

MITTEILUNGSBLATT DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



www.uni-graz.at/zvwww/miblatt.html

90. SONDERNUMMER

Studienjahr 2010/11

Ausgegeben am 22. 6. 2011

38.f Stück

Curriculum des Universitätslehrganges **Executive MBA in General Management** an der Karl-Franzens-Universität Graz Änderung

Der Senat hat am 25. Mai 2011 die Beschlüsse der Curricula-Kommission Universitätslehrgänge vom 9.5.2011 und 18.5.2011 betreffend die Änderung des Curriculums für den Universitätslehrgang Executive MBA in General Management gemäß § 25 Abs. 1 Z 16 UG genehmigt.

Impressum: Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.
Anschrift der Redaktion: Administration und Dienstleistungen, Universitätsdirektion, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. E-Mail: mitteilungsblatt@uni-graz.at

**Curriculum des Universitätslehrganges
Executive MBA in General Management
an der
Karl-Franzens-Universität Graz**

Der Senat hat in seiner 8. Sitzung am 25. Mai 2011 die Beschlüsse der Curricula-Kommission Universitätslehrgänge vom 9.5.2011 und 18.5.2011 (Umlaufbeschluss) betreffend die Änderung des Curriculums ULG Executive MBA in General Management gemäß § 25 Abs. 1 Z 16 UG genehmigt.

Dabei wurden folgende Änderungen genehmigt:

Das Curriculum zum ULG Executive MBA in General Management wurde durch die dritte Vertiefung „Controlling, Finance and Accounting“ erweitert.

Alle Lehrveranstaltungen wurden modularisiert.

**Curriculum des Universitätslehrganges
Executive MBA in General Management
an der
Karl-Franzens-Universität Graz**

Gemäß § 56 Universitätsgesetz 2002, BGBl. I Nr. 120/2002 und des Satzungsteils Studienrechtliche Bestimmungen der Karl-Franzens-Universität Graz wird an der Karl-Franzens-Universität Graz der Universitätslehrgang **Executive MBA in General Management** eingerichtet.

§ 1 Allgemeines

(1) Gegenstand des Universitätslehrganges

1.1 Tragende Leitprinzipien

- General Management als integrative Denk- und Handlungskompetenz für die Motivation, Koordination und den Umgang mit Wissen in arbeitsteiligen Prozessen,
- Erfolgreiches General Management und zugleich eine Spezialisierung in einer der Schlüsselfunktionen des Managements,
- Modulares Konzept, abgestimmt auf die spezifischen Erwartungen und Bedürfnisse von Berufstätigen und deren Unternehmen bzw. ArbeitgeberInnen,
- Progressiver Aufbau des Curriculums: von der Generalität zur Spezialisierung und zur Integration.

1.2 Ausbildungsziele

Zielsetzung des viersemestrigen Universitätslehrgangs Executive MBA in General Management ist die Vermittlung von wissenschaftsbasierten und zugleich praxisbezogenen Qualifizierungen für gehobene Führungs- und Managementpositionen, um in einem zunehmend komplexeren und dynamischen Umfeld betriebswirtschaftliche Probleme aus einer ganzheitlichen und vernetzten Perspektive analysieren und lösen zu können. Die TeilnehmerInnen werden mit den neuesten und validierten Managementtechniken und Methoden vertraut gemacht.

Zu Beginn des Studiums wird zunächst das betriebswirtschaftliche Grundwissen der UniversitätslehrgangsteilnehmerInnen aufgebaut bzw. weiter vertieft, wobei unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln im internationalen Wettbewerb aus einer fachübergreifenden Perspektive angelegt werden. Darauf aufbauend erfolgt im zweiten und dritten Semester eine umfassende Spezialisierung für Berufe in den zahlreichen Wirkungsfeldern des General Management.

Die Lehrveranstaltungen des vierten Semesters forcieren konsequent die General Management Perspektive als ganzheitliche und funktionsübergreifende Kernkompetenz eines modernen Leadership-Konzeptes. Das dazu notwendige Denk- und Handwerkzeug wird verstärkt anwendungsbezogen vermittelt, um im internationalen Kontext erfolgreich agieren zu können.

(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen

(1) Allgemeines

Gemäß den berufsspezifischen Anforderungen an die AbsolventInnen sind das Qualifikationsprofil und die Kompetenzen des Universitätslehrgangs Executive MBA in General Management wie folgt zusammenzufassen:

Die AbsolventInnen des Universitätslehrgangs Executive MBA in General Management sind in der Lage, in zentralen Bereichen des internationalen Managements erfolgreich tätig zu sein, insbesondere auf mittlerer und oberer Führungsebene. Durch die Spezialisierung auf international ausgerichtete Fragen und die Ausarbeitung einer „Masterarbeit“ im Rahmen des vierten Semesters werden AbsolventInnen in die Lage versetzt, Führungsfunktionen in Unternehmen mit internationaler Ausrichtung wahrzunehmen bzw. selbst als UnternehmerInnen tätig zu werden.

Sämtliche Module streben auch die Stärkung überfachlicher Qualifikationen an (siehe Lehrveranstaltungsbeschreibungen, Anhang 1).

Der Schwerpunkt liegt jeweils auf der Integration der verschiedenen Managementfertigkeiten (Analyse, Planung, Entscheidung, Umsetzung, Controlling) ebenso wie Managementfunktionen (Einkauf/Beschaffung, Produktentwicklung, Produktion, Logistik, Marketing/Vertrieb, Human Resource, Finanzierung, Rechnungswesen) sowohl im Bereich der Hard Skills, der quantitativen Analysemethoden, als auch im Bereich der Soft Skills, der Persönlichkeitsbildung und qualitativen Analysemethoden.

(2) Learning Outcomes

Die Taxonomie der Kompetenzen, Lehrziele und Learning Outcomes orientiert sich an Bloom's „cognitive lower and higher level learning activities“ auf Masterniveau, sowie den Dublin Descriptoren für Qualifikationsprofile auf Masterebene.

Learning Outcomes sind im Anhang 1 jeweils tabellarisch semester- bzw. modulweise in Qualifikationsniveaus und Schlüsselqualifikationen, sowie Inhalten aufgelistet. Die Learning Outcomes sind auch auf Lehrveranstaltungsebene heruntergebrochen und in den Lehrveranstaltungsbeschreibungen (alte Bezeichnung: Modulbeschreibungen) dokumentiert. Dabei werden 5 Bereiche von Learning Outcomes erfolgreicher AbsolventInnen beschrieben:

1. *Kenntnisse, Wissen und Verstehen (fachliche Ebene):* Managementgrundlagen, Kenntnisse aktueller Themenbereiche in den Spezialgebieten Internationales Management und Marketing oder Internationales Projektmanagement, sowie in aktuellen Themenbereichen des Executive Managements;
2. *Anwenden (methodische Ebene):* grundlegende Managementmethoden, spezielle Prozesse und Verfahren im jeweiligen Bereich (internationales Management und

- Marketing, bzw. internationales Projektmanagement) und ihre Anwendung im eigenen Berufsfeld;
3. *Beurteilen (methodische Ebene)*: Kritik-, und Urteilsfähigkeit zur Auswahl adäquater Managementwerkzeuge bei der Problemlösung und Anwendung im eigenen Berufsfeld;
 4. *Kommunikation (soziale Ebene)*: Team und Führungsqualitäten, sowie Kulturverständnis im innerbetrieblichen und internationalen beruflichen Kontext; Strategisches Denken und Formulieren, Informationsverarbeitung von fachlich relevanten Daten, Argumentations-, Verhandlungs- und Präsentationsfertigkeiten auf wissenschaftsgestütztem Niveau
 5. *Lernfertigkeiten (personale Ebene)*: Flexibilität, unternehmerisches Denken und Handeln, persönliches und unternehmerisches Wissensmanagement im Sinne von Lifelong Learning

(3) Bedarf und Relevanz des Studiums für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt

Der Universitätslehrgang Executive MBA in General Management ist ausdrücklich als angewandter Universitätslehrgang positioniert. Bereits in den ersten drei Semestern werden die Studierenden mit für die Praxis relevanten Forschungsmethoden vertraut gemacht. Die Anwendung dieser Methoden erfolgt in einer theoriebasierten und praxisrelevanten Projektarbeit im Spezialisierungsstudium, sowie in fachbezogenen Fallstudien. Insbesondere soll im 4. Semester, im Rahmen der Masterarbeit, eine stark auf Forschungsmethoden gestützte Problemanalyse und Problemlösung angeregt werden.

Den AbsolventInnen des viersemestrigen Universitätslehrganges Executive MBA in General Management stehen vielfältige Möglichkeiten im mittleren und höheren Management in allen Bereichen der Wirtschaft offen, insbesondere auch bei international operierenden Unternehmen, in Non-Profit Organisationen und in der öffentlichen Verwaltung.

(4) Zielgruppen

Der Universitätslehrgang richtet sich an Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und sonstige EntscheidungsträgerInnen, die Interesse an einer wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisbezogenen Aus-/Weiterbildung haben, um sich auf gehobene, international ausgerichtete Managementpositionen vorzubereiten, und die ihre Fähigkeiten weiterentwickeln wollen. Kernzielgruppe sind somit Personen ab dem mittleren Management, insbesondere Führungskräfte und Führungskräftenachwuchs.

Der Universitätslehrgang Executive MBA in General Management wendet sich insbesondere an

- AbsolventInnen wirtschaftswissenschaftlicher Studien, die eine fundierte Ausbildung in General Management und zugleich eine Spezialisierung in einem Schlüsselgebiet des Managements anstreben,
- AbsolventInnen wirtschaftswissenschaftlicher Studien, die ihr Wissen auffrischen und ihre Fähigkeiten weiterentwickeln wollen,
- AbsolventInnen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studien, die in ihrer derzeitigen oder künftigen/bevorstehenden beruflichen Position eine fundierte Ausbildung in General Management und zugleich eine Spezialisierung in einem Schlüsselgebiet des Managements benötigen.

(5) Zulassungsvoraussetzungen

5.1 Zulassungsvoraussetzungen für den viersemestrigen Universitätslehrgang sind die folgenden:

- Abschluss eines Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung oder eines betriebswirtschaftlich, volkswirtschaftlich und/oder rechtswissenschaftlich ausgerichteten Universitätslehrganges und/oder -kurses der Karl-Franzens-Universität Graz oder eine vergleichbare Qualifikation. Eine vergleichbare Qualifikation erfordert zumindest, dass BewerberInnen eine mindestens fünfjährige Berufserfahrung als Führungskraft im Managementbereich eines Unternehmens vorweisen können. Über die Vergleichbarkeit entscheidet die Aufnahmekommission.
- Zumindest fünfjährige Berufserfahrung als Führungskraft oder UnternehmerIn,
- Englischkenntnisse, die durch ein TOEFL-Zertifikat (230/570 bzw. 88 oder besser) bzw. IELTS (6,5 oder besser) oder ähnliche nachgewiesen werden. Entsprechende Leistungen, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht worden sind, können angerechnet werden. Das Bewerbungsverfahren sieht die Teilnahme an einem Einstufungstest in Englisch vor. Sollten die Englischkenntnisse nicht den Anforderungen entsprechen, empfehlen wir den TeilnehmerInnen vor Studienbeginn den Besuch eines entsprechenden Executive Pre-Sessional English Programs. Für AbsolventInnen fachfremder Studien ist ein GMAT-Ergebnis von mindestens 550 erforderlich.
- Vor der Zulassung ist von den Studierenden festzulegen, welche Spezialisierung gewählt wird.
Zur Wahl stehen vorerst:
Export, International Management und Marketing
Internationales Projektmanagement (International Projectmanagement)
Controlling, Finance and Accounting
bzw. der Abschluss eines, den Spezialisierungen des Executive MBA in General Management gleichwertigen, wirtschafts- und/oder rechtswissenschaftlichen Universitätskurses bzw. Lehrgangs.

Zum Universitätslehrgang können maximal 30 TeilnehmerInnen zugelassen werden.

Die Gruppengröße je Spezialisierung im zweiten und dritten Semester des Studienprogramms beträgt ca. 20 Personen und soll die Anzahl von 25 Studierenden nicht überschreiten. Übersteigt die Zahl der BewerberInnen die Zahl der Studienplätze je Spezialisierung, muss ein Reihungsverfahren durchgeführt werden. Grundlage des Reihungsverfahrens sind die berufliche Qualifikation, der Studienerfolg, die Ergebnisse des Aufnahmegespräches sowie die Reihenfolge des Einlangens der Bewerbungen.

Die Bewerbung hat schriftlich unter Beifügung aller für die Zulassung notwendigen Unterlagen für die Zulassung zum Universitätslehrgang zu erfolgen. Die Zulassung erfolgt durch das Rektorat gem. § 60 UG.

5.2 Aufnahmegespräch

Im Rahmen der Zulassung ist ein Aufnahmegespräch vorgesehen. Ziel des Bewerbungsgespräches ist es, die fachlichen, erfahrungsmäßigen und personalen Qualitäten und Zielsetzungen der BewerberInnen im Hinblick auf die Angemessenheit des Universitätslehrganges zur beruflichen und persönlichen Weiterbildung zu ermitteln. Das Bewerbungsgespräch kann

teilweise auch in englischer Sprache erfolgen. Im Rahmen des Aufnahmeverfahrens kann ein standardisiertes MBA-Testverfahren eingesetzt werden.

Die Aufnahmekommission besteht aus dem wissenschaftlichen Leiter, der wissenschaftlichen Leiterin des Universitätslehrganges, einer/einen externen ExpertIn sowie mindestens zwei weiteren Mitgliedern des akademischen Boards. Dieses Gremium besteht aus einem fix eingerichteten ProponentInnen-Team. Alle ProponentInnen sind ExpertInnen in einem Fachgebiet der Specialised Modules des Universitätslehrganges Executive MBA in General Management.

5.3 Anerkennung von Leistungen anlässlich der Aufnahme

Vergleichbare Leistungen, die an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung erbracht wurden, können gem. § 78 UG auf Antrag angerechnet werden. Anträge auf Anerkennung von Leistungen sind schon gemeinsam mit der Bewerbung einzureichen und müssen vor Studienbeginn beantragt werden.

Die Lehrgangsführung prüft die Eignung und die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen und erstattet einen Vorschlag über die Aufnahme in den Universitätslehrgang. Die Zulassung erfolgt gem. § 70 UG.

§ 2 Allgemeine Bestimmungen

(1) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten

Allen von den Studierenden zu erbringenden Leistungen werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Mit diesen ECTS-Anrechnungspunkten ist der relative Anteil des mit den einzelnen Studienleistungen verbundenen Arbeitspensums zu bestimmen, wobei das Arbeitspensum eines Jahres 1500 Echtstunden zu betragen hat und diesem Arbeitspensum 60 ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt werden (§ 12 Abs. 1 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen). Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Kontaktstunden. Die Kontaktstunde entspricht 45 Minuten.

(2) Dauer und Gliederung des Studiums

Der Universitätslehrgang ist berufsbegleitend und dauert einschließlich der Zeit für die Anfertigung der Masterarbeit und der Ablegung der mündlichen oder schriftlichen Prüfungen vier Semester.

Insgesamt sind Lehrveranstaltungen im Ausmaß von 39 KStd. zu absolvieren.

Der ULG wird mit 90 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet.

Im zweiten und dritten Semester sind je nach gewählter Spezialisierung, die Lehrveranstaltungen der Specialised Modules

- Export, International Management and Marketing
- Internationales Projektmanagement (International Projectmanagement) oder
- Controlling, Finance and Accounting

zu absolvieren.

	PF/GWF	ECTS- Anrechnung spunkte
<u>1. Semester – Core Modules (10 KStd.)</u>		20
1.1 Management Foundations I	PF	4
1.2 Management Foundations II	PF	6
1.3 Accounting and Finance Foundations	PF	6
1.4 Economic and Legal Foundations of Management	PF	4
<u>2. Semester (10 KStd.) – Specialised Modules der Vertiefung A: Export, International Management and Marketing</u>		23
2A.1 International Marketing and Management I	PF	7
2A.2 Customer Relationship Management	PF	6
2A.3 Finance and Law for Exports	PF	6
2A.4 Project and Case Studies I	PF	4
<u>2. Semester (10 KStd.) – Specialised Modules der Vertiefung B: Internationales Projektmanagement</u>		23
2B.1 Project Management I	PF	8
2B.2 Finance and Risk Management	PF	4
2B.3 Methods and Tools for Project Management I	PF	8
2B.4 Teamproject I	PF	3
<u>2. Semester (10 KStd.) - Specialised Modules der Vertiefung C: Controlling, Finance and Accounting</u>		23
2C.1 Advanced Accounting I	PF	6
2C.2 Advanced Finance I	PF	6
2C.3 Budgeting	PF	7
2C.4 Project and Case Studies I	PF	4
<u>3. Semester (10 KStd.) – Specialised Modules der Vertiefung A: Export, International Management and Marketing</u>		22
3A.1 International Marketing and Management II	PF	4
3A.2 Marketing and Logistic Tools	PF	6
3A.3 Finance for Exports	PF	6
3A.4 Project and Case Studies II und Kommissionelle Abschlussprüfung	PF	6
<u>3. Semester (10 KStd.) – Specialised Modules der Vertiefung B: Internationales Projektmanagement</u>		22
3B.1 Project Management II	PF	6
3B.2 Quality Management and Controlling	PF	4
3B.3 Knowledge Management and Law	PF	4
3B.4 Methods and Tools for Project Management II	PF	4
3B.5 Teamproject II und Kommissionelle Abschlussprüfung	PF	4

3. Semester (10 KStd.) - Specialised Modules der Vertiefung C: Controlling, Finance and Accounting	PF	22
3C.1 Advanced Accounting II	PF	6
3C.2 Portfolio Analysis	PF	4
3C.3 Advanced Finance II	PF	4
3C.4 International Finance	PF	4
3C.5 Project and Case Studies II und Kommissionelle Abschlussprüfung	PF	4
4. Semester – Executive Modules (9 KStd.)		25
4.1 Executive Management	PF	5
4.2 International Studies Abroad	PF	5
4.3 Masterarbeit (inclusive Applied Research Researching and Authoring Academic Papers), Masterprüfung	PF	15
<u>GESAMT (39 KStd.)</u>		<u>90</u>

PF = Pflichtfach, GWF = Gebundenes Wahlfach

(3) Akademischer Grad

Nach erfolgreicher Absolvierung aller Module der ersten 3 Semester, positiver Beurteilung der Projektarbeit und positiver Beurteilung der kommissionellen Abschlussprüfung wird entsprechend der gewählten Vertiefung die Bezeichnung:

- Akademische Exportkauffrau/Akademischer Exportkaufmann
- Akademische Internationale Projektmanagerin/Akademischer Internationaler Projektmanager
- Akademische Controllerin/ Akademischer Controller, wenn die Projektarbeit im Modul 3C.5 im dritten Semester aus dem Fachbereich Controlling verfasst wurde, bzw. Akademische Finanzwirtschafterin/ Akademischer Finanzwirtschafter, wenn die Projektarbeit im Modul 3C.5 im dritten Semester aus dem Fachbereich Finance verfasst wurde,

verliehen.

Den AbsolventInnen des Universitätslehrgangs wird der akademische Grad „Master of Business Administration“, abgekürzt „MBA“ verliehen.

(4) Lehrveranstaltungstypen

Im Curriculum werden folgende Lehrveranstaltungstypen angeboten:

- a. Vorlesungen verbunden mit Übungen (VU): Bei diesen sind im unmittelbaren Zusammenhang mit einer Lehrtätigkeit im Sinne des § 1 Abs. 3 Z 3 lit a (Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen), den praktisch-beruflichen Zielen der Diplom- und Bachelorstudien entsprechend, konkrete Aufgaben und ihre Lösung zu behandeln.
- b. Kurse (KS): Lehrveranstaltungen, in denen die Studierenden die Lehrinhalte gemeinsam mit den Lehrenden erfahrungs- und anwendungsorientiert bearbeiten.
- c. Seminare (SE): Seminare dienen der wissenschaftlichen Diskussion. Von den Teilnehmenden werden eigene Beiträge geleistet. Seminare werden in der Regel durch eine schriftliche Arbeit abgeschlossen.

- d. Praktika (PK): Praktika haben die Berufsvorbildung oder wissenschaftliche Ausbildung sinnvoll zu ergänzen. Besteht an der Universität keine Möglichkeit Praktika durchzuführen, so haben die Studierenden ihre Praxis bei Verwaltungs- und Gerichtsbehörden, in Instituten, Anstalten oder Betrieben, deren Einrichtungen hierfür geeignet sind, abzuleisten.
- e. Exkursionen (EX): Exkursionen tragen zur Veranschaulichung und Vertiefung des Unterrichts bei.

Diese Lehrveranstaltungstypen gelten als Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter.

§ 3 Aufbau und Gliederung des Universitätslehrganges

1) Allgemeines

Für die Durchführung des Universitätslehrganges kommt das nachfolgende modulare Curriculum zur Anwendung. Das Curriculum besteht aus Modulen zu Themenbereichen, die durch Core Modules, Specialised Modules und Executive Modules umgesetzt sind. Ziel der Core Modules ist es, die generellen Erfolgsgrundlagen des unternehmerischen Handelns zu vermitteln und in einen neuzeitlichen konkreten Anwendungsbezug zu bringen. Specialised Modules dienen dazu, eine berufsfeldbezogene Spezialisierung in den Kernfunktionen des General Managements zu erlangen. Die Studierenden wählen Specialised Modules aus derzeit drei unterschiedlichen Spezialisierungen zu Beginn des Universitätslehrganges aus. Executive Modules dienen der Vertiefung der General Management Perspektive im internationalen Kontext.

Module bestehen aus thematisch zusammenhängenden Lehrveranstaltungen. Die Lehrveranstaltungen werden in Form von Vorlesungen mit Übungen, Kursen, Praktika, Seminaren und einer Exkursion durchgeführt.

Einzelne Teile einer Lehrveranstaltung können auch unter Mitwirkung einer Sprachlehrerin bzw. eines Sprachlehrers durchgeführt werden und die Aufgaben und Inhalte in englischer Sprache bearbeitet werden. Die Aufgabe der Sprachlehrerin bzw. des Sprachlehrers ist das Coaching der Studierenden, damit sie die Lehrziele auch auf Englisch erreichen können.

Die Dauer einer Kontaktstunde ist mit 45 Minuten festgelegt. Die Lehrveranstaltungen finden in geblockten Lehrgangsmodulen statt. Die Unterrichtseinheiten sind zum großen Teil Präsenzstunden, in der Regel freitags und samstags. Die Unterrichtseinheiten können nach Maßgabe der Möglichkeiten in Form von E-Learning-Einheiten (internetbasierte Fernlehre) absolviert werden.

2) Übersicht der Module

CORE MODULES DES EXECUTIVE MBA IN GENERAL MANAGEMENT

1. Semester		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Sem.	Modul.LV					
	Modul 1.1	Management Foundations I	4	PF	2	1
1.1.1		Strategic Management	VU	2	PF	1
1.1.2		Marketing Management	VU	2	PF	1
	Modul 1.2	Management Foundations II	6	PF	3	1
1.2.1		Information Management	VU	2	PF	1
1.2.2		Organisation and Project Management	VU	2	PF	1
1.2.3		Organisational Behaviour and Human Resources	VU	2	PF	1
	Modul 1.3	Accounting and Finance Foundations	6	PF	3	1
1.3.1		Management Accounting	VU	2	PF	1
1.3.2		Financial Management	VU	2	PF	1
1.3.3		Financial Accounting	VU	2	PF	1
	Modul 1.4	Economic and Legal Foundations of Management	4	PF	2	1
1.4.1		Managerial Economics	VU	2	PF	1
1.4.2		Legal Aspects of Management	VU	2	PF	1
Summe erstes Semester			20		10	

Specialised Modules aus Vertiefung A: "Export, International Management and Marketing"

2. Semester		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Sem.+Spez.Modul.LV						
Modul 2A.1	International Marketing and Management I		7	PF	3	2
2A.1.1	International Marketing	KS	3	PF	1	2
2A.1.2	Intercultural Management and Communication Behaviour	KS	2	PF	1	2
2A.1.3	International Logistics	KS	2	PF	1	2
Modul 2A.2	Customer Relationship Management		6	PF	2	2
2A.2.1	Customer Relationship Management	KS	2	PF	1	2
2A.2.2	Market Research and Consumer Behaviour	KS	4	PF	1	2
Modul 2A.3	Finance and Law for Exports		6	PF	3	2
2A.3.1	Financing and Controlling Exports	KS	2	PF	1	2
2A.3.2	International Financial Transactions, Managing Foreign Currencies, Documentary Business	KS	2	PF	1	2
2A.3.3	International and EU-Business Law	KS	2	PF	1	2
Modul 2A.4	Project and Case Studies I		4	PF	2	2
2A.4.1	Project and Case Studies I	PK	4	PF	2	2
Summe zweites Semester			23		10	

Specialised Modules aus Vertiefung A: "Export, International Management and Marketing"

3. Semester		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Sem.+Spez.Modul.LV						
Modul 3A.1	International Marketing and Management II		4	PF	2	3
3A.1.1	International Management	SE	2	PF	1	3
3A.1.2	Managing International Business Contacts and Negotiation Skills	SE	2	PF	1	3
Modul 3A.2	Marketing and Logistic Tools		6	PF	3	3
3A.2.1	New Product-, Innovation- and Brand Management	SE	2	PF	1	3
3A.2.2	Sales Management	SE	2	PF	1	3
3A.2.3	International Logistics Management	SE	2	PF	1	3
Modul 3A.3	Finance for Exports		6	PF	3	3
3A.3.1	Insurance and Finance Instruments for Exports and Foreign Investments	SE	4	PF	2	3
3A.3.2	International Finance Management and Treasury	SE	2	PF	1	3
Modul 3A.4	Project and Case Studies II		6	PF	2	3
3A.4.1	Project and Case Studies II	PK	5	PF	2	3
3A.4.2	Kommissionelle Abschlussprüfung		1	PF		
Summe drittes Semester			22		10	

Specialised Modules aus Vertiefung B: "Internationales Projektmanagement"

2. Semester		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Sem.+Spez.Modul.LV						
Modul 2B.1	Project Management I		8	PF	4	2
2B.1.1	Systemic Project Management and Blueprinting	KS	4	PF	2	2
2B.1.2	Negotiating across Cultures	KS	2	PF	1	2
2B.1.3	Leading Projects I and Teambuilding	KS	2	PF	1	2
Modul 2B.2	Finance and Risk Management		4	PF	2	2
2B.2.1	Stakeholder Analysis and Risk Management	KS	2	PF	1	2
2B.2.2	Financing Projects	KS	2	PF	1	2
Modul 2B.3	Methods and Tools for Project Management I		8	PF	3	2
2B.3.1	Methods and Tools for Project Management	KS	6	PF	2	2
2B.3.2	Softwaretools for Project Management	KS	2	PF	1	2
Modul 2B.4	Teamproject I		3	PF	1	2
2B.4.1	Teamproject: Conceptualisation	PK	3	PF	1	2
Summe zweites Semester			23		10	

Specialised Modules aus Vertiefung B: "Internationales Projektmanagement"

3. Semester		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Sem.+Spez.Modul.LV						
Modul 3B.1	Project Management II		6	PF	3	3
3B.1.1	Systemic Project Management	SE	2	PF	1	3
3B.1.2	Marketing Projects	SE	2	PF	1	3
3B.1.3	Leading Projects II (Crisis Management)	SE	2	PF	1	3
Modul 3B.2	Quality Management and Controlling		4	PF	2	3
3B.2.1	Quality Management in Projects	SE	2	PF	1	3
3B.2.2	Controlling Projects	SE	2	PF	1	3
Modul 3B.3	Knowledge Management and Law		4	PF	2	3
3B.3.1	Law for Project Managers (Contracts, Labour Laws, Intellectual Property Rights)	SE	2	PF	1	3
3B.3.2	Knowledge Management and Communication in Projects	SE	2	PF	1	3
Modul 3B.4	Methods and Tools for Project Management II		4	PF	2	3
3B.4.1	Project Management Office	SE	2	PF	1	3
3B.4.2	Presenting across Cultures	SE	2	PF	1	3
Modul 3B.5	Teamproject II		4	PF	1	3
3B.5.1	Teamproject: Implementation	PK	3	PF	1	3
3B.5.2	Kommissionelle Abschlussprüfung		1	PF		
Summe drittes Semester			22		10	

Specialised Modules aus Vertiefung C: "Controlling, Finance and Accountig"

2. Semester

Sem.+Spez.Modul.LV

		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Modul 2C.1	Advanced Accounting I		6	PF	3	2
2C.1.1	Management Accounting (Controlling)	KS	2	PF	1	2
2C.1.2	International Accounting (Controlling)	KS	2	PF	1	2
2C.1.3	Group Accounting (Controlling)	KS	2	PF	1	2
Modul 2C.2	Advanced Finance I		6	PF	3	2
2C.2.1	Corporate Finance (Finance)	KS	2	PF	1	2
2C.2.2	Investment Analysis (Finance)	KS	2	PF	1	2
2C.2.3	Capital Market Research (Finance)	KS	2	PF	1	2
Modul 2C.3	Budgeting		7	PF	3	2
2C.3.1	Capital Budgeting (Finance)	KS	3	PF	1	2
2C.3.2	Planning and Budgeting (Controlling)	KS	2	PF	1	2
2C.3.3	Tax Planning (Controlling)	KS	2	PF	1	2
Modul 2C.4	Project and Case Studies I		4	PF	2	2
2C.4.1	Project and Case Studies I	PK	4	PF	2	2
Summe zweites Semester			23		11	

Specialised Modules aus Vertiefung C: "Controlling, Finance and Accountig"

3. Semester		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Sem.+Spez.Modul.LV						
Modul 3C.1	Advanced Accounting II		6	PF	3	3
3C.1.1	Strategic Management Accounting (Controlling)	SE	2	PF	1	3
3C.1.2	Value-based Management (Controlling)	SE	2	PF	1	3
3C.1.3	Financial Analysis (Controlling)	SE	2	PF	1	3
Modul 3C.2	Portfolio Analysis		4	PF	2	3
3C.2.1	Portfolio Theory (Finance)	SE	2	PF	1	3
3C.2.2	Portfolio Management (Finance)	SE	2	PF	1	3
Modul 3C.3	Advanced Finance II		4	PF	2	
3C.3.1	Derivatives and Financial Engineering (Finance)	SE	2	PF	1	3
3C.3.2	Cash Management and Treasury (Finance)	SE	2	PF	1	3
Modul 3C.4	International Finance		4	PF	2	
3C.4.1	International Financial Management (Finance)	SE	2	PF	1	3
3C.4.2	Communication in Financial Markets (Controlling)	SE	2	PF	1	3
Modul 3C.5	Project and Case Studies II		4	PF	1	3
3C.5.1	Project and Case Studies II	PK	3	PF	1	3
3C.5.2	Kommissionelle Abschlussprüfung		1	PF		
Summe drittes Semester			22		10	

Executive Modules des Executive MBA in General Management

4. Semester		Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	Sem.
Sem.Modul.LV						
Modul 4.1	Executive Management		5	PF	5	4
4.1.1	Global Strategic Management	SE	1	PF	1	4
4.1.2	Leadership, Culture, and Ethics	SE	1	PF	1	4
4.1.3	Corporate Governance	SE	1	PF	1	4
4.1.4	Management of Technology and Innovation	SE	1	PF	1	4
4.1.5	Risk Management	SE	1	PF	1	4
Modul 4.2	International Studies Abroad		5		3	4
4.2.1	Simulation, International Studies Abroad	SE/EX	5	PF	3	4
Modul 4.3	Masterarbeit		15		1	4
4.3.1	Applied Research	SE	0,5	PF	1	4
	Researching and Authoring Academic Papers					
4.3.2	Verfassen der Masterarbeit		13,5	PF		4
4.3.3	Masterprüfung der Masterarbeit sowie Prüfung der Inhalte des vierten Semesters		1	PF		4
Summe viertes Semester			25		9	
Gesamt			90		39	

§ 4. Prüfungsordnung

(1) Lehrveranstaltungsprüfungen

Über jede Lehrveranstaltung ist spätestens am Ende des jeweiligen Semesters nach Abschluss der betreffenden Lehrveranstaltung eine Prüfung abzulegen, wobei die Prüfungsform (schriftlich oder mündlich) für das einzelne Fach vom Lehrgangsführer bzw. von der Lehrgangsführerin im Einvernehmen mit der bzw. dem betreffenden Lehrbeauftragten festgelegt wird.

Lehrveranstaltungsprüfungen werden von den Lehrbeauftragten der betreffenden Lehrveranstaltung abgehalten und vom Lehrgangssekretariat administrativ unterstützt.

(2) Projektarbeit

Im dritten Semester ist eine praxisbezogene Projektarbeit als Einzel- oder Gruppenarbeit zu schreiben, die im Zusammenhang mit den Lehrveranstaltungen des zweiten und dritten Semesters stehen muss und darüber hinaus einen Bezug zum eigenen beruflichen Umfeld bzw. Verantwortungsbereich haben soll. Die Themenstellung ist von den Studierenden im Einvernehmen mit dem zuständigen wissenschaftlichen Fachbereichsleiter bzw. der zuständigen wissenschaftlichen Fachbereichsleiterin zu bestimmen. Auf die internationale Ausrichtung des Themas ist Bedacht zu nehmen. Die Projektarbeit wird in Absprache mit dem zuständigen wissenschaftlichen Fachbereichsleiter bzw. der zuständigen wissenschaftlichen Fachbereichsleiterin von dem/der betreuenden Lehrbeauftragten betreut und benotet.

(3) Kommissionelle Abschlussprüfung

Am Ende des dritten Semesters findet eine mündliche kommissionelle Abschlussprüfung durch einen Prüfungssenat statt. Dem Prüfungssenat gehören mindestens drei Personen an. Die Mitglieder des Prüfungssenates sind entsprechend § 24 und § 32 Satzungssteil Studienrechtliche Bestimmungen zu bestellen. Eine Person des Prüfungssenates ist zum Vorsitzenden/zur Vorsitzenden zu bestellen.

Die Zulassung zur Abschlussprüfung ist von der positiven Bewertung aller in den vorangegangenen Semestern des Universitätslehrganges vorgesehenen Prüfungen und der positiven Beurteilung der Projektarbeit abhängig. Die kommissionelle Abschlussprüfung besteht aus der Präsentation und Verteidigung der Projektarbeit mit abschließender Prüfung über die Lehrveranstaltungen der ersten drei Semester.

(4) Masterarbeit

Für den erfolgreichen Abschluss des Universitätslehrganges ist die Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit (Masterarbeit) erforderlich. Durch die Masterarbeit erbringen die Studierenden den Nachweis der Befähigung, wissenschaftliche Themen selbstständig sowie inhaltlich und methodisch vertretbar zu bearbeiten.

Das Thema der Masterarbeit sollte frühestens ab Mitte des dritten Semesters festgelegt werden. Der/Die TeilnehmerIn ist berechtigt, das Thema und den Betreuer bzw. die Betreuerin in Abstimmung mit dem akademischen Board¹ selbst vorzuschlagen. Zur Betreuung der Masterarbeit ist das akademische Board im Sinne des § 26 Satzungssteil Studienrechtliche Bestimmungen berechtigt. Zusätzlich kann eine weitere Person aus einem Unternehmen zur Betreuung hinzugezogen werden. Die Masterarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden.

¹ Das akademische Board besteht aus einem fix eingerichteten ProponentInnen-Team. Alle ProponentInnen sind ExpertInnen in einem Fachgebiet der Specialised Modules des Universitätslehrganges Executive MBA in General Management)

Die begleitenden Veranstaltungen zur Masterarbeit finden am Beginn des 4. Semesters in geblockter Form statt. Dabei werden die spezifischen Fähigkeiten für die Erstellung der Masterarbeit vertieft und erweitert. Die Masterarbeit ist spätestens vier Wochen vor dem Termin der kommissionellen Prüfung in zwei Exemplaren einzureichen. Die Beurteilung der Masterarbeit erfolgt durch den/die Betreuer/in.

(5) Masterprüfung

Am Ende des vierten Semesters findet die Masterprüfung, eine mündliche kommissionelle Gesamtprüfung, durch einen Prüfungssenat statt. Dem Prüfungssenat gehören mindestens drei Personen an. Die Mitglieder des Prüfungssenates sind entsprechend § 24 und § 32 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen zu bestellen. Eine Person des Prüfungssenates ist zum Vorsitzenden/zur Vorsitzenden zu bestellen. Die Zulassung zur Masterprüfung ist von der positiven Bewertung aller in den vorangegangenen Semestern des Universitätslehrganges vorgesehenen Prüfungen und der positiven Beurteilung der Masterarbeit abhängig. Die Masterprüfung besteht aus der Präsentation und Verteidigung der Masterarbeit mit abschließender Prüfung über die Lehrveranstaltungen des vierten Semesters.

(6) Notenskala

Für sämtliche Prüfungen (Lehrveranstaltungsprüfungen, kommissionelle Prüfung, Beurteilung der Projektarbeit) wird eine fünfteilige Notenskala laut § 34, Abs. 1 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen angewendet. Zusätzlich sind zu den Beurteilungen gem. § 33 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen folgende den ECTS-Richtlinien entsprechende Beurteilung zu vergeben:

Notenskala	ECTS-grade	Bewertung
Sehr gut	A	Excellent
Gut	B	Very Good
Befriedigend	C	Good
Genügend	D	Satisfactory
Genügend	E	Sufficient
Nicht Genügend	F/FX	Fail

(7) Wiederholung von nicht bestandenen Prüfungen

Gem. § 35 Satzungsteil Studienrechtlichen Bestimmungen dürfen nicht bestandene Prüfungen höchstens viermal wiederholt werden. Die Wiederholungsprüfungstermine sind jeweils am Anfang, für die Mitte und das Ende der nachfolgenden Semester anzusetzen. Voraussetzung zur Zulassung zu den Lehrveranstaltungsprüfungen und zur kommissionellen Prüfung ist der Besuch der im Curriculum vorgeschriebenen Lehrveranstaltungen und zwar im Umfang von mindestens 2/3 der zugehörigen Unterrichtseinheiten. Erbringen Teilnehmende die Anwesenheitserfordernisse nicht, so kann dies in begründeten Fällen durch eine Hausarbeit über die Lehrveranstaltung kompensiert werden. Die Entscheidung über die Zulassung zu dieser Prüfungsart obliegt der wissenschaftlichen Leitung, die Beurteilung der Hausarbeit obliegt dem bestellten Lehrveranstaltungsprüfer bzw. der Lehrveranstaltungsprüferin.

(8) Anerkennung von vergleichbaren Leistungen

Vergleichbare Leistungen, die an anerkannten postsekundären Bildungseinrichtungen gem. § 78 UG erbracht wurden, sind auf Antrag anzuerkennen, sofern sie dem Inhalt und Umfang der Anforderungen des Curriculums nach gleichwertig sind. Der Besuch der entsprechenden Module bzw. Teilmodule kann erlassen werden.

Über die Anerkennung entscheidet der wissenschaftliche Leiter/die wissenschaftliche Leiterin des Universitätslehrganges.

Die Anerkennung hat keinen Einfluss auf die zu entrichtenden Lehrgangsbeiträge. Bei Anerkennung in größerem Umfang (z. B. ganzer Semester) kann eine Verringerung des Lehrgangsbeitrages beantragt werden.

§ 5. Kosten des Universitätslehrganges

Die Kosten des Universitätslehrganges setzen sich aus den Aufwendungen für die Lehrenden und den sonstigen Aufwendungen für Leitung, Organisation etc. zusammen. Diese Gelder werden aus dem Lehrgangsbeitrag und Drittmitteln aufgebracht. Falls diese nicht in entsprechender Höhe zur Verfügung stehen, kann der Universitätslehrgang nicht stattfinden.

Der Lehrgangsbeitrag schließt nur die Kosten für die Lehrveranstaltungen ein, nicht hingegen sonstige Kosten, die für Fachliteratur, Recherchen im Zuge der Erstellung der Masterarbeit oder die Teilnahme an Exkursionen anfallen. Diese sowie allfällige sonstige Kosten für Reisen, Unterkunft und Verpflegung während der einzelnen Semester sind von den TeilnehmerInnen selbst zu tragen. Der Universität Graz erwachsen aus dem Universitätslehrgang keine Kosten.

Die Lehrgangsleitung kann eine Änderung des Lehrgangsbeitrages aufgrund sinkender oder steigender TeilnehmerInnenzahlen vorschlagen. Der Lehrgangsbeitrag ist vom Rektorat gemäß § 91 Abs. 7 UG unter Berücksichtigung der tatsächlichen Kosten festzusetzen.

Die TeilnehmerInnen dieses Universitätslehrganges sind außerordentliche Studierende. Soweit sie ausschließlich zum Universitätslehrgang zugelassen sind, haben sie nur den Lehrgangsbeitrag zu entrichten. Die Bestimmungen über den Lehrgangsbeitrag gelten sinngemäß auch für die Kosten einzelner Module bzw. Lehrveranstaltungen. Diese sind gesondert festzusetzen.

§ 6. In-Kraft-Treten

- (1) Dieses Curriculum ist mit 1. Oktober 2009 in Kraft getreten.
- (2) Die Änderungen des Curriculums treten mit 1.10.2011 in Kraft.

Anhang 1: Modulbeschreibungen mit Qualifikationsniveaus, Schlüsselqualifikationen und Inhalten

Anhang 1

1. Semester

CORE MODULES DES EXECUTIVE MBA IN GENERAL MANAGEMENT

		ECTS
<small>Sem.Modul.LV</small>		
Modul 1.1	Management Foundations I	4
1.1.1	Strategic Management	2
1.1.2	Marketing Management	2
Modul 1.2	Management Foundations II	6
1.2.1	Information Management	2
1.2.2	Organisation and Project Management	2
1.2.3	Organisational Behaviour and Human Resources	2
Modul 1.3	Accounting and Finance Foundations	6
1.3.1	Management Accounting	2
1.3.2	Financial Management	2
1.3.3	Financial Accounting	2
Modul 1.4	Economic and Legal Foundations of Management	4
1.4.1	Managerial Economics	2
1.4.2	Legal Aspects of Management	2
Summe erstes Semester		20

Kurzbeschreibungen der Lehrveranstaltungen

1.1. Qualifikationsniveaus

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 1. Semesters

Nr.	Lehrveranstaltungen	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
1.1.1	<i>Strategic Management/ Strategische Unternehmensführung</i>	Strategische Implikationen funktionaler Bereiche	Managementprozess	Analysieren von Wettbewerbsfähigkeit und Management Prozessen und Entscheidungen	Formulieren und Kommunizieren von Strategien	Prüfungsvorbereitung und Strategien bei Prüfungen
1.1.2	<i>Marketing Management/ Marketingmanagement</i>	Theorie, Strategie, Prozesse und Umsetzung	Fallstudien aus Führungsperspektive	Beurteilung von Grundlagen und Entscheidungen	Diskutieren, belegen, rechtfertigen, verteidigen	Alternativen finden
1.2.1	<i>Information Management/ Informationsmanagement</i>	Theorie, Strategie, Prozesse und Umsetzung	Führungsebene	Beurteilung von Grundlagen und Entscheidungen	Umgang mit Beraterinnen und Beratern	
1.2.2	<i>Organisation and Project Management/ Organisation und Projektmanagement</i>	Strukturen und Organisationsprobleme, Theorien	Klassifikationssysteme, Organisationsanalyse	Beraterangebote kritisch prüfen	Moderation von Meetings	Motivation und Lernen
1.2.3	<i>Organisational Behaviour and Human Resources</i>	Führungsqualitäten und Tätigkeiten, Dimensionen des Coaching	Führungsaufgaben und Umsetzung	Führungswerkzeuge kritisch diskutieren	Mitarbeitergespräch	Persönlichkeitstest
1.3.1	<i>Management Accounting</i>	Management Accounting Grundlagen	Führungsebene	Beurteilung verschiedener Verfahren	Argumentieren, belegen, rechtfertigen	Diskussion von Fallbeispielen
1.3.2	<i>Financial Management</i>	Grundlagen von Finanzwirtschaft, Finanzierungsformen	Planen von Abläufen, Fallstudie PKW Finanzierung	Entscheidungskriterien	Diskussion von Finanzierungsformen	
1.3.3	<i>Financial Accounting/ Rechnungslegung</i>	Jahresabschluss	Jahresabschluss für Unternehmensführung	Kritische Analyse der Aussagekraft eines Jahresabschlusses	Jahresabschluss für Stakeholder	Diskussion von Fallbeispielen
1.4.1	<i>Managerial Economics/ Volkswirtschaftliche Grundlagen für Manager und Managerinnen</i>	Zentrale volkswirtschaftliche Grundlagen, Erklärungsansätze von Firmen, internationale Ökonomik	Analyse interdependenter ökonomischer Systeme	Optimierungsansätze, verschiedene Analyseverfahren	Begründen von wirtschaftlichen Entscheidungen	Denken in Alternativen, Reihung, Bewertung
1.4.2	<i>Legal Aspects of Management/ Rechtliche Dimensionen der Unternehmensführung</i>	Kenntnisse von Rechtsgeschäften des Bürgerlichen Rechts und des Handelsrechts	Anwenden von Rechtsgrundlagen für Unternehmensgründungen und kaufmännische Geschäfte	Beurteilung von Rechtsformen und Organen	Kommunikation von rechtlichen Denkweisen von Rechtsgeschäften	Rechtliche Denkweisen

1.3. Inhalte

STRATEGIC MANAGEMENT/STRATEGISCHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG (VU)

Einführung in Wettbewerbsanalysen und Positionsmodelle, Unternehmensstrategien und generische Strategien, Einführung in ressourcen- und kompetenzorientierte Modelle, Strategieentwurf und Balanced Score Card, Anreiz- und Entlohnungssysteme

MARKETING MANAGEMENT/MARKETINGMANAGEMENT (VU)

Marketingbegriff der AMA, Schaffung von KundInnenwert, Marketingkonzeption, Verhalten von Kundinnen und Kunden und Wettbewerberinnen und Wettbewerbern, Marketingstrategien, Wettbewerbsvorteile, Instrumente des Marketing, Markenmanagement, Produktinnovationen, Marktkommunikation, Implementierung von Marketingprogrammen, Systemisches Marketing

INFORMATION MANAGEMENT/INFORMATIONSMANAGEMENT (VU)

Infrastrukturen der Informationstechnologie (Hardware, Software, Netzwerke), Anwendungssysteme (Anwendungszyklus, Arten von Anwendungssystemen), Informationswirtschaft (Informationsbedarf und –bereitstellung, Neugestaltung von Geschäftsprozessen und –modellen durch geänderte Informationsprozesse)

ORGANISATION AND PROJECT MANAGEMENT/ORGANISATION UND PROJEKTMANAGEMENT (VU)

Konsequenzen ökonomischer und verhaltensorientierter Organisationstheorien für die Gestaltung der Beziehung von Umwelt, Mensch-Struktur-Prozesse-Technik, Grundlagen der Organisationsanalyse. Beschleunigung, Entgrenzung, Vernetzung, Temporalisierung, Projektentwurf und Projektausführung, Übersicht über Methoden und Fragestellungen im Kontext interkultureller Projekte

ORGANISATIONAL BEHAVIOUR AND HUMAN RESOURCES (VU)

Individuelles und kollektives Verhalten in Organisationen, Organisationskultur, Strategieberindung der Personalpolitik, Funktionen des HRM im MitarbeiterInnen-Lebenszyklus, Human Capital Management

MANAGEMENT ACCOUNTING (VU)

Systeme der Kostenrechnung und Leistungsrechnung, Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung, Kostenplanung und Kostenkontrolle, Abweichungsanalysen

FINANCIAL MANAGEMENT (VU)

Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft: Gegenstand und Gliederung, Aufgaben, Ziele und Planungen, Finanzmanagement, Investitionsmanagement; Finanzierungsformen: Innen- und Außenfinanzierung, Externe Eigenfinanzierung und externe Fremdfinanzierung, Finanzierungsinstrumente und Finanzmärkte, Finanzierungsentscheidungen; Kreditsubstitute Leasing und Factoring; Statische und dynamische Kriterien in der Investitionsplanung

FINANCIAL ACCOUNTING/RECHNUNGSLEGUNG (VU)

Ziele und Adressaten, Rechtlicher und institutioneller Rahmen, Internationale Entwicklungen, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung, Bestandteile von Jahresabschlüssen, Bilanzierung und Bewertung ausgewählter Themen, Bilanzpolitik, Offenlegungsvorschriften

MANAGERIAL ECONOMICS/VOLKSWIRTSCHAFTLICHE GRUNDLAGEN FÜR MANAGER UND MANAGERINNEN(VU)

Volkswirtschaftlichen Theorien im Vergleich, Theorie der Firma – ein Überblick, Markttheorie, Theorien des internationalen Handels und der Kapitalbewegungen, aktuelle Probleme

LEGAL ASPECTS OF MANAGEMENT/RECHTLICHE DIMENSIONEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG (VU)

Vertragsrecht, Vertragsgestaltung, Vertragsabschluss; Gewährleistung und Schadensersatz; Wettbewerbsrecht und Kartellrecht, Gesellschaftsrecht und Wahl der Rechtsform, Ertragssteuerrecht für Unternehmen, Verbrauchs- und Verkehrssteuern und Gebühren, rechtliche Aspekte von Finanzierung, Investition und Unternehmenskauf

2. Semester

Specialised Modules aus Vertiefung A: “Export, International Management and Marketing”

		ECTS
<small>Sem.+Spez.Modul.LV</small>		
Modul 2A.1	International Marketing and Management I	7
2A.1.1	International Marketing	3
2A.1.2	Intercultural Management and Communication Behaviour	2
2A.1.3	International Logistics	2
Modul 2A.2	Customer Relationship Management	6
2A.2.1	Customer Relationship Management	2
2A.2.2	Market Research and Consumer Behaviour	4
Modul 2A.3	Finance and Law for Exports	6
2A.3.1	Financing and Controlling Exports	2
2A.3.2	International Financial Transactions, Managing Foreign Currencies, Documentary Business	2
2A.3.3	International and EU-Business Law	2
Modul 2A.4	Project and Case Studies I	4
2A.4.1	Project and Case Studies I	4
Summe zweites Semester		23

2. Semester – Vertiefung “Export, International Management and Marketing”

2.1 Qualifikationsniveau

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 2. Semesters der Vertiefung „Export, International Management and Marketing“

Nr.	Lehrveranstaltungen	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
2A.1.1	<i>International Marketing/ Internationales Marketing</i>	Aktivitäten und Motive im internationalen Umfeld	Strategische Analyseinstrumente für internationales Marketing, Segmentierung, Positionierung	Rahmenbedingungen einschätzen	Problembeschreibung	Kritisches Beurteilen, Ausarbeiten von Marketingkonzeptionen
2A.1.2	<i>Intercultural Management and Communication Behaviour/ Interkulturelles Management und Managementkompetenz</i>	Kulturelle Unterschiede in verschiedenen Abhängigkeiten	Interkulturelle Transaktionen	Analysieren der Unterschiede, Auswahl der geeigneten Verhandler und Verhandlerinnen	Verhandlungen mit Personen anderer Kulturkreise, sensibles Eingehen auf Befindlichkeiten zur leichteren Durchsetzung des eigenen Standpunktes	Denken in Alternativen, Diskussion von Fallbeispielen, Erkennen und Beachten der eigenen kulturellen Prägung
2A.1.3	<i>International Logistics/ Internationale Logistik</i>	Unterschiedliche Logistikkonzepte und ihr Zusammenhang in der Supply-Chain	Analyse und Umsetzung im Logistik-Management	Lösungsvorschläge beurteilen	Fragestellungen zur Überprüfung ganzheitlicher Logistikkonzepte	Denken in Schnittstellen, Prozessdenken
2A.2.1	<i>Customer Relationship Management/ KundenInnenbeziehungsmanagement</i>	KundInnenverhalten, Beziehungsmanagementprozess	Beziehungsmanagementprozess	Beurteilung adäquater Instrumente zum CRM	Erkennen, Diskutieren, Rechtfertigen	Denken in Alternativen
2A.2.2	<i>Market Research and Consumer Behaviour/ Marktforschung und KäuferInnenverhalten</i>	KäuferInnenverhalten, Marktforschungsprozesse	Methoden zur Informationserkennung, Informationen für Entscheidungen wählen	Auswahl von Informationen	Fragebogengestaltung, Datenerhebung	Informationsbeschaffung, Auswertung von Informationen
2A.3.1	<i>Financing and Controlling Exports/ Exportkalkulation und Controlling</i>	Konzepte des Controllings für den Export	Koordinationsinstrumente zur Analyse von Controllingkonzepten	Interpretation von KundInnenportfolios und Besonderheiten des Außenhandels	Verständnis von Controlling-Informationen	Beurteilung von Controlling-Varianten
2A.3.2	<i>International Financial Transactions, Managing Foreign Currencies, Documentary Business/ Internationaler Zahlungsverkehr, Devisenrecht Fremdwährungsmanagement und Dokumentengeschäft</i>	Grundlagen Internationaler Zahlungsverkehr, Devisenrecht und Fremdwährungsmanagement, Dokumentengeschäft, Theorie	Analyse und Umsetzung, Praxisbeispiele	Beurteilung bestmöglicher Lösungsansätze	Diskussion, belegen, rechtfertigen	Ausarbeiten von Fallbeispielen Diskussion
2A.3.3	<i>International and EU-Business Law/ Internationales Geschäfts- und EU-Wirtschaftsrecht</i>	Grundkenntnisse der wichtigsten völker- und europarechtlichen Grundlagen	Sachverhalte unter Rechtsnormen subsumieren	(Alternative) Lösungswege erkennen	Entscheidungen überzeugend begründen	Rechtsprobleme erkennen und relevante Rechtsquellen auffinden und anwenden

2A.4.1	<i>Project and Case Studies // Projekt- und Fallstudien</i>	Strategisches Marketing	Fallstudien aus Führungsperspektive	Strategisches Denken, Problemlösungskompetenz	Diskutieren, Verteidigen	Projektarbeit, Diskussion von Fallbeispielen
--------	---	-------------------------	--	--	--------------------------	---

2.3. Inhalte

INTERNATIONAL MARKETING/INTERNATIONALES MARKETING (KS)

Grundlagen und Rahmenbedingungen des internationalen Marketing, Investitionsgüter-Marketing, Globaler Wettbewerb und Strategieentwicklung, Segmentierung und Positionierung, Marktselektion und Markteintritt, Marketinginstrumente, Branding, Marketingcontrolling, Systemisches Marketing

INTERCULTURAL MANAGEMENT AND COMMUNICATION BEHAVIOUR/INTERKULTURELLES MANAGEMENT UND MANAGEMENTKOMPETENZ (KS)

Teamentwicklung und -führung, Lernen im Team, Konfliktmanagement, Interkulturelle Kommunikation und Verhandlungen, Mediation, Kulturtheorien, Unternehmenskultur und Organisationsstrukturen

International Logistics/Internationale Logistik (KS)

Management von Materialflussprozessen, Management von Warenflussprozessen, Planung und Kontrolle von Logistikprozessen, Supply Chain Management, Informatrische Integration der Logistik, software-basierte Werkzeuge, Organisatorische Integration der Logistik, Logistik-Technologien, Aspekte der Versicherung

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT/KUNDINNENBEZIEHUNGSMANAGEMENT (KS)

Theoretische Fundierung des CRM, Konzeptionierung des CRM, Strategische Bedeutung des CRM, Strategisches und Analytisches CRM (Datawarehousing, Datamining), KundInnenwertanalysen, KundInnensegmentierung, CRM bei Investitionsgütern, Implementierung und Kontrolle des CRM, CRM-Implementierungen in der Praxis

MARKET RESEARCH AND COMMUNICATION BEHAVIOUR/MARKTFORSCHUNG UND KÄUFERINNENVERHALTEN (KS)

Monitoring, Trendforschung, Sekundär- und Primärmarktforschung, Datenquellen, Erhebungsmethoden und Prognosen im internationalen Marketing, Aufgaben, Organisation und praktische Abwicklung der internationalen Marktforschung, Auswahl von Exportmärkten, Methoden der Länder- und Standortselektion, Verhalten von Konsumentinnen und Konsumenten (Determinanten, Prozesse und integrative Erklärungsansätze), KäuferInnenverhalten und Investitionsgüter (B2B), Marktszenarien

FINANCING AND CONTROLLING EXPORTS/EXPORTKALKULATION UND CONTROLLING (KS)

Strategisches Kosten- und Preismanagement, Konzepte des Controlling, Strategisches Controlling und Exportmanagement, Operatives Controlling, Projektcontrolling im internationalen Geschäft

INTERNATIONAL FINANCIAL TRANSACTIONS, MANAGING FOREIGN CURRENCIES, DOCUMENTARY BUSINESS/INTERNATIONALER ZAHLUNGSVERKEHR, DEVISENRECHT, FREMDWÄHRUNGSMANAGEMENT UND DOKUMENTENGESCHÄFT (KS)

Internationaler Zahlungsverkehr in der EU und weltweit, Kurs- und Zinsrisikosteuerung, Fremdwährungen: Veranlagungen und Finanzierungen, Akkreditive, Bankgarantien

International and EU-Business Law/Internationales Geschäfts- und EU-Wirtschaftsrecht (KS)

Internationale Vertragsgestaltung und Vertragsabschluss, EU-Recht, Produkthaftung und –sicherheit, internationales Privatrecht, rechtliche Aspekte von grenzüberschreitenden Marketingaktivitäten, Durchsetzung von Ansprüchen im In- und Ausland bei staatlichen Gerichten und Schiedsgerichten, Rechtsfragen des E-Commerce

Project and Case Studies I/Projekt- und Fallstudien I (PK)

Projekte und Fallstudien aus dem jeweiligen Arbeitsumfeld der Teilnehmer und Teilnehmerinnen.

3. Semester

Specialised Modules aus Vertiefung A: "Export, International Management and Marketing"

		ECTS
Sem.+Spez.Modul.LV		
Modul 3A.1	International Marketing and Management II	4
3A.1.1	International Management	2
3A.1.2	Managing International Business Contacts and Negotiation Skills	2
Modul 3A.2	Marketing and Logistic Tools	6
3A.2.1	New Product-, Innovation- and Brand Management	2
3A.2.2	Sales Management	2
3A.2.3	International Logistics Management	2
Modul 3A.3	Finance for Exports	6
3A.3.1	Insurance and Finance Instruments for Exports and Foreign Investments	4
3A.3.2	International Finance Management and Treasury	2
Modul 3A.4	Project and Case Studies II	6
3A.4.1	Project and Case Studies II	5
3A.4.2	Kommissionelle Abschlussprüfung	1
Summe drittes Semester		22

Voraussetzungen für die Teilnahme: positiver Abschluss aller Lehrveranstaltungen des ersten und zweiten Semesters

3. Semester – Vertiefung “Export, International Management and Marketing”

3.1 Qualifikationsniveau

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 3. Semesters der Vertiefung „Export, International Management and Marketing“

Nr.	Lehrveranstaltungen	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
3A.1.1	<i>International Management/ Internationales Management</i>	Prozesse im Wertschöpfungsmanagement, Gestaltung von Unternehmenskultur und Strategien	Entwickeln von Wettbewerbsvorteilen, Gestaltungsoptionen, Systematische Methoden zur Analyse von Unternehmensaktivitäten	Anforderungen für Führungskonzepte und Dimensionen des Internationalen Wertschöpfungssystems	Formulieren von Strategien und Unternehmensphilosophien	Flexibilität durch kennen von systematischen Methoden
3A.1.2	<i>Managing International Business Contacts and Negotiation Skills/ Internationale Geschäftsanhaltung, Verhandlungsführung und Abwicklung</i>	Strategische Ausgangspunkte der Geschäftsanbahnung, psychologische Modelle der Kommunikation, Strategien und Taktiken der Verhandlungsführung im internationalen Kontext	Diagnose und Analyse eigener und fremder Kommunikationsmuster, Früherkennung von Konflikten und Deeskalationsstrategien, Vorbereitung von internationalen Verhandlungen	Eigenes und fremdes Verhalten verstehen, Geschäftsmuster, Beziehungsdefinitionen und Rollenverteilung erkennen und interpretieren	Gespräche und Kommunikation mit Kunden und Kundinnen und Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartnern, mit Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und Vorgesetzten, mit weiteren Stakeholdern	Analytische und diagnostische Fertigkeiten in Bezug auf eigenes und fremdes Verhalten sowie dahinter liegender Motivationsmuster
3A.2.1	<i>New Product-, Innovation- and Brand-Management/ Neuprodukt-, Innovations- und Markenmanagement</i>	Grundlagen von Produkt-, Marken- und Innovationsmanagement	Konsumgüter, Industriegüter, Dienstleistungen	Strategische Denkweise im Produkt- und Markenmanagement	Diskutieren, Rechtfertigen	Diskussion von Fallbeispielen, Denken in Alternativen
3A.2.2	<i>Sales Management/ Vertriebsmanagement</i>	Wissen und Verständnis der Systematik und Klassifikation von Geschäftssystemen aus verschiedenen Forschungsperspektiven in Bezug zum beruflichen Umfeld	Die Fähigkeit, Probleme in neuen, unbekanntem Vertriebssystemen unter Einbeziehung neuer Betrachtungsweisen zu erkennen und zu analysieren	Die Fähigkeit, komplexe Beobachtungen zu einem Gesamtbild zu integrieren und Beurteilungen/Entscheidungen basierend auf unvollständigen Informationen zu fällen	Die Fähigkeit, komplexe Analysen und Schlussfolgerungen einfach und klar darzustellen und zu kommunizieren	Die Fähigkeit zu eigenständiger Arbeit in der Diagnose eines Vertriebssystems
3A.2.3	<i>International Logistics Management/ Internationales Logistikmanagement</i>	Exportkalkulation, Transportmittel und -kosten	Kalkulation von Aufgaben im internationalen Logistik-Management	Kritikfähigkeit bezüglich operativer und strategischer Aspekte des internationalen Logistik-Management	Informationen des internationalen Logistik-Managements aufnehmen und Empfehlungen wohlbegründet abgeben	Entscheidungsfähigkeit im Logistik-Management
3A.3.1	<i>Insurance and Finance Instruments for Export and Foreign Investments/ Versicherungs- und Finanzierungsinstrumente für Export und Internationalisierung</i>	Instrumente der Risikobegrenzung im Auslandsgeschäft, Finanzierungsformen	Risiken erkennen und auf firmeneigene Bedürfnisse anpassen, Instrumente auswählen	Risiken beurteilen	Präsentieren und verteidigen von ausgewählten Instrumenten	Analyse und flexible Auswahl von Instrumenten unter Bezugnahme auf individuelle Firmenbedürfnisse
3A.3.2	<i>International Finance Management and Treasury/ Internationales Finanzmanagement und Treasury</i>	Zinsrechnung und Barwertkonzepte	Erkennen und Anwenden einzelner Instrumente	Beurteilung von Aspekten des Risikomanagements	Informationen der Exportfinanzierung aufnehmen und Entscheidungen bzw. Empfehlungen mitteilen	Entscheidungsfähigkeit bei Finanzierungsalternativen
3A.4.1	<i>Intercultural Project and Case Studies II/ Interkulturelle Projekt- und Fallstudien II</i>	Tools des strategischen Managements in Retail, Textil- und Markenindustrie	Situationsanalysen und Lösungsalternativen auf Basis fundierter Recherchen zu entwickeln	Branchenspezifische Probleme, Einflussgrößen und strategische Zusammenhänge	Beratungskonzepte und Entscheidungen verstehen, formulieren und vertreten	Argumentationsfähigkeit

3.3 Inhalte

INTERNATIONAL MANAGEMENT//INTERNATIONALES MANAGEMENT (SE)

Herausforderung der Globalisierung, Internationale Wettbewerbs- und Wertschöpfungsstrategien, Strategische Allianzen, Internationale Unternehmensführung, Managementkonzepte, Internationale Geschäftsmodelle, Management von Wertschöpfungsprozessen, Human Resource Management, Organisationsentwicklung, Wissensmanagement, Systemisches Management

Managing International Business Contacts and Negotiation Skills//Internationale Geschäftsanhaltung, Verhandlungsführung und Abwicklung (SE)

Strategische Ausgangspunkte der Geschäftsanhaltung, Feasibility, Selektionsverfahren, Markterschließung, Strategien der Verhandlungsführung, Gesprächsführung, Umgang mit Konflikten im interkulturellen Kontext

NEW PRODUCT-, INNOVATION- AND BRAND-MANAGEMENT//NEUPRODUKT-, INNOVATIONS- UND MARKENMANAGEMENT (SE)

Innovationsmanagement, Neuproduktentwicklung, Management von Innovationsprojekten, Brand-Management, Produkt- und Markenpolitik aus einer führungsbezogenen Perspektive, Markenstrategien, Markenwert

Sales Management//Vertriebsmanagement (SE)

Strategische Grundlagen des Vertriebsmanagements, Leadership und Motivation im Vertrieb, Vertriebsplanung- und Steuerung, Indirekter Vertrieb (Trademarketing, Key-Account-Management, Außendienst, Messen und Veranstaltungen), Direkter Vertrieb (Investitionsgüter, Business-to-Business, Business-to-Consumer), Multi Channel Management, E-Business, Verkauf, Vertriebsautomatisierung

International Logistics Management//Internationales Logistikmanagement (SE)

Unterschiedliche Sichtweisen der Logistik in Industrie, Handel und Dienstleistung, Management material- und warenflussbezogener Dienstleistungen, Ganzheitliche Logistik und Management, Logistik-Kooperationen (Industrie/Industrie, Handel/Industrie) Supply Chain Design und Management, Customer Based Logistics, E-Logistics

Insurance and Finance Instruments for Exports and Foreign Investments//Versicherungs- und Finanzierungsinstrumente für Export und Internationalisierung (SE)

Exportförderungsmaßnahmen in Österreich und der EU, Internes Risikomanagement und Kreditversicherung, Methoden der geförderten und freien Exportfinanzierung, Risikoteilung bei und Finanzierung von Auslandsinvestitionen

International Finance Management and Treasury//Internationales Finanzmanagement und Treasury (SE)

Financial Issues and Trends in Exports, International Finance and Global Capital Markets, Risk Management, Financial Information, International Taxation

Intercultural Project and Case Studies II//Interkulturelle Projekt- und Fallstudien (PK)

Projekte und Fallstudien aus dem jeweiligen Arbeitsumfeld der Teilnehmer und Teilnehmerinnen.
Kulturbewusstsein, Interkulturelles Lernen und Training, Multikulturelle Teams und Motivation

2. Semester

Specialised Modules aus Vertiefung B: "Internationales Projektmanagement"

		ECTS
Sem.+Spez.Modul.LV		
Modul 2B.1	Project Management I	8
2B.1.1	Systemic Project Management and Blueprinting	4
2B.1.2	Negotiating across Cultures	2
2B.1.3	Leading Projects I and Teambuilding	2
Modul 2B.2	Finance and Risk Management	4
2B.2.1	Stakeholder Analysis and Risk Management	2
2B.2.2	Financing Projects	2
Modul 2B.3	Methods and Tools for Project Management I	8
2B.3.1	Methods and Tools for Project Management	6
2B.3.2	Softwaretools for Project Management	2
Modul 2B.4	Teamproject I	3
2B.4.1	Teamproject: Conceptualisation	3
Summe zweites Semester		23

2. Semester – Vertiefung “Internationales Projektmanagement”

4.1 Qualifizierungsniveau

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 2. Semesters der Vertiefung „Internationales Projektmanagement“

Nr.	Lehrveranstaltungen	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
2B.1.1	Systemic Project Management and Blueprinting/ <i>Systemisches Projektmanagement</i>	Systemtheorie, Sensitivitätsanalyse	Variablensetdefinition und –analyse	Stärken und Schwächen systemischer Zugänge	Visuelle Darstellung der Zusammenhänge	Denken in Zusammenhängen
2B.1.2	Negotiating across Cultures/ <i>Interkulturell Verhandeln</i>	Strategische Verhandlungsführung und kulturelle Einflüsse auf Kommunikation und Verhalten	Führungsaufgaben, Stakeholder Verhandlungen	Analyse korrekter Verhandlungssituationen	MitarbeiterInnengespräche, Stakeholder Kommunikation	Verhaltensdiagnostik, Kritische Selbstreflexion, Verhaltensveränderung
2B1.3	Leading Projects I and Teambuilding/ <i>Projektführung I und Teambuilding</i>	Teamprozesse, Delegieren; Ziele setzen	Zieldefinition, Konzepte der Teamentwicklung	Führungsaufgaben im jeweiligen Kontext	MitarbeiterInnengespräche, Gestaltung von Meetings	Trainingsbeispiele und Fallbeispiele erleben (Rollen- und Diskussionsverhalten)
2B.2.1	Stakeholder Analysis and Risk Management/ <i>Stakeholder Analyse und Risikomanagement</i>	Bedeutung von Risiko als Unsicherheit des Ergebnisses, Theorie, Methoden, Umgang mit Risiko	Methodengeschützter Umgang mit Projektrisiken hinsichtlich Erkennen, Bewerten, Begegnen, Verfolgen, Dokumentieren	Beurteilung von Risikoschwere, Beurteilung des geeigneten Methodeneinsatzes	Umgang mit Experten und Expertinnen im Risk Assessment Meeting und mit den Risiko-Eignern	Bearbeitung von Einzelproblemen und Fallbeispielen aus methodischer wie auch sozialer Sicht
2B.2.2	Financing Projects/ <i>Projektfinanzierung</i>	Finanzierungsmodelle für unterschiedliche Projekttypen	Fallbeispiele Projektfinanzierung, Sponsoring	Eignung verschiedener Finanzierungsstrukturen	Diskutieren, Belegen, Rechtfertigen	Alternativen entwickeln, fachliche Sicherheit
2B.3.1	Methods and Tools for PM/ <i>Projektmethodik</i>	Projektmethodik (Methoden am Beginn eines Projekts)	Projektwürdigkeits-Feasibility-prüfung	Zusammenspiel Methodik und soziale Prozesse	Diskussion der Vor- und Nachteile von Methoden	Übungsbeispiele im Team lösen
2B.3.2	Softwaretools for Project Management/ <i>Softwaretools für Projektmanagement</i>	Zusammenhänge und Abhängigkeiten von Projektmanagement und Software	Führungs- und ProjektleiterInnenebene	Projektcontrolling und Ableitung von erforderlichen Maßnahmen	Status und weitere Schritte innerhalb des Projektteams mit Stakeholdern und vor allem mit Auftraggebern und Auftraggeberinnen	Denken in Zusammenhängen
2B.4.1	Teamproject: Conceptualisation/ <i>Teamprojekt: Entwurf und Entwicklung</i>	Projektideen definieren, Projekte prüfen	Projektmethodik	Eignung der Methodik im „Ernstfall“	Projektpräsentation am Markt	Denken in Zusammenhängen

4.3 Inhalte

Systemic Project Management and Blueprinting/*Systemisches Projektmanagement und Entwerfen (KS)*

Festlegung von Zielen für die 2 Speziesemester, Einführung in die Systemtheorie, angewandt auf Projekte, Vertiefung der Einführung in Projektmanagement, Entwurfstechniken

Negotiating across Cultures/*Interkulturell Verhandeln (KS)*

Harvard Verhandlungskonzept, Verhandlungsorte, -zeitpunkte, -rituale, Kulturtheorien

Leading Projects I and Teambuilding/*Projektführung I und Teambildung (KS)*

Grundsätze der Führung und Kommunikation, Klärung der Ziele, Teams: Bildung, Coaching

Stakeholder Analysis and Risk Management/*Stakeholder Analyse und Risikomanagement (KS)*

Stakeholder Analysis: Methoden und Beispiele, Methoden der Risikoerkennung und -abschätzung

Financing Projects/*Projektfinanzierung (KS)*

Mittelverwendung, Investitionsrechnung, Mittelherkunft (Innen-, Außenfinanzierung, Sonderformen der Finanzierung), Internationale Projektfinanzierung, Business Plan

METHODS AND TOOLS FOR PROJECT MANAGEMENT/PROJEKTMETHODIK (KS)

Gliederung von Projekten in Phasen, Methoden und Werkzeuge in der Entwurfsphase, Methoden der Ideenbewertung, Methoden der Kontraktgestaltung, klassische Methoden der Projektabwicklung

Softwaretools for Project Management (KS)

Übersicht über Marktangebote, Arbeit mit zwei verschiedenen Programmen

Teamproject: Conceptualisation/*Teamprojekt: Entwurf und Entwicklung (PK)*

Auswahl eines Projekts am Projektmarkt nach unterschiedlichen Methoden, Projektentwicklung, Projektstrukturierung

3. Semester

Specialised Modules aus Vertiefung B: "Internationales Projektmanagement"

		ECTS
Sem.+Spez.Modul.LV		
Modul 3B.1	Project Management II	6
3B.1.1	Systemic Project Management	2
3B.1.2	Marketing Projects	2
3B.1.3	Leading Projects II (Crisis Management)	2
Modul 3B.2	Quality Management and Controlling	4
3B.2.1	Quality Management in Projects	2
3B.2.2	Controlling Projects	2
Modul 3B.3	Knowledge Management and Law	4
3B.3.1	Law for Project Managers (Contracts, Labour Laws, Intellectual Property Rights)	2
3B.3.2	Knowledge Management and Communication in Projects	2
Modul 3B.4	Methods and Tools for Project Management II	4
3B.4.1	Project Management Office	2
3B.4.2	Presenting across Cultures	2
Modul 3B.5	Teamproject II	4
3B.5.1	Teamproject: Implementation	3
3B.5.2	Kommissionelle Abschlussprüfung	1
Summe drittes Semester		22

Voraussetzungen für die Teilnahme: positiver Abschluss aller Lehrveranstaltungen des ersten und zweiten Semesters

3. Semester – Vertiefung “Internationales Projektmanagement”

5.1 Qualifikationsniveau

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 3. Semesters der Vertiefung „Internationales Projektmanagement“

Nr.	Lehrveranstaltungen	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
3B.1.1	Systemic Project Management/ Systemisches Projektmanagement	Evaluierungskriterien und -verfahren	Lessons Learned	Gesamtprojektverlauf, Gewichtung von Methoden, sozialen Prozessen	Analysieren, Reflektieren, Konstruktiv kritisieren	Konstruktive Kritik, Lernergebnisse aufbereiten
3B.1.2	Marketing Projects/ Projektmarketing	Marketing-Grundhaltung, Marketing-Strategie und Marketing-Taktik: Ausgewählte Konzepte für das Führen und Vermarkten	Marketing-Konzepte auf konkrete Projekte aus dem Berufsfeld der TeilnehmerInnen umlegen	Beurteilung von Projektsituationen und Einsatzmöglichkeiten von Marketing-Konzepten und -Tools	Kritisches Hinterfragen, Diskutieren, Präsentieren	Alternativen finden, kritisches Hinterfragen von Konzepten, Anwenden von Konzepten im eigenen Arbeitsumfeld
3B.1.3	Leading Projects II / Projektführung II	Umgang mit Krisen, Ausnahmesituationen	Rollenspiele: Konflikte	Sichtweisen, Standpunkte und ihre Hintergründe	Rollen- und Simulationsspiele	Verhaltensreflexion
3B.2.1	Quality Management in Projects/ Qualitätsmanagement in Projekten	Qualitätsbegriffe, -verfahren, -prüfung	Qualitätshandbuch erstellen	Für und Wider von Zertifizierungsverfahren	Diskussion von Qualitätsanforderungen	Konkrete Anwendung, Denken in Alternativen, Kritische Distanz
3B.2.2	Controlling Projects/ Projektcontrolling	Verfahren des Projektcontrollings	Abweichungsanalysen	Gründe für Abweichungen	Rollenspiele im Abweichungsfall	Anwendungen im sozialen Kontext
3B.3.1	Law for Project Managers/ Recht für Projektmanager und Projektmanagerinnen	Gestaltung von Vertriebssystemen als vertragliche Herausforderung	Begründete Entscheidungen in bestimmten Fällen	Eignung von Vertragsgestaltungen	Diskussion von Fallstudien	Briefing von Rechtsbeiständen
3B.3.2	Knowledge Management and Communication in Projects/ Wissens- und Kommunikationsmanagement	Strategische Bedeutung der Ressource Wissen	Übersetzung für das eigene Projekt	Verschiedene Wissensphilosophien	Teamdiskussion und Lösungspräsentation	Persönliches Wissensmanagement
3B.4.1	Project Management Office	Zusammenhänge in Multiprojektumgebungen erkennen und bewerten können, Serviceleistungen	strategische Managementebene, ProjektleiterInnenenebene	Zusammenhänge in Multiprojektumgebungen	Erkennen, aufbereiten, analysieren, diskutieren und strategisch entscheiden	Chancen erkennen, bewusst steuern, Überblick gewinnen und bewahren
3B.4.2	Presenting across Cultures/ Präsentationen im interkulturellen Kontext	Grundlagen der Präsentationstechnik in verschiedenen Kulturkreisen, Analyse, Organisation	Führungsaufgabe, Kommunikation, Entscheidungsaufbereitung	Strategieauswahl, Projektauswahl, Entscheidungskriterien	Formulieren, Argumentieren, Rechtfertigen, Verteidigen	Freie Rede, Diskussion, Persönlichkeit
3B.5.1	Teamproject: Implementation/ Projektpraxis: Abwicklung	Projektstrukturplan, Risikoanalyse, Projektabschluss	Projekthandbuch erstellen	Evaluierung des Projektes	Laufendes Verhandeln im Team, Präsentation von Meilensteinen	Sämtliche Fertigkeiten aller Module

5.3 Inhalte

Systemic Project Management (SE)

Reflexion der zwei Speziesemester, Überprüfung der geleisteten Projektarbeit, Überprüfung der Zielerreichung

Marketing Projects/Projektmarketing (SE)

Grundlagen des Marketing, Besonderheiten des Projektmarketing, Stakeholder-orientiertes Projektmarketing (intern und extern), Entwicklung eines Grobkonzepts für die Vermarktung von Projekten, Systemtheoretische Ansätze im Marketing

Leading Projects II/Projektführung II (Krisenmanagement) (SE)

Krisenbegriffe, Krisensymptome, Früherkennungssystem, Krisenprävention, Krisenkommunikation, Entscheidungshandeln im Ausnahmefall, Krisentypen in verschiedenen Projektphasen

Quality Management in Projects/Qualitätsmanagement in Projekten (SE)

Qualitätsmethoden, Zertifizierungen, kulturelle Faktoren

Controlling Projects/Projektcontrolling (SE)

Steuern und Intervenieren in Systemen, Kennzahlen, Messtechniken, Abweichungsanalyse, Methodenplanung

Law for Project Managers/Recht für Projektmanager/innen (Vertrags-, Arbeits- und Intellektuelle Eigentumsrechte) (SE)

Grundlagen des Vertragsrechts, Grundlagen des Europarechts, Grundlagen des Rechts zum intellektuellen Eigentum, Gestaltung von Kooperations- und Arbeitsverträgen

KNOWLEDGE MANAGEMENT AND COMMUNICATION IN PROJECTS/WISSENS- UND

KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT IN PROJEKTEN (SE)

Kommunikation nach außen: Kundinnen und Kunden, umgebende Organisationswirklichkeit, Erstellung von Kommunikationsplänen (Zeitpunkte, Medien, Zielgruppenanalyse), Voraussetzungen und Techniken der Wissensschaffung, -speicherung, -dokumentation und der Wissensdiffusion, Lessons Learned

Project Management Office (SE)

Betreuung der Projektstandards, firmeninternes PM-Coaching, Projektportfolio-Multiprojektmanagement

Presenting across Cultures/Präsentationen im interkulturellen Kontext (SE)

Projekte erfolgreich präsentieren durch Klarheit, Struktur, kulturell sensible Darstellung

Teamproject: Implementation/Projektpraxis: Abwicklung (PK)

Ressourcen-, Kosten-, Zeitpläne, Ausfeilen der Arbeitspakete, Projektfortschrittskontrolle

2. Semester

Specialised Modules aus Vertiefung C: "Controlling, Finance and Accountig"

		ECTS
Sem.+Spez.Modul.LV		
Modul 2C.1	Advanced Accounting I	6
2C.1.1	Management Accounting (Controlling)	2
2C.1.2	International Accounting (Controlling)	2
2C.1.3	Group Accounting (Controlling)	2
Modul 2C.2	Advanced Finance I	6
2C.2.1	Corporate Finance (Finance)	2
2C.2.2	Investment Analysis (Finance)	2
2C.2.3	Capital Market Research (Finance)	2
Modul 2C.3	Budgeting	7
2C.3.1	Capital Budgeting (Finance)	3
2C.3.2	Planning and Budgeting (Controlling)	2
2C.3.3	Tax Planning (Controlling)	2
Modul 2C.4	Project and Case Studies I	4
2C.4.1	Project and Case Studies I	4
Summe zweites Semester		23

2. Semester – Vertiefung “Controlling, Finance and Accounting”

6.1 Qualifizierungsniveau

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 2. Semesters der Vertiefung “Controlling, Finance and Accounting”

Nr.	Lehrveranstaltungen	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
2C.1.1	<i>Management Accounting (Controlling)</i>	Instrumente des Kosten- und Erlösmanagements im operativen und strategischen Bereich	Gestaltung von Kostenmanagementsystemen zur Entscheidungsunterstützung	Eignung verschiedener Verfahren des Management Accounting	Analysieren und Argumentieren	Diskussion von Fallbeispielen
2C.1.2	International Accounting (Controlling)	Grundlagen (Ziele, Vorschriften) der internationalen Rechnungslegung (IFRS, US-GAAP)	Erstellen/Analysieren international anerkannter Jahresabschlüsse	Kritische Analyse internationaler Jahresabschlüsse, Vergleich und Beurteilung der Aussagekraft	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
2C.1.3	Group Accounting (Controlling)	Zweck/Pflicht und Methoden der Konzernrechnungslegung	Erstellen/Analysieren von Konzernabschlüssen	Aussagekraft von Konzernabschlüssen	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
2C.2.1	Corporate Finance (Finance)	Ziele und Instrumente der betrieblichen Finanzwirtschaft	Gestaltung der Unternehmensfinanzierung (Kapitalstruktur- und Dividendenpolitik)	Eignung unterschiedlicher Finanzierungsformen	Analysieren, Diskutieren	Beurteilung alternativer Entscheidungssituationen, Auswahl geeigneter Entscheidungskriterien
2C.2.2	Investment Analysis (Finance)	Bewertung und Analyse von Finanzierungstiteln	Herleitung fairer Preise für Aktien, Anleihen und Termingeschäften	Fairness von Wertpapierpreisen	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
2C.2.3	Capital Market Research (Finance)	Grundlagen von Börsen und Wertpapieren	Institutionelles Grundwissen über Finanzmärkte und ihre Geschäfte	Zusammenhang Wirtschaftspolitik und Finanzmarktentwicklungen	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
2C.3.1	Capital Budgeting (Controlling)	Dynamische und statische Methoden der Investitionsrechnung	Entscheidungsmodelle zur Planung und Kontrolle von Investitionsvorhaben	Vor- und Nachteile verschiedener Verfahren der Investitionsrechnung	Argumentieren, Rechtfertigen	Beurteilung alternativer Entscheidungssituationen, Auswahl geeigneter Entscheidungskriterien
2C.3.2	Planning and Budgeting (Controlling)	Zentrale Methoden und neue Entwicklungen der Budgetierung und Gestaltung des Budgetierungsprozesses	Unternehmensführung, Steuerung dezentraler Einheiten	Budgetierung als Instrument der Unternehmenssteuerung, Vor- und Nachteile zentraler/partizipativer Prozesse	Argumentieren, Rechtfertigen	Analyse von Problemstellungen und Einsatzmöglichkeiten alternativer Lösungsmechanismen
2C.3.3	Tax Planning (Controlling)	Arten der Unternehmensbesteuerung und deren Einfluss auf unternehmerische Entscheidungen	Steueroptimale Gestaltung von Investitions- und Finanzierungsstrukturen, Einsatz von Steuerbilanzpolitik	Vor- und Nachteile von Rechtsformen, Investitions- und Finanzierungsmodellen	Argumentieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen

2C.4.1	Project and Case Studies I	Anwendung von Entscheidungsmechanismen auf komplexe Fallbeispiele	Fallstudien verschiedener Themengebiete der Unternehmensführung	Eignung von Entscheidungsmechanismen für komplexe Problemstellungen	Analysieren, Diskutieren, Rechtfertigen	Diskussion von Fallbeispielen, Entscheidungsfähigkeit
--------	----------------------------	---	---	---	---	---

6.2 Schlüsselqualifikationen

Executive MBA Program in General Management

Schlüsselqualifikationen: Lehrveranstaltungen des 2. Semesters der Vertiefung "Controlling, Finance and Accounting"

Nr.	Schlüssel- qualifikation LV	Logische und sachliche Argumentations- fähigkeit	Problem- analyse	Denken in Alter- nativen	Kritik- fähigkeit	Diskurs- fähigkeit	Reflexions- fähigkeit	Kooperations- fähigkeit	Team- fähigkeit	Fähigkeit zur gruppen- dynamischen Intervention	Entschei- dungs- fähigkeit	Risiko- u. Krisenange- passtes Verhalten	Koordi- nations- fähigkeit	Konflikt- lösungs- kompetenz
2C.1.1	<i>Management Accounting (Controlling)</i>	x	x		x	x								
2C.1.2	<i>International Accounting (Controlling)</i>	x	x		x	x								
2C.1.3	<i>Group Accounting (Controlling)</i>	x	x		x	x								
2C.2.1	<i>Corporate Finance (Finance)</i>	x	x	x	x						x			
2C.2.2	<i>Investment Analysis (Finance)</i>	x		x	x						x			
2C.2.3	<i>Capital Market Research (Finance)</i>	x		x	x									
2C.3.1	<i>Capital Budgeting (Controlling)</i>	x	x	x							x			
2C.3.2	<i>Planning and Budgeting (Controlling)</i>	x	x	x							x			
2C.3.3	<i>Tax Planning (Controlling)</i>	x	x	x							x			
2C.4.1	<i>Project and Case Studies I</i>	x	x	x		x					x		x	

6.3 Inhalte

Management Accounting (Controlling) / Kosten- und Erlösmanagement (KS)

Kurzfristiges Kostenmanagement, Gemeinkostenmanagement, Ergebnisoptimierung, Prozesskostenmanagement, Target Costing, Lebenszykluskostenmanagement, Strategisches Kostenmanagement

International Accounting (Controlling) / Internationale Rechnungslegung (KS)

Ziele, International Financial Reporting Standards (IFRS/IAS), US-amerikanische Grundsätze, Bilanzierung und Bewertung im internationalen Vergleich, Angabepflichten, Auswirkungen der internationalen Rechnungslegung

Group Accounting (Controlling) / Rechnungswesen im Konzern (KS)

Konzernabgrenzung, Special purpose entities, Vollkonsolidierung, Zwischengewinneliminierung, Firmenwertbilanzierung, Währungsumrechnung, Equity-Konsolidierung, Joint Venture-Bilanzierung

Corporate Finance (Finance) / Betriebliches Finanzmanagement (KS)

Finanzierungstheorie und Finanzierungsplanung, Kapitalstrukturpolitik, Dividendenpolitik, Agency-Probleme der Finanzierung, Integrierte Finanz- und Erfolgsplanung

Investment Analysis (Finance) / Investmentanalyse (KS)

Bewertung und Analyse originärer und elementarer derivater Finanzierungstitel: Anleihen, Aktien, Europäische Aktienoptionen und Index-Forwards und -Futures

Capital Market Research (Finance) / Kapitalmarktforschung (KS)

Ausstattungsmerkmale originärer und elementarer derivater Finanzierungstitel, Gliederung der internationalen Finanzmärkte, Merkmale und Usancen von internationalen Börsen, empirische Kapitalmarktforschung

Capital Budgeting (Controlling) / Investitionsmanagement (KS)

Kapitalwertmethode, Annuitätenmethode, Interner Zinssatz, Dynamische Amortisationsdauer, DCF-Methoden, Kapitalkostensätze, Investitionsplanung, Investitionskontrolle, Realloptionen

Planning and Budgeting (Controlling) / Planung und Budgetierung (KS)

Arten von Budgets, Kurz-, mittel- und langfristige Planung, Erfolgs- und Finanzplanung, strategische Budgets, Budgetierungsprozesse, Partizipative Budgetierung, Planungskoordination, Budgetvorgaben, Berücksichtigung des Risikos, Neue Wege der Budgetierung.

Tax Planning (Controlling) / Unternehmensbesteuerung (KS)

Unternehmenssteuern, Einfluss auf unternehmerische Entscheidungen, nationale und internationale Besteuerung, Steuerbilanzpolitik

Project Seminar and Case Studies I / Projekt- und Fallstudienseminar (PK)

Alternierende Veranstaltungen mit den Themenschwerpunkten: Mergers and Acquisitions, Venture Capital and Private Equity, Company Analysis and Benchmarking, Initial Public Offerings, Portfolio Management, Internationale Projektfinanzierung, Internationale Rechnungslegung und Konzernrechnungslegung, Planung und Budgetierung, Kostenmanagement.

3. Semester

Specialised Modules aus Vertiefung C: “Controlling, Finance and Accountig”

		ECTS
Sem.+Spez.Modul.LV		
Modul 3C.1	Advanced Accounting II	6
3C.1.1	Strategic Management Accounting (Controlling)	2
3C.1.2	Value-based Management (Controlling)	2
3C.1.3	Financial Analysis (Controlling)	2
Modul 3C.2	Portfolio Analysis	4
3C.2.1	Portfolio Theory (Finance)	2
3C.2.2	Portfolio Management (Finance)	2
Modul 3C.3	Advanced Finance II	4
3C.3.1	Derivatives and Financial Engineering (Finance)	2
3C.3.2	Cash Management and Treasury (Finance)	2
Modul 3C.4	International Finance	4
3C.4.1	International Financial Management (Finance)	2
3C.4.2	Communication in Financial Markets (Controlling)	2
Modul 3C.5	Project and Case Studies II	4
3C.5.1	Project and Case Studies II	3
3C.5.2	Kommissionelle Abschlussprüfung	1
Summe drittes Semester		22

Voraussetzungen für die Teilnahme: positiver Abschluss aller Lehrveranstaltungen des ersten und zweiten Semesters

3. Semester – Vertiefung “Controlling, Finance and Accounting”

7.1 Qualifikationsniveau

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 3. Semesters der Vertiefung “Controlling, Finance and Accounting”

Nr.	Module	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
3C.1.1	Strategic Management Accounting (Controlling)	Instrumente der strategischen Planung und Kontrolle	Analyse und Entwicklungsprognose des Unternehmens und seines Umfeldes, Festlegung geeigneter strategischer Zielrichtungen	Erkennen der wichtigsten internen und externen Einflussgrößen auf Unternehmenspotenzial/Wettbewerbsfähigkeit, Beurteilen von Chancen und Risiken	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen, Erfassung komplexer Zusammenhänge
3C.1.2	Value-based Management (Controlling)	Bestimmung des Unternehmenswertes und dessen Beeinflussung durch die Unternehmenspolitik	Wertorientierte Beurteilung der Investitionspolitik, Steuerung mithilfe wertorientierter Kennzahlen und Performance-maße	Erkennen zentraler Werttreiber, Beurteilung der Steuerungswirkungen verschiedener Kennzahlen	Analysieren, Argumentieren, Rechtfertigen	Diskussion von Fallbeispielen, Auswahl geeigneter Entscheidungskriterien
3C.1.3	Financial Analysis (Controlling)	Aussagekraft von Jahresabschlüssen, wichtige Kennzahlen der Analyse und Prognose	Aufbereitung/Bildung geeigneter Kennzahlen der veröffentlichten Unternehmensinformationen zur Beurteilung deren Rentabilitäts- und Liquiditätssituation sowie deren Vermögens- und Kapitalstruktur	Beurteilung der aktuellen Lage eines Unternehmens sowie Prognose seiner künftigen Entwicklung, Informationsgehalt und –beschränkungen veröffentlichter Abschlüsse	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
3C.2.1	Portfolio Theory (Finance)	Rendite und Risiko von Veranlagungen	Optimale Veranlagung in Wertpapiere	Einflußgrößen auf Anlageentscheidungen	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
3C.2.2	Portfolio Management (Finance)	Portfoliogestaltung in der Praxis	Datenquellen und Datenaufbereitung; Erwartungsbildungen	Erkennen von Anlageentscheidungsprozessen	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
3C.3.1	Derivatives and Financial Engineering (Finance)	Bewertung und Analyse von Optionen, Futures und strukturierten Produkten	Datenquellen und Einflußgrößen auf faire Preise	Fairness von Börsenkursen	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
3C.3.2	Cash Management and Treasury (Finance)	Liquiditäts- und Finanzplanung	Analyse und Prognose kurzfristiger Investitions- und Finanzentscheidungen	Instrumente zur Steuerung	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
3C.4.1	International Financial Management (Finance)	Märkte und Instrumente, Risikomanagement	Währungs-, Zins- und Kreditrisiken analysieren	Zielsetzungen und Instrumente	Analysieren, Diskutieren	Diskussion von Fallbeispielen
3C.4.2	Communication in Financial Markets (Finance)	Kommunikation zwischen Unternehmungen und Märkten	Instrumente des Investor Relations Managements	Alternative Kommunikationsformen diskutieren	Analysieren, Diskutieren, Rechtfertigen	Diskussion von Fallbeispielen

3C.5.1 Project and Case Studies II	Anwendung von Entscheidungsmechanismen auf komplexe Fallbeispiele	Fallstudien verschiedener Themengebiete der Unternehmensführung	Eignung von Entscheidungsmechanismen für komplexe Problemstellungen	Analysieren, Diskutieren, Rechtfertigen	Diskussion von Fallbeispielen, Entscheidungsfähigkeit
------------------------------------	---	---	---	---	---

7.2 Schlüsselqualifikationen

Executive MBA Program in General Management

Schlüsselqualifikationen: Lehrveranstaltungen des 3. Semesters der Vertiefung "Controlling, Finance and Accounting"

Nr.	Schlüsselqualifikation LV	Logische und sachliche Argumentationsfähigkeit	Qualitätsbewusstsein	Analytische Fähigkeiten	Kritikfähigkeit	Mediation	Abstraktionsfähigkeit	Kommunikationsfähigkeit	Teamfähigkeit	Bewertungsfähigkeit	Entscheidungsfähigkeit	Reflexionsfähigkeit	Koordinationsfähigkeit	Methode n-kenntnis
3C.1.1	<i>Strategic Management Accounting (Controlling)</i>	x		x	x						x	x		x
3C.1.2	<i>Value-based Management (Controlling)</i>	x		x	x						x			x
3C.1.3	<i>Financial Analysis (Controlling)</i>	x		x	x									
3C.2.1	<i>Portfolio Theory (Finance)</i>	x		x			x			x				
3C.2.2	<i>Portfolio Management (Finance)</i>	x		x						x				
3C.3.1	<i>Derivatives and Financial Engineering (Finance)</i>	x		x						x				
3C.3.2	<i>Cash Management and Treasury (Finance)</i>	x		x						x				
3C.4.1	<i>International Financial Management (Finance)</i>	x		x	x					x				
3C.4.2	<i>Communication in Financial Markets (Finance)</i>	x	x		x						x		x	
3C.5.1	<i>Project and Case Studies II</i>	x		x	x					x	x		x	

7.3 Inhalte

Strategic Management Accounting (Controlling) / Strategisches Controlling (SE)

Prognoseverfahren, Strategische Planung, Instrumente des strategischen Management, Strategische Kontrolle

Value-based Management (Controlling) / Wertorientiertes Controlling (SE)

Shareholder Value und Stakeholder Value, Akquisitions- und Desinvestitionsbewertung, wertorientierte Performancemaße, nichtfinanzielle Kennzahlen, Werttreiber, Herunterbrechen auf Geschäftsbereiche, Integration in Managementebenen

Financial Analysis (Controlling) / Bilanz- und Finanzanalyse (SE)

Auswertungsmöglichkeiten von Jahresabschlüssen, Aussagekraft von Abschlussanalysen, Vermögens- und Kapitalstruktur, Erfolgskennzahlen, Liquiditätsanalyse, Cashflow-Analysen, Kennzahlensysteme, Insolvenzprognosen

Portfolio Theory (Finance) / Portfoliotheorie (SE)

Rendite, Risiko und Risikoeinstellung von Investorinnen und Investoren, Portfoliotheorie nach Markowitz und Tobin, Capital Asset Pricing Model, Analyse der Risikomaße Volatilität und Beta-Faktor, der Diversifikationseffekt

Portfolio Management (Finance) / Portfoliomanagement (SE)

Investmentfonds, Performancemaße und –attribution, passives und aktives Portfoliomanagement, (Global) Asset Allocation, Risikomanagement von Aktien- und Anleihenportfolios

Derivatives and Financial Engineering (Finance) / Derivate und Strukturierte Finanzprodukte (SE)

Europäische, Amerikanische und Exotische Optionen und Forwards/Futures auf Aktien, Devisen, Indizes, Anleihen, Zinssätze und Waren, Swappeschäfte, Wetter- und Energiederivate, Kapitalgarantierte Indexanleihen, Aktienanleihen, Turbo-, Short- und Discountzertifikate

Cash Management and Treasury (Finance) / Cash Management und Treasury (SE)

Planung der Liquidität, Finanzplanung, Cash Management, Konzernclearing, Zinsrisikomanagement, Debitorenmanagement

International Financial Management (Finance) / Internationales Finanzmanagement (SE)

Globale Finanzmärkte und Finanzinnovationen, Risikomanagement und Hedgingstrategien von Industrie- und Handelsunternehmungen und von Banken: Fremdwährungs-, Zinsänderungs- und Kreditrisiken (Basel II)

Communication in Financial Markets (Finance) / Finanzmarktkommunikation (SE)

Typen von Finanzinformationen, Börsenanforderungen, Investor Relations-Instrumente, Gestaltung von Geschäftsberichten, Business Reporting, Finanzinformationen im Internet

Project and Case Studies II / Projekt- und Fallstudienseminar (PK)

Alternierende Veranstaltungen mit den Themenschwerpunkten: Mergers and Acquisitions, Venture Capital and Private Equity, Company Analysis and Benchmarking, Initial Public Offerings, Portfolio Management, Internationale Projektfinanzierung, Erstellung und Analyse von Geschäftsberichten, Steuerung von Unternehmen anhand wertorientierter Kennzahlen, Strategische Unternehmensführung, Prognoserechnungen

4. Semester

Executive Modules

Sem.Modul.LV		ECTS
Modul 4.1	Executive Management	5
4.1.1	Global Strategic Management	1
4.1.2	Leadership, Culture, and Ethics	1
4.1.3	Corporate Governance	1
4.1.4	Management of Technology and Innovation	1
4.1.5	Risk Management	1
Modul 4.2	International Studies Abroad	5
4.2.1	Simulation, International Studies Abroad	5
Modul 4.3	Masterarbeit	15
4.3.1	Applied Research	0,5
	Researching and Authoring Academic Papers	
4.3.2	Verfassen der Masterarbeit	13,5
4.3.3	Masterprüfung der Masterarbeit sowie Prüfung der Inhalte des vierten Semesters	1
Summe viertes Semester		25

Voraussetzungen für die Teilnahme: positiver Abschluss aller Lehrveranstaltungen der ersten drei Semester

4. Semester

8.1 Qualifikationsniveaus

Executive MBA Program in General Management

Qualifizierungsniveau / Graduate Profile: Lehrveranstaltungen des 4. Semesters

Nr.	Module	Wissen und Verstehen	Anwenden	Beurteilen	Kommunikation	Lernfertigkeiten
4.1.1	<i>Global Strategic Management</i>	Relevante Literatur im Bereich Global Strategic Management	Tools des strategischen Managements für globale Industrien auswählen	Auswirkungen von Handel und Investition auf Branchenstruktur und Wettbewerb analysieren	Formulieren von Strategien für internationale Geschäftstätigkeit, Markteintritt	Flexibilität bei der Strategieauswahl im Praxisfall aufgrund fundierter Kenntnisse von Theorie, Werkzeugen und Einflussgrößen
4.1.2	<i>Leadership, Culture and Ethics</i>	Presencing als Methode, Führungswerkzeug in der lernenden Organisation	Strategieentwicklung und Entwurf	Informationsbewertung	Informationsbeschaffung	als Mitunternehmerin und Mitunternehmer agieren
4.1.3	<i>Corporate Governance</i>	Unternehmensführung und -überwachung	Führungsebene	Effizienz von institutionellen Regeln	Argumentation im ökonomischen Kontext	Durchdringen komplexer Zusammenhänge
4.1.4	<i>Management of Technology and Innovation/ Technologie- und Innovationsmanagement</i>	Zweck und Rahmenbedingung des Technologie- und Innovationsmanagements	Managementsprozess	Beurteilung des Technologie- und Innovationsmanagements	Technologiemanagement und Innovationsmanagement an alle Anspruchsgruppen	Selbstgesteuertes Lernen
4.1.5	<i>Risk Management/ Risikomanagement</i>	Value at Risk, Optionen	Methoden zur Steuerung von Marktrisiken anwenden	Vermögenswerte mit verschiedenen Methoden qualitativ beurteilen	Informationen interpretieren und Einschätzungen formulieren	Flexibel adäquate Methoden auswählen
4.2.1	<i>Simulation, International Studies Abroad/ Planspiel, Internationaler Studienaufenthalt</i>	Internationales strategisches Marketing Management	Strategische Analyseinstrumente	Probleme und Lösungsalternativen beurteilen	Probleme klar beschreiben und Lösungen prägnant präsentieren und begründet argumentieren	Zusammenhänge und Wechselwirkungen flexibel erkennen und darauf zu Reagieren
4.3.1	<i>Applied Research/ Angewendete Forschung Researching and Authoring Academic Papers/ Recherchen und Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten</i>	Methoden der angewandten Forschung	Methodenauswahl an Forschungsbedürfnissen ausrichten, Verarbeitung von Daten	Eignung von Forschungsmethoden beurteilen, Analyse von Daten, Durchführbarkeit beurteilen	Methodenauswahl begründen, Argumentation	Hypothesenerstellung, Messmethoden
4.3.2	<i>Masterarbeit/ Wissenschaftliches Arbeiten:</i>	Beurteilungskriterien einer Masterarbeit	Vorgehensweise bei Themenauswahl, Eingrenzung, Strukturierung, Quellenauswahl, Zitertechniken anwenden	Verschiedene Zugänge zum wissenschaftlichen Arbeiten bewerten	Verfassen und Präsentieren eines Research Proposals	Wissenschaftlich fundierte Studie durchführen

8.3 Inhalte

Global Strategic Management (SE)

How to develop core competences, products and markets; rolling out strategies in transnational corporations; strategies of cooperation for SMEs and TNCs; strategies of market entry controlling strategies

Leadership, Culture, and Ethics (SE)

Leveraging diversity in an international context (theories of culture); understanding leadership as contingent, interactive and culture-bound (leadership theories and popular models); ethics, accountability and responsibility (different philosophical approaches applied to specified cases)

Corporate Governance (SE)

Agency conflicts, comparison of legal regulations and codes in different global regions; market-driven models versus intern control; corporate liabilities and risks, roles of boards, auditors and shareholders; shareholder- and stakeholder-approaches;

Management of Technology and Innovation/Technologie- und Innovationsmanagement (SE)

Ziele, Aufgaben und Methoden des Technologiemanagements, Technologiestrategien, Technologiebewertung, Innovationsarten, -akteurInnen, -prozesse, Innovationsstrategien und -strukturen

Risk Management/Risikomanagement (SE)

Risikoarten und –identifikation, Risikomessung, Risikostrategien und –steuerung, Risikokontrolle; Das Exposure-Konzept, Volatilität, Beta-Faktor, Shortfall-Risk, Value-at-Risk und RiskMetrics, Simulationsverfahren, Absicherungsinstrumente; Risikomanagement für Markt-, Kredit- und operationelle Risiken; Risikomanagement in Banken, Asset Management-Gesellschaften, Versicherungs- Handels- und Industrieunternehmen

Simulation, International Studies Abroad/Planspiel, Internationaler Studienaufenthalt (SE/EX)

Analyse des Verhaltens von Systemen im Rahmen von Simulations- und Planspielen, Ausbau der interkulturellen Managementkompetenz durch Auslandsstudien wie z.B. in den USA, in Asien und in Ländern der EU und Osteuropa

9.3 Inhalte

Masterarbeit/Wissenschaftliches Arbeiten
Applied Research/Angewandte Forschung (SE)

Forschungsdesign, Methodik der empirischen Forschung, Wissenschaftstheoretische Perspektiven

Masterarbeit/Wissenschaftliches Arbeiten
Researching and Authoring Academic Papers/Recherchen und Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten (SE)