

# MITTEILUNGSBLATT

der  
UNIVERSITÄT GRAZ



6. SONDERNUMMER

---

Studienjahr 2023/24

Ausgegeben am 15. 11. 2023

7.a Stück

---

## Lehrplan für den Universitätskurs Business Management

**Impressum:** Medieninhaberin, Herausgeberin und Herstellerin: Universität Graz,  
Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.  
Anschrift der Redaktion: Rechts- und Organisationsabteilung, Universitätsplatz 3, 8010 Graz.  
E-Mail: [mitteilungsblatt@uni-graz.at](mailto:mitteilungsblatt@uni-graz.at)  
Internet: <https://mitteilungsblatt.uni-graz.at/>

**Offenlegung gem. § 25 MedienG**

Medieninhaberin: Universität Graz, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Unternehmensgegenstand: Erfüllung der Ziele, leitenden Grundsätze und Aufgaben gem. §§ 1, 2 und 3 des Bundesgesetzes über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002 - UG), BGBl. I Nr. 120/2002, in der jeweils geltenden Fassung.

Art und Höhe der Beteiligung: Eigentum 100%.

Sitz: Universitätsplatz 3, 8010 Graz

Namen der vertretungsbefugten Organe des Medieninhabers: Dr. Peter Riedler, Univ.-Prof. Dr. Joachim Reidl, Univ.-Prof. Dr. Catherine Walter-Laager, Univ.-Prof. Dr. Markus Fallenböck, LL.M., Univ.-Prof. Mireille van Poppel, PhD

Grundlegende Richtung: Kundmachung von Informationen gem. § 20 Abs. 6 UG in der jeweils geltenden Fassung.

# Lehrplan für den Universitätskurs Business Management



Die Rechtsgrundlage des Universitätskurses Business Management bildet die Verordnung des Rektorats über die Einrichtung und Durchführung von Universitätskursen idgF.

## Inhaltsverzeichnis

<b>§ 1 Gegenstand, Qualifikationsprofil und Relevanz des Universitätskurses</b> .....	<b>2</b>
(1) Gegenstand des Universitätskurses.....	2
(2) Zielsetzung und Qualifikationsprofil.....	2
(3) Bedarf und Relevanz des Universitätskurses für den Arbeitsmarkt.....	2
<b>§ 2 Allgemeine Bestimmungen</b> .....	<b>2</b>
(1) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen.....	2
(2) Bewerbung und Zulassungsverfahren.....	3
(3) Dauer und Gliederung des Universitätskurses.....	3
(4) Zertifikat.....	3
<b>§ 3 Aufbau und Gliederung des Universitätskurses</b> .....	<b>3</b>
<b>§ 4 Lehr- und Lernformen</b> .....	<b>4</b>
(1) Gender und Diversität.....	4
(2) Sprache .....	4
<b>§ 5 In-Kraft-Treten des Lehrplans</b> .....	<b>4</b>
<b>Anhang I: Modulbeschreibungen</b> .....	<b>5</b>

# § 1 Gegenstand, Qualifikationsprofil und Relevanz des Universitätskurses

## (1) Gegenstand des Universitätskurses

Der Universitätskurs Business Management vermittelt einerseits ein grundlegendes kaufmännisch-wirtschaftliches Fachwissen und andererseits Spezialwissen im organisatorisch/administrativen Fachbereich. Die Inhalte sind so abgestimmt, dass kein spezielles Vorwissen in den einzelnen Lehrveranstaltungen vorausgesetzt wird.

## (2) Zielsetzung und Qualifikationsprofil

Die Absolvent:innen sind nach Abschluss des Universitätskurses in der Lage:

- die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Grundlagen, welche im organisatorisch/administrativen Fachbereich benötigt werden, zu benennen;
- die wichtigsten Elemente eines Business- und Marketingplans zu kennen und vorzubereiten;
- ausgewählte Aufträge als Projekt abzuwickeln;
- organisatorische und administrative Aufgaben kompetent und souverän auszuführen;
- Sitzungen, Besprechungen als auch Treffen von Arbeitsgruppen auf hohem Niveau vorzubereiten und zu moderieren;
- die für den Fachbereich notwendigen Office-Programme anzuwenden;
- Veranstaltungen vorzubereiten, durchzuführen und nachzubereiten;
- in der Geschäftswelt kompetent und professionell zu kommunizieren;
- Teams erfolgreich zu leiten und zu führen.

## (3) Bedarf und Relevanz des Universitätskurses für den Arbeitsmarkt

In Österreich besteht ein wachsender Bedarf an akademischen Mitarbeiter:innen im organisatorisch/administrativen Bereich.

# § 2 Allgemeine Bestimmungen

## (1) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen

1. Der vorliegende Universitätskurs wendet sich insbesondere an
  - Personen, welche einen Überblick über State-of-the-art-Tools im organisatorischen Bereich erlangen möchten;
  - alle Interessent:innen, die Zusatzkompetenzen im organisatorisch-administrativen Bereich erhalten möchten;
  - Personen, die eine berufliche Zukunft im Bereich Organisation – Administration anstreben.
2. Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätskurs Business Management ist:
  - a. der Abschluss eines Studiums (Bachelor-, Master-, Diplom- oder Doktoratsstudium) an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung oder
  - b. der Nachweis über eine gleichwertige Qualifikation mit einer mindestens dreijährigen Berufserfahrung im Managementbereich eines Unternehmens und
  - c. der Nachweis über Deutschkenntnisse. Der Nachweis ist bei Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, in Form einer Überprüfung der Deutschkenntnisse im Rahmen eines Zulassungsgesprächs, dessen Durchführung der:dem wissenschaftlichen Leiter:in oder einer durch die:den wissenschaftliche:n Leiter:in betrauten Vertretung obliegt, oder durch die Vorlage entsprechender Zeugnisse zu erbringen. Folgende Zeugnisse werden dabei jedenfalls als Nachweis anerkannt:
    - Deutsch als Prüfungsfach der Matura
    - Ergänzungsprüfung aus Deutsch im Studienberechtigungslehrgang
    - Zeugnis über eine Universitäts-Sprachprüfung aus Deutsch
    - „Mittelstufe“ des Österreichischen Sprachdiploms Deutsch

- „Wirtschaftssprache Deutsch“ des Österreichischen Sprachdiploms Deutsch
- „TestDaF“ (Test Deutsch als Fremdsprache) mit mindestens Niveaustufe TDN 4 in allen Teilprüfungen
- „Zentrale Mittelstufenprüfung“ und „Kleines Deutsches Sprachdiplom“ des Goethe-Instituts

## (2) Bewerbung und Zulassungsverfahren

1. Die Bewerbung für einen Kursplatz erfolgt schriftlich und besteht aus dem Nachweis über die Erfüllung der geforderten Zulassungsvoraussetzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z. 2.
2. Ist die Zahl der die Zulassungsvoraussetzungen erfüllenden Bewerber:innen höher als die für den jeweiligen Durchgang eines Universitätskurses festgelegte Zahl der Kursplätze, erfolgt die Zuerkennung eines Kursplatzes nach Reihenfolge des Einlangens der Anmeldung.

## (3) Dauer und Gliederung des Universitätskurses

Der Universitätskurs mit einem Arbeitsaufwand von 10 ECTS-Anrechnungspunkten umfasst ein Semester und ist modular strukturiert. Die maximale Teilnahmedauer beträgt ein Semester.

Modulkürzel und Modul	ECTS
Modul A: Business Management	10

## (4) Zertifikat

Die Absolvent:innen des Universitätskurses Business Management erhalten ein Zertifikat der Karl-Franzens-Universität Graz.

## § 3 Aufbau und Gliederung des Universitätskurses

### Module und Kursveranstaltungen

Die Module und Kursveranstaltungen sind im Folgenden mit Modultitel, Bezeichnung der Kursveranstaltungen, Lehrveranstaltungstyp (LV-Typ), ECTS-Anrechnungspunkten (ECTS) und Unterrichtseinheiten (UE) genannt. Die Modulbeschreibungen befinden sich in Anhang I.

	Module und Kursveranstaltungen	LV-Typ	ECTS	UE
<b>Modul A</b>	<b>Business Management</b>		<b>10</b>	<b>196</b>
A.1	Betriebswirtschaftliche Grundlagen	VO	-	30
A.2	Projektmanagement	UE	-	24
A.3	Kommunikation im Business	KS	-	18
A.4	IT	KS	-	12
A.5	Organisation	KS	-	12
A.6	Informationsmanagement	KS	-	9
A.7	Marketing	VO	-	12
A.8	Qualitätsmanagement	UE	-	12
A.9	Team und Teamleitung	UE	-	9
A.10	Selbstmarketing und Netzwerkmanagement	UE	-	6
A.11	Sitzungsmanagement und Moderation	KS	-	12
A.12	Veranstaltungsmanagement	UE	-	12
A.13	Communication Lab	UE	-	3
A.14	Business English	UE	-	24
A.15	Abschlussevaluation	UE	-	1

## **§ 4 Lehr- und Lernformen**

### **(1) Gender und Diversität**

Im Universitätskurs werden die Themen Antidiskriminierung, Gender Mainstreaming, Diversitäts-Management sowie Interkulturelle Kompetenz als Querschnittsmaterie verstanden. Bei der Durchführung des Universitätskurses wird in entsprechender Weise darauf Bedacht genommen.

### **(2) Sprache**

Die folgende Lehrveranstaltung wird ausschließlich in englischer Sprache angeboten:  
A.14 Business English

## **§ 5 In-Kraft-Treten des Lehrplans**

Dieser Lehrplan tritt mit 01.01.2024 in Kraft. (Lehrplan 2024).

Die Vizerektorin für Studium und Lehre:  
Walter-Laager

## Anhang I: Modulbeschreibungen

Modul A	Business Management
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Inhalte	<p><b>A.1 Betriebswirtschaftliche Grundlagen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben und Begrifflichkeiten der Buchhaltung</li> <li>• Grundzüge der Bilanzierung inkl. Bewertungsvorschriften (Bilanz, Gewinn/Verlust)</li> <li>• Grundzüge der Doppelten Buchführung (Begriffsdefinition, Ziele und Aufgabenbereiche, Pflichten, Konten und Buchungstechnik)</li> <li>• Informationsvorschriften Jahresabschluss und Grundzüge der Bilanzanalyse</li> <li>• Finanzierungsarten</li> <li>• Ziele und Aufgaben der Kostenrechnung</li> <li>• Definition von Kostenarten, Kostenträger, Kostenstellen</li> <li>• Kostenrechnung inkl. Betriebsüberleitungsbogen</li> <li>• Kalkulation – Vor-, Zwischen- und Nachkalkulation</li> <li>• Stückkalkulation, Kalkulation einer Dienstleistung, eines Halbfabrikates, Kostenträgerstückrechnung</li> <li>• Break-Even-Analyse und Deckungsbeitragsrechnung</li> <li>• Ermittlung von Brutto- und Nettoverkaufspreis</li> <li>• Kund:innenrabatte</li> </ul> <p><b>A.2 Projektmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des agilen Projektmanagements</li> <li>• Begriff und Aufgaben des Projektmanagements</li> <li>• Methoden und Techniken des Projektmanagements (von der Projektdefinition bis zu Projektfallen)</li> <li>• Projektauftrag – Inhalte und Herausforderungen</li> <li>• Projektabwicklung – Planung und Steuerung der Aufgabenabwicklung</li> <li>• Projektevaluierung – Projektabschlussbericht und Ergebnisse bzw. Projektcontrolling</li> </ul> <p><b>A.3 Kommunikation im Business</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Kommunikation (Watzlawick und Schulz von Thun)</li> <li>• Aktives Zuhören (Hören, Hinhören, Zuhören, Aktives Zuhören)</li> <li>• Selbst- und Fremdwahrnehmung des Kommunikationsverhaltens (Johari-Fenster etc.)</li> <li>• Feedback-Regeln</li> <li>• Grundverständnis von Rhetorik (Sprache, Körpersprache etc.)</li> <li>• Merkmale einer gelungenen Präsentation</li> <li>• Kunst des richtigen Fragens</li> <li>• Mitarbeiter:innengespräch (Schwerpunkt Kritikgespräch)</li> <li>• Sachbezogenes Verhandeln</li> <li>• Besonderheiten in der Online-Kommunikation</li> </ul> <p><b>A.4 IT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Word (Professionelle Serienbriefgestaltung)</li> <li>• Excel (Arbeiten mit Formeln und Funktionen, Diagramme, Statistiken, Pivot-Tabelle)</li> <li>• PowerPoint (Erstellung einer professionellen Präsentation, Tipps und Tricks)</li> <li>• Outlook – E-Mail (Arbeiten mit Terminen, Aufgaben)</li> </ul>

	<p><b>A.5 Organisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was ist Organisation?</li> <li>• Organisationsstrukturen</li> <li>• Auf- und Ablauforganisation</li> <li>• Lernende Organisation</li> <li>• Resiliente und volatile Organisation</li> <li>• Besonderheiten in der VUCA-World</li> <li>• Persönliche Organisation, Termin- und Zeitmanagement</li> </ul> <p><b>A.6 Informationsmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben einer IT-Abteilung</li> <li>• Inhaltliche Dokumentenerschließung</li> <li>• Informations- und Kommunikationstechnologien auf IT-Basis</li> <li>• Methoden und Instrumente der Informationsbeschaffung und -vermittlung (z.B. Datenbanken verwenden und anlegen, Statistiken, Auszüge etc.)</li> <li>• Data Base und Data Mining</li> </ul> <p><b>A.7 Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketinggrundlagen</li> <li>• 9 Ps des Marketings – Inhalte und Umfang von Marketingkonzepten</li> <li>• Marketingstrategien – Inhalte und strategische Varianten</li> <li>• Internetmarketing – aktuelle Herausforderungen der neuen Medien</li> <li>• Inhalte eines Marketing-Plans als Teil des Business-Plans</li> <li>• Marktsegmentierung</li> <li>• Umfeld- und SWOT-Analysen mit Umsetzungsstrategien</li> </ul> <p><b>A.8 Qualitätsmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Qualitätsmanagements</li> <li>• Aufgaben des Qualitätsmanagements</li> <li>• Qualitätsmanagementgrundsätze</li> <li>• Prozessdokumentation</li> <li>• Prozessablauf und -analyse</li> <li>• Strategisches Prozessmanagement</li> <li>• Zertifizierung</li> <li>• Kund:innenbindungsmanagement</li> </ul> <p><b>A.9 Team und Teamleitung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Team und Teamrollen (unterschiedliche Modelle etc.)</li> <li>• Unterschied Team/Gruppe</li> <li>• Teamentwicklung (z.B. Teamuhr nach Tuckman etc.)</li> <li>• Führungsmodelle, Führungsstile und Führungstechniken (Management by ..., Teammitglieder typgerecht führen, die Kunst der Kritik ...)</li> <li>• Umgang mit Teammitgliedern, Kolleg:innen, Vorgesetzten</li> <li>• Führung im Wandel – agile Führungskompetenzen</li> </ul> <p><b>A.10 Selbstmarketing und Netzwerkmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstbild/Fremdbild – erster Eindruck</li> <li>• Selbstwert</li> <li>• Übung zum Erkennen versteckter Potenziale und Talente</li> <li>• Methoden zur Formulierung der Positionierung (Elevator Pitch, Storytelling)</li> <li>• Selbstpräsentation der Positionierung und Marke Ich (Eigen-PR)</li> <li>• Strategien für ein gelungenes Selbstmarketing</li> <li>• Stimmiges Erscheinungsbild</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was sind Netzwerke? (Kontakte knüpfen und pflegen, Vorteile des Netzwerkers, Mentoring)</li> </ul> <p><b>A.11 Sitzungsmanagement und Moderation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtplanung von Sitzungen, Workshops etc. von der Einladung bis zum Protokoll um gute Diskussions- und Besprechungsbedingungen zu schaffen</li> <li>• Die Aufgaben der Sitzungsleitung wahrnehmen</li> <li>• Moderationstechniken kennen und die jeweils passende anwenden</li> <li>• Die eigene Kommunikation wirkungsvoll in Verhandlungen einsetzen</li> <li>• Besonderheiten und Methoden für virtuelle Meetings und Online-Kommunikation</li> </ul> <p><b>A.12 Veranstaltungsmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Von der Idee bis zur Umsetzung und Nachbearbeitung</li> <li>• Anleitung zur Zusammenstellung überschaubarer Arbeitspakete</li> <li>• Potenzielle Fehlerquellen und allfällige Rettungsmaßnahmen</li> <li>• Kongresse und Tagungen, Eröffnungen</li> <li>• Besonderheiten von Events</li> </ul> <p><b>A.13 Communication Lab</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung einer Veranstaltung bzw. Präsentation eines Gruppen-Projektes nach den in den Kursveranstaltungen A.2, A.11 und A.12 angeführten Inhalten</li> </ul> <p><b>A.14 Business English</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Small Talk (Gesprächsführung in verschiedenen Situationen)</li> <li>• Grammatik und Sprache in anspruchsvoller Konversation korrekt einsetzen</li> <li>• Fachspezifisches Vokabular für Business Management</li> </ul> <p><b>A.15 Abschlussevaluation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sach- und fachgerechte Rückmeldung zu Kursinhalten, -ablauf und Transfermöglichkeiten</li> </ul>
<p><b>Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen</b></p>	<p>Die Teilnehmer:innen sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <p><b>A.1 Betriebswirtschaftliche Grundlagen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen Überblick über die Grundzüge der Buchhaltung, der Ein- und Ausgabenrechnung, der doppelten Buchführung, der Finanzrechnung und der Kostenrechnung zu geben;</li> </ul> <p><b>A.2 Projektmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Aufgaben des Projektmanagements zu benennen und Methoden und Techniken daraus anzuwenden;</li> <li>• ein Projekt zu planen (Ziele, Vorgehen, Budget, Team etc.);</li> <li>• die Grundlagen des agilen Projektmanagements zu überblicken;</li> </ul> <p><b>A.3 Kommunikation im Business</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich in der Geschäftswelt insofern kompetent und professionell zu bewegen, als sie die Grundlagen der verbalen und nonverbalen Kommunikation und der Gesprächsführung beherrschen;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sich selbst und ihre Inhalte mit adäquaten Techniken zu präsentieren und mit einem überzeugenden Auftritt zu punkten und zu begeistern;</li> <li>• Methoden für virtuelle Meetings und Online-Kommunikation professionell umzusetzen;</li> </ul> <p><b>A.4 IT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen professionellen Serienbrief in Word zu erstellen, grundlegende Funktionen in Excel anzuwenden und eine Präsentation professionell zu gestalten;</li> </ul> <p><b>A.5 Organisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Strukturen und Aufgaben einer Organisation unter Berücksichtigung der Besonderheiten der VUCA-Welt zu benennen;</li> <li>• sich eigenständig zu organisieren sowie Termine und Zeit professionell zu managen;</li> </ul> <p><b>A.6 Informationsmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Information professionell aufzubereiten;</li> </ul> <p><b>A.7 Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Marketingkenntnisse im Business-Management-Bereich anzuwenden;</li> </ul> <p><b>A.8 Qualitätsmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätssicherung im Unternehmen durchzuführen und mit Kund:innenbeschwerden professionell umzugehen;</li> </ul> <p><b>A.9 Team und Teamleitung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Team kompetent zu leiten/zu führen;</li> </ul> <p><b>A.10 Selbstmarketing und Netzwerkmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich selbst zu vermarkten und Netzwerke aufzubauen;</li> </ul> <p><b>A.11 Sitzungsmanagement und Moderation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• effiziente Besprechungen und Workshops zu planen, durchzuführen und zu moderieren;</li> </ul> <p><b>A.12 Veranstaltungsmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranstaltungen von der Idee über den Ablauf und die Durchführung bis zur Nachbereitung zu planen, zu leiten und zu organisieren (Praxis);</li> </ul> <p><b>A.13 Communication Lab</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die in den Kursveranstaltungen A.2, A.11 und A.12 erworbenen Kenntnisse im Rahmen einer Projektarbeit (inkl. Präsentation) und einer Veranstaltung umzusetzen;</li> </ul> <p><b>A.14 Business English</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich in englischer Sprache in geschäftsrelevante Themen einzubringen;</li> <li>• persönliche Sprachfertigkeiten im beruflichen Umfeld weiterzuentwickeln.</li> </ul> <p><b>A.15 Abschlussevaluation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Kursinhalte sowie deren Transfermöglichkeiten sach- und fachgerecht zu reflektieren.</li> </ul>
--	--

<b>Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden</b>	Vortrag, Eigenarbeit, Präsentation, Gruppenarbeit, Diskussion, Literaturrecherche, Rechenbeispiele, Übung, Verfassen einer schriftlichen Arbeit, Gruppenarbeiten zu Fallstudien mit Ergebnispräsentation, Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Einmal pro Kursdurchführung