

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

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

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

Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen</li> <li>• Usability und User-Centered Design</li> <li>• Daten- und Informationsvisualisierung</li> </ul>				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komplexität und Systemdynamik</li> <li>• Agent-based modeling</li> <li>• Angewandte Methoden der Transdisziplinarität</li> </ul>				
<b>Seminar zur Master Thesis</b>	16	4	4	100
<b>Master Thesis</b>		16	16	400
<b>Gesamt</b>	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 Lehrgangsführung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.