

82. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Master in Business Administration“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften – Danube Business School)

§ 1. Weiterbildungsziel

MBA Programme werden international je nach beruflicher Erfahrung als Aufbaustudien MBA und als Executive MBA angeboten.

MBA Aufbaustudien dienen der Fortbildung von AkademikerInnen, die in der Regel keinen wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss haben und mit einer wissenschaftlich fundierten, an der Praxis des Wirtschaftslebens orientierten Weiterbildung, ihre Chancen für ein berufliches Weiterkommen verbessern wollen.

Es ist das Ziel des Master in Business Administration auf wissenschaftlicher Grundlage durch eine State-of-the-Art General Management Weiterbildung zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer beizutragen. Insbesondere sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Wahrnehmung der Führungsrolle gestärkt werden sowie wirtschaftlichen Kompetenzen erwerben bzw. vertiefen.

Der Master in Business Administration adressiert explizit Akademikerinnen und Akademiker, die bereits ein Grundstudium mit mindestens 180 ECTS abgeschlossen haben und zusätzliche Kompetenzen im wirtschaftlichen Bereich erwerben wollen.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrganges Master in Business Administration

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

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden,
- praktisch erworbene Handlungsweisen durch Beschäftigung mit den theoretischen Grundlagen einzuordnen, abzugrenzen und mit neuen Erkenntnissen zu verknüpfen,
- theoretisches Know-how in eigenständiger Planung und Durchführung in ihren Arbeitsbereichen und in Projekten als ManagerInnen umzusetzen,
- branchenübergreifend tätig zu sein, wesentliche Herausforderungen zu identifizieren und adäquat umzusetzen,
- ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zu analysieren und zu reflektieren,
- sowie daraus Entwicklungspotentiale abzuleiten.

Diesem Lehrgang 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.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante angeboten. Die Organisation des Studiums erfolgt wahlweise im reinen Fernstudium oder im Blended Learning Modus. Der Universitätslehrgang wird in deutscher und/oder englischer Sprache angeboten.

§ 3. Lehrgangsführung

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

§ 4. Dauer

In der Vollzeitvariante umfasst der Lehrgang zwei Semester mit 60 ECTS-Punkten. In der berufsbegleitenden Variante umfasst der Lehrgang drei Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Als Voraussetzungen für die Zulassung zum Master in Business Administration gelten:

- a) Ein abgeschlossenes inländisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium aller Studienrichtungen mit mindestens 180 ECTS und 2 Jahre qualifizierte Berufserfahrung.
- b) Zudem müssen die vom Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften angebotenen Fächer
 - Grundlagen der Betriebswirtschaft/Fundamentals of Management
 - Grundlagen der Volkswirtschaft/Fundamentals of Economicspositiv absolviert worden sein oder diese Kenntnisse durch gleichwertige Prüfungen an einer anerkannten postsekundären Bildungseinrichtung nachgewiesen werden.
- c) Absolvierung des Inbound-Tests als Voraussetzung für die Messung der Learning Outcomes nach Abschluss des Studiums (Outbound-Test).

§ 6. Studienplätze

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

§ 7. Zulassung

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

§ 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm besteht aus Fächern. Es sind Pflichtfächer im Umfang von 28 ECTS und Wahlfächer im Ausmaß von 14 ECTS zu absolvieren, sowie eine Master-Thesis im Umfang von 18 ECTS zu verfassen.

Die Auswahl der Fächer des Unterrichtsprogramms ist in einem gesonderten Dokument (**Learning Agreement**, unterzeichnet von der Studierenden bzw. dem Studierenden und der Lehrgangsführung), dem Studierendenakt beizulegen und ist Basis für die abzulegenden Prüfungen. Ebenso wird darin festgelegt, welche Fächer im reinen Fernstudium und welche im Blended Learning Modus absolviert werden.

Pflichtfächer	ECTS	UE
Methoden der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften/Business Analytics & Research Methods	3,5	24
Controlling & Reporting	3,5	24
Unternehmensfinanzierung/Corporate Financial Management	3,5	24
Strategisches Management/Strategic Management	3,5	24

Pflichtfächer	ECTS	UE
Marketing Management	3,5	24
Personalmanagement und Organisation/Managing People	3,5	24
Führung und Motivation/Leadership	3,5	24
Transformatives Management/Transformative Management	3,5	24
Wahlfächer		
Internationale Betriebswirtschaft/International Business	3,5	24
Unternehmensethik/Business Ethics	3,5	24
Projektmanagement und Komplexität/Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Wissensmanagement und Innovation/Knowledge Management & Innovation	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Doing Business in China - Study Trip Shanghai <ul style="list-style-type: none"> • Political Framework in China • Chinese Economy: Current Situation & Challenges • Doing Business in China – the Management Perspective • Financial Markets in China 	7	48
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley <ul style="list-style-type: none"> • Modern Start-up concepts • Funding Strategies & Pitching • The „Silicon Valley Way“ 	7	48
Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder <ul style="list-style-type: none"> • Ethical Decision-Making in Management: an executive overview • Entrepreneurship • A Start-up company-tour to microbreweries in Boulder 	7	48
Excelling in Leadership – Study Trip to Lisbon, AESE Business School <ul style="list-style-type: none"> • The Real Work of the CEO • Design Thinking • Global Work and Global Leadership 	7	48
Unternehmensplanspiel/Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsorientiertes Planspiel, das die Themenfelder der Betriebswirtschaftslehre anhand eines fiktiven Unternehmens vermittelt. Alle wesentlichen Unternehmensbereiche (Marketing, Strategisches Management, Buchhaltung...) müssen im Zuge des Planspiels von den Teilnehmenden aufeinander abgestimmt und gesteuert werden. Die Produkte werden dementsprechend im Wettbewerb zu anderen virtuellen Unternehmen auf dem simulierten Markt positioniert. 	7	48
MASTER-THESIS	18	
Summe	60	288

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen werden, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.
- (3) Die Pflichtfächer und die Wahlfächer können sowohl in reinem Fernstudium als auch im Blended Learning Modus angeboten werden.

§ 10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:

- Schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über alle Pflichtfächer und die gewählten Fächer
- Verfassung und positiver Beurteilung sowie Verteidigung einer Master-Thesis. Vor der Verteidigung der Master-Thesis ist der Outbound-Test zu absolvieren.
- Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

§ 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 Lehrgangs und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

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

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem Wintersemester 2021/2022 in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmung

Studierende, die vor Inkrafttreten der Verordnung vom Mitteilungsblatt 99/2016 zugelassen wurden, können im Ausnahmefall nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung noch nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt 77/2015 abschließen.

Studierende, die vor dem Wintersemester 2020/21 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung im Mbl.Nr. 93/22.10.2018 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.