

148. Verordnung der Universität für Weiterbildung Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Professional MBA“ (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 mit und ohne vertiefendem Zusatz dienen der Fortbildung von AkademikerInnen und Personen mit langjähriger qualifizierter Berufserfahrung die in aller Regel keinen wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss haben und mit einer wissenschaftlich fundierten, an der Praxis des Wirtschaftslebens orientierten Weiterbildung ihre Chancen für ein berufliches Weiterkommen ganz allgemein (General Management) oder für ihr Weiterkommen in bestimmten Branchen oder Berufsfeldern (General Management kombiniert mit einer Vertiefung) verbessern wollen.

Es ist das besondere Ziel dieses Universitätslehrganges, als Aufbaustudium auf wissenschaftlicher Grundlage mit branchen-/funktionsorientierten Vertiefungen zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer beizutragen.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs Professional MBA sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Kerncurriculums 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

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

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

Diesem Lehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen so 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. Die Unterrichtssprache ist Deutsch und/oder Englisch.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante 4 Semester, im Vollzeitstudium 3 Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium und mindestens 2 Jahre Berufserfahrung oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium und mindestens 2 Jahre Berufserfahrung oder
- c) die allgemeine Universitätsreife und mindestens 6 Jahre einschlägige Berufserfahrung in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden), wenn damit eine einem Hochschulstudium gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Dies ist im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens zu beurteilen oder
- d) bei fehlender Universitätsreife mindestens 10 Jahre einschlägige Berufserfahrung in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden), wenn damit eine einem Hochschulstudium gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Dies ist im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens zu beurteilen.

AbsolventInnen des berufsbegleitenden Studiengangs zum/zur Betriebswirt/in (VWA) wird die Fortbildungszeit angerechnet. Dadurch verkürzt sich der Nachweis der oben angeführten erforderlichen beruflichen, einschlägigen Tätigkeit um 3 Jahre. Mit dem Studiengang Betriebswirt/in (VWA) werden 180 ECTS-Punkte erworben.

Basis für diese Weiterbildung bilden die Rahmen-Prüfungsordnung und Rahmen-Studienordnung des Bundesverbandes Deutscher Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademien e. V. für Weiterbildungsstudiengänge an Verwaltungs- und Wirtschaftsakademien vom 17. September 2010.

AbsolventInnen des berufsbegleitenden Studiengangs Geprüfter Betriebswirt/Geprüfte Betriebswirtin (IHK) wird die Fortbildungszeit angerechnet. Dadurch verkürzt sich der Nachweis der oben angeführten erforderlichen beruflichen, einschlägigen Tätigkeit um 3 Jahre. Basis für diese Weiterbildung bildet der IHK-Bildungsrahmen gemäß Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Abschluss Geprüfter Betriebswirt/Geprüfte Betriebswirtin vom 22. Nov. 2004 nebst Anhang der Verordnung vom 12. Juli 2006).

- e) Zusätzlich zu a) – d) ist im Aufnahmeverfahren ein Aufnahmegespräch zu führen, in dem die Lehrgangsleitung gemeinsam mit der/dem Studierenden die Auswahl der Fächer aufgrund der gewählten Vertiefung vornimmt und im Learning Agreement festhält.
- f) 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 Lehrgangsleiterin oder dem Lehrgangsleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.
- (3) Die Vertiefungen werden nur bei Erreichen der von der Lehrgangsleitung festgelegten Mindestanzahl von Studierenden durchgeführt.
- (4) Die verbindliche Abhaltung von Vertiefungen ist den Studierenden vor Beginn des Lehrgangs bekannt zu geben.

§ 7. Zulassung

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

§ 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm setzt sich aus mehreren Fächern zusammen, woraus 70 ECTS zu wählen sind. Darüber hinaus ist eine Master-Thesis im Umfang von 20 ECTS zu verfassen. Die Fächer werden für den jeweiligen Lehrgang vor dessen Beginn von der Lehrgangsleitung festgelegt und sind in geeigneter Weise bekannt zu machen.

Teile des Curriculums sind

- (A) Kerncurriculum: Es sind grundsätzlich 49 ECTS zu absolvieren. In Abstimmung mit der Lehrgangsleitung können in Ausnahmefällen (je nach Vertiefung) 42 bzw. 45,5 ECTS gewählt werden, wobei die Fächer 1 und 2 auf jeden Fall verpflichtend sind.
- (B) Vertiefung: Es ist eine Vertiefung aus den unten angeführten Vertiefungen zu wählen. Je Vertiefung sind Fächer im Ausmaß von mindestens 21 ECTS zu wählen. Über die Zusammensetzung der zu wählenden Fächer entscheidet die Lehrgangsleitung vor Lehrgangsbeginn. Die Auswahl der Fächer des Unterrichtsprogramms ist in einem gesonderten Dokument (Learning Agreement, unterzeichnet von der Studierenden bzw. dem Studierenden und der Lehrgangsleitung) 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.
Die Vertiefung „General Management“ kann auch als reine Fernstudienvariante absolviert werden (dazu siehe nähere Bestimmung in der Tabelle).

Die Lehrgangslleitung entscheidet darüber, welche der unten genannten Vertiefungen und Fächer - für den jeweiligen Lehrgangsstart angeboten werden.

Vertiefungen

- Advanced System Life Cycle & Integrated Logistics Support Management
- Advanced Marketing Management
- Agile Organizations & Collective Leadership
- Aviation Management
- Biotech, Pharma & MedTech Management
- Business Performance Management
- Change Management
- Controlling
- Corporate Responsibility & Business Ethics
- Energy Innovation
- Entrepreneurship & Innovation Management
- Finance
- Financial Planning
- General Management
- Human Resource Management
- Industrial Management
- Informationsdesign
- Innovationsmanagement
- International Business
- Leisure-, Entertainment- and Gaming Business Management
- Logistik und Supply Chain Management
- Management und Führungskompetenz
- Marketing- and Digital Marketing Management
- Marketing- and Brand Management
- Marketing & Sales
- Nachhaltiges Mobilitätsmanagement
- Prozessmanagement
- Qualitätsmanagement
- Restrukturierung & Unternehmensplanung
- Strategic Management & Organizational Change
- Strategisches Management & Restrukturierung
- Sustainable Management
- Wirtschaftsrecht
- Wissensmanagement
- Workforce Management

(C) Ergänzungsfächer

Wenn in Kerncurriculum und Vertiefung weniger als insgesamt 70 ECTS gewählt wurden, werden die fehlenden ECTS, von der Lehrgangslleitung aus den Ergänzungsfächern unter Berücksichtigung der Vorkenntnisse des Studierenden zusammengestellt.

Die Lehrgangslleitung entscheidet darüber, welche Ergänzungsfächer für den jeweiligen Lehrgangsstart angeboten werden.

(D) Master-Thesis (20 ECTS)

A) Kerncurriculum	ECTS	UE
Pflichtfächer		
Grundlagen der Betriebswirtschaft/Fundamentals of Management	3,5	24
Grundlagen der Volkswirtschaft/Fundamentals of Economics	3,5	24
Wahlfächer		
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
Marketing Management	3,5	24
Internationale Betriebswirtschaft/International Business	3,5	24
Unternehmensethik/Business Ethics	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
Projektmanagement und Komplexität/Managing Complexity & Project Management	3,5	24
Wissensmanagement und Innovation/Knowledge Management & Innovation	3,5	24
Angewandte Mikroökonomik und das globale Umfeld/Managerial Economics & Global Business Environment	3,5	24
Betriebswirtschaftliche Simulation	3,5	24
B) Vertiefungen (Specializations)		
Vertiefung: Advanced System Life Cycle & Integrated Logistic Support Management		
Product Life Cycle & Management Prozesse <ul style="list-style-type: none"> • Steuerungsprozesse im Produktlebenszyklus (ISO 15288) • Kostenverteilung im Produktlebenszyklus (Modell "Eisberg") • Beschaffungspolitische und Vertragliche Ziele 	3,5	24
Product Support Strategie <ul style="list-style-type: none"> • Instandhaltungsgerechte Konstruktion • Optimierte Supportplanung und Organisation • Integrated Logistic Support (ILS) 	3,5	24
Product Support Planung (1) <ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Support-Erfordernisse • Anwendung Mathematischer Methoden /Zuverlässigkeit und Materialerhaltbarkeit) • Ingeniertechnische Methoden (Instandhaltungs- und Wartungsanalyse) 	3,5	24
Product Support Planung (2) <ul style="list-style-type: none"> • Daten und Messgrößen der Support Analysen • Datenspeicherung und Auswertung bzw. Verwendung in Folgeprozessen • Informationskreislauf Konstruktion-Support 	3,5	24

Product Support Management <ul style="list-style-type: none"> • Vertragliche Forderungen und Leistungsverzeichnis • Steuerungsinstrumente (RFP, ILS-, LSA-Plan) • Baseline und Review Planung 	3,5	24
Life Cycle Management <ul style="list-style-type: none"> • Support Kosten und Life Cycle Cost Analysis bzw. Modellierung • Modellierung und Budgetierung, Kostenplanung • Interaktive Prozesse im Produktlebenszyklus, Standards und Spezifikationen 	3,5	24
Vertiefung: Advanced Marketing Management		
Marketing Strategies and Marketing Planning	3,5	24
Consumer and Buyer Insights & Market Research	3,5	24
Management of Products, Services and Innovations	3,5	24
Integrated Marketing Communications and Digital Marketing	3,5	24
Global Marketing Management	3,5	24
Brand Management	3,5	24
Marketing Channels and Sales Force Management	3,5	24
Personal Selling and Negotiation	3,5	24
E-Marketing and Interactive Marketing	3,5	24
Marketing Budgeting, Marketing Implementation, and Marketing Control	3,5	24
Current Challenges of Marketing Management	3,5	24
Digital Marketing	3,5	24
Integrated Marketing Communications	3,5	24
Distribution and Multichannel Marketing	3,5	24
Marketing Simulation	3,5	24
Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Agile Organizations & Collective Leadership		
Organisationales Wissen & Collective Mind	3,5	24
Quellen zukunfts-fähigen Wissens und Handelns	3,5	24
Kollaboration & Organisationale Intelligenz <ul style="list-style-type: none"> • Komplexe soziale Systeme & Emergenz • Organisationstheorie X.0 • Kognition und Intelligenz in Systemen • Ansätze zukunfts-fähiger Kollaboration 	7	48
Expanded Leadership	3,5	24
Digitale Realität der Organisation	3,5	24
Vertiefung: Aviation Management		
Legal and Regulatory Framework of Aviation	3,5	24
Contractual and Non-Contractual Liabilities and Related Issues	3,5	24
The Economic, Social and Environmental role of Airports	3,5	24
Airport Competition and the economic, social and environmental impact	3,5	24

Airline Business Management	3,5	24
Airline Financial Management	3,5	24
Air Traffic Management: System & Operations	3,5	24
Sustainable Aviation Management	3,5	24
Vertiefung: Biotech, Pharma & MedTech Management		
Innovation & Market Access <ul style="list-style-type: none"> • Health Care Markets I • Innovation • Case Study & Excursion • Technology Transfer • Approaches to Financing • Dealmaking, Negotiations 	7	48
Digitalization & New Business Models <ul style="list-style-type: none"> • Health Care Markets II • Digitalization in Healthcare • Big Data Management • Precision Medicine • R&D Strategies • New Business Models 	7	48
Quality and Regulations <ul style="list-style-type: none"> • Quality Management • Compliance & Governance • Regulatory Affairs • GMP/GLP/GDP/GCP • Supply Chain Management • Lean Management 	7	48
Vertiefung: Business Performance Management		
Corporate Information & Performance Management <ul style="list-style-type: none"> • Business Performance Management (Strategic, Tactic, Operative Planning) • Process Performance Measurement • Forecasting Methods (Data Extrapolation, Trends...) • Development of Business Intelligence Strategies 	7	48
Business Statistics & Change Management <ul style="list-style-type: none"> • Introduction to Statistical Methods • Applied Business Statistics • Change Management 	7	48
Data, Data Warehousing, Business Intelligence Concepts & Basic Business Intelligence Services <ul style="list-style-type: none"> • Concepts of Analytical Information Systems • Overview of Database Management Systems & Data Types • Data Warehousing (Data Provisioning Services) • Business Intelligence Services (1) 	7	48
Advanced Business Intelligence Services <ul style="list-style-type: none"> • Business Intelligence Services (2) • Advanced Business Intelligence Applications & Case Studies • Knowledge Discovery & Data Mining • Visual Business Intelligence & Current Developments 	7	48

Vertiefung: Change Management		
Grundlagen im Change Management <ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel • Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign • Change Communication 	7	40
Organisationsentwicklung <ul style="list-style-type: none"> • Phasen der Organisationsentwicklung • Interventionstechniken auf den Ebenen Individuum, Gruppe, Organisation 	7	40
Strategisches Change Management <ul style="list-style-type: none"> • Strategieentwicklung im Rahmen von Change-Projekten • Betriebswirtschaftliche Aspekte • Corporate Culture 	7	40
Steuerung komplexer Transformationen <ul style="list-style-type: none"> • Management von Transformationen • Umgang mit Emotionen • Umgang mit Konflikten 	7	40
Vertiefung: Controlling		
Controlling und Business Planning	3,5	24
Cost & Performance Management I	3,5	24
Cost & Performance Management II	3,5	24
Investitions- und Finanzcontrolling	3,5	24
Corporate Finance	3,5	24
Capstone Unit	3,5	24
Unternehmenspolitik und Corporate Responsibility	3,5	24
Strategisches Management	3,5	24
Managementinformationssysteme	3,5	24
Reporting und Präsentation	3,5	24
Internationale Rechnungslegung I	3,5	24
Internationale Rechnungslegung II	3,5	24
Risikomanagement	3,5	24
Risikomanagement und Frühwarnsysteme	3,5	24
Managerial Economics	3,5	24
Business Contingency Planning	3,5	24
Wertorientierte Unternehmenssteuerung	3,5	24
Wertorientiertes Marketing	3,5	24

Vertiefung: Corporate Responsibility & Business Ethics		
Economic Ethics I	3,5	24
Economic Ethics II	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics I	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics II	3,5	24
Management Ethics I	3,5	24
Management Ethics II	3,5	24
Interkulturelle Kompetenzen/Intercultural Competences I	3,5	24
Interkulturelle Kompetenzen/Intercultural Competences II	3,5	24
Internationale Beziehungen I	3,5	24
Internationale Beziehungen II	3,5	24
Migrationsmanagement/Migration Management I	3,5	24
Migrationsmanagement/Migration Management II	3,5	24
Menschenrechte I	3,5	24
Menschenrechte II	3,5	24
Rechtliche und politische Rahmenbedingungen der Energie Autarkie	3,5	24
Potentiale der Erneuerbaren Energie	3,5	24
Energieeffizienzmanagement	3,5	24
Energiemanagementsysteme und -tools	3,5	24
Energie und CO2 Märkte	3,5	24
Strategien für die Umsetzung von Energieeffizienz	3,5	24
Vertiefung: Energy Innovation		
Rechtliche und politische Rahmenbedingungen der Energie Autarkie	3,5	24
Potentiale der Erneuerbaren Energie	3,5	24
Regenerative Energie- und Anlagentechnik	3,5	24
Technisches Energiemanagement und Energieeffizienztechnologie	3,5	24
Consulting und Coaching Know-how	3,5	24
Management Kompetenzen I	3,5	24
Rechtliche und politische Rahmenbedingungen der Energieeffizienz	3,5	24
Management Kompetenzen II	3,5	24
Energieeffizienzmanagement	3,5	24
Energiemanagementsysteme und -tools	3,5	24
Energie und CO2 Märkte	3,5	24
Strategien für die Umsetzung von Energieeffizienz	3,5	24
Economic Ethics I	3,5	24
Economic Ethics II	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics I	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics II	3,5	24

Vertiefung: Entrepreneurship & Innovation Management		
Entrepreneurship Fundamentals	3,5	24
Creativity & Entrepreneurial Decision Making	3,5	24
Business Plan Development <ul style="list-style-type: none"> • Business Planning • New Venture Growth • Modern Start-up Concepts 	7	48
Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> • Integrated Business Perspective • Entrepreneurial Decision Making • International Management 	7	48
Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley	7	48
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Mind Management	3,5	24
Projekt- und Veränderungsmanagement	3,5	24
Advanced Business Planning	3,5	24
Grundlagen im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Innovationsmanagement • Methoden der Ideengenerierung und Ideenbewertung • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 	7	40
Methoden im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung ausgewählter Methoden • Ideenmanagement/Open Innovation • Service Design/Lead User-Konzept 	7	40
Angewandtes Wirtschaftsrecht <ul style="list-style-type: none"> • Privatrecht • Öffentliches Recht • Unternehmensrecht • Gesellschaftsrecht • Arbeitsrecht 	7	48
Gründungscoaching I	3,5	24
Gründungscoaching II	3,5	24
Vertiefung: Finance		
Introductory Finance	3,5	24
Principles of Finance	3,5	24
Investments I	3,5	24
Investments II	3,5	24
Corporate Finance I	3,5	24
Corporate Finance II	3,5	24
Topics in Corporate Finance I	3,5	24
Topics in Corporate Finance II	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Empirical Finance I	3,5	24

Empirical Finance II	3,5	24
Behavioral Finance	3,5	24
Experimental Finance	3,5	24
Vertiefung: Financial Planning		
Grundzüge des Rechts <ul style="list-style-type: none"> • Wertpapierrecht • Steuerrecht • Unternehmensrecht 	3,5	24
Einführung in die Finanzmathematik <ul style="list-style-type: none"> • Zins- und Zinseszinsrechnung • Renten- und Tilgungsrechnung 	3,5	24
Finanzierungen <ul style="list-style-type: none"> • Kredit- und Finanzwirtschaft mit Fokus auf Hypothekar- und Privatkredite • Leasingfinanzierung 	3,5	24
Vermögensaufbau, Vermögenserhalt, Veranlagungen <ul style="list-style-type: none"> • Wertpapiere • Wirtschaftliche Beteiligungen • Immobilienveranlagung • Spareinlagen und Bausparen 	3,5	24
Wertpapieranalyse <ul style="list-style-type: none"> • Anleihenanalyse • Aktienanalyse • Fondsanalyse • Risikomanagement 	3,5	24
Versicherungen <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Versicherungsrecht • Sach- und Personenversicherung • Betriebliches und privates Vorsorge-Management 	3,5	24
Vertiefung: General Management		
Es sind Fächer aus den anderen Vertiefungen oder der Liste der Ergänzungsfächer im Ausmaß von mindestens 21 und maximal 28 ECTS zu wählen. Wird diese Vertiefung als reines Fernstudium gewählt, dann sind 21 ECTS aus den folgenden Fächern verpflichtend:		
Angewandtes Wirtschaftsrecht <ul style="list-style-type: none"> • Einführung Privatrecht • Öffentliches Recht • Unternehmensrecht • Gesellschaftsrecht • Arbeitsrecht 	7	48

<p>Unternehmensplanspiel/Business Simulation</p> <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
<p>Wertorientierte Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundkonzept(e) der wertorientierten Unternehmenssteuerung • Ermittlung des Unternehmenswerts bzw. Wertsteigerungspotenzials • Erfolgsmessung im Rahmen des wertorientierten Controllings 	3,5	24
<p>Business Intelligence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business Intelligence als Entscheidungsunterstützung • Grundlagen der Datenerhebungs-, Auswertungs- und Speicherungsmethoden • Erfolgsmessung der Online Aktivitäten • Social Media Analytics, Erfolgsmessung von Social Media Kanälen • Webanalytics 	3,5	24
<p>Digital Business Intelligence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Thematik Big Data • Erläuterung der verschiedenen Datenerhebungs- und Datenspeicherungs- und Datenauswertungsmethoden • Darstellung der Ziele, Einsatzbereiche, Anspruchsgruppen, Fachbegriffe und die betriebliche Verankerung von Digital Analytics / Web Analytics • Darstellung der verschiedenen Webkennzahlen- und Webkennzahlensysteme • Digital Analytics Softwarelösungen (Google Analytics) • Darstellung der zukünftigen Herausforderungen von Digital Analytics 	7	48
Vertiefung: Human Resource Management		
<p>Strategie und Trends im HR-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalstrategie und Unternehmenserfolg • Strategische Ausrichtung personalwirtschaftlicher Handlungsfelder • HRM mit neuen Medien 	7	54
<p>Verhalten in Organisationen, Leadership & HR-Practice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führungsverhalten • HR in der Berufspraxis • Verhalten von Individuen und Teams in der Organisation 	7	54
<p>Organisationsentwicklung, Change & Transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationstheoretische Betrachtungsweisen • Gestaltung von Organisationsstrukturen • Veränderung und Transformation 	7	27

Performance, Compensation, HR-Reporting & Analytics <ul style="list-style-type: none"> • Ansätze und Instrumente des Personalcontrollings • Anreiz- und Vergütungssysteme • People Analytics 	7	27
Planungsgrundlagen im HRM & Personalbeschaffung <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Verankerung des HRM • Bewertung und Gestaltung von Arbeitstätigkeiten • Personalbedarfsplanung • Mitarbeiterbindung 	7	27
Personalauswahl und Personalentwicklung <ul style="list-style-type: none"> • Multimodale Personalauswahl • Eignungsdiagnostische Verfahren • Validität von Auswahlinstrumenten 	7	27
Führung, Motivation & Entscheidungsfindung <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Trends der Führungsforschung • Motivationstheorien • Entscheidungstheorien 	7	27
Organisations- und Personalpsychologie <ul style="list-style-type: none"> • Stabilität und Veränderbarkeit der Persönlichkeit • Kooperation und Wirkmechanismen von Teamarbeit • Soziale Informationsverarbeitung 	7	27
Vertiefung: Industrial Management		
Projektmanagement im industriellen Umfeld	3,5	24
Projekt Engineering und Projekt Design	3,5	24
Organisation und Kennzahlensteuerung	3,5	24
Auftrags- und Qualitätsmanagement	3,5	24
Change Management in Industriebetrieben	3,5	24
Performance Management	3,5	24
Vertiefung: Informationsdesign		
Grundlagen im Informationsdesign <ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsmerkmale und Evaluierung • rechtliche Rahmenbedingungen • Best Practices 	7	40
Verbales Informationsdesign <ul style="list-style-type: none"> • Linguistische Grundlagen • Typografie • Werbliche Sprache 	7	40
Visuelles Informationsdesign <ul style="list-style-type: none"> • Standardtechniken der Visualisierung • Geschichtlicher Hintergrund • Qualitätskriterien 	7	40
Methoden des Usability Designs <ul style="list-style-type: none"> • Usability Design Methoden • User-Centered Design • Kosten- /Nutzen-Analysen 	7	40

Vertiefung: Innovationsmanagement		
Grundlagen im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Fach • Treiber und Motivation für Innovationsmanagement • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 	7	40
Methoden im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung ausgewählter Methoden • Ideenmanagement • Open Innovation 	7	40
Technologie- und Produktmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Produktmanagement • Produkt- und Technologielebenszyklus • Trends 	7	40
Finanzierung, Marketing und Recht im Innovationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Rahmenbedingungen • Marketing für Innovationen • Finanzierung von Innovationen 	7	40
Vertiefung: International Business		
Global Business Dynamics	3,5	24
CrossCultural Leadership	3,5	24
International Finance	3,5	24
European and International Business Law	7	48
Business Simulation <ul style="list-style-type: none"> • Integrated Business Perspective • Entrepreneurial Decision Making • International Management 	7	48
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
Studienreise: Leadership and Management (University of Colorado at Boulder) <ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship • Business Ethics • Leadership 	7	40
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
Digital Marketing	3,5	24

Integrated Marketing Communications	3,5	24
Wirtschaftliche und politische Grundlagen der Globalisierung <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe relevanter ökonomischer und politischer Theorien • Verständnis historischer und globaler Veränderungsprozesse (u.a. postcolonial studies) • Aus- und Wechselwirkungen von Globalisierung auf Arbeits- und Handelsmärkte 	7	48
Interkulturelles und Internationales Management <ul style="list-style-type: none"> • Auseinandersetzung mit neueren Ansätzen Interkulturellen und Internationalen Managements • Bearbeitung von Case Studies und Verknüpfungen eigener Erfahrungen und Kenntnisse mit im Modul vermittelten Theorien 	7	48
Interkulturelles Coaching <ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung verschiedener Coaching-Tools • Eigenständige Entwicklung und Erweiterung des Repertoires an Methoden und Werkzeugen des interkulturellen Coachings 	7	48
Interkulturelle Konflikttransformation und Mediation <ul style="list-style-type: none"> • Unterschiede im Umgang mit Konflikten, • Praxis von Konflikttransformation 	7	48
Internationale Wirtschaft – International Economics	3,5	24
Vertiefung: Leisure-, Entertainment- and Gaming Business Management		
Verantwortung und Glücksspiel	3,5	24
Corporate Social Responsibility (Business Ethics)	3,5	24
Technologie	3,5	24
Glücksspielrecht	3,5	24
Spiel, Gesellschaft & Spieltheoretische Grundlagen	3,5	24
Gamification, Nudging & Spiel aus psychologischer Sicht	3,5	24
Vertiefung: Logistik und Supply Chain Management		
Logistikstrategien und Supply Chain Management	3,5	24
Strategische Aspekte des Supply Chain Management	3,5	24
Demand Chain Management	3,5	24
Supply Chain Networks	3,5	24
Integrierte Prozessflussgestaltung und -steuerung in der Supply Chain	3,5	24
Technologien und Informationslogistik	3,5	24
Field Trip	3,5	24
Innerbetriebliche Logistik	3,5	24

Vertiefung: Management und Führungskompetenz		
Kommunikation und Präsentation	3,5	24
Verhandlungsführung und Konfliktmanagement	3,5	24
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte	3,5	24
Motivation und Teamarbeit	3,5	24
Aktuelle Ansätze der Mitarbeiterführung	3,5	24
Machtkompetenz und Expertenführung	3,5	24
Veränderungsmanagement	3,5	24
Vertiefung: Marketing- and Digital Marketing Management		
Strategic Marketing & Marketing Planning Integrating Digital Marketing	3,5	24
Brand Management and Integrated Marketing Communications	3,5	24
Market and Consumer Insights, and the Digital Customer	3,5	24
Channel Management in the Digital Era	3,5	24
Digital Marketing Strategies	3,5	24
Social Media Marketing and Mobile Marketing	3,5	24
Digital Marketing Control	3,5	24
Current Challenges of Digital Marketing	3,5	24
Marketing Simulation	3,5	24
Digital Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Marketing- and Brand Management		
Strategic Marketing and Brand Positioning	3,5	24
Consumer and Buyer Insights & Market Research	3,5	24
Brand Management and Brand Equity	3,5	24
Global Marketing and Managing Global Brands	3,5	24
The Brand Life Cycle	3,5	24
Integrated Marketing and Brand Communications	3,5	24
Digital Brand Communications	3,5	24
Brand Communications	3,5	24
Brand Channels	3,5	24
Marketing Simulation	3,5	24
Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Marketing & Sales		
Marketing Research	3,5	24
Marketing Strategies & Marketing Planning	3,5	24
Global Marketing Management	3,5	24
Brand and Product Management	3,5	24
Marketing Channels and Distribution	3,5	24
Personal Selling and Negotiation Strategies	3,5	24
Management of Products, Services and Innovations	3,5	24

Integrated Marketing Communications and Digital Marketing	3,5	24
Sales Force and Key Account Management	3,5	24
Marketing Simulation	3,5	24
Marketing Project	3,5	24
Vertiefung: Nachhaltiges Mobilitätsmanagement		
Gesellschaftliche Aspekte der Mobilität	3,5	24
Internationale und nationale Mobilitätsprojekte	3,5	24
Infrastruktur für Nachhaltige Mobilität	3,5	24
Energiebereitstellung für Nachhaltige Mobilität	3,5	24
Wirtschaftliche und Strategische Umsetzung	3,5	24
Stakeholder Konzepte	3,5	24
Economic Ethics I	3,5	24
Economic Ethics II	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics I	3,5	24
Corporate Responsibility & Ethics II	3,5	24
Vertiefung: Prozessmanagement		
Grundlagen im Prozessmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement • Überblick über Methoden des Prozessmanagements • Strategisches Prozessmanagement 	7	40
Vertiefung in den Methoden des Prozessmanagements <ul style="list-style-type: none"> • Prozessmodellierung, -messung und -monitoring • Kontinuierlicher Verbesserungsprozess • Der Mensch im Prozessmanagement 	7	40
Supply Chain Management <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Supply Chain Managements • Durchlaufzeit- und Engpassanalyse von Lieferprozessen • Kapazitäts-, Bestands- und Revenuemanagement 	7	40
Tools im Prozessmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Process-Driven Architecture • Prozessorientiertes EAI- und Workflowmanagement • Nutzen und Einführung von BPMS Systemen 	7	40
Vertiefung: Qualitätsmanagement		
Grundlagen im Qualitätsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Überblick der Normen im Qualitätsmanagement • Methodenüberblick des Qualitätsmanagements • Prinzipien des Qualitätsmanagements 	7	40
Methoden im Qualitätsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsmanagement-Methoden und -werkzeuge (Q7, M7) - Kreativitätswerkzeuge (K7) • Quality Function Deployment (QFD) • Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA) 	7	40

Umwelt- und Sicherheitsmanagementsysteme <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Überblick in Umwelt- Gesundheits- und Arbeitssicherheits-Managementsysteme • Vorgangsweise beim Aufbau eines Umwelt- und Arbeitssicherheits-Managementsystems • Grundlagen der Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsbericht 	7	40
Business Excellence <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensqualität - Qualität im Kontext von Management und Organisationsentwicklung • Excellence Modelle, EFQM Modell • Bewertungsmethoden anhand des EFQM-Modells 	7	40
Vertiefung: Restrukturierung & Unternehmensplanung		
Grundlagen der Restrukturierung	3,5	24
Finanzielle Aspekte der Restrukturierung	3,5	24
Restrukturierung und M&A	3,5	24
Rechtliche Aspekte der Restrukturierung	3,5	24
Strategische Planung & Organisations-Design	3,5	24
Persönliche Aspekte in Restrukturierungsprozessen	3,5	24
Vertiefung: Strategic Management & Organizational Change		
Strategy Formulation & Decision Making <ul style="list-style-type: none"> • Decision models/processes under uncertainty • Integrating strategy • Affects & motivational influences in decision making 	7	48
Managing Change	3,5	24
Organization Design	3,5	24
Strategic Thinking & Strategy-as-Practice <ul style="list-style-type: none"> • Strategic vision tool-box • Strategic transformation • Strategic integration/implementation 	7	48
Vertiefung: Strategisches Management & Restrukturierung		
Grundlagen der Restrukturierung	3,5	32
Finanzielle Aspekte der Restrukturierung	3,5	24
Restrukturierung und M&A	3,5	24
Grundlagen des Wirtschaftsrechts	3,5	24
Rechtliche Aspekte der Restrukturierung I	3,5	24
Rechtliche Aspekte der Restrukturierung II	3,5	24
Strategische Planung & Innovation	3,5	24
Strategisches Turnaround Management	3,5	16
Persönliche & organisationale Aspekte in Restrukturierungsprozessen	3,5	40

Vertiefung: Sustainable Management		
Herausforderungen und Chancen einer transformativen Gesellschaft <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeit aus einer Systemperspektive • Nachhaltigkeitsstrategie • Charakteristika komplexer Probleme der realen Welt • Denken in Bezug auf die Vernetzung 	7	48
Nachhaltiges Management entlang der Wertschöpfungskette <ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen der Nachhaltigkeitsanforderung auf einzelne Unternehmensbereiche • Datenbeschaffung und Entscheidungsfindung für eine nachhaltige Leistungserbringung • Ableitung von nachhaltigen Standards einzelner Unternehmensbereiche • Digitalisierung als Hebel nachhaltiger Unternehmensführung 	7	48
Methoden nachhaltiger Führung	3,5	24
Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie	3,5	24
Vertiefung: Wirtschaftsrecht		
Einführung in die Rechtswissenschaften <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Rechtswissenschaften • juristische Werkzeuge • juristische Grundlehren • Normen- und Methodenlehre • Staatslehre • Verfahrensrecht 	6	32
Bürgerliches Recht <ul style="list-style-type: none"> • Schuldrecht, insbesondere Vertrags- und Leistungsrecht • Haftungs- und Schadenersatzrecht • Personenrecht • Sachenrecht • Familien- und Erbrecht 	6	45
Arbeits- und Sozialrecht <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsrecht • Sozialrecht • Fallbearbeitung 	2	16
Rechtsdurchsetzung <ul style="list-style-type: none"> • Das zivilgerichtliche Verfahren • Insolvenz • Exekution • Prozessspiel • Mediation 	4	32
Unternehmensrecht <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Unternehmensrecht • unternehmensbezogene Geschäfte • Fallbearbeitung • österreichisches E-Commerce-Recht 	3	24

Vertiefung: Wissensmanagement		
Grundlagen im Wissensmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für Wissensmanagement • Konzepte und Modelle des Wissensmanagements • Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 	7	40
Strategisches Wissensmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Kritisches Wissen identifizieren und Wissensziele definieren • Zukunftsorientierte Wissensbilanzierung • Methoden zur Messung und Bewertung von Wissen 	7	40
Lernende Organisation und Organisationskultur <ul style="list-style-type: none"> • Systemtheoretische Zugänge bei der Einführung von Wissensmanagement • Wissenskultur • Kompetenzmanagement und Collaboration 	7	40
Kommunikations- und technologiegestützter Wissenstransfer <ul style="list-style-type: none"> • Systematischer Wissenstransfer • Zielgruppenspezifische Informationsaufbereitung • Medien und Formate im (Digitalen) Wissensmanagement 	7	40
Vertiefung: Workforce Management		
Vertrieb und Marketing	3,5	24
Recruiting	3,5	24
Recht	3,5	24
Personalmanagement	3,5	24
Change Management und Organisationsentwicklung	3,5	24
Performance Management und Entlohnung	3,5	24
Personalauswahl und Beurteilung	3,5	24
Kommunikation	3,5	24
C) Ergänzungsfächer		
European and International Business Law <ul style="list-style-type: none"> • International Legal Framework • European Internal Market Law • European and International E-Commerce Law 	7	48
Informationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Modelle des Informationsmanagements • Erfassen von Treiber und Motivation für Informationsmanagement • Erkennen von Einfluss- und Gestaltungsdimensionen • Einsatz von Instrumenten und Methoden: Strategische Situationsanalyse, strategische Zielplanung, Strategieentwicklung sowie Maßnahmenplanung 	7	48
Kognition und Kreativität <ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 	7	40

<p>Grundlagen im Risikomanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basiswissen Risikomanagement • Überblick über Normen • Managementkreisläufe und Managementsysteme 	7	40
Strategic Navigation under Uncertainty	3,5	24
<p>Doing Business in China - Study Trip Shanghai</p> <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
<p>Leisure, Entertainment & Gaming Business - Study Trip Las Vegas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casinos in the US: Then, Now, & Future • Casino Design Instructions • Casino Operations + Marketing • Responsible Gambling 	7	48
<p>Entrepreneurship & Innovation - Study Trip Silicon Valley</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modern Start-up concepts • Funding Strategies & Pitching • The „Silicon Valley Way“ 	7	48
<p>Authentic Leadership and Ethics - Study Trip to University of Colorado at Boulder</p> <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
<p>Excelling in Leadership – Study Trip to Lisbon, AESE Business School</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Real Work of the CEO • Design Thinking • Global Work and Global Leadership 	7	48
Mergers and Acquisitions	3,5	24
Venture Capital	3,5	24
<p>Usability Design Methods</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usability Engineering / User Experience • Accessibility • Kosten- / Nutzen-Analyse • ausgewählte Methoden • Usability-Labor • Projektarbeit 	7	48
<p>Unternehmensplanspiel/Business Simulation</p> <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
Zukunfts- und Trendforschung	3,5	24

Branchenbezogenes Management/ Simulation und/oder betreute Projektarbeit <ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit oder Simulation • umfassende Reflexion des Erfahrungslernens • Best Practice Beispiele 	7	48
Business Intelligence	3,5	24
Wertorientierte Unternehmensführung	3,5	24
D) MASTER-THESIS	20	

§ 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 Vertiefungen werden grundsätzlich im Blended Learning Modus angeboten. Die Vertiefung General Management kann auch in reiner Fernlehre angeboten werden. Die in der Tabelle angegebenen UE (Unterrichtseinheiten) geben den Präsenzunterricht im Blended Learning Modus an.

§ 10. Prüfungsordnung

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

- Prüfungen über die Pflichtfächer und alle gewählten Fächer des Kerncurriculums. Prüfungen über alle gewählten Fächer der Vertiefung und gegebenenfalls der gewählten Ergänzungsfächer laut Learning Agreement.
- 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.

- Leistungen aus den Universitätslehrgängen „Wirtschaftskompetenz“, „Business Management College“, „Business Management (Akad. BM)“, „Betriebsorganisation“, „MBA in General Management Competences“, „MBA in Financial Management Competences“, „General Management College“, „General Management“, „Master in Business Administration“, „Danube Professional MBA“, „Change Management MSc/Veränderungsmanagement MSc“, „Interkulturelle Kompetenzen“ MA, „Controlling and Financial Leadership (Master of Science)“, „Innovationsmanagement MSc“, „Marketing & Vertrieb, MSc“, „Personalmanagement, Führung und Organisation“ MSc, „Leadership and Management“ MSc, „Prozessmanagement MSc“, „Qualitätsmanagement MSc“, „Wissensmanagement MSc“, „Manager/in für Nachhaltige Mobilität im Verkehrswesen“, „Energie Effizienz Manager/in“, „Energie Autarkie Coach“, „Energy Innovation Engineering and Management, MSc“, „Certified Manager in Corporate Responsibility & Business Ethics“, „Certified Marketing & Sales Manager“ und „Controlling“ CP der DUK sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 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 der/dem 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 der Veröffentlichung 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 Lehrgangsstelle noch nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt 77/2015 abschließen.

Studierende, die vor dem Wintersemester 2020/2021 zugelassen wurden, können noch nach der Verordnung im Mbl.Nr. 93/22.10.2018 abschließen. Nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsstelle ist für diese Studierenden die Absolvierung auch nach der vorliegenden Variante möglich.