

Studienordnung des FH-Masterlehrgangs

Master of Business Administration General Management mit Vertiefung in Leadership 4.0

Zur Erlangung des akademischen Grads

Master of Business Administration
abgekürzt MBA

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: berufsbegleitend

Dauer: 4 Semester

Umfang: 90 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 15

Inhalt

1	Berufsbilder	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder.....</i>	<i>3</i>
1.2	<i>Qualifikationsprofil.....</i>	<i>4</i>
2	Curriculum	7
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	<i>7</i>
2.2	<i>Curriculumsmatrix</i>	<i>8</i>
2.3	<i>Modulbeschreibungen.....</i>	<i>11</i>
2.4	<i>Berufspraktikum.....</i>	<i>24</i>
2.5	<i>Auslandssemester</i>	<i>24</i>
3	Zugangsvoraussetzungen.....	25

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

Der MBA General Management mit Vertiefungen richtet sich an zukünftige oder bereits in der Verantwortung stehende Führungskräfte der angebotenen Branchen und Bereiche. Mit der Vertiefung „Leadership“ werden auch Personen angesprochen, welche unabhängig von einer spezifischen Branche ein Managementstudium absolvieren möchten, womit das traditionelle Konzept eines MBAs nach European Guidelines verfolgt wird.

Durch die überfachliche und generalistische betriebswirtschaftliche Basisausbildung ergeben sich Tätigkeitsfelder für alle Branchen im Führungsbereich des allgemeinen Managements (u.a. Personalmanagement, Qualitätsmanagement, Controlling, Marketing und Finanzmanagement, Mitarbeiterführung etc.). Damit bleibt die Übernahme dieser Funktionen als Tätigkeitsfeld für alle Vertiefungsrichtungen identisch und wird über die Spezialisierungsmodule mit den Spezifika und Wirkungsbeziehungen der jeweiligen Branche und Fachrichtung ausgestattet.

Das Programm des MBA General Management richtet sich zum einen an Personen, die im Zuge ihrer Karriereentwicklung bereits eine höhere berufliche Laufbahn erreicht haben und hier das notwendige Managementwissen festigen wollen und zum anderen an diejenigen, die ihre berufliche Karriere weiterentwickeln möchten und eine nächste Stufe in der Karriere anstreben. Wichtig ist, dass der **MBA General Management** auf die Zielgruppe von Führungskräften fokussiert und hier zu den dafür entsprechenden Aufgaben befähigt.

Insbesondere Module der ersten beiden Semester, werden mit Studierenden aus anderen MBA-Vertiefungsrichtungen gemeinsam durchgeführt. Dies stärkt den interdisziplinären Austausch und fördert branchenübergreifende Netzwerke.

Die beruflichen Tätigkeitsfelder unterscheiden sich hier insbesondere in der Funktion bezogen auf die Karriereentwicklung und nicht notwendigerweise in der Branche.

- **Mittleres Management/ Director**
 - HR ManagerIn
 - Head of Corporate Finance
 - Marketing ManagerIn
 - Quality Manager/Projekt ManagerIn
 - Business Development ManagerIn
 - VertriebsmanagerIn

- **Geschäftsführung / Management C-Level**
 - in unterschiedlichen Branchen entsprechend der jeweiligen beruflichen Vorqualifikation und Vorerfahrungen
 - COO (Chief Operating Officer)
 - CFO (Chief Financial Officer)
 - CMO (Chief Marketing Officer)
 - CCO (Chief Compliance Officer)

Eine differenzierte Beschreibung mit der Darstellung der Aufgaben in Verbindung mit den Kompetenzen wird unter 1.2. illustriert.

1.2 Qualifikationsprofil

Die Qualifikationsziele bzw. Lernergebnisse des Masterlehrgangs entsprechen sowohl den fachwissenschaftlichen als auch beruflichen Anforderungen des NQR 7 und der *ISCED-Stufe 0413¹* (International Standard Classification of Education). Die vermittelten Inhalte qualifizieren die AbsolventInnen für die im vorherigen Kapitel genannten beruflichen Tätigkeitsfelder.

Das Profil des Lehrgangs zielt auf Managementkompetenzen und Führungsqualifikationen. Hierzu stehen sowohl betriebswirtschaftliche Kompetenzen (wissenschaftlich, fachliche Kompetenzen) wie Finanzierung, Investition und Controlling, strategisches Management, aber auch die Bedeutung Human Resource Management im Vordergrund. Zudem werden Aspekte des Change Managements, der Persönlichkeitsentwicklung und des Innovationsmanagements als Schnittstellenkompetenzen (Verbindung der fachlichen mit den personalen & sozialen Kompetenzen) sukzessive in das Qualifikationsprofil eingearbeitet.

Das Qualifikationsprofil zielt damit auf die fachliche, wirtschaftliche, personelle und organisatorische Verantwortung, Steuerung und Weiterentwicklung von Unternehmen bzw. Organisationen oder Organisationseinheiten und ihrer Angebote.

Nachfolgende Tabelle stellt eine Auswahl von Qualifikation den jeweiligen Tätigkeitsfeldern gegenüber. Dabei wird unabhängig von der jeweiligen Vertiefung das berufliche Tätigkeitsfeld auf Meta-Ebene aufgeführt und die jeweilige Kompetenzbeschreibung im Managementkontext beschrieben.

Berufliches Tätigkeitsfeld	Aufgabe	Kompetenzbeschreibung	Kompetenzzuordnung
Leitung Personalmanagement	Leitung der Abteilung personell, wirtschaftlich und fachlich, Sicherstellung der Qualität, Verantwortlich für Personalsuche und –auswahl, Mitarbeiterführung sowie Entwicklung und systematische Begleitung der Führungskräfte und Beratung zum Personalrecruiting, Employer Branding, Personalverrechnung, Gehaltspolitik und Führungsthemen, sowie Organisationsentwicklung.	Kennen die Zusammenhänge zwischen der Personalarbeit und der strategischen Unternehmensentwicklung und können hier entsprechende Konzepte anwenden. Können arbeits-, betriebs- und organisationspsychologisches Aspekte der Führung anwenden und in Teilbereiche umsetzen: z.B. Diversity insbesondere Profilmix der Beschäftigten, Organisationskultur, Fluktuation, Arbeitsschutz. Kennen die Ziele und Gegenstandsbereiche des Personalcontrollings. Kennen die Mitbestimmungs- und Mitwirkungsrechte von Betriebsrat, MAV und deren Einfluss auf Konzepte und Instrumente.	fachlich-wissenschaftlich personale und soziale
Leitung Controlling	Kaufmännische Leitung der Einrichtung, enge Zusammenarbeit mit der Zentrale, Berichtswesen, disziplinierte Führung des Personals, laufende Organisations- & Prozessverbesserung in Bezug auf Controllinginstrumente, erster Ansprechpartner für Finanzangelegenheiten, Verhandlung mit Kostenträger	Beherrschen strategisches & operatives Controlling. Kennen das Reportingwesen und können ein solches aufbauen. Leitung von Projekten zur Geschäftsprozessanalyse und –modellierung, z.B. in Zusammenhang mit Finanz- und Controllingprozessen (Fast Close, Harmonisierung und Verbesserung von	fachlich-wissenschaftlich

¹ 0413 Management and administration Management and administration is the study of planning, directing and operating the functions and activities of organizations and institutions. Programmes in management also including administration, economics, finance etc. are included here if emphasis is given to management and administration.

		internen Reportingstrukturen, Planung und Budgetierung etc.).	
Leitung Marketing und Vertrieb	Verantwortlich für die Erstellung der Marketingstrategie und Positionieren der Produktpalette und Neuentwicklungen am Markt, definieren Produktinnovationen und arbeiten an der strategischen Produkt- und Marketingplanung, analysieren den Wettbewerb, Innovationen, die Marktsituation bzw. die Marktentwicklung	Beherrschen das Erstellen von Strategien, die Kommunikation und Verhandlungsführung, sowie Moderationstechniken. Ebenso kennen sie die Instrumente des digitalen Marketings, können dieses anwenden und einsetzen. Sind vertraut mit der disziplinarischen Führung eines Teams.	fachlich-wissenschaftlich
Leitung Qualitätsmanagement	Aufbereitung und Dokumentation aller relevanten Unternehmensprozesse. Organisation, Durchführung und Dokumentation von internen Prozess- und Produktaudits, Entwicklung, Pflege und Visualisierung von Qualitätskennzahlen und deren Präsentation an das Management, Führung der MitarbeiterInnen, Budgetverantwortung, Verantwortlich für Qualitätsmanagement eines Unternehmens. Steuerung und Planung von QS-Maßnahmen.	Beherrschen die Instrumente des Qualitäts- und Prozessmanagements. Haben Kenntnisse im Bereich Change Management und können MitarbeiterInnen führen. Ebenso ist das Beherrschen von Reportinginstrumenten unumgänglich.	fachlich-wissenschaftlich
Geschäftsführung	Vertretung der Organisation nach außen in Gesprächen und Verhandlungen, Führung aller laufenden Geschäfte in Abstimmung mit dem Präsidium/Vorstand, Zusammenarbeit mit Interessenspartnern, Leitung und Führung der Organisation (inkl. der dienst- und arbeitsrechtlichen und sozialrechtliche Belange), Kommunikationsschnittstelle zwischen den Interessengruppen (Information und Beratung der Mitglieder, Kostenträger, Öffentlichkeit und Betroffene), Wirtschaftliche Betriebsführung (Budget- und Finanzverantwortung), Abstimmung der PR- und Marketingagenden	Kennen verschiedene Führungsstile und führen diese persönlichkeits- und situationsadäquat aus (Rollenklarheit), Kompetenzen in Budget- und Finanzwesen, haben spezifische Kommunikationskompetenzen in Netzwerkarbeit und PR.	fachlich-wissenschaftlich personale und soziale
Business Development	Erkennen von Trends und Anforderungen der Branchen. Analyse des Wandels des Wirtschaftsmarktes. Erstellung von Prognosen für zukünftige Trends und Marktentwicklungen. Entwurf von Business-Strategien und Aufbau strategischer Allianzen,	TeilnehmerInnen beherrschen die Kommunikation & Verhandlungsstrategien. Sie haben die Fähigkeit zur Analyse von Situationen & Sachverhalten, Kreativität und Innovationsfähigkeit. Können selbständig	fachlich-wissenschaftlich

	<p>Weiterentwicklung und Erschließung neuer Geschäftsfelder und Absatzmärkte, Erstellung von Businessplänen, Bedarfsanalysen und Marktanalysen, Weiterentwicklung, Neuentwicklung, Optimierung von Produkten, Reporting und Monitoring sowie Konkurrenzanalyse, Kommunikation mit der Geschäftsführung und dem Controlling</p>	<p>kundenspezifische Anforderungen eruieren und Lösungen anbieten. Können Businesspläne, Marktanalysen und Reportingberichte erstellen.</p>	
<p>Leitung Finanzmanagement</p>	<p>Haushalt und Finanzwesen, kaufmännische Leitung der Einrichtung/des Bereichs, Personalplanung und -führung</p>	<p>Beherrschen die Haushaltsteuerung sowohl in der doppelten Buchführung als auch in der Kameralistik. Analysieren, Identifizieren und Konzipieren von Optimierungsmöglichkeiten bei Finanzprozessen (z.B. Closing & Reporting, Purchase-to-Pay, Order-to-Cash) sowie Umsetzen von einzelnen Themengebieten. Sicherstellung des Zahlungsverkehrs.</p>	<p>fachlich-wissenschaftlich</p>
<p>Selbstständiger Coach und BeraterIn</p>	<p>Beratung von Unternehmen hinsichtlich Positionierung und Strategie. Analyse der betriebswirtschaftlichen Situation und Unterstützung bei Optimierungsmöglichkeiten. Reorganisation, Business Development und Coaching.</p>	<p>Können die Unternehmenssituation betriebswirtschaftlich analysieren und verstehen. Können Handlungsempfehlungen für Strategien und Optimierungen formulieren und präsentieren. Wissen wie Veränderungen in der Organisation vorangetrieben werden. Kennen Techniken, Widerständen entgegenzuwirken und Organisationen weiterzuentwickeln.</p>	<p>fachlich-wissenschaftlich personale und soziale</p>
<p>Vorstandsebene</p>	<p>Haushalt und Finanzwesen, Personalführung und -planung sowie -organisation, Angebotsentwicklung und Qualitätsmanagement, Öffentlichkeitsarbeit</p>	<p>Besitzen profunde rechtliche Kenntnisse des jeweiligen Sachgebiets, beherrschen Prozess- und Qualitätsmanagement, besitzen Führungskompetenzen. Können Netzwerke aufbauen und beurteilen. Beherrschen die Repräsentation.</p>	<p>fachlich-wissenschaftlich</p>

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

		BB	Allfälliger Kommentar
Erstes (JJJJ/JJ ₊₁)	Studienjahr	2021/2022	
Regelstudiodauer (Anzahl Semester)		4	
Pflicht-SWS (Gesamtsumme allen Sem.)		34,5	
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)		15	
Pflicht-LVS (Gesamtsumme allen Sem.)		467,5	
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)		90	
WS (Datum, Anm.: ev. KW)	Beginn	KW 40	Entsprechend der erforderlichen Anmeldungen
WS (Datum, Anm.: ev. KW)	Ende	KW 5	
SS (Datum, Anm.: ev. KW)	Beginn	KW 11	
SS (Datum, Anm.: ev. KW)	Ende	KW 28	
WS Wochen		15	
SS Wochen		15	
Verpflichtendes (Semesterangabe)	Auslandssemester	Nein	
Unterrichtssprache (Angabe)		Deutsch	
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)		Nein	
Resultiert aus Zusammenführung der Studiengänge o. aus der Herauslösung aus dem Studiengang (StgKz; anzugeben nur bei Zusammenführung o. Herauslösung)			

2.2 Curriculumsmatrix

In der nachfolgenden Darstellung der Lehrveranstaltungen sind die Aufwände für die Betreuung von Masterarbeiten nicht enthalten. Hierbei wird pro betreuter Arbeit ein Aufwand von 0,6 SWS eingeplant, d.h. bei exemplarisch 15 TeilnehmerInnen ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 9 ASWS, die im 4. Semester anfallen. Insgesamt wird so die ASWS-Summe von 45 ASWS über alle 4 Semester erreicht.

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
1_SM	Strategisches Management und digitale Geschäftsmodelle	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	SM	5
2_FIC	Finanzierung, Investition & Controlling	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	FIC	5
3_SMM	Strategisches Marketing Management	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	SMM	5
4_CM	Change Management	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	CM	5
5_WA	Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen	SE			50 %	2	1	2	30	WA	3
Summenzeile:						12.0		12.0	180.0		23
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						180.0					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
10_WAII	Wissenschaftliches Arbeiten II: Coaching & Mentoring	SE			50 %	0.5	4	2.0	30.0	WA II	2
6_MFM	Marktforschung & Methoden	ILV			35 %	2	1	2	30	MFM	3
7_HR	Human Resource Management	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	HR	5
8_RFF	Recht für Führungskräfte	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	RFF	5
9_PK	Persönlichkeitsentwicklung & Kommunikation	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	PK	5
Summenzeile:						10.0		11.5	172.5		20
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						150.0					

3. Semester

LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
Trends in Leadership Management	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	TLM	5
Integrative Fallstudie im Leadership Management	PT			35 %	2.5	1	2.5	37.5	IFL	5
Leadership im digitalen Zeitalter	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	LDZ	5
Psychologie für Manager	ILV			35 %	2.5	1	2.5	37.5	PM	5
Summenzeile:					10.0		10.0	150.0		20
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					150.0					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
15_DTI	Design Thinking & Innovation	ILV			35 %	1.5	1	1.5	22.5	DTI	3
16_MAK	Masterarbeit & Kolloquium zur Masterarbeit	ILV			0 %	1	1	1	15	MAK	24
Summenzeile:						2.5		2.5	37.5		27
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						37.5					

* Die 24 ECTS für Masterarbeit & Kolloquium teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung und 2 ECTS für das Kolloquium.

Abkürzungen	
eLV	elearning Anteil der Lehrveranstaltung in Prozent
E	Lehrveranstaltung in englischer Sprache
ECTS	ECTS - Anrechnungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
SWS	Semesterwochenstunde(n)
T	Lehrveranstaltung mit technischem Hintergrund
WP	Wahlpflichtfach

Zusammenfassung der Curriculumsdaten

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	34.5	36	540	90
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	22	23.5	352.5	43
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	12.5	12.5	187.5	47
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr				
Summe technische Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	35.07 %			26.5 %

2.3 Modulbeschreibungen

Modulnummer:	Change Management	Umfang:	
		5	ECTS
CM			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Change Management /ILV / LV-Nr: 4 CM / 1.Semester / ECTS: 5</u> <ul style="list-style-type: none"> • Lauer, T. (2019): Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren • Klinkhammer, M./ Hütter, F./ Stoess, D./ Wüst. L. (2018): Change happens: Veränderungen gehirngerecht gestalten • Hackl, B. (2017): New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt: Management-Impulse, Praxisbeispiele, Studien • Solzenberg, K./ Heberle, K. (2021): Change Management: Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten - Mitarbeiter mobilisieren. Vision, Kommunikation, Beteiligung, Qualifizierung • Cameron, E./ Green, M. (2019): Making Sense of Change Management: A Complete Guide to the Models, Tools and Techniques of Organizational Change 		
Kompetenzerwerb	<u>Change Management /ILV / LV-Nr: 4 CM / 1.Semester / ECTS: 5</u> Die TeilnehmerInnen: <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wesentlichen strategischen und operativen Maßnahmen zur Analyse und Implementierung von unternehmerischen Veränderungsprozessen • kennen die Phasen des Veränderungsprozesses nach verschiedenen Modellen • sind in der Lage, unternehmerische Geschäftsprozesse kritisch zu reflektieren, Veränderungsmaßnahmen zu bewerten, sowie Veränderungsprozesse zu implementieren und zu steuern • wissen, wie mit verschiedenen Widerständen und Emotionen bei Veränderungsprozessen umzugehen ist • können Transformationsprozesse einleiten, realisieren, abschließen und auswerten • entwickeln die Fähigkeit, Konflikte zu analysieren und konstruktiv zu nutzen • kennen die wesentlichen Verhandlungsmodelle und -techniken und können sie in spezifischen Situationen erfolgreich anwenden • kennen die wesentlichen kognitiven und emotionalen Einflussfaktoren in Prozessen der Verhandlungsführung 		
Lehrinhalte	<u>Change Management /ILV / LV-Nr: 4 CM / 1.Semester / ECTS: 5</u> <ul style="list-style-type: none"> • Strategieentwicklung und Implementierung im Rahmen von Change Projekten • Konzepte, Instrumente und Prozessmodelle des Change Managements und Kommunikation im Change Prozess • Menschliche Verhaltensweisen bei Wandel und Führungsaufgaben bei Veränderungen • Erfolgsfaktoren im Veränderungsmanagement (Chancenmanagement) • Initiierung, Gestaltung und Implementierung von Veränderungsprozessen • Grundlagen des Konfliktmanagements: Konfliktaustragungsmodelle und Modellablauf eines Konfliktgesprächs • Neutralität und Führungsverantwortung im Spannungsverhältnis • Mediationsprozess und Prozessführungs Kompetenzen • Transformationelle Führung 		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Change Management /ILV / LV-Nr: 4 CM / 1.Semester / ECTS: 5</u> ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Change Management /ILV / LV-Nr: 4 CM / 1.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioarbeit		

Modulnummer:	Finanzierung, Investition & Controlling	Umfang:	
		5	ECTS
FIC			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	Finanzierung, Investition & Controlling /ILV / LV-Nr: 2 FIC / 1.Semester / ECTS: 5		

	<ul style="list-style-type: none"> • Weber, J./ Schäffer, U. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Aufl. • Berk, J./ DeMarzo, P. (2020): Grundlagen der Finanzwirtschaft: Analyse, Entscheidung und Umsetzung • Pape, U. (2018): Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen • Britzelmaier, B. (2017): Controlling: Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, 2. Aufl. • Graumann, M. (2018): Controlling: Begriff, Elemente, Methoden und Schnittstellen, 5. Aufl. • Mussnig, W./ Giermaier, G./ Bleyer, M./ Rausch, A. (2014): Controlling für Führungskräfte: Analysieren - Bewerten - Entscheiden, 3. Aufl. • Hubert, B. (2018): Grundlagen des operativen und strategischen Controllings: Konzeptionen, Instrumente und ihre Anwendung, 2. Aufl. • Diederichs, M. (2017): Risikomanagement und Risikocontrolling, 4. Aufl.
Kompetenzerwerb	<p><u>Finanzierung, Investition & Controlling /ILV / LV-Nr: 2 FIC / 1.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen den Nutzen von Rechnungswesen, Controlling und Finanzwesen für Managementzwecke und als zentrales Steuerungsinstrument • kennen die Begriffe, Aufgaben und Methoden des Controllings und den Unterschied strategisches/operatives Controlling • kennen die wesentlichen Controllinginstrumente und können diese praktisch anwenden • verstehen das Prinzip des Management Reportings und können Berichte interpretieren • kennen die Begriffe, Aufgaben und Methoden der Investitions- und Finanzierungspolitik • sind in der Lage, Investitionsrechnungen zu lesen und zu erstellen • können Finanzierungsquellen erschließen und Finanzierungen organisieren • kennen die Grundlagen einer Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen und können Kennzahlensysteme lesen und interpretieren
Lehrinhalte	<p><u>Finanzierung, Investition & Controlling /ILV / LV-Nr: 2 FIC / 1.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzwesen, Rechnungswesen und Controlling als Managementinstrument • Begriffe, Aufgaben und Methoden des Controllings sowie Ausblick auf neue Controllingfelder • Integriertes Planungs-, Kontroll- und Informationssystem • Strategisches und operatives Controlling inkl. Controllinginstrumente • Kennzahlenorientierte Unternehmenssteuerung • Kostenmanagement und Effizienzsteigerung • Eckpunkte der Investitions- und Finanzierungspolitik
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Finanzierung, Investition & Controlling /ILV / LV-Nr: 2 FIC / 1.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Finanzierung, Investition & Controlling /ILV / LV-Nr: 2 FIC / 1.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Abschlussklausur</p>

Modulnummer:	Strategisches Management und digitale Geschäftsmodelle	Umfang:	
		5	ECTS
SM			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Strategisches Management und digitale Geschäftsmodelle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerry Johnson, Richard Whittington, et al, (2015) Strategisches Management: Eine Einführung (Pearson Studium - Economic BWL) • Stella Gatzu Grivas (Hrsg.) (2020) Digital Business Development, Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle und Märkte • Martin K. Welge, Andreas Al-Laham, Marc Eulerich: (2017) Strategisches Management, Grundlagen - Prozess - Implementierung • Roman Stöger (2016) Die wirksamsten Management-Werkzeuge: Das Schweizermesser für Führungskräfte • Roman Stöger (2016) Die Toolbox für Manager: Strategie, Innovation, Organisation, Produktivität, Projekte, Change 		
Kompetenzerwerb	<p><u>Strategisches Management und digitale Geschäftsmodelle</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen und verstehen die Bedeutung des strategischen Managements für die Praxis und die Führung von Organisationen • sind mit fortgeschrittenen Methoden und Konzepten des strategischen Managements vertraut und können diese für reale Fragestellungen anwenden 		

	<ul style="list-style-type: none"> • erkennen aktuelle und übergreifende Themen des strategischen Managements • können unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit mit Blick auf die Globalisierung, Innovation und Kreativität fördern • erkennen die Ethik als wirtschaftliches Prinzip des unternehmerischen Handelns und entsprechende Werte und Normen beachten • können Strategien für ihre Organisation konzipieren, evaluieren und modellieren
Lehrinhalte	<p><u>Strategisches Management und digitale Geschäftsmodelle</u></p> <p>Den TeilnehmerInnen werden aktuelle Ansätze, Methoden und Mittel des strategischen Managements in Unternehmen vermittelt. Dazu zählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Managements • General Management Navigator und Business Intelligence Modelle • Strategieprozessmodelle (u.a. deskriptive Modelle und Modell der Harvard Business School) • Gestaltungsmodelle des strategischen Managements (Geschäftsfeldstrategie) • Strategisches Portfoliomanagement (Technologie- und Innovationsportfolioentwicklung) • Evaluierungsmodelle im strategischen Management • Wertschöpfungsprozesse und Value Chain Management Performance Messung im strategischen Management • Strategisches E-Business Management
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Strategisches Management und digitale Geschäftsmodelle</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Strategisches Management und digitale Geschäftsmodelle</u></p> <p>Projektarbeit</p>

Modulnummer:	Strategisches Marketing Management	Umfang:	
		5	ECTS
SMM			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Strategisches Marketing Management /ILV / LV-Nr: 3 SMM / 1.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, P., Keller, K.L., Opresnik, M.O. (2017): Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien • Homburg, C. (2016) Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung • Lammenett, E. (2019): Praxiswissen Online-Marketing - Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Facebook-Werbung • Kamps, I., Schetter, D. (2017): Performance Marketing: Der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Marketing – Einführung in Instrumente, Methoden und Technik. Springer Gabler. • Beilharz, F., Kattau, N., Kratz, K., Kopp, O., Probst, A. (2017): Der Online-Marketing-Manager: Handbuch für die Praxis. O'Reilly. 		
Kompetenzerwerb	<p><u>Strategisches Marketing Management /ILV / LV-Nr: 3 SMM / 1.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die allgemeinen Grundlagen des Marketings (offline & online) • können strategische Marketingkampagnen aufsetzen und begleiten (Marketing Controlling) • können die Medien und Möglichkeiten des digitalen Dialogmarketings analysieren, deren Vor- und Nachteile anhand von Beispielen darlegen und die für das jeweilige Marketingziel geeigneten Instrumente auswählen • werden in die Lage versetzt, zwischen zentralen Instrumenten des Performance Marketings zu differenzieren und können Kenngrößen/KPIs im Performance Marketing interpretieren • verfügen über ein Verständnis der Möglichkeiten des Suchmaschinenmarketings (SEA) und der Suchmaschinenoptimierung (SEO) 		
Lehrinhalte	<u>Strategisches Marketing Management /ILV / LV-Nr: 3 SMM / 1.Semester / ECTS: 5</u>		

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Marketingstrategien (offline & online) • Digitale Medien und Instrumente, Kommunikations- und Marketinginstrumente • Grundlagen des Social Media Marketings und Aspekte des viralen Marketings/der digitalen Mundpropaganda via Social Media • Überblick über das Kundenerfahrungsmanagement und die beiden konstituierenden Blöcke der Kundenzufriedenheit und der Kundenloyalität • Customer-Journey und verändertes Konsumentenverhalten im Web • Strategien und Anwendungsmöglichkeiten des CRM für die Kundenbindung • Möglichkeiten der Zielgruppenansprache via Targeting sowie Aspekte des Trackings von Nutzeraktivitäten (Segmentierungsstrategien) • Unterstützungsmöglichkeiten entlang der Customer-Journey und die Verknüpfung der ansteigenden Zahl von Kundenkontaktpunkten (Touchpoints)
Lehr- und Lernmethoden	<u>Strategisches Marketing Management /ILV / LV-Nr: 3 SMM / 1.Semester / ECTS: 5</u> ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Strategisches Marketing Management /ILV / LV-Nr: 3 SMM / 1.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioarbeit

Modulnummer:	Wissenschaftliches Arbeiten I	Umfang:	
		3	ECTS
WA			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /SE / LV-Nr: 5 WA / 1.Semester / ECTS: 3</u> <ul style="list-style-type: none"> • Ebster, C.; Stalzer, L. (2013) Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler • Schütz, M.; Röbbken, H. (2016) Bachelor- und Masterarbeiten verfassen: Abschlussarbeiten in Organisationen • Theisen, M. R.; Theisen, M. (2017) Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit 		
Kompetenzerwerb	<u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /SE / LV-Nr: 5 WA / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmenden: <ul style="list-style-type: none"> • erwerben die Fähigkeiten, eigenständig komplexe Forschungsarbeiten aufzusetzen, methodisch richtig anzulegen und korrekt durchzuführen • können die formalen Aspekte des wissenschaftlichen Arbeitens, insbesondere die Quellenarbeit, Recherche, Zitation und Präsentation korrekt anwenden • können die von ihnen entworfenen komplexen wissenschaftlichen Forschungsvorhaben korrekt durchzuführen und in einer umfangreichen wissenschaftlichen Arbeit schriftlich darstellen • wissen, wie wissenschaftliche Reviews geführt werden. Sie wissen darüber hinaus, wie Ergebnisse vor einer wissenschaftlichen Community präsentiert werden und können wissenschaftliche Erkenntnisse kritisch hinterfragen • verstehen die Zusammenhänge zwischen Forschungspraxis und faktenbasierten Entscheidungsprozessen in der Berufspraxis 		
Lehrinhalte	<u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /SE / LV-Nr: 5 WA / 1.Semester / ECTS: 3</u> <ul style="list-style-type: none"> • Formale Aspekte des wissenschaftlichen Arbeitens (Masterarbeitsleitfaden der FH Kufstein Tirol) • Ziele und Bestandteile des wissenschaftlichen Arbeitens • Entwicklung einer Forschungsfrage, -hypothese • Der Forschungsprozess (Literaturrecherche und Literature Review) • Wissenschaftstheoretische Aspekte und wissenschaftlicher Diskurs • Exposé, Disposition und Themenfindung 		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /SE / LV-Nr: 5 WA / 1.Semester / ECTS: 3</u> ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /SE / LV-Nr: 5 WA / 1.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioarbeit		

Modulnummer:	Human Resource Management	Umfang:	
		5	ECTS
HR			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Human Resource Management /ILV / LV-Nr: 7 HR / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Miebach, B. (2017): Handbuch Human Resource Management: Das Individuum und seine Potentiale für die Organisation • Bildat, L./ Warszta, T. (2017): Psychologie im Human Resource Management: Ein Lehrbuch für Hochschule und Praxis • Achouri, C. (2015): Human Resources Management: Eine praxisbasierte Einführung • Holtbrügge, D. (2018): Personalmanagement • Kaudela-Baum/ Nagel, E./ Bürkler, P./ Glanzmann, V.(2018): Führung lernen: Fallstudien zu Führung, Personalmanagement und Organisation • Stierle, J./ Glasmacher, K./ Siller, H. (2017): Praxiswissen Personalcontrolling: Erfolgreiche Strategien und interdisziplinäre Ansätze für die Ressource Mensch • Bartscher, T./ Nissen, R. (2017): Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis • Nerdinger et.al. (2018): Arbeits- und Organisationspsychologie • Wegerich, C. (2015): Strategische Personalentwicklung in der Praxis: Instrumente, Erfolgsmodelle, Checklisten 		
Kompetenzerwerb	<p><u>Human Resource Management /ILV / LV-Nr: 7 HR / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Aufgabenfelder und Teilbereiche des Personalmanagements: Personalplanung, -beschaffung, -organisation und -entwicklung • können die Personalsituation eines Unternehmens analysieren und planen • kennen die wichtigsten Konzepte und Instrumente des Personalmanagements und sind in der Lage, die führungsrelevanten Aufgabenfelder zu gestalten • kennen den Zusammenhang zwischen der Personalarbeit und der strategischen Unternehmensentwicklung • kennen die Grundlagen der Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie und deren Anwendungs- und Teilbereiche • kennen die Ziele und Gegenstandsbereiche des Personalcontrollings • können relevante Personalcontrollinginstrumente anwenden • kennen die Mitbestimmungs- und Mitwirkungsrechte von Betriebsrat, MAV und deren Einfluss auf Konzepte und Instrumente 		
Lehrinhalte	<p><u>Human Resource Management /ILV / LV-Nr: 7 HR / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Personalwirtschaftslehre und des Personalmanagements: Personalwirtschaft im Gesamtsystem der Geschäftsprozesse: Aufgabenfelder und Funktionen einzelner Teilbereiche des Personalmanagements • Grundlagen der operativen und strategischen Personalführung • Organisationskultur und -entwicklung: Konflikte in Organisationen und Organisationsdiagnose • Motivationstheorien, Mitarbeitergespräche als Instrument der Personalführung • Konzepte und Instrumente der Aufbau- und Ablauforganisation • Wechselwirkung zwischen Personal- und Organisationsentwicklung • Arbeitsstrukturierung: Job Enrichment, Job Enlargement • Operatives und strategisches Personalcontrolling • Führungsmethoden, -stile und -techniken, Rahmenmodell und Determinanten der Führung • Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie 		
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Human Resource Management /ILV / LV-Nr: 7 HR / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>		
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Human Resource Management /ILV / LV-Nr: 7 HR / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Portfolioarbeit</p>		

Modulnummer:	Marktforschung & Methoden	Umfang:	
		3	ECTS
MFM			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: Wissenschaftliches Arbeiten		
Geblockt	nein		

Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen
Literaturempfehlung	<p><u>Marktforschung & Methoden /ILV / LV-Nr: 6 MFM / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Magerhans, A. (2016): Marktforschung, Eine praxisorientierte Einführung • Kuß, A./ Wildner, R./ Kreis, H. (2014): Marktforschung, Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse • Koch, J./ Gebhardt, P. (2016): Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen • Theobald, A. (2017): Praxis Online-Marktforschung, Grundlagen - Anwendungsbereiche - Durchführung • Porst, R. (2014): Fragebogen, Ein Arbeitsbuch • Kaiser, R. (2014): Qualitative Experteninterviews, Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung • Mayring, P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken • Cleff, T. (2015): Deskriptive Statistik und Explorative Datenanalyse • Duller, C. (2013): Einführung in die Statistik mit EXCEL und SPSS, 3. Aufl.
Kompetenzerwerb	<p><u>Marktforschung & Methoden /ILV / LV-Nr: 6 MFM / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen qualitative und quantitative Analysemethoden • kennen die Gestaltungsaspekte von Fragebögen: Fragetypen, Skalenniveaus, -ausrichtung und -dimensionalität • können Fragebögen auswerten und anhand deskriptiver und einfacher Inferenzstatistik auswerten und interpretieren: Datenerhebung, Aufbereitung und Auswertung • können Forschungsfragen entwickeln, formulieren und Forschungshypothesen erstellen und bearbeiten • können einen Onlinefragebogen erstellen, versenden und die Daten entsprechend sammeln und auswerten • können inferenzstatistischer Auswertungsverfahren anwenden (z.B. in SPSS, Jasp, Datatab, Excel etc.) • können einen Interviewleitfaden erstellen, ExpertInneninterviews durchführen und auswerten • können eine qualitative Inhaltsanalyse durchführen
Lehrinhalte	<p><u>Marktforschung & Methoden /ILV / LV-Nr: 6 MFM / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sekundäre, qualitative, quantitative Forschung • Entwicklung und Design von Fragebögen • Datenmodellierung, -codierung und Auswahl des Testverfahrens • Einführung in die Konzeption von Onlinefragebögen: Fragevarianten, dynamische Inhalte, Versenden und Auswerten von Rückläufen • Ausgewählter deskriptiver Kennzahlen, Erweiterung durch inferenzstatistische Methoden • Ablauf und Durchführung von Interviews, Transkribierung, Codierung der Texte (Kategorienbildung und Generalisierung) • Das inhaltsanalytische Ablaufmodell (qualitative Inhaltsanalyse)
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Marktforschung & Methoden /ILV / LV-Nr: 6 MFM / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Marktforschung & Methoden /ILV / LV-Nr: 6 MFM / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Projektarbeit</p>

Modulnummer:	Persönlichkeitsentwicklung & Kommunikation		Umfang:	
PK			5	ECTS
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend			
Lage im Curriculum	2. Semester			
Niveaustufe	2. Semester: 1. Zyklus Master			
Vorkenntnisse	2. Semester: keine			
Geblockt	nein			
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen			
Literaturempfehlung	<p><u>Persönlichkeitsentwicklung & Kommunikation /ILV / LV-Nr: 9 PK / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Clutterbuck, D. (2016): Coaching Supervision: A Practical Guide for Supervisees Richter, K.F. (2015): Coaching als kreativer Prozess: Werkbuch für Coaching und Supervision mit Gestalt und System Amecke, M. (2020): Basiswissen Systemisches Coaching: Grundlagen der Systemtheorie und Methodenkoffer Khabyuk, O./ Peters H. (2018): Kommunikationsmodelle: Grundlagen - Anwendungsfelder - Grenzen Schulenburg, N. (2017): Exzellente Präsentieren: Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung – Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen</p>			
Kompetenzerwerb	<p><u>Persönlichkeitsentwicklung & Kommunikation /ILV / LV-Nr: 9 PK / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen verschiedene Kommunikationsmodelle und Kommunikationstechniken (z.B. Pacing & Leading) und wissen diese anzuwenden • kennen die Grundlagen der Rhetorik • kennen die Grundlagen des NLP • können die eigene Selbsteinschätzung mit der Fremdwahrnehmung durch anderen abgleichen • kennen die Grundlagen der Supervision und des Coachings und können diese in der Praxis anwenden • können selbstbewusst und professionell präsentieren und argumentieren 			
Lehrinhalte	<p><u>Persönlichkeitsentwicklung & Kommunikation /ILV / LV-Nr: 9 PK / 2.Semester / ECTS: 5</u></p>			

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen: Supervisions- und Coachingtheorien mit praktischer Anwendung • Coachingansätze für Führungskräfte und Förderung der Resilienz • Rhetorik, Gesprächsführung und Präsentationstechniken • Umgang mit den eigenen Grenzen: Glaubenssätze und blinde Flecken erkennen • Motivationstheorien
Lehr- und Lernmethoden	<u>Persönlichkeitsentwicklung & Kommunikation /ILV / LV-Nr: 9 PK / 2.Semester / ECTS: 5</u> ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Persönlichkeitsentwicklung & Kommunikation /ILV / LV-Nr: 9 PK / 2.Semester / ECTS: 5</u> Präsentation & Portfolioarbeit

Modulnummer:	Recht für Führungskräfte	Umfang:	
		5	ECTS
RFF			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Recht für Führungskräfte /ILV / LV-Nr: 8 RFF / 2.Semester / ECTS: 5</u> Grundlagen: Vieweg, K., & Fischer, M. (2019) Wirtschaftsrecht: Grundlagen Bydlinksi, P. (2017) Grundzüge des Privatrechts: Für Ausbildung und Praxis Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung: Bährle, R. (2019). Arbeitsrecht für Arbeitgeber: Tipps zur Vermeidung von kostspieligen Fehlern – Mit zahlreichen Beispielen und Vorlagen für die betriebliche Praxis Brodil, W., & Risak, M. (2019). Arbeitsrecht in Grundzügen Laimer, H. G., & Wieser, L. (2019). Arbeitsrecht für HR und Personalwesen Haftungsrechtliche Aspekte des Managements: Bollenberger, M. (2017). Geschäftsführerhaftung: Haftung des Geschäftsführers, der Gesellschaft und der Gesellschafter der GmbH Eberhardt, S. R., & Gurmann, S. (2016) (Hrsg.). Managementhaftung in der Praxis Ertl, P., Gerlach, R., Griesmayr, N., & Murhi, G. (2019). Persönliche Haftung der Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte		
Kompetenzerwerb	<u>Recht für Führungskräfte /ILV / LV-Nr: 8 RFF / 2.Semester / ECTS: 5</u> Der Kompetenzerwerb teilt sich in Grundlagen, Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung und haftungsrechtliche Aspekte des Managements. Die TeilnehmerInnen <ul style="list-style-type: none"> • kennen die allgemeinen zivil- und privatrechtlichen Aspekte unternehmerischen Handelns • verstehen rechtliche Grundprinzipien, die anhand konkreter Beispiele häufiger Problemfälle in der Rechtspraxis vermittelt werden • kennen die Grundlagen der Datenschutzgrundverordnung • kennen die Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Vertragsentstehung bzw. -gestaltung und den daraus resultierenden Pflichten sowohl für den/die ArbeitnehmerIn als auch für den/die ArbeitgeberIn • kennen die wesentlichen Bestimmungen des Kündigungsschutzrechts • können praktische Fälle beurteilen und reflektieren • können Bestandteile von Arbeitsverträgen grundsätzlich aufsetzen • kennen die wesentlichen haftungsrechtlich relevanten Aspekte von GeschäftsleiterInnen und GeschäftsführerInnen • kennen die wesentlichen Problemstellungen und Lösungsmöglichkeiten im Zusammenhang mit Dritttinteressen der Gläubiger, Wettbewerber, Verbraucher, Arbeitnehmer, Investoren und Steuerbehörden 		
Lehrinhalte	<u>Recht für Führungskräfte /ILV / LV-Nr: 8 RFF / 2.Semester / ECTS: 5</u> Grundlagen: <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung zwischen Privatrecht und Öffentlichem Recht • Grundlagen des Sachenrechts • Die natürliche und juristische Person (Rechtsfähigkeit und Handlungsfähigkeit) • Allgemeines Vertragsrecht • Datenschutzgrundverordnung • Rechtsformen der Unternehmen Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung: <ul style="list-style-type: none"> • Elemente und Gestaltung des Arbeitsvertrags • Rechte und Pflichten von ArbeitgeberIn und ArbeitnehmerIn • Mitbestimmung, Kündigung und Kündigungsschutz 		

	Haftungsrechtliche Aspekte des Managements: <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über das Unternehmensstrafrecht • Grundlagen von Haftungs- und Versicherungsfragen • Haftungsvermeidung und wettbewerbs- sowie gesellschaftsrechtliche Aspekte
Lehr- und Lernmethoden	<u>Recht für Führungskräfte /ILV / LV-Nr: 8 RFF / 2.Semester / ECTS: 5</u> ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Recht für Führungskräfte /ILV / LV-Nr: 8 RFF / 2.Semester / ECTS: 5</u> Abschlussklausur

Modulnummer:	Wissenschaftliches Arbeiten II: Coaching & Mentoring	Umfang:	
WA II		2	ECTS
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: Wissenschaftliches Arbeiten I		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Coaching & Mentoring /SE / LV-Nr: 10 WAII / 2.Semester / ECTS: 2</u> Matthiesen, V. (2020): ZEITMANAGEMENT - Die Kunst der perfekten Organisation: Wie Sie mit Hilfe von effizientem Selbstmanagement Ihre Produktivität und Motivation ganz einfach steigern und all Ihre Ziele erreichen Franck, N. (2019): Handbuch Wissenschaftliches Schreiben: Eine Anleitung von A bis Z Manschwetus, U. (2016): Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten: Leicht verständliche Anleitung für das Schreiben wissenschaftlicher Texte im Studium		
Kompetenzerwerb	<u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Coaching & Mentoring /SE / LV-Nr: 10 WAII / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die TeilnehmerInnen: <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, ein lehrgangsspezifisches Fachthema selbständig auf- und auszuarbeiten sowie mit wissenschaftlichen Methoden zu überprüfen und anzuwenden • können ein geeignetes Thema für ihre Masterarbeit identifizieren und auf ein bearbeitbares Maß eingrenzen • sind in der Lage, eine geeignete Zielsetzung, Forschungsfrage sowie Methode zu definieren • kennen die Bestandteile eines Exposés und wissen diese umzusetzen • können ihre Vorstellungen gut verständlich aufbereiten und präsentieren • sind in der Lage, ihre Vorstellungen und jene der StudienkollegInnen vor dem Hintergrund des wissenschaftlichen „State of the Art“ kritisch zu diskutieren, zu reflektieren und dadurch weiterzuentwickeln 		
Lehrinhalte	<u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Coaching & Mentoring /SE / LV-Nr: 10 WAII / 2.Semester / ECTS: 2</u> In dieser Lehrveranstaltung erhält eine Gruppe von Studierenden einen Mentor zur Seite, welcher über ein Coaching die Studierenden bei der Ideenfindung eines Masterarbeitsthemas bis zur Umsetzung eines Exposés begleitet und unterstützt. Dabei wird ein individuelles Mentoring, aber auch der Austausch innerhalb der Gruppe aktivieren, geleitet und gefördert. Dies soll einen ersten Ideenfindungsprozess für Themen der Masterarbeit auslösen und eine Vorhabensbeschreibung in Form eines Exposés initiieren. <ul style="list-style-type: none"> • Techniken der Themenfindung, -entwicklung, -eingrenzung und -aufbereitung (Vorexposé) • Vorstellung und Diskussion von Best Practice Exposés und Abschlussarbeiten • Individuelles Coaching und Mentoring zu möglichen Fragestellung hinsichtlich der Masterarbeit • Intensiver Austausch und Förderung der Kreativität • Wissenschaftliche Reviews: Digitale Bibliothek und Recherche-Tools • Exposé-Erstellung 		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Coaching & Mentoring /SE / LV-Nr: 10 WAII / 2.Semester / ECTS: 2</u> ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Coaching & Mentoring /SE / LV-Nr: 10 WAII / 2.Semester / ECTS: 2</u> Präsentation		

Modulnummer: IFL	Integrative Fallstudie im Leadership Management	Umfang:	
		5	ECTS
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	3. Semester: Module aus dem 1. & 2. Semester		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Integrative Fallstudie im Leadership Management (WP)* /PT / LV-Nr: 12 IFL / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Patzak, G./ Rattay, G. (2017) Projektmanagement: Projekte, Projektportfolios, Programme und projektorientierte Unternehmen. Schöneck, N. M./Voß, W. (2013) Das Forschungsprojekt: Planung, Durchführung und Auswertung einer quantitativen Studie. Preußig, J. (2018) Agiles Projektmanagement: Agilität und Scrum im klassischen Projektumfeld. Ahlemann, F. (2013): Strategisches Projektmanagement: Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends</p>		
Kompetenzerwerb	<p><u>Integrative Fallstudie im Leadership Management (WP)* /PT / LV-Nr: 12 IFL / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die Teilnehmenden wenden ihr theoretisches und praktisches Wissen aus den ersten zwei Semestern an, um eigenständig ein aus der gewählten Vertiefung entsprechendes praxisorientiertes Projekt zu bearbeiten.</p> <p>Die TeilnehmerInnen sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eigenständig Problemstellungen und Aufgaben aus einer gegebenen Zielsetzung zu identifizieren • eigenständig Daten zu erheben und zu analysieren • eigenständig das Projektmanagement zu übernehmen • eigenständig Lösungen zu erarbeiten und Ergebnisse zu präsentieren • eigenständig Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme zu erarbeiten und fachliches Wissen situationsgerecht umzusetzen <p>Die TeilnehmerInnen wissen um die Bedeutung von:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektkommunikation - Selbstorganisation - Zeitmanagement - Organisationsfähigkeit - Stressbewältigung und Belastbarkeit und können dies in der Praxis umsetzen 		
Lehrinhalte	<p>Die TeilnehmerInnen haben eigenständig in Kleingruppen ein Projekt im Ausmaß von 5 ECTS = 125 h durchzuführen. Die Basis dafür ist eine vorgegebene Zielsetzung. Um auch die sozialen Kompetenzen der Studierenden zu intensivieren, werden die Projekte in Studierendenteams unter eigenständiger Leitung und Teambildung durchgeführt (Planung, Monitoring, Kommunikation, Koordination, Budgetierung etc.). Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Coaching der Studierenden.</p> <p>Je nach Praxisprojekt bzw. integrativer Fallstudie werden Fähigkeiten wie z.B. die Analyse eines Business Cases, ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz, Risikomanagement, interkulturelle Handlungskompetenz, Organisations- und Sozialkompetenz, Budgetkompetenz und Projektmanagement forciert und vermittelt. Die oben erwähnten Lern- und Lehrziele werden durch eine reale Umsetzung des Lösungsansatzes sichergestellt.</p> <p>Exemplarische Darstellung der zu vermittelnden Lehrinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsamer Kick-Off Lehrveranstaltung - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und -steuerung - Zwischenpräsentationen und Abschlusspräsentation - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung und Dokumentation - Projektpräsentation 		
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Integrative Fallstudie im Leadership Management (WP)* /PT / LV-Nr: 12 IFL / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom) und Projekt</p>		
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Integrative Fallstudie im Leadership Management (WP)* /PT / LV-Nr: 12 IFL / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Projektarbeit</p>		

Modulnummer:	Leadership im digitalen Zeitalter	Umfang:	
LDZ		5	ECTS
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	3. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Leadership im digitalen Zeitalter (WP)* /ILV / LV-Nr: 13 LDZ / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Creusen, U., Gall, B., & Hackl, O. (2017). Digital leadership: führung in zeiten des digitalen wandels. Petry, T. (2019). Digital Leadership: Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy. Brandes, U., Gemmer, P., Koschek, H., & Schültken, L. (2014). Management Y: Agile, scrum, design thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation. Glogger, B., & Margetich, J. (2014). Das Scrum-Prinzip–Agile Organisationen aufbauen und gestalten. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart. Grote, S., & Goyk, R. (Eds.). (2017). Führungsinstrumente aus dem Silicon Valley: Konzepte und Kompetenzen.</p>		
Kompetenzerwerb	<p><u>Leadership im digitalen Zeitalter (WP)* /ILV / LV-Nr: 13 LDZ / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen von Führung im agilen Kontext • kennen neue organisatorische Rollen und digitale Führungskompetenzen • können ihren Führungsstil reflektieren und an die Anforderungen der Digitalisierung anpassen • können Change Prozesse mit agilen Methoden als Führungskraft steuern • kennen die Herausforderungen der agilen Transformation und können diese auf ihre Organisation übertragen 		
Lehrinhalte	<p><u>Leadership im digitalen Zeitalter (WP)* /ILV / LV-Nr: 13 LDZ / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Führungslehre und zentrale Führungstheorien • Führungsstiltypologien • Digital Leadership • Grundlagen agile culture und agile leadership • Grundlagen SCRUM • Führungskultur in der VUCA-Welt 		
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Leadership im digitalen Zeitalter (WP)* /ILV / LV-Nr: 13 LDZ / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>		
Bewertungsmethoden Kriterien	Portfolioarbeit		

Modulnummer:	Psychologie für Manager	Umfang:	
PM		5	ECTS
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	3. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Psychologie für Manager (WP)* /ILV / LV-Nr: 14 PM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Asendorpf, J. B., & Neyer, F. J. (2012). Psychologie der Persönlichkeit Stemmler, G., Hagemann, D., Amelang, M. & Bartussek, D. (2010). Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung Rammsayer, T. & Weber, H. (2016). Differentielle Psychologie – Persönlichkeitstheorien Kutzschenbach, C. (2013). Souverän führen: Zielorientiert motivieren, effektiv managen, strategisch planen. Revers, A. (2018). Wie Menschen ticken: Psychologie für Manager: Interessantes, Spannendes und Skurriles für Führungskräfte</p>		
Kompetenzerwerb	<u>Psychologie für Manager (WP)* /ILV / LV-Nr: 14 PM / 3.Semester / ECTS: 5</u>		

	<p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen grundlegenden Theorien, Begriffe und Methoden der Persönlichkeitspsychologie • kennen verschiedene Bereiche der Persönlichkeit (z.B. Temperament, Intelligenz, Motive, Selbstkonzept) • kennen Bedeutung von Geschlechterunterschieden und kulturellen Unterschieden bei verschiedenen Persönlichkeitsmerkmalen • können Persönlichkeitsmerkmale bei sich und anderen erkennen • können verschiedene psychologische Aspekte in das eigene Arbeitsumfeld übertragen • können konkrete individuelle Ansätze für den differenzierten Umgang mit verschiedenen MitarbeiterInnen/Persönlichkeiten/GesprächspartnerInnen/KollegInnen entwickeln
Lehrinhalte	<p><u>Psychologie für Manager (WP)* /ILV / LV-Nr: 14 PM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die wichtigsten Grundbegriffe und Fragestellungen, Paradigmen, Theorien und Methoden der Persönlichkeitspsychologie • Klassifikation von Persönlichkeit (Big Five und Persönlichkeitstypen) • Entwicklung individueller Unterschiede • Wertschätzung und Umgang mit unterschiedlichen Persönlichkeiten • Grundlagen der Führungspsychologie • Individuelle MitarbeiterInnenführung und „typengerechte“ Kommunikation
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Psychologie für Manager (WP)* /ILV / LV-Nr: 14 PM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	Portfolioarbeit

Modulnummer:	Trends in Leadership Management	Umfang:	
		5	ECTS
TLM			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Trends in Leadership Management (WP)* /ILV / LV-Nr: 11 TLM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Entsprechend des gewählten Trendthemas wird die Literaturempfehlung aufgebaut</p>		
Kompetenzerwerb	<p><u>Trends in Leadership Management (WP)* /ILV / LV-Nr: 11 TLM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die Inhalte dieser ILV sind nicht fixiert, sondern werden an die aktuell vorherrschenden Trends angepasst, wodurch der Kompetenzerwerb determiniert wird. Exemplarisch abzudeckende Bereiche sind:</p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen spezifische Trends im Leadership Management bzw. Development und vertiefen ihre Kenntnisse in diesem Bereich • kennen aktuelle Fragestellungen der Praxis im Bereich Unternehmensführung und deren Anwendungsbereiche • können bisher erworbene Kenntnisse im Management mit den Trends der Unternehmensführung verknüpfen, kritisch reflektieren und deren Anwendungsfelder analysieren • können erworbene Kenntnisse in eine Diskussion miteinbringen 		
Lehrinhalte	<p><u>Trends in Leadership Management (WP)* /ILV / LV-Nr: 11 TLM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die Inhalte dieser ILV sind nicht fixiert, sondern werden an die aktuell vorherrschenden Trends angepasst. Exemplarische Inhalte können sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leadership Excellence • Team & Leadership Development • Business Development • Labour & Employer Relations • Arbeitswelten 4.0 (Transformational Leadership) 		
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Trends in Leadership Management (WP)* /ILV / LV-Nr: 11 TLM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>		
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Trends in Leadership Management (WP)* /ILV / LV-Nr: 11 TLM / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Portfolioarbeit</p>		

Modulnummer:	Design Thinking & Innovation	Umfang:	
		3	ECTS
DTI			
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Zyklus Master		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Design Thinking & Innovation /ILV / LV-Nr: 15 DTI / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Schallmo, D. (2017): Design Thinking erfolgreich anwenden: So entwickeln Sie in 7 Phasen kundenorientierte Produkte und Dienstleistungen • Freudenthaler-Mayrhofer, D./ Sposato, T. (2017): Corporate Design Thinking: Wie Unternehmen ihre Innovationen erfolgreich gestalten • Kerguenne, A./ Schaefer, H./ Taherivand, A. (2017): Design Thinking: Die agile Innovations-Strategie • Köhne, A. (2016): Business Development: Kundenorientierte Geschäftsfeldentwicklung für erfolgreiche Unternehmen • Brenner, H./ Misu, C. (2015): internationales Business Development: Export-Märkte, Risikoanalyse, Strategien 		
Kompetenzerwerb	<p><u>Design Thinking & Innovation /ILV / LV-Nr: 15 DTI / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Definition von Design Thinking und können diese Methode in das moderne Management integrieren • kennen die Grundlagen des Innovationsmanagements und -prozesses • können die Prozesse des Design Thinkings analysieren und evaluieren • sind in der Lage, die zehn Tools des Design Thinkings anzuwenden • sind in der Lage, mit interdisziplinären Teams innovative, erfolgversprechende Ideen zu entwickeln • fördern das kreative Potenzial ihrer KollegInnen bzw. MitarbeiterInnen und beschleunigen somit die Innovationsprozesse • kennen Methoden zur Schaffung der richtigen Umgebung für die Ausführung, Bereitstellung und Aufrechterhaltung von Innovationen, um die Geschäftsentwicklung voranzutreiben • können Trendanalyse & Chancen-Risiken Abwägung für Unternehmenswachstum begleiten 		
Lehrinhalte	<p><u>Design Thinking & Innovation /ILV / LV-Nr: 15 DTI / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff Design Thinking und der Kundenanspruch (im sozialrechtlichen Dreiecksverhältnis/doppelter Kundenbegriff) • Strategisches Aufsetzen von Design Thinking Projekten • Design Thinking Process (What is? What if? What wows? What works?) • Zehn Tools des Design Thinkings (visualization, Journey Mapping, Value Chain Analysis Mind Mapping, Brainstroming, Concept Development, Assumption Testing, Rapid Prototyping, Customer Co-Creation, Learning Launch) • Produkte und Dienstleistungen menschenzentriert entwickeln; vom Problem zum Lösungskonzept • Strategische Unternehmensentwicklung • Innovationskonzepte beurteilen und bewerten 		
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Design Thinking & Innovation /ILV / LV-Nr: 15 DTI / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>ILV (Blended Learning, Inverted Classroom)</p>		
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Design Thinking & Innovation /ILV / LV-Nr: 15 DTI / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Portfolioarbeit</p>		

Modulnummer:	Masterarbeit & Kolloquium zur Masterarbeit	Umfang:	
MAK		24	ECTS
Studiengang	General Management MBA Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: Vertiefung		
Vorkenntnisse			
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Masterarbeit & Kolloquium zur Masterarbeit /ILV / LV-Nr: 16 MAK / 4.Semester / ECTS: 24</u></p> <p>Ebster, C./ Stalzer, L. (2013) Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler Schütz, M./Röbken, H. (2016) Bachelor- und Masterarbeiten verfassen: Abschlussarbeiten in Organisationen Theisen, M. R./ Theisen, M. (2017) Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit Sandberg, B. (2017) Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat: Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion</p>		
Kompetenzerwerb	<p><u>Masterarbeit & Kolloquium zur Masterarbeit /ILV / LV-Nr: 16 MAK / 4.Semester / ECTS: 24</u></p> <p>Die TeilnehmerInnen sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein lehrgangsspezifisches Fachthema selbständig auf- und auszuarbeiten sowie mit wissenschaftlichen Methoden zu überprüfen und anzuwenden • komplexe wissenschaftliche Forschungsvorhaben durchzuführen • Methoden der Wissenschaft und Forschung anzuwenden • Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens anzuwenden • wissenschaftliche Sachverhalte zu präsentieren • wissenschaftliche Erkenntnisse kritisch zu hinterfragen • selbständig eine wissenschaftliche Arbeit auf dem Niveau einer Masterarbeit zu verfassen 		
Lehrinhalte	<p><u>Masterarbeit & Kolloquium zur Masterarbeit /ILV / LV-Nr: 16 MAK / 4.Semester / ECTS: 24</u></p> <p>Die Studierenden haben eigenständig eine Masterarbeit im Umfang von 20 ECTS = 500 h zu bearbeiten. Regelmäßige Besprechungstermine zum jeweiligen Stand und Fortgang der Masterarbeit mit der begleitenden wissenschaftlichen Betreuung dienen der Unterstützung.</p> <p>Im Rahmen eines Kolloquium mit dem Umfang von 2 ECTS = 50 h werden folgende Lehrinhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • selbständige Auf- und Ausarbeitung eines interdisziplinär ausgerichteten Fachthemas • Auffinden und Begründung der Methodik • inhaltliche und organisatorische Hilfen zur Erstellung der Masterarbeit • wissenschaftliche Arbeiten präsentieren und verteidigen • Diskussionen über wissenschaftliche Arbeiten führen <p>Masterarbeit: 20 ECTS Kommissionelle Abschlussprüfung: 2 ECTS Kolloquium zur Masterarbeit: 2 ECTS</p>		
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Masterarbeit & Kolloquium zur Masterarbeit /ILV / LV-Nr: 16 MAK / 4.Semester / ECTS: 24</u></p> <p>Coaching im Rahmen der Masterarbeitserstellung</p>		
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Masterarbeit & Kolloquium zur Masterarbeit /ILV / LV-Nr: 16 MAK / 4.Semester / ECTS: 24</u></p> <p>Masterarbeit</p>		

2.4 Berufspraktikum

Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	Nein
---	------

2.5 Auslandssemester

Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	Nein
---	------

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Grundsätzlich ist als Zulassungsvoraussetzung zu weiterbildenden Lehrgängen auf Masterniveau ein erster Hochschulabschluss (Bachelor, Magister, Diplom) in einem Umfang von mindestens 180 ECTS und eine mindestens 2-jährige fachspezifische Berufserfahrung vorzuweisen.

In Ausnahmefällen besteht eine Zulassungsmöglichkeit für Personen ohne ersten Hochschulabschluss, indem die beruflichen Qualifikationen und außerhochschulisch erworbenen Kenntnisse, Kompetenzen und Fertigkeiten (informelle und non-formale Kompetenzen) gemäß dem Europäischen Qualifikationsrahmen für Weiterbildung (EQR) als äquivalent angerechnet werden können. Eine Äquivalenzprüfung von außerhochschulisch erworbenen Kenntnissen setzt jedoch die Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen nach § 4 (4) FHG voraus. Speziell Für den Masterlehrgang **MBA General Management** werden nachfolgende Kriterien bei der Äquivalenzprüfung angewandt, basierend auf den Empfehlungen der Studie zur Qualitätssicherung von Weiterbildung, nach Anke Hanft und Barbara Birke (vgl. AQA, 2012. S. 32²).

Äquivalenzprüfung		
Kriterien	Zu erfüllendes Niveau	Nachweis
Fortgeschrittene Kenntnisse	Kritisches Verständnis von Theorien und Grundsätzen im Bereich Management	Innerbetriebliche Aus- und Weiterbildungen, Darstellung der Kenntnisse in der Selbstevaluation
Fortgeschrittene Fertigkeiten	Beherrschung des Faches (in der jeweiligen Branchenvertiefung) und Fähigkeit, komplexe Problemstellungen zu lösen	Innerbetriebliche oder beruflich fachrelevante Aus- & Weiterbildung im Rahmen von mindestens 10 Unterrichtstagen (mehrere Kurse können auch in Summe anerkannt werden)
Fortgeschrittene Kompetenzen	Leitung komplexer fachlicher oder beruflicher Tätigkeiten, Personalverantwortung Entscheidungsverantwortung Projektverantwortung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fünf Jahre Berufserfahrung in leitender Position. 2. Nachweis von Fachkenntnissen in <ul style="list-style-type: none"> • <i>Grundlagen Projektmanagement</i> • <i>Führung & Leadership</i>

Für die Äquivalenzprüfung wurde an der International Business School im Rahmen einer Teilnahme einer Studie durch die AQ Austria ein Prozess entwickelt, der das Prüfverfahren transparent darstellt. Kriterium für den Nachweis von fachspezifischem Wissen sind die Darstellung in einer umfassenden Qualifikations- und Aufgabenbeschreibung der Kompetenzen in Managementorientierter Betriebswirtschaft, Marketing, Finanzmanagement und Sozialkompetenzen (Kernkompetenzen aus dem Bachelorstudiengang Internationale Wirtschaft & Management der FH Kufstein Tirol).

Die Zulassungsvoraussetzungen für die Einzelmodule/Zertifikatskurse (siehe Kapitel 2.6.1):

- Nachweis einer entsprechenden Berufserfahrung
- Motivationsschreiben (Inhalte: berufliche Relevanz, begründetes Interesse, persönliche Eignung)

² <https://www.aq.ac.at/de/analysen-berichte/dokumente-analysen-berichte/PUBLIKATION-Qualitaetsentwicklung-Weiterbildung-2012.pdf?m=1458205145>