

2017 / Nr. 44 vom 24. Mai 2017

Der Senat hat in der Sitzung vom 9. Mai 2017 die Änderungen folgender Verordnungen genehmigt. Das Rektorat hat diese Änderungen nicht untersagt.

123. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Communications MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

124. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Change Management MSc“

Vormals: „Change Management MSc/Veränderungsmanagement MSc“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

125. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „ Informationsdesign MA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

126. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Innovationsmanagement MSc“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

127. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Integrated Management Systems MBA“

Vormals: „Integrated Management Systems MBA / Integrierte Management Systeme MBA“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

128. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Internationales Projektmanagement MSc“

Vormals: „International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

123. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Communications MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat zum Ziel, den Studierenden vertiefte und spezialisierte anwendungsorientierte, wissenschaftliche und praktische Kenntnisse von Kommunikation und Leadership zu vermitteln.

Eine Besonderheit des Curriculums macht die umfassende Betrachtung von Kommunikation im Management, globalen Trends und ihren Implikationen auf Leadership und Management sowie einer gezielten Reflexion der Führungskompetenzen aus Perspektive der Neurowissenschaft und Psychologie aus.

Diese funktionalen und branchenorientierten Vertiefungsmöglichkeiten fördern die fachliche, berufliche und persönliche Weiterentwicklung der TeilnehmerInnen. Die Fachvertiefung Communication and Leadership ist vor allem gedacht für erfahrene Führungskräfte aus verschiedenen Branchen und Unternehmensbereichen, die ihre Führungskompetenz mit dem Fokus auf Kommunikation vertiefen möchten. Die Fachvertiefung Media and Leadership ist vor allem gedacht für Personen aus der Medienbranche, die ihre zu übernehmenden oder bereits übernommenen Führungsaufgaben mit speziell journalistischem Fokus vertiefen möchten.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums in der Lage,

- aktuelle und zukünftige Kommunikations- und Führungsaufgaben in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen zu identifizieren und zu verknüpfen.
- organisationale, globale oder technologische Trends und ihre Auswirkungen auf das berufliche Umfeld nachzuvollziehen und diese in die Führungsarbeit zu integrieren.
- soziale Kompetenz und ausgewählte Aspekte der Psychologie einzuordnen und diese in den Führungsalltag einfließen zu lassen.
- sich über nationale Grenzen hinweg mit Partnerorganisationen oder KundInnen zu verständigen und unter Berücksichtigung unterschiedlicher kultureller Orientierung angemessen zu interagieren.
- auf Basis von betriebswirtschaftlichen Informationen rationale Strategie-, Personal- oder Investitionsentscheidungen treffen zu können.

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Wahlfächern in der Lage

- unter Berücksichtigung des eigenen beruflichen Kontextes ausgewählte Managementmethoden oder Anwendungsfelder der Organisationskommunikation zu diskutieren und zu implementieren.
- durch den Diskurs mit TeilnehmerInnen aus anderen Branchen relevante Schnittstellen zu identifizieren und Zusammenhänge für den weiterführenden fachlichen Austausch zu finden.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- 1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- 2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Fachbeirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement kann ein Fachbeirat eingerichtet werden, der die Lehrgangsleitung in der fachlichen Weiterentwicklung unterstützt.

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS-Punkte).

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

Personen, deren Muttersprache nicht die jeweils festgelegte Unterrichtssprache ist, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der Unterrichtssprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

- 1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- 2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 9. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 10. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind im Vertiefungscurriculum Communication and Leadership insgesamt drei (3) Pflichtfächer und sieben (7) Wahlfächer zu absolvieren, im

Vertiefungscurriculum Media and Leadership insgesamt vier (4) Pflichtfächer und sechs (6) Wahlfächer.

- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §6 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (betriebswirtschaftliche Wahlfächer) absolviert werden.
- 5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden.
- 6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der MindestteilnehmerInnenzahl angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer des Vertiefungscurriculums Communication and Leadership			21	525
Zukunftsfähige Führung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Globale Trends und ihre Implikationen für Führung • Diversität, Komplexität und Innovation • Gesunde Führung und Selbstführung 				
Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Stimm- und Sprechtechnik • authentische und wirkungsvolle Kommunikation mit internen und externen Stakeholdern • Lösungsorientierte Kommunikation 				
Neuromanagement und Soziale Kompetenz	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement • Sozial- und Organisationspsychologie für Führungskräfte • Emotionale Intelligenz 				
Pflichtfächer des Vertiefungscurriculums Media and Leadership			28	700
Zukunftsfähige Führung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Globale Trends und ihre Implikationen für Führung • Diversität, Komplexität und Innovation • Gesunde Führung und Selbstführung 				
Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Stimm- und Sprechtechnik • authentische und wirkungsvolle Kommunikation mit internen und externen Stakeholdern • Lösungsorientierte Kommunikation 				
Neuromanagement und Soziale Kompetenz	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement • Sozial- und Organisationspsychologie für Führungskräfte • Emotionale Intelligenz 				
Medienmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Newsroom-Management • Führung für JournalistInnen • Programm- und Innovationsmanagement 				
Wahlfächer:			49	1225
			bzw.	bzw.
			42	1050
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 				
Wahlfachgruppe B (betriebswirtschaftliche Wahlfächer)				
Controlling, Reporting and Corporate Financial Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Budgetierung, Controlling, Reporting • Unternehmenskennzahlen • Investition und Finanzierung 				
Personalmanagement und -führung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale HR-Aufgaben • Personal- und Organisationsentwicklung • Führen von Personalgesprächen 				
International Business and Business Ethics	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen für internationale Firmen • Internationale Geschäftstätigkeit • Management und Ethik, ethische Unternehmensstrategien 				
Strategic and Marketing Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Unternehmensanalyse • Ressourcenbasierte Analyse von Kernkompetenzen und Competitive Advantage • Marketingstrategien und das Konzept der Positionierung und Differenzierung 				
Business Analytics and Managerial Economics	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Quantitative Methoden • Qualitative Methoden • Verhaltens- und Informationsökonomie 				
Studienreise: Experiential Leadership	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungsbasiertes Lernen • Leadership • Interpersonelle und Interkulturelle Kommunikation 				
Studienreise: Leadership and Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship • Business Ethics • Leadership 				
Management für Führungskräfte	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Problemlösungsansätze • Controlling • Bilanzanalyse 				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				
Lernende Organisation und Organisationskultur	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Lernende Organisation • Systemische Strukturaufstellung • Organisationskultur 				
Wahlfachgruppe C				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				
Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zur Master Thesis	16	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 11. Lehrveranstaltungen

(1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgangsstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.

- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 12. Prüfungsordnung

- 1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- 2) Diese Abschlussprüfung besteht in der Fachvertiefung *Communication and Leadership* aus folgenden Prüfungen:
 - a) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Sieben (7) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Master Thesis“

in der Fachvertiefung *Media and Leadership* aus folgenden Prüfungen:

 - e) Vier (4) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - f) Sechs (6) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - g) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master Thesis“
 - h) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Master Thesis“
- 3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- 4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- 5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- 6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
 - Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)

- Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
- Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
- Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
- Integrierte Krisenkommunikation (CP)
- Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
- Printjournalismus CP
- Professional MSc
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- PR dual (AE)
- PR Professional Basic CP
- PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Qualitätsjournalismus MA
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus CP
- Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Universitätslehrganges.

§ 14. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist der/dem Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad „Master of Business Administration“, abgekürzt MBA zu verleihen.

§ 15. Inkrafttreten

Das Curriculum tritt mit 1. November 2017 in Kraft.

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2014/2015 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 52/13.09.2011 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die ab WS 2014/15 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 57/21.07.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.

124. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Change Management MSc“ Vormals: „Change Management MSc/Veränderungsmanagement MSc“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat das Ziel den Studierenden durch eine Vernetzung von Lehre, lehrbezogener Forschung und Praxis vertiefte problem- und anwendungsorientierte Fähigkeiten und Kenntnisse auf dem Gebiet des Change Managements zu vermitteln. Der Universitätslehrgang ist interdisziplinär ausgerichtet und bietet den Studierenden die Möglichkeit, theoretische und praktische Kompetenzen zu erwerben, um die zugrundeliegenden Phänomene zu verstehen, in größeren Zusammenhängen zu analysieren und anzuwenden sowie praxisorientierte Projekte zu planen, umzusetzen und zu evaluieren.

Die Studierenden erarbeiten sich die unterschiedlichen Zugänge, Werkzeuge und Methoden des Change Managements in den „Schulen der Veränderung“. Erfahrungs- und erlebnisorientiertes Lernen in der Gruppe spielt eine wesentliche Rolle. Bei diesem Universitätslehrgang handelt es sich um ein berufsbegleitendes Angebot zum Aufbau und zur Professionalisierung von Handlungskompetenzen im Bereich des Change Managements.

Diesem Universitätslehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

Es wird ein ganzheitliches, interdisziplinäres Unterstützungs- und Förderungsangebot, sowohl in Präsenz- als auch Online-Phasen angeboten. Der Internationalität einiger Fächer entsprechend, können Lehrangebote auch in englischer Sprache abgehalten werden.

Lernergebnisse

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums in der Lage,

- Ziele und Aufgaben von Change Management zu identifizieren und daraus passende Strategien zu entwickeln.
- verschiedene Anwendungsfelder von Change Management zu erkennen und in die verschiedenen Organisationsbereiche einzuordnen.
- die Stakeholder des Change Managements in die relevanten Prozesse einzubinden.
- die normativen Rahmenbedingungen des Change Managements zu benennen und über diese mit FachexpertInnen zu diskutieren.

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Wahlfächern in der Lage,

- Zusammenhänge der Themen des Change Managements in den jeweiligen branchen- bzw. funktionsorientierten Bereichen zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden.
- relevante Schnittstellen zwischen den einzelnen Funktionen des Change Managements und den erforderlichen Kenntnissen in den einzelnen Branchen zu identifizieren und Zusammenhänge für den weiterführenden fachlichen Austausch zu finden.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Absatz 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 6. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung stehen, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat. Sie erfolgt auf Vorschlag der Lehrgangsleitung.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- (1) Es sind insgesamt fünf (5) Pflichtfächer und fünf (5) Wahlfächer zu absolvieren.
- (2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.
- (3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- (4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden.
- (5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- (6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der MindestteilnehmerInnenanzahl angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
Grundlagen im Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel • Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign • Change Communication 				
Organisationsentwicklung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Phasen der Organisationsentwicklung • Interventionstechniken auf den Ebenen Individuum, Gruppe, Organisation 				

Strategisches Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategieentwicklung im Rahmen von Change-Projekten • Betriebswirtschaftliche Aspekte • Corporate Culture 				
Steuerung komplexer Transformationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management von Transformationen • Umgang mit Emotionen • Umgang mit Konflikten 				
Seminar zu aktuellen Themen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen der Wissensgesellschaft • State-of-the-art Instrumente • Diskussion und Reflexion relevanter Lehrgangsthemen 				
Wahlfächer:			35	875
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 				
Wahlfachgruppe B				
Interne Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Aufgabengebiete und Instrumente • Anwendungsfelder • Umgang mit dem Management 				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für WM • Konzepte und Modelle des WM • Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 				
Personalmanagement und -führung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale HR-Aufgaben • Personal- und Organisationsentwicklung • Führen von Personalgesprächen 				
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einordnung und Bewertung von Unternehmensrisiken und -krisen • Theorievermittlung und Training von Strategien und Instrumenten der Krisen- bzw. Risikokommunikation • Implementierung von Krisen- und Risikomanagement im Unternehmen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kognitionspsychologische Grundlagen • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				
Grundlagen im Risikomanagement	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Basiswissen Risikomanagement • Überblick über Normen • Managementkreisläufe und Managementsysteme 				
Studienreise: Leadership and Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship • Business Ethics • Leadership 				
Wahlfachgruppe C				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				

Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zur Master Thesis	16	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von Präsenz-Unterricht und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)
- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (6) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:

- Communications MBA
- Change Management (AE, CP)
- Digitaler Journalismus CP
- Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
- Fernsehjournalismus
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Informationsdesign (MA, AE, CP)
- Informations- und Datenvisualisierung CP
- Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
- Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
- Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
- Integrierte Krisenkommunikation (CP)
- Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
- Printjournalismus CP
- Professional MSc
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- PR dual (AE)
- PR Professional Basic CP
- PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Qualitätsjournalismus MA
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus CP
- Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- (1) regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- (2) durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrganges.

§ 12. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

(2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Science (Change Management)“, abgekürzt MSc zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2017/2018 in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2010/2011 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 38/20.07.2009 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die vor dem WS 2013/2014 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 55/30.09.2011 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die ab WS 2013/2014 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 87/29.08.2013 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.

125. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „ Informationsdesign MA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Ziel ist es, den Studierenden vertiefte, spezialisierte und anwendungsorientierte wissenschaftliche und praktische Kenntnisse des Informationsdesigns zu vermitteln. Dazu gehört die Fähigkeit, Informationen und Medien derart aufzubereiten, dass diese von den jeweiligen Zielgruppen optimal genutzt werden können. Um dies zu erreichen, setzen sich InformationsdesignerInnen vertiefend mit den Phänomenen und Theorien der Gestaltung und Informationsverarbeitung auseinander. Dazu zählen beispielsweise Daten- und Informationsvisualisierung, Bild- und Textkommunikation, Design-for-all oder die Gestaltung von Orientierungssystemen in realen und virtuellen Räumen.

Lernergebnisse

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums in der Lage,

- verschiedene Anwendungsfelder von Informationsdesign zu erkennen und in die verschiedenen Organisationsbereiche einzuordnen.

- Ziele und Aufgaben von Informationsdesign zu identifizieren und daraus methodengeleitet Designprozesse zu entwickeln.
- unterschiedliche Instrumente des Informationsdesigns zielgerichtet in Projekten einzusetzen.
- die Stakeholder des Informationsdesigns in die relevanten Prozesse einzubinden und die Zielerreichung mit passenden Evaluierungsmethoden zu überprüfen.
- die normativen Rahmenbedingungen des Informationsdesigns zu benennen und über diese mit FachexpertInnen zu diskutieren.

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Wahlfächern in der Lage,

- Zusammenhänge der Themen des Informationsdesigns in den jeweiligen branchen- bzw. funktionsorientierten Bereichen zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden.
- relevante Schnittstellen zwischen den einzelnen Funktionen des Informationsdesigns und den erforderlichen Kenntnissen in den einzelnen Branchen zu identifizieren und Zusammenhänge für den weiterführenden fachlichen Austausch zu finden.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- 1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- 2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 6. Studienplätze

- 1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- 2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat. Sie erfolgt auf Vorschlag der Lehrgangsleitung.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt fünf (5) Pflichtfächer und fünf (5) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden.
- 5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- 6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
Grundlagen im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsmerkmale und Evaluierung • rechtliche Rahmenbedingungen • Best Practices 				
Methoden des Usability Designs	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Usability Design Methoden • User-Centered Design • Kosten- /Nutzen-Analysen 				
Verbales Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Linguistische Grundlagen • Typografie • Werbliche Sprache 				

Visuelles Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Standardtechniken der Visualisierung • Geschichtlicher Hintergrund • Qualitätskriterien 				
Seminar zu aktuellen Themen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen der Wissensgesellschaft • State-of-the-art Instrumente • Diskussion und Reflexion relevanter Lehrgangsthemen 				
Wahlfächer:			35	875
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 				
Wahlfachgruppe B				
Grundlagen im Projektmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Projekte klar abgrenzen und definieren • Projektmanagement in seinen PM-Teilprozessen verstehen • Projektmanagement Methoden richtig und praxisbezogen anwenden 				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für WM • Konzepte und Modelle des WM • Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 				
Grundlagen im Prozessmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement • Überblick über Methoden des Prozessmanagements • Strategisches Prozessmanagement 				
Grundlagen im Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel • Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign • Change Communication 				
Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzepte • Gesprächsführung und Verhandlungstechniken • Konfliktbearbeitung 				

Grundlagen im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Fach • Treiber und Motivation für Innovationsmanagement • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				
Grundlagen der Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte kommunikationswissenschaftliche und kommunikationspsychologische Theorien und Modelle 				
Teammanagement und Teamdynamik	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Systemtheorie • Teammanagement aus systemischer Sicht • Konflikte in Teams und Organisationen 				
Wahlfachgruppe C				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				

Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				
Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zur Master Thesis	16	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- 1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- 2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:

- a) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Master Thesis“
- 3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
 - 4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
 - 5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
 - 6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
 - Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
 - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
 - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
 - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
 - Printjournalismus CP
 - Professional MSc
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - PR dual (AE)
 - PR Professional Basic CP
 - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Qualitätsjournalismus MA

- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus CP
- Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Universitätslehrganges.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Arts“ abgekürzt MA zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das Curriculum tritt mit WS 2017/18 in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 87/29.08.13 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsführung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.

126. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Innovationsmanagement MSc“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Ziel ist es, den Studierenden vertiefte, spezialisierte und anwendungsorientierte wissenschaftliche und praktische Kenntnisse des Innovationsmanagements zu vermitteln. Dazu gehören der kompetente Einsatz von Methoden zur Ideengenerierung, ein umfassendes Markt- und Technologie-Monitoring, die Beachtung von rechtlichen Aspekten (Intellectual Property Rights Management, Patentschutz etc.) sowie eine professionelle Projektumsetzung. Die Studierenden erwerben die Kompetenz, auf Basis wissenschaftlicher Grundlagen Innovationsprozesse zu steuern bzw. innovative Technologien, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Sie erhalten vertiefende Kenntnisse über jene Dimensionen, die im Rahmen eines umfassenden Innovationsmanagements zu berücksichtigen sind: Strategisches Innovationsmanagement sowie operatives Innovationsmanagement (Ideenfindung, Ideenbewertung, Ideenrealisierung, Ideenverwertung).

Lernergebnisse

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums in der Lage,

- verschiedene Anwendungsfelder von Innovationsmanagement zu erkennen und in die verschiedenen Organisationsbereiche einzuordnen.
- Ziele und Aufgaben von Innovationsmanagement zu identifizieren und daraus passende Strategien zu entwickeln.
- unterschiedliche Instrumente des Innovationsmanagements zielgerichtet in Projekten einzusetzen.
- die Stakeholder des Innovationsmanagements in die relevanten Prozesse einzubinden und die Zielerreichung mit passenden Evaluierungsmethoden zu überprüfen.
- die normativen Rahmenbedingungen des Innovationsmanagements zu benennen und über diese mit FachexpertInnen zu diskutieren.

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Wahlfächern in der Lage,

- Zusammenhänge der Themen des Innovationsmanagements in den jeweiligen branchen- bzw. funktionsorientierten Bereichen zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden.
- relevante Schnittstellen zwischen den einzelnen Funktionen des Innovationsmanagements und den erforderlichen Kenntnissen in den einzelnen Branchen zu identifizieren und Zusammenhänge für den weiterführenden fachlichen Austausch zu finden.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- 1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- 2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen (wird geändert und lautet wie folgt)

- 1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 6. Studienplätze

- 1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- 2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat. Sie erfolgt auf Vorschlag der Lehrgangsleitung.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt fünf (5) Pflichtfächer und fünf (5) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der

Donau-Universität Krems.

- 4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden.
- 5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- 6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
Grundlagen im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Fach • Treiber und Motivation für Innovationsmanagement • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 				
Methoden im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung ausgewählter Methoden • Ideenmanagement • Open Innovation 				
Technologie- und Produktmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Produktmanagement • Produkt- und Technologielebenszyklus • Trends 				
Finanzierung, Marketing und Recht im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Rahmenbedingungen • Marketing für Innovationen • Finanzierung von Innovationen 				
Seminar zu aktuellen Themen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen der Wissensgesellschaft • State-of-the-art Instrumente • Diskussion und Reflexion relevanter Lehrgangsthemen 				
Wahlfächer:			35	875
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 				

Wahlfachgruppe B				
Business Improvisation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Theorien der Business Improvisation • VUCA-Welten und Arbeitswelten 4.0 • Methoden und Techniken des Improvisationstheaters 				
Grundlagen im Changemanagement				
<ul style="list-style-type: none"> • Strategieentwicklung im Rahmen von Change-Projekten • Betriebswirtschaftliche Aspekte • Corporate Culture 				
Grundlagen im Projektmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Projekte klar abgrenzen und definieren • Projektmanagement in seinen PM-Teilprozessen verstehen • Projektmanagement Methoden richtig und praxisbezogen anwenden 				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für WM • Konzepte und Modelle des WM • Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 				
Grundlagen im Prozessmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement • Überblick über Methoden des Prozessmanagements • Strategisches Prozessmanagement 				
Teammanagement und Teambdynamik	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Systemtheorie • Teammanagement aus systemischer Sicht • Konflikte in Teams und Organisationen 				
Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzepte • Gesprächsführung und Verhandlungstechniken • Konfliktbearbeitung 				
Grundlagen im Risikomanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Basiswissen Risikomanagement • Überblick über Normen • Managementkreisläufe und Managementsysteme 				
Methoden des Usability Designs	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Usability Design Methoden • User-Centered Design • Kosten- /Nutzen-Analysen 				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				

Wahlfachgruppe C				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				

Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				
Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zur Master Thesis	16	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- 1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- 2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Master Thesis“
- 3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die

- Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- 4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
 - 5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
 - 6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
 - Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (AE, CP)
 - Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
 - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
 - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
 - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
 - Printjournalismus CP
 - Professional MSc
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - PR dual (AE)
 - PR Professional Basic CP
 - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Qualitätsjournalismus MA
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus CP
 - Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
 - TV-Produktion CP

- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Universitätslehrganges.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Science (Innovationsmanagement)“, abgekürzt MSc zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das Curriculum tritt mit WS 2017/18 in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor WS 2011/2012 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 31/29.06.2009 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die vor dem WS 2013/2014 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 55/30.09.2011 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die ab WS 2013/2014 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 87/29.08.13 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.

**127. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Integrated Management Systems MBA“
Vormals: „Integrated Management Systems MBA / Integrierte Management Systeme MBA“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

§ 1. Weiterbildungsziel

Ziel ist es, den Studierenden vertiefte, spezialisierte und anwendungsorientierte wissenschaftliche und praktische Kenntnisse hinsichtlich der Komplexität des Zusammenspiels von Qualitäts-, Prozess-, Risiko-, Lean-, Sicherheitsmanagement etc. zu vermitteln. Die Studierenden erwerben die Kompetenz, unterschiedliche Managementsysteme aufeinander abzustimmen und durch Integration Zielkonflikte und Doppelgleisigkeiten zu vermeiden. Dieser Universitätslehrgang konzentriert sich somit inhaltlich auf die integrative Darstellung der Wechselwirkungen von Managementsystemen und deren Optimierung. Die Studierenden setzen sich mit zukunftsweisenden Methoden und Instrumenten zur Implementierung und Steuerung eines Integrierten Managementsystems auseinander. Dazu bieten Normen und Standards eine gute Basis, mit deren Hilfe sie Ziele bestimmen, Kennzahlen festlegen, Prozesse beschreiben und umsetzen sowie kontinuierliche Verbesserung betreiben können.

Lernergebnisse

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums in der Lage,

- Ziele und Aufgaben von Integrierten Managementsystemen zu identifizieren und daraus passende Strategien zu entwickeln.
- integrierte Managementsysteme unter Berücksichtigung der jeweiligen Randbedingungen in Organisationen aufzubauen und weiterzuentwickeln.
- die relevanten Stakeholder der Organisation in die Gestaltung von Prozessen einzubinden und die Zielerreichung mit passenden Evaluierungsmethoden zu überprüfen.
- unterschiedliche Methoden und Tools des Qualitäts-, Prozess-, Risiko- und Wissensmanagements zielgerichtet in Projekten einzusetzen.
- vor dem Hintergrund umfangreichen Wissens über relevante Normen und Vorschriften interne und externe Überprüfungen (Audits, Assessments) vorzubereiten und zu begleiten.

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Wahlfächern in der Lage,

- eine integrative Sicht von Qualitäts- und Prozessmanagement sowie betriebswirtschaftlich orientierten Ansätzen für die jeweiligen branchen-

bzw. funktionsorientierten Bereiche zu entwickeln und diese im Kontext ihrer Organisationen konzeptuell und operativ umzusetzen.

- relevante Schnittstellen zwischen den Funktionen von Integrierten Managementsystemen und den erforderlichen Kenntnissen in den jeweiligen Branchen zu identifizieren und Zusammenhänge für den weiterführenden fachlichen Austausch zu finden.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- 1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- 2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 6. Studienplätze

- 1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- 2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat. Sie erfolgt auf Vorschlag der Lehrgangsleitung.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt drei (3) Pflichtfächer und sieben (7) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (betriebswirtschaftliche und allgemeine Management-Themen) absolviert werden.
- 5) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe C“ (Managementsystem-bezogene und QM-Themen) absolviert werden.
- 6) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe C“ wählen.
- 7) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			21	525
Integrierte Managementsysteme in der strategischen Unternehmensentwicklung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • 3-Ebenen-Modell des IMS und dessen Werkzeuge • IMS im Kontext der strategischen Unternehmensentwicklung • Leadership und Change Management als wichtige Erfolgsfaktoren 				
Integrierte Managementsysteme in der Umsetzung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Integration von Management-Systemen • Kennzahlensysteme und Performance Management • Risikomanagement / Corporate Governance und Compliance 				
Integrierte Managementsysteme: Performance Management und Digital Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Prozessmanagement, Lean Management und Performance Management • Besondere Herausforderungen durch die digitale Transformation • Best Practices in Unternehmen 				
Wahlfächer:			49	1225
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 				
Wahlfachgruppe B				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				
Strategic and Marketing Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Unternehmensanalyse • Ressourcenbasierte Analyse von Kernkompetenzen und Competitive Advantage • Marketingstrategien und das Konzept der Positionierung und Differenzierung 				
Controlling, Reporting and Corporate Financial Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Budgetierung, Controlling, Reporting • Unternehmenskennzahlen • Investition und Finanzierung 				
Personalmanagement und -führung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale HR-Aufgaben • Personal- und Organisationsentwicklung • Führen von Personalgesprächen 				
International Business and Business Ethics	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen für international tätige Firmen • Internationale Geschäftstätigkeit • Management und Ethik, ethische Unternehmensstrategien 				
Business Analytics and Managerial Economics	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Quantitative Methoden • Qualitative Methoden • Verhaltensökonomie und Informationsökonomie 				
Studienreise: Leadership and Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship • Business Ethics • Leadership 				
Management für Führungskräfte	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Problemlösungsansätze • Controlling • Bilanzanalyse 				
Wahlfachgruppe C				
Grundlagen im Lean Operations Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zu Produktionssystemen • Lean Thinking und Lean Culture • Total Productive Management 				
Grundlagen im Prozessmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement • Überblick über Methoden des Prozessmanagements • Strategisches Prozessmanagement 				

Grundlagen im Projektmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Projekte klar abgrenzen und definieren • Projektmanagement in seinen PM-Teilprozessen verstehen • Projektmanagement Methoden richtig und praxisbezogen anwenden 				
Teammanagement und Teamdynamik	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Systemtheorie • Teammanagement aus systemischer Sicht • Konflikte in Teams und Organisationen 				
Lean Administration	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Lean Administration als Teil von Lean Enterprise sehen • Grundlagen für effizientes Arbeiten im Office verstehen • Methoden und Werkzeuge zur Optimierung von administrativen Prozessen beherrschen 				
Verbesserungsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzept und Fehlerkultur • Methoden im Verbesserungsmanagement • Six Sigma 				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für WM • Konzepte und Modelle des WM • Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 				
Grundlagen im Risikomanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Basiswissen Risikomanagement • Überblick über Normen • Managementkreisläufe und Managementsysteme 				
Grundlagen im Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel • Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign • Change Communication 				
Grundlagen im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Fach • Treiber und Motivation für Innovationsmanagement • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 				
Wahlfachgruppe D				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				

Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zur Master Thesis	16	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- 1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- 2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Sieben (7) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Master Thesis“
- 3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- 4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- 5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- 6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
 - Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA

- Digitaler Journalismus CP
- Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
- Fernsehjournalismus
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Informationsdesign (MA, AE, CP)
- Informations- und Datenvisualisierung CP
- Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
- Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
- Integrierte Krisenkommunikation (CP)
- Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
- Printjournalismus CP
- Professional MSc
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- PR dual (AE)
- PR Professional Basic CP
- PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Qualitätsjournalismus MA
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus CP
- Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Universitätslehrganges.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Business Administration“, abgekürzt MBA zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das Curriculum tritt mit WS 2017/18 in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2010/2011 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 62/31.08.2010 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die vor dem WS 2013/2014 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 55/30.09.2011 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die ab WS 2013/2014 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 87/29.8.2013 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsführung können Studierende auch nach der aktuellen Verordnung abschließen.

128. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Internationales Projektmanagement MSc“ Vormals: „International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Ziel des Universitätslehrganges ist es, den Studierenden vertiefte, spezialisierte und anwendungsorientierte wissenschaftliche und praktische Kenntnisse des Internationalen Projektmanagements zu vermitteln. Zentrale Themen sind der kompetente Einsatz von Projektmanagement-Methoden zur Entwicklung, Gestaltung und Planung von Projekten, Programmen und Projektportfolien. Die Studierenden lernen Konzepte, Modelle und Methoden des Internationalen Projektmanagements kennen und anwenden. Dabei werden Kompetenzen für alle relevanten Bereiche des Projekt- und Programmmanagements erweitert sowie vertieft. Die Studierenden erwerben Wissen und Verständnis für organisatorische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge von Projekten. In Fallbeispielen und anhand von unternehmensbezogenen Projekten aus dem beruflichen Umfeld der Studierenden werden Theorie und Best Practice vertiefend betrachtet und analysiert. Dabei berücksichtigen die Studierenden auch interkulturelle Aspekte im Rahmen des Internationalen Projektmanagements. Das erworbene Wissen befähigt nicht nur zur erfolgreichen Durchführung unternehmensbezogener Projekte und Programme sondern auch zur Beratung und zum Coaching in allen

Belangen des internationalen Projektmanagements. Die Entwicklung von Projektstrategien, die Identifikation entscheidender Erfolgsfaktoren, die Bewältigung von Projektkrisen und die Wahrnehmung von Chancen gehören ebenfalls dazu. Der Universitätslehrgang orientiert sich am IPMA Standard und unterstützt den Wissens- und Erfahrungsaufbau für die relevanten Projektmanagement-Kompetenzen der ICB (International Competence Baseline).

Lernergebnisse

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums in der Lage,

- Projekte mit den adäquaten Projektmanagement-Methoden und Techniken klar abzugrenzen, effizient zu planen und zu gestalten.
- im nationalen und internationalen Arbeitsumfeld komplexe Projekte transparent und strukturiert zu gestalten, effizient abzuwickeln sowie international besetzte Projektorganisationen erfolgreich zu führen.
- komplexe, interdisziplinäre Projekte im interkulturellen Kontext ganzheitlich wahrzunehmen und die Erfolgsfaktoren für alle betroffenen Interessensgruppen in die Planung und Abwicklung zu integrieren.
- für projektorientierte Unternehmen relevante Methoden des Projektportfolio-Managements anzuwenden und projektmanagementspezifische Personalentwicklungsmaßnahmen mit zu entwickeln.

sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Wahlfächern in der Lage,

- Zusammenhänge der Themen des internationalen Projektmanagements in den unterschiedlichen branchen- bzw. funktionsorientierten Bereichen zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden.
- relevante systemische Zusammenhänge zu Kontextthemen und -Kompetenzen des internationalen Projektmanagements zu identifizieren und erfolgswirksam in der Projektabwicklung zu integrieren.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsführung

- 1) Als Lehrgangsführung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- 2) Die Lehrgangsführung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 6. Studienplätze

- 1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- 2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat. Sie erfolgt auf Vorschlag der Lehrgangsleitung.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt fünf (5) Pflichtfächer und fünf (5) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden.
- 5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- 6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS- Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
Grundlagen im Projektmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Projekte klar abgrenzen und definieren • Projektmanagement in seinen PM-Teilprozessen verstehen • Projektmanagement Methoden richtig und praxisbezogen anwenden 				
Vertiefung in den Methoden des Projektmanagements	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung in Methoden des Projektmanagements wie z.B. Controlling • Projektorganisationsformen und Programm-Management • Internationale PM-Standards 				
Intercultural Communication and Competence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Interkulturelle Kommunikation • Diversity Management • Verhaltenskompetenzen in interkulturellen und internationalen Projektteams 				
Management Projektorientierter Unternehmen (POU)	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Organisatorische Herausforderungen für Projektorientierte Unternehmen (POU) • Projekt-Portfolio Management • Management Auditing und Consulting von Projekten und Programmen 				
Seminar zu aktuellen Themen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen der Wissensgesellschaft • State-of-the-art Instrumente • Diskussion und Reflexion relevanter Lehrgangsthemen 				
Wahlfächer:			35	875
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 				
Wahlfachgruppe B				
Verbesserungsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzept und Fehlerkultur • Methoden im Verbesserungsmanagement • Six Sigma 				
Grundlagen im Qualitätsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Überblick der Normen im Qualitätsmanagement • Methodenüberblick des Qualitätsmanagements • Prinzipien des Qualitätsmanagements 				
Grundlagen im Prozessmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement • Überblick über Methoden des Prozessmanagements • Strategisches Prozessmanagement 				
Business Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensqualität - Qualität im Kontext von Management und Organisationsentwicklung • Excellence Modelle, EFQM Modell • Bewertungsmethoden anhand des EFQM-Modells 				
Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzepte • Gesprächsführung und Verhandlungstechniken • Konfliktbearbeitung 				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für WM • Konzepte und Modelle des WM • Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 				
Grundlagen im Risikomanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Basiswissen Risikomanagement • Überblick über Normen • Managementkreisläufe und Managementsysteme 				

Grundlagen im Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel • Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign • Change Communication 				
Grundlagen im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Fach • Treiber und Motivation für Innovationsmanagement • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				
Wahlfachgruppe C				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				

Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				

Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based-modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zur Master Thesis	16	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- 1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- 2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Master Thesis“
- 3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- 4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- 5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- 6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
 - Change Management (AE, CP)

- Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
- Communications MBA
- Digitaler Journalismus CP
- Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
- Fernsehjournalismus
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Informationsdesign (MA, AE, CP)
- Informations- und Datenvisualisierung CP
- Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
- Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
- Internationales Projektmanagement (AE, CP)
vormals: International Project Management (AE, CP)
- Integrierte Krisenkommunikation (CP)
- Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
- Printjournalismus CP
- Professional MSc
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- PR dual (AE)
- PR Professional Basic CP
- PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Qualitätsjournalismus MA
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus CP
- Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Universitätslehrganges.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

- 2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Science (International Project Management)“, abgekürzt MSc zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das Curriculum tritt mit WS 2017/18 in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor WS 2010/2011 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 38/20.07.2009 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die ab WS 2013/2014 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 87/29.08.13 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

Univ.- Prof. Dr. Christoph Gisinger
Vorsitzender des Senats