

123. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrgangs „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. 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. Fachbeirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement kann ein Fachbeirat eingerichtet werden, der die Lehrgangsführung 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 Lehrgangsführung 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 Lehrgangstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsführung 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 Lehrgangleitung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.