidungen von KMUs. Sie sind in der Lage, diese Herausforderungen im nationalen und internationalen Kontext mittels geeigneter Methoden, Konzepte und Instrumente zu analysieren und kritisch zu bewerten. Darauf aufbauend können sie alternative Lösungsvorschläge erarbeiten und diese im Diskurs vertreten. Sie können Marketingkonzepte entwerfen, bewerten sowie gestalten und  | 4 |

|  |                            |   |   |
|--|----------------------------|---|---|
|  |                            | die dafür notwendigen Umsetzungsvoraussetzungen berücksichtigen. Sie können persönliche und fachliche Kompetenzen zielgerichtet für Marketingstrategien von KMUs einbringen.  |   |
|  | Mergers & Acquisitions     | Studierende kennen die wesentlichen Voraussetzungen und Konzepte von M&A und deren Auswirkungen auf Organisationen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von beteiligten Unternehmen. Sie sind in der Lage, die besonderen Gegebenheiten des Phänomens M&A mit den verschiedenen Stufen von Fusion oder Akquisition zu erfassen und zu analysieren. Studierende können Bewertungsmethoden und M&A-Techniken hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen abwägen und in der Praxis anwenden.   | 4 |
|  | Personal Skills            | Studierende haben Kenntnis über Grundlagen der Kommunikation, des arbeitspsychologischen Basiswissens sowie des Wirkens sozialer Systeme und deren Interaktionsmechanismen. Sie können verschiedene Methoden zu Problemlösungen bei sozialen Interaktionen mit ihren bewussten und unbewussten Reaktions- und Handlungsmustern kritisch hinterfragen, bewerten und Gestaltungsvorschläge im Diskurs vertreten. Studierende können aufgrund ihrer persönlichen und fachlichen Kompetenzen zielgerichtet in sozialen Systemen mit ihren Besonderheiten agieren. | 4 |
|  | Social Media und Marketing | Studierende erkennen die Besonderheiten, Strukturen, Prozesse und Techniken von Social Media im Marketing. Sie sind in der Lage, zu erkennen, welche Möglichkeiten und Chancen deren Einsatz für den Marketing-Mix im Kontext andere Marketingmaßnahmen bietet. Sie können angemessene Lösungsmöglichkeiten für den Einsatz von Social Media  | 4 |

|  |                                  |   |   |
|--|----------------------------------|---|---|
|  |                                  | konzipieren, bewerten und diskursiv vertreten. Studierende können kollaborative, zielgerichtete und effektive Arbeitsweisen zur Nutzung neuer Strategien für Social Media in der Praxis einsetzen.  |   |
|  | Verkaufsmanagement               | Studierende kennen die Ziele und Aufgaben eines/ einer Vertriebsmanagers/ Vertriebsmanagerin und in welchem Kontext unternehmensintern und –extern er/sie diese durchführt. Sie sind in der Lage, diese Zusammenhänge zu analysieren. Darauf aufbauend entwerfen sie adäquate Vorschläge zur Bewältigung der Aufgaben. Sie sind befähigt, wissenschaftliche Ansätze, Steuerungsmethoden und Techniken des Verkaufsmanagements kritisch einzusetzen, zu bewerten und diesen Standpunkt im Diskurs zu vertreten. Sie sind in der Lage Vertriebsstrategien in der Praxis zielgerichtet aufgrund persönlicher und fachlicher Fähigkeiten einzusetzen.         | 4 |
|  | Volkswirtschaftslehre Einführung | Studierende verstehen die volkswirtschaftlichen Phänomene und Zusammenhänge. Sie sind mit den mikro- und makroökonomischen Grundbegriffen und Konzepten vertraut. Studierende erkennen die gesellschaftlichen Bezüge von volkswirtschaftlichen Themenstellungen sowie die Bedeutung für unternehmerische Entscheidungen in der Praxis. Sie können grundlegende Theorien, Konzepte und Methoden der Ökonomie kritisch bewerten und im Diskurs vertreten. Sie können die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Hinblick auf Unternehmens- und Managemententscheidungen zielgerichtet aufgrund persönlicher und fachlicher Kompetenzen berücksichtigen. | 4 |

\*ECTS-AP=European Credit Transfer System-Anrechnungspunkte

## § 5.2 Lehrveranstaltungsarten

**Prüfungsimmanente Lehrveranstaltungen** sind Lehrveranstaltungen, in denen die Beurteilung nicht in einem einzigen Prüfungsakt erfolgt, sondern auf Grund von schriftlichen und/oder mündlichen Beiträgen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer während der Lehrveranstaltung oder – bei schriftlichen Arbeiten oder Projekten (Arbeiten vergleichbaren Aufwands) – bis zum Ende des auf die Abhaltung der Lehrveranstaltung folgenden Semesters. Bei schriftlichen Arbeiten oder Projekten ist Studierenden ein mündliches oder schriftliches Feedback anzubieten. Es besteht Anwesenheitspflicht. Von den Studierenden wird erwartet, dass sie aktiv am Diskussions- und Reflexionsprozess teilnehmen, schriftliche Arbeiten verfassen und/oder mündliche Präsentationen abhalten und/oder Prüfungen absolvieren.

Prüfungsimmanente Lehrveranstaltungen sind:

- a) **Vorlesung mit Kurs (VC):** Diese Lehrveranstaltungen bestehen aus einem Vorlesungsteil und einem Kursteil, in dem die Anwendung des Vorgetragenen erfolgt.
- b) **Kurs (KS):** Kurse sind anwendungsorientierte Lehrveranstaltungen und vermitteln die Fähigkeit zur Lösung konkreter Aufgaben.

## § 5.3 Lehrveranstaltungen

| Pflichtlehrveranstaltungen   | LV-Inhalte*  | LV - Art * | UE* | ECTS-AP* |
|------------------------------|--|------------|-----|----------|
| Betriebswirtschaftslehre     | Grundlagen und Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre sowie deren wissenschaftlicher Standort; der Betrieb als Objekt der BWL; grundsätzliche Orientierung betrieblicher Aktivitäten und Prozesse; Systematik und Überblick der BWL; Methoden wie Hermeneutik, Induktion, Deduktion, Forschungsansätze, Funktionen und ihre Besonderheiten. | VC         | 24  | 6        |
| Entrepreneurship             | Entrepreneurship-Kompetenzen; Entwicklung von Gründungsideen; Gründungsstrategien; Marketingplanung; Gründungsfinanzierung; Gründungsinfrastruktur; Instrumente der Gründungsförderung; der Businessplan und die Entwicklung des Unternehmens.   | VC         | 24  | 5        |
| Finanzierung und Controlling | Grundfragen des Rechnungswesens; Aufzeichnungspflichten; der Jahresabschluss nach UGB; Aufgaben und Ziele der Kosten-  | VC         | 24  | 6        |



|                           |  |    |    |   |
|---------------------------|--|----|----|---|
|                           | rechnung; externe und interne Rechnungslegung; kurzfristige Erfolgsrechnung; Deckungsbeitrags- und Fixkostendeckungsrechnung; Anwendungsfälle der entscheidungsorientierten Kostenrechnung; Messgrößen des kurz- und langfristigen Unternehmenserfolgs; Unterschiede zwischen Erfolgspotenzialen, Erfolg und Liquidität; Führungs- und Controlling-Prozesse; Regelkreis und Aufgabenbereich des Controllings; Finanzplanung; Unternehmensfinanzierung, Analyse der Kapitalflussrechnung. |    |    |   |
| Gender Studies Einführung | Einführung in die disziplinenübergreifende Forschung zur kulturellen Geschlechterdifferenzierung; Orientierung über Soziologie, Ethnologie, Linguistik und Geschichte der Geschlechterdifferenz; Vermittlung eines kulturwissenschaftlichen Blicks auf die Praxis der Geschlechterunterscheidung in sozialen und beruflichen Beziehungen, Kommunikationsprozessen sowie Verhaltensmuster.  | VC | 5  | 1 |
| Leadership                | Modelle der erfolgreichen Führung; Führungsstile; Treffen von Entscheidungen als Führungskraft; Gruppen, Gruppenrollen und Gruppenführerschaft; Teamentwicklung und Kommunikation; Umgang mit Konflikten; Führungsinstrumente; Systemische Sicht der Führung.  | VC | 24 | 5 |
| Marketing                 | Profunde Kenntnisse des Marketing Ansatzes, der strategischen Komponenten des Marketings und der Marketing-Instrumente; Spezifika des internationalen Marketings; Strategische und interkulturelle Bedeutung; Entscheidungsorientierte Problemlösungs-Kompetenz und Methoden-Kenntnisse.   | VC | 24 | 5 |
| Projektmanagement         | Vorgehensmodelle und Methoden für einen effektiven Projektstart; Projektdefinition, Zielformulierung und Umfeldanalyse; Projektpläne; Instrumente zur Aufgabenplanung; Informationsgestaltung und Kommunikation nach Zielgruppen; Ressourcen- und Kostenplanung;   | VC | 24 | 5 |

|  |  |    |    |   |
|--|--|----|----|---|
|  | Rollen und Kompetenzen in Projektteams; Risikomanagement in Projekten; Projektcontrolling und Projektabschluss; Aufbau von Plan/Soll/ Ist Vergleich; Konsequenzen und Szenarien - Planen von Gegenmaßnahmen; Das Projekthandbuch; Selbstmanagement für Projektleiter; Nachprojektphase.  |    |    |   |
| Strategisches Management               | Strategische Planungsmodelle; SWOT Analyse; Wertschöpfungsketten; Benchmarking; Strategische Positionierung; Externe Analyse; Marktmerkmale; Lebenszyklen; Wettkampfmodelle; STEP Analyse; Schlüsselfaktoren für den Erfolg; Vision und Mission Statements; Balanced-Scorecard Methode; Portfolio-Management; BCG Matrix; Markt-Wettbewerbsportfolio.  | VC | 24 | 5 |
| Strategisches und operatives Planspiel | Das Planspiel ist EDV-unterstützt und als ein generelles interaktives Konkurrenzplanspiel konzipiert. Es bietet den Studierenden die Möglichkeit, sich in wirtschaftliche Zusammenhänge aktiv und praxisorientiert einzuarbeiten. Die Aufgabe der Spielgruppen ist es, eine möglichst hohe positive Differenz zwischen Erlösen und Aufwendungen zu erreichen, damit der Unternehmenswert maximiert wird. Von den Studierenden muss nach den ersten beiden Perioden die Definition von Unterzielen und Strategien erarbeitet werden. Auf diese Ziele wird in der abschließenden Auswertung wesentlich Bezug genommen. | KS | 24 | 4 |
| Unternehmensführung und Organisation   | Unternehmensführung als strategische Ausrichtung; Führung durch Strukturen und Führungssubstitute; Personale Führung als zielorientierte Einflussnahme durch Kommunikation; Theorien und Beeinflussung der Motivation; Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens; Formelle und informelle Organisationen; Die verhaltenswissenschaftliche Dimension: Organisationsklima und Unternehmenskultur; Organisationsdiagnostik und Organisationsveränderung; Die Logik einer wissenschaftlich begründeten Personalauswahl; Vorgehensweisen: Interview, Test,  | VC | 24 | 5 |

|                  |   |    |                       |                      |
|------------------|---|----|-----------------------|----------------------|
|                  | Assessment Center; Ziele der systematischen Personalbeurteilung; Beurteilungsfehler und ihre Ursachen; Facetten der Personalentwicklung.  |    |                       |                      |
| Wirtschaftsrecht | Vertrags- und Haftungsrecht mit Bezug auf internationale Vertragsgestaltungen; Grundzüge des Immaterialgüter- und Datenschutzrechts; Die Grundlagen zur Wahl von Rechtsformen und die Gestaltung von Gesellschaften zur Unternehmensführung mit Einbeziehung des Betriebsanlagenrechts; Übersichtsdarstellung der modernen Rechtsbereiche im E-Commerce bei Vertragsgestaltungen und Fernabsatzverträgen. | VC | 24                    | 5                    |
|                  |   |    | <b>Summe:<br/>245</b> | <b>Summe:<br/>52</b> |

\*LV=Lehrveranstaltung, UE=Unterrichtseinheit, ECTS-AP=European Credit Transfer System-Anrechnungspunkte, VC=Vorlesung mit Kurs, KS=Kurs

| Wissenschaftliches Arbeiten                                   | LV-Inhalte*  | LV - Art * | UE*                 | ECTS-AP*            |
|---|--|------------|---------------------|---------------------|
| Theorie, Methodik und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens | Begriffliches Verständnis zum wissenschaftlichen Arbeiten; Charakteristika, genderspezifische Sprachaspekte in Formulierungen, ethische Regeln der Forschungsarbeit; Kriterien zur Beurteilung; Literaturrecherche, Suchstrategien, virtuelle und reale Orte zur Auffindung von Literatur und Exzerption von relevanten Literaturaspekten; Regeln zur Zitierung von wissenschaftlicher Literatur; grundsätzliche Struktur wissenschaftlicher Arbeiten mit Entdeckungs-, Begründungs- und Verwertungszusammenhang; Formulierung von Forschungsfragen und Hypothesen; Methodenwahl unter Berücksichtigung qualitativer und quantitativer Vorgehensweisen; Analyse, Darstellung und Interpretation von Ergebnissen; Aussagemöglichkeiten und Grenzen. | VC         | 5                   | 1                   |
|   |  |            | <b>Summe:<br/>5</b> | <b>Summe:<br/>1</b> |

\*LV=Lehrveranstaltung, UE=Unterrichtseinheit, ECTS-AP=European Credit Transfer System-  
Anrechnungspunkte, VC=Vorlesung mit Kurs

| <b>Auslandsaufenthalt</b>          | <b>LV-Inhalte*</b>   | <b>LV - Art *</b> | <b>UE*</b>           | <b>ECTS-AP*</b>     |
|------------------------------------|--|-------------------|----------------------|---------------------|
| Interkultureller Studienaufenthalt | Einblicke in die ökonomischen Aspekte des Landes bei Treffen mit Geschäftsführern/innen, Beamten/innen und Hochschullehrern/innen vor Ort; Vorlesungen an Hochschulen vor Ort zu management-spezifischen Themen; Firmenbesuche sowie Treffen mit verantwortlichen Personen der Wirtschaft die mit dem Geschäftsverhalten und kulturellen Themen des jeweiligen Landes vertraut sind. | VC                | 40                   | 6                   |
|                                    |  |                   | <b>Summe:<br/>40</b> | <b>Summe:<br/>6</b> |

\*LV=Lehrveranstaltung, UE=Unterrichtseinheit, ECTS-AP=European Credit Transfer System-  
Anrechnungspunkte, VC=Vorlesung mit Kurs,

| <b>Master Thesis</b>        | <b>LV-Inhalte*</b>  | <b>LV - Art *</b> | <b>UE*</b> | <b>ECTS-AP*</b> |
|-----------------------------|---|-------------------|------------|-----------------|
| Master Thesis               | Für den erfolgreichen Abschluss des Universitätslehrgangs ist die Abfassung einer Master Thesis nach den Richtlinien wissenschaftlichen Arbeitens erforderlich. Die Master Thesis ist eine anwendungsorientierte, nach wissenschaftlichen Standards aufbereitete Arbeit, die die Reflexion des Erlernten und der gemachten Umsetzungserfahrungen beinhaltet und diese mit den wissenschaftlichen Erkenntnissen einer gewählten Lehrveranstaltung ergänzt. |                   |            | 15              |
| Anleitung zur Master Thesis | Überblick zu Arten von Master Thesen; Auswahl eines Forschungsthemas; Verfassen der Einleitung; Formulierung der Ziele der Arbeit und forschungsleitenden Fragen; Exzerption und Zusammenfassung des neuesten Literaturbestandes zu einem Thema; Erarbeitung des konzeptionellen Bezugsrahmens, Modell- und Hypothesen-   | VC                | 5          | 1               |

|  |   |  |                     |                      |
|--|---|--|---------------------|----------------------|
|  | formulierung; Darstellung, Begründung und Erläuterung der angewendeten Forschungsmethodik; Analyse, Dokumentation und Interpretation der Forschungsergebnisse; Diskussion, Reflexion und kritische Bewertung der Aussagen; Empfehlungen für Wissenschaft und Praxis; Ausblick; Formatierung und formale Gestaltung von Forschungsarbeiten unter Berücksichtigung von Zitierformen und Regeln. |  |                     |                      |
| kommissionelle Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis | Präsentation der Kernaussagen der Master Thesis vor dem Prüfungssenat; Methodische und theoretische Begründung; kritische Reflexion vor dem Hintergrund der formulierten Ziele und forschungsleitenden Fragen; Erörterung der Grenzen der Erkenntnisse; Formulierungen zur Weiterentwicklung in methodischer, theoretischer und empirischer Sicht.  |  |                     | 3                    |
|  |   |  | <b>Summe:<br/>5</b> | <b>Summe:<br/>19</b> |

\*LV=Lehrveranstaltung, UE=Unterrichtseinheit, ECTS-AP=European Credit Transfer System-Anrechnungspunkte, VC=Vorlesung mit Kurs

Aus den folgenden weiteren Lehrveranstaltungen sind drei aus den zehn möglichen Lehrveranstaltungen zu wählen und positiv zu absolvieren.

| Weitere Lehrveranstaltungen**  | LV-Inhalte*   | LV - Art * | UE* | ECTS-AP* |
|--------------------------------|---|------------|-----|----------|
| Business Development Osteuropa | Das Marktumfeld und Interkulturelles Management Osteuropa; Motive, Ziele, Risiken für Going East; Marktforschung und Marktselektion in Osteuropa; Markteintrittsstrategien für Osteuropa; Produktpolitik und Preispolitik; Absatzwege und Distributionskanäle in Osteuropa; Kommunikationspolitik; Unternehmensorganisation in Osteuropa. | VC         | 16  | 4        |
| Change Management              | Kenntnisstand über aktuelle Theorien des Change Managements sowie deren kritische Reflexion vor dem Hintergrund der betrieblichen Praxis. Analyse der Ist-Situation   | VC         | 16  | 4        |

|                             |   |    |    |   |
|-----------------------------|---|----|----|---|
|                             | sowie der hemmenden und fördernden Faktoren des Change Prozesses und die strukturierte Planung bzw. Evaluierung eigener Change Management Projekte. Erhöhung der sozialen Kompetenzen hinsichtlich Perspektivenwechsel und Konfliktmanagement im Change Prozess.  |    |    |   |
| Interkulturelles Management | Das Konzept Kultur; Kulturen und Subkulturen; Kulturelle Dimensionen und Standards; Stereotype und der Umgang mit Stereotypen; Global Mindset; Interkulturelle Kommunikation; Verhandlungen im interkulturellen Kontext; Multikulturelle, virtuelle sowie globale Teams; Ethische Fragen im interkulturellen Management; Internationaler Personaleinsatz und dessen Herausforderungen.                                      | VC | 16 | 4 |
| Logistik                    | Logistik und Supply Chain Management (SCM); Funktionen, und Planungsaufgaben in der Logistik; logistische Leistungen; Zielsetzungen und Systemdenken in der Logistik; Prozesse im SCM; SC-Strategie und kritische Betrachtung des SCM; Entwicklung in Logistik und SCM im Licht der Globalisierung; Planung der Distributionsstruktur; Transport und Transportketten; Risikomanagement im Kontext internationaler Logistik. | VC | 16 | 4 |
| Marketing für KMUs          | Herausforderungen des Marketings für KMUs; Marketingmanagementprozess; Kommunikationspolitik der KMUs; Konzeption einer Kampagne; Marketingmaßnahmen speziell für KMUs.   | VC | 16 | 4 |
| Mergers & Acquisitions      | Unternehmensmotive für M&A; Strategische Aspekte sowie strategische Alternativen; Entwicklung des M&A Marktes; Verhandlungsmethoden, Verteidigung und Taktik; Bewertung und Finanzierung; Rollen und Vorurteile von externen Beratern; Das regulatorische und steuerliche Umfeld in Europa und USA; Post-Merger Integration   | VC | 16 | 4 |

|                            |   |    |    |   |
|----------------------------|---|----|----|---|
|                            | und andere Auswirkungen des M&A Prozesses; Post Merger Audit und organisationales Lernen.   |    |    |   |
| Personal Skills            | Kommunikative Strukturen, Muster und Zusammenhänge von früh erlernten Verhaltensmustern und deren Auswirkungen; Grundlagen, Theorien und verschiedene Zugänge zu gängigen Wissensmodellen; Klarheit im eigenen Tun und in den eigenen Zielen; Der systemische Ansatz und die ganzheitliche Denkweise; Auswirkungen auf jede Form der Interaktion z.B. im Umgang mit Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern oder Geschäftspartnern; Durch die vielfältigen Übungssequenzen sind die Studierenden gefordert sich mit diversen Methoden auseinanderzusetzen und diese anzuwenden (Eigenrecherche, theoretische Inputs, Einzelpräsentation, Gruppenübungen, Visualisierungsmethoden, kreative Ansätze etc.). | KS | 16 | 4 |
| Social Media und Marketing | Gesellschaftliche und technologische Voraussetzungen für die Entwicklung von Social Media; Definition, Entwicklung und Instrumente des Social Media Marketings; Unterscheidung des Marketings im Social Web vom klassischen Marketing sowie effektive Integration von Social Media Maßnahmen in den klassischen Marketing-Mix; Rechtliche Implikationen bei Nutzung von Social Media; Social Media Plattformen für ein effizientes Management von Kundenbeziehungen; Planung einer Social Media Kampagne; Nachhaltige Mediaplanung und virales Seeding im Social Web; Möglichkeiten eines fundierten Social Media Monitorings.  | VC | 16 | 4 |
| Verkaufsmanagement         | Aufbau einer Vertriebsorganisation und deren Einordnung in der Unternehmensstruktur; Aufbau einer Vertriebsstrategie; Managen eines Verkaufsmitarbeiters; Aufgaben eines Verkaufsmitarbeiters; Planungsszenarien für Verkaufsgebiete;   | VC | 16 | 4 |

|                                  |  |    |                       |                      |
|----------------------------------|--|----|-----------------------|----------------------|
|                                  | Vertriebs- und Marketingplanung; Management by Objectives (MbO); Schlüsselqualifikation für das Vertriebs-/Verkaufmanagement (persönlich, fachlich; „social skills“); Kommunikationswege und –kanäle (persönliche Kommunikation, E-mail, AD-Handbuch); Vertriebscontrolling; Entlohnungssysteme.   |    |                       |                      |
| Volkswirtschaftslehre Einführung | Grundlegende Fragen zur Volkswirtschaftslehre, volkswirtschaftliches Denken und Denkansätze; Volkswirtschaftliche Instrumente und Anwendungen; Staatseinwirkungen auf die Volkswirtschaft; Rolle von Steuern, Löhnen, Mieten, Produktionsquoten, Globale Märkte, Handelsrestriktionen und Protektionismus, Entscheidungen des privaten Haushalts, Nutzen, Nachfrage, Verhalten von Konsumenten, Präferenzen, Organisation der Produktion, Technologie, Kosten; Marktformen und ihre Konsequenzen wie Monopol, Oligopol, Polypol, Imperfekte Märkte und Fehlentwicklungen, Faktormärkte, ökonomische Ungleichheit; Beobachtung volkswirtschaftlicher Entwicklungen und gegenwärtige Trends. | VC | 16                    | 4                    |
|                                  |  |    | <b>Summe:</b><br>48   | <b>Summe:</b><br>12  |
|                                  |  |    | <b>Gesamt:</b><br>343 | <b>Gesamt:</b><br>90 |

\*LV=Lehrveranstaltung, UE=Unterrichtseinheit, ECTS-AP=European Credit Transfer System-Anrechnungspunkte, VC=Vorlesung mit Kurs, KS=Kurs

\*\*freies Wählen von 3 aus 10 weiteren Lehrveranstaltungen

## § 6 Master Thesis

Für den erfolgreichen Abschluss des Universitätslehrgangs ist die Abfassung einer wissenschaftlichen Arbeit in Form einer Master Thesis erforderlich.

- 1) Die Master Thesis dient dem Nachweis der Befähigung, wissenschaftliche Themen selbständig inhaltlich und methodisch vertretbar zu bearbeiten. Das Verfassen der Master Thesis hat unter Berücksichtigung der guten wissenschaftlichen Praxis (Code of Conduct) zu erfolgen.
- 2) Das Thema der Master Thesis ist aus einer der Lehrveranstaltungen zu entnehmen. Ausgenommen sind der „Interkulturelle Studienaufenthalt“ sowie nicht gewählte weitere Lehrveranstaltungen. Der Name der Betreuerin/des Betreuers,



der Arbeitstitel der Master Thesis, sowie deren Inhaltsbeschreibung sind im Grobentwurf der Lehrgangslleitung vor Beginn der Arbeit zur Genehmigung vorzulegen.

- 3) Die Master Thesis hat einen Umfang von 15 ECTS-Anrechnungspunkten.
- 4) Die Lehrgangslleitung kann auf Antrag der Studierenden oder des Studierenden genehmigen, dass die Master Thesis in englischer Sprache abgefasst wird.

## **§ 7 Prüfungsordnung**

### **§ 7.1 Allgemeines**

Der Universitätslehrgang „Executive MBA in General Management“ wird durch die schriftlichen Lehrveranstaltungsprüfungen gem. § 7.2, die schriftlichen Arbeiten gem. § 7.3 die positive Beurteilung der Master Thesis gem. § 6 und der kommissionellen Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis gem. § 7.5 abgeschlossen.

Die Beurteilung der Lehrveranstaltungen, die in der Tabelle gem. § 7.4 angeführt sind, erfolgt im Fall einer positiven Bewertung mit „mit Erfolg teilgenommen“, im Fall einer negativen Bewertung mit „ohne Erfolg teilgenommen“. Dafür gilt als mindestens zu erreichender Beurteilungsmaßstab für eine Beurteilung mit "mit Erfolg teilgenommen"

- a. eine Anwesenheit von 80 % oder im Falle der Abwesenheit eine mit der wissenschaftlichen Leitung zu vereinbarende Ersatzleistung, die dem ECTS-Workload der Lehrveranstaltung entspricht und
- b. eine aktive Mitarbeit während des Unterrichts.

Zusätzlich zu den schriftlichen Arbeiten gem. § 7.3 müssen in den Lehrveranstaltungen „Intercultural Management“ und „Personal Skills“ jeweils eine Reflexion verfasst werden und in der Lehrveranstaltung „Mergers & Acquisitions“ eine Präsentation, anhand eines vorgegebenen Fallbeispiels ausgearbeitet werden.

Bei der Auswahl aus den 3 aus 10 weiteren Lehrveranstaltungen muss mindestens eine Lehrveranstaltung gewählt und absolviert werden, in welchem eine schriftliche Arbeit gem. § 7.3 zu verfassen ist.

Die Teilnehmer/innen sind vor Beginn jedes Semesters in geeigneter Weise über die Inhalte, Methoden, die Beurteilungskriterien und die Beurteilungsmaßstäbe der Lehrveranstaltungsprüfungen und der schriftlichen Arbeiten durch die/den Lehrveranstaltungsleiter/in zu informieren. Für die Durchführung und Wiederholung von Prüfungen gelten die Bestimmungen des UG und der Satzung.

## § 7.2 Schriftliche Lehrveranstaltungsprüfungen

Die Prüfungsordnung sieht schriftliche Prüfungen in der Dauer von je 90 Minuten aus nachstehenden Lehrveranstaltungen vor.

| LV*                                  | ECTS-AP* | LV*-Typ |
|--------------------------------------|----------|---------|
| Betriebswirtschaftslehre             | 6        | VC      |
| Entrepreneurship                     | 5        | VC      |
| Finanzierung und Controlling         | 6        | VC      |
| Leadership                           | 5        | VC      |
| Marketing                            | 5        | VC      |
| Projektmanagement                    | 5        | VC      |
| Strategisches Management             | 5        | VC      |
| Unternehmensführung und Organisation | 5        | VC      |
| Wirtschaftsrecht                     | 5        | VC      |

\*LV= Lehrveranstaltung, ECTS-AP=European Credit Transfer System-Anrechnungspunkte

## § 7.3 Schriftliche Arbeiten

Schriftliche Arbeiten müssen nach den geltenden Richtlinien wissenschaftlichen Arbeitens erstellt werden. Die Themenstellung wird mit der Lehrveranstaltungsleiterin/dem Lehrveranstaltungsleiter festgelegt und von dieser/diesem beurteilt. Die Prüfungsordnung sieht in folgenden Lehrveranstaltungen eine schriftliche Arbeit vor:

| LV*                              | ECTS-AP* | LV*-Typ |
|----------------------------------|----------|---------|
| Business Development Osteuropa   | 4        | VC      |
| Change Management                | 4        | VC      |
| Logistik                         | 4        | VC      |
| Marketing für KMUs               | 4        | VC      |
| Social Media und Marketing       | 4        | VC      |
| Verkaufsmanagement               | 4        | VC      |
| Volkswirtschaftslehre Einführung | 4        | VC      |

\*LV= Lehrveranstaltung, ECTS-AP=European Credit Transfer System-Anrechnungspunkte

## § 7.4 Lehrveranstaltungen mit positiver Teilnahme

| LV*   | ECTS-AP* | LV*-Typ |
|---|----------|---------|
| Gender Studies Einführung                                     | 1        | VC      |
| Interkultureller Studienaufenthalt                            | 6        | VC      |
| Strategisches und Operatives Planspiel                        | 4        | KS      |
| Theorie, Methodik und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens | 1        | VC      |
| Anleitung zur Master Thesis                                   | 1        | VC      |

\*LV= Lehrveranstaltung, ECTS-AP=European Credit Transfer System-Anrechnungspunkte

## § 7.5 Kommissionelle Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis

Die kommissionelle Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis findet vor einem aus drei Personen bestehenden Prüfungssenat statt, welcher von der Lehrgangsführerin bzw. vom Lehrgangsführer benannt wird. Die kommissionelle Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis dient der inhaltlichen Verteidigung der Master Thesis.

Voraussetzungen für die Anmeldung zur kommissionellen Abschlussprüfung sind der Nachweis der positiven Beurteilung der schriftlichen Lehrveranstaltungsprüfungen gem. § 7.2, der schriftlichen Arbeiten gem. § 7.3, und der in der Prüfungsordnung § 7.1 genannten Beurteilungen.

## § 7.6 Gesamtbeurteilung

Zusätzlich zu den Beurteilungen der einzelnen Lehrveranstaltungen, schriftlichen Arbeiten, der Master Thesis und der kommissionellen Abschlussprüfung/Defensio der Master Thesis wird eine Gesamtbeurteilung vergeben. Die Gesamtbeurteilung lautet „bestanden“, wenn jede dieser Lehrveranstaltungsprüfungen positiv beurteilt wurde, andernfalls hat sie „nicht bestanden“ zu lauten.

Die Gesamtbeurteilung hat „mit Auszeichnung bestanden“ zu lauten, wenn bei keiner Prüfung eine schlechtere Beurteilung als „gut“ und bei mindestens der Hälfte der Prüfungen die Beurteilung „sehr gut“ erteilt wurde.

## § 8 Akademischer Grad

- 1) Die Teilnahme am Universitätslehrgang und die positive Absolvierung aller vorgeschriebenen Lehrveranstaltungsprüfungen, der schriftlichen Arbeiten, der Master Thesis sowie der kommissionellen Abschlussprüfung gem. § 7 werden durch ein Abschlusszeugnis beurkundet.

- 2) Den Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrgangs „Executive MBA in General Management“, die den Lehrgang mit positiver Gesamtbeurteilung abgeschlossen haben, wird der akademische Grad Master of Business Administration, abgekürzt MBA, verliehen. Dieser Mastergrad ist gemäß § 88 Abs. 2 UG dem Namen nachzustellen.

## **§ 9 Evaluierung des Universitätslehrganges**

Universitätslehrgänge werden gemäß § 23, Teil B der Satzung der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt evaluiert.

## **§ 10 Inkrafttreten des Curriculums**

Das Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung im Mitteilungsblatt der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt erfolgt.

## **§ 11 Übergangsbestimmungen und Außer-Kraft-Treten**

- 1) Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Universitätslehrganges „Executive MBA in General Management“, die vor dem Inkrafttreten des geänderten Curriculums begonnen haben, sind berechtigt, diesen bis längstens 28. Feber 2021 nach den bisher für sie geltenden Vorschriften abzuschließen (Curriculum veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 19. Juni 2013, Beilage 12). Wird der Universitätslehrgang nicht fristgerecht abgeschlossen, sind die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dem geänderten Curriculum zu unterstellen. Im Übrigen sind die Teilnehmerinnen und Teilnehmer berechtigt, sich jederzeit freiwillig dem geänderten Curriculum zu unterstellen.
- 2) Das Curriculum, veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 19. Juni 2013, Beilage 12, tritt außer Kraft, sobald diesem keine Teilnehmerinnen und Teilnehmer mehr unterstellt sind, spätestens jedoch am 28. Feber 2021.