

Modulbeschreibung

MBA BUSINESS MANAGEMENT

Aufbau des Fernstudiums MBA Business Management

Modul-Nr.	Modultitel	ECTS
M1	Unternehmensführung und Leadership	4
M1-LV1	Unternehmensführung und Entrepreneurship	
M1-LV2	Leadership und Management Tools	
M2	Wissenschaftliches Arbeiten	6
M2-LV1	Wissenschaftliches Arbeiten I und II	
M2-LV2	Exposé	
M3	Reporting	4
M3-LV1	Jahresabschluss und Abschlussanalyse	
M3-LV2	Management Reporting	
M4	Finanzwirtschaft und Entscheidungsfindung	6
M4-LV1	Investition und Finanzierung	
M4-LV2	Entscheidungs- und Spieltheorie	
M4-LV3	Finanzinstrumente und Finanzmärkte	
M5	Kostenmanagement und Budgetierung	4
M5-LV1	Kostenrechnung und Controlling	
M5-LV2	Kostenmanagement, Finanzplanung und Budgetierung	
M6	Business Transformation	6
M6-LV1	Strategisches Management	
M6-LV2	Change Management	
M6-LV3	Innovationsmanagement	
M7	Nachhaltige Unternehmensführung	6
M7-LV1	Ethik und Nachhaltigkeit	
M7-LV2	Compliance	
M7-LV3	Governance und Digitalisierung	
M8	Personal- und Organisationsmanagement und -entwicklung	6
M8-LV1	Personal- und Organizational Management	
M8-LV2	Entwicklung von Führungsqualitäten	
M8-LV3	Organisationskultur, -entwicklung und -diagnostik	
M9	Marketingmanagement	6
M9-LV1	Marketing als betriebliche Funktion	
M9-LV2	Content Marketing und Digital Public Relations	
M9-LV3	Neuromarketing, Brandmanagement und Werbepsychologie	
M10	Master Thesis	12
	Masterarbeit	
	Abschlussprüfung	

60 ECTS

Modul 1: Unternehmensführung und Leadership

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- ***Unternehmensführung und Entrepreneurship***
- ***Leadership und Management Tools***

Der*die Absolvent*in besitzt Kenntnisse über die Grundbegriffe der Unternehmensführung und -steuerung, über Instrumente und Methoden der strategischen und operativen Unternehmensführung und kann dieses Wissen auch praxisbezogen umsetzen. Sie*er kann weiterführend Leadership definieren und die Formen, Aufgaben sowie den Verantwortungsbereich im Leadership erklären und umsetzen.

Unternehmensführung und Entrepreneurship

Lernziele

Der*die Absolvent*in kennt die Grundbegriffe der Unternehmensführung und Unternehmenssteuerung sowie alle wichtigen Instrumente und Methoden der strategischen und operativen Unternehmensführung. Sie*er kann Grundzüge des Controllings verstehen sowie relevante Kennzahlen benennen und praxisorientiert einsetzen. Der*die Absolvent*in ist in weiterer Folge in der Lage, die Stärken und Schwächen von Unternehmen sowie Risiken und Chancen im unternehmerischen Umfeld erkennen und einschätzen zu können. Der*die Absolvent*in ist auch dazu befähigt, Begriffe, Prozesse und Theorien der Unternehmensgründung zu erklären sowie ein Verständnis für die Instrumente des Entrepreneurships zu entwickeln und praxisbezogen anzuwenden.

Lehrinhalte

- ✓ Unternehmensführung (Grundbegriffe des Managements, Unternehmenskultur, Organisation, Personal, Führung, Controlling & Budgetierung)
- ✓ Strategie (Strategiegestaltung, Strategie auf Unternehmens- und Geschäftsfeld-ebene, Strategieprozesse)
- ✓ Controlling (Aufgaben, Funktionen, Instrumente, strategisches & operatives Controlling)

- ✓ Entrepreneurship (Grundlagen, Theorien und Prozesse der Unternehmensgründung)
- ✓ Grundkonzepte des Entrepreneurships; Formen und Instrumente des Entrepreneurships)

Leadership und Management Tools

Lernziele

Der*die Absolvent*in ist in der Lage, sich mit den grundlegenden Konzepten der Kommunikations-, der Gesprächs- und der Verhandlungsführung vertraut zu machen und diese in der Praxis einsetzen zu können. Sie können auch die Wirkungsmittel der Rhetorik beschreiben und sie*er kann weiterführend auf Leadership definieren und die Formen, Aufgaben sowie den Verantwortungsbereich im Leadership erklären und umsetzen.

Lehrinhalte

Der*die Absolvent*in besitzt detaillierte Kenntnisse über Bedeutung und Aufgabenfelder von Führung bzw. Leadership sowie über den Aufbau von Unternehmensstrukturen, die Leitung von Teams und Abteilungen und die praxisbezogene Umsetzung damit zusammenhängender Strategie- und Veränderungsprozesse.

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt >50%)

Modul 2: Wissenschaftliches Arbeiten

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- **Wissenschaftliches Arbeiten I & II**
- **Exposé**

Der*die Absolvent*in besitzt detaillierte Kenntnisse über die Grundlagen und Anforderungen des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie*er kann diese Erkenntnisse im Zuge der Erstellung des Exposés praxisorientiert umsetzen.

Wissenschaftliches Arbeiten I & II

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens benennen und erklären. Sie*er beherrscht die adäquate Formulierung von Problemstellungen und Lösungszielen. Der*die Absolvent*in ist in der Lage, qualitative und quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung beschreiben, differenzieren und anwenden zu können. Der*die Absolvent*in ist in weiterer Folge dazu befähigt, wissenschaftliche Arbeiten bzw. die Masterarbeit eigenständig und wissenschaftlich korrekt zu verfassen.

Lehrinhalte

- ✓ Allgemeine Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens: Wissenschaftstheorien, Methoden der Wissenschaft, wissenschaftliches Arbeiten als Phasenprozess, Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens, Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit (Methodik, Literaturrecherche, etc.)
- ✓ Wissenschaftliches Schreiben: Qualitätsmerkmale wissenschaftlicher Sprache, Zitationen – korrektes Zitieren
- ✓ Problemstellung und Forschungsziele, Forschungsfragen erstellen
- ✓ Statistische Grundlagen: Daten und Variablen, Hypothesen, Skalenniveau; Forschungsdesign: qualitative Forschungsansätze (Gütekriterien, Erhebungsformen, Analyse- und Auswerteformen), quantitative Forschungsansätze (Gütekriterien, Erhebungsformen, Analyse- und Auswerteformen, Fragebogenentwicklung)

Exposé

Lernziele

Der*die Absolvent*in ist in der Lage, auf Grundlage LV „Wissenschaftliches Arbeiten“ und den damit vermittelten Erkenntnissen das Exposé wissenschaftlich korrekt und praxisbezogen zu erstellen.

Lehrinhalte

- ✓ Erstellung Exposé: eigenständige Formulierung der Problemstellung und Zielsetzung
- ✓ eigenständige Auswahl und Einsatz der Methodik; Erstellung von Forschungsfragen
- ✓ Erfüllung der Qualitätskriterien wissenschaftlichen Arbeitens

Beurteilung

- ✓ Wissenschaftliches Arbeiten: 100% Modulprüfung
- ✓ Exposé: 100% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt >50%)

Modul 3: Reporting

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- ***Jahresabschluss und Abschlussanalyse***
- ***Management Reporting***

Die*der Absolvent*in versteht das System der doppelten Buchhaltung, kennt die Positionen und der Bilanz und in der Gewinn- und Verlustrechnung und ist in der Lage unternehmens- und steuerrechtliche Bilanzierungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Sie*er kann Bilanzen anhand von Kennzahlen analysieren und interpretieren und folgerichtige Maßnahmen ergreifen. Ferner erwirbt sie*er Know-how im Management Reporting, um auf Basis des Informationsbedarfs unternehmensinterne und externe Daten aufzubereiten und wahrnehmungsoptimierte Reports zu erstellen.

Jahresabschluss und Abschlussanalyse

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann die Grundlagen externen Rechnungswesens benennen und erklären. Sie*er beherrscht die Beschreibung und Interpretation von Jahresabschlüssen und deren Zielsetzungen, wobei die steuerlichen Aspekte auch vermittelt werden. Der*die Absolvent*in ist in der Lage, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens beurteilen zu können. Sie*er kann die Unternehmenslage auf Basis des Jahresabschlusses einstufen und aufgrund relevanter, operativer Kennzahlen die Steuerung des Unternehmens lenken. Sie*er kann auch die Grenzen der Abschlussanalyse beurteilen.

Lehrinhalte

- ✓ Grundzüge des externen Rechnungswesens
- ✓ Grundzüge der Bilanzpolitik
- ✓ Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
- ✓ Steuerliche Grundlagen
- ✓ MWR - Sinn und Zweck
- ✓ Cashflow
- ✓ Working Capital Management
- ✓ Anhang

- ✓ Lagebericht
- ✓ Interpretation von Jahresabschlüssen
- ✓ Ablauf und Grenzen der Abschlussanalyse
- ✓ Praktische Anwendung klassischer und moderner Formen der Abschlussanalyse
- ✓ Bilanzbereinigung
- ✓ Investitions-, Finanz-, Liquiditäts-, Ergebnis- und Rentabilitätsanalyse
- ✓ Unternehmenssteuerung anhand von Kennzahlen
- ✓ Case Study

Management Reporting

Lernziele

Der*die Absolvent*in ist in der Lage, die Grundlagen des Reportings zu verstehen und anzuwenden. Sie*er kann die Unterschiede der Berichtsarten und deren Einsatzzwecke aufzeigen und die Grenzen des Controllings in der Reportingoptimierung zu erläutern. Zudem kann sie*er die Berichtsadressaten benennen und Reportingprozesse gestalten und Reportig als Kommunikationsinstrument wahrnehmen.

Lehrinhalte

- ✓ Reportinggrundlagen: Standardreporting
- ✓ Ad-hoc-Reporting
- ✓ Statische bzw. dynamische Berichte
- ✓ Grenzen des Reportings
- ✓ Adressaten von Berichten
- ✓ Optimierung der Reportinginhalte: One-Page-Reporting, Reporting auf Basis der Balanced Scorecard
- ✓ Executive Summaries
- ✓ Reporting von Chancen und Risiken
- ✓ Gestaltung des Reportingsprozesses
- ✓ Optische Gestaltung von Berichten
- ✓ Kommunikation und Rollenbild
- ✓ Nutzung von Reporting Tools

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt >50%)

Modul 4: Finanzwirtschaft und Entscheidungsfindung

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- ***Investition und Finanzierung***
- ***Entscheidungs- und Spieltheorie***
- ***Finanzinstrumente und Finanzmärkte***

Die*der Absolvent*in kann finanzielle Erfordernisse von Unternehmen ermitteln, Finanzierungsmodelle entwerfen, evaluieren und für das Unternehmen das erforderliche Kapital optimierend vom Finanzmarkt beschaffen. Sie*er versteht die grundlegenden Konzepte der Spieltheorie und wendet diese auf Themen der industriellen Organisation an. Sie*er kann auch die Funktionsweise von Märkten sowie das Verhalten der Unternehmen auf Märkten analysieren.

Investition und Finanzierung

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann die Verfahren der Investitionsrechnung erklären und die Entscheidungskriterien der Investitions- und Finanzierungsrechnung erläutern. Sie*er ist in der Lage, die zentralen Aufgaben und Ziele der Finanzierung zu beschreiben und die verschiedenen Finanzierungsformen und -möglichkeiten zu benennen und zu differenzieren.

Lehrinhalte

- ✓ Zins- und Zinseszinsrechnung; Statische und dynamische Investitionsrechnungsverfahren
- ✓ Stilllegungsentscheidungen
- ✓ Optimale Nutzungsdauer
- ✓ Kosten-Nutzen-Analyse
- ✓ Berücksichtigung der Erfolgsbesteuerung auf Investitionsentscheidungen
- ✓ Ermittlung des Kalkulationszinssatzes
- ✓ Berücksichtigung von Ungewissheit und Risiko (Risikozu- und Risikoabschlag, Sicherheitsäquivalente, Erwartungswerte, Entscheidungsregel nach Bayes und Bernoulli)
- ✓ Finanzierungsformen und -möglichkeiten
- ✓ Außen- und Innenfinanzierung

- ✓ Formen der Buy Out-Finanzierungen
- ✓ Spezielle Formen der Finanzierung (Factoring, Leasing, Venture Capital, Mezzanine-Kapital, Asset Backed Securities)

Entscheidungs- und Spieltheorie

Lernziele

Die*der Absolvent*in lernt Entscheidungssituationen durchzudenken, die sich durch Konflikte und Koordinationsprobleme auszeichnen. Sie*er kann Entscheidungen bei Unsicherheit, also entweder bei Risiko oder bei Ungewissheit treffen. Zudem ist sie*er in der Lage, auch bei mehreren Entscheidern (Spielern) die Prinzipal-Agenten-Beziehung zu erkennen und entsprechend zu handeln.

Lehrinhalte

- ✓ Entwicklung der Spieltheorie
- ✓ Strategische Spiele
- ✓ Grundmodell und Entscheidungsregeln
- ✓ Entscheidungen unter Risiko sowie unter anfänglicher Ungewissheit sowie unter Sicherheit
- ✓ Dominanz und Rationalisierbarkeit
- ✓ Gemischte Strategien in der Entscheidungstheorie
- ✓ Entscheidungen und Spiele in extensiver Form
- ✓ Spiele reiner Koordination
- ✓ Nullsummenspiele - Spiele des reinen Konflikts
- ✓ Spiele mit "gemischten Motiven"
- ✓ Sequentielle Spiele
- ✓ Wiederholte Spiele vs. Evolutionäre Spieltheorie
- ✓ Grundlegende Konzepte (u.a. Nash-Gleichgewicht; Information Set)

Finanzinstrumente und Finanzmärkte

Lernziele

Die*der Absolvent*in lernt, das Verständnis für Finanzkontrakte und welche Finanzmärkte es gibt und wie diese funktionieren. Sie*er kann auch die unterschiedlichen Wertpapiere und Derivate benennen und unterscheiden. Zudem ist sie*er in der Lage, die Zahlungsunfähigkeit bzw. Überschuldung eines Unternehmens zu erkennen und entsprechend zu handeln.

Lehrinhalte

- ✓ Finanzmärkte und -mediäre
- ✓ Geregelte Märkte und multilaterale Handelssysteme
- ✓ Derivative Wertpapiere (Forwards, Futures, Optionen und Swaps)
- ✓ Fondsanteile
- ✓ Zahlungsunfähigkeit, Überschuldung und Insolvenzverfahren
- ✓ Liquiditätsmanagement
- ✓ Working Capital Management
- ✓ Kapitalmarkttheorien
- ✓ Portfoliotheorie

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt > 50%)

Modul 5: Kostenmanagement und Budgetierung

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- ***Kostenrechnung und Controlling***
- ***Kostenmanagement, Finanzplanung und Budgetierung***

Die*der Absolvent*in beherrscht die wesentlichen Techniken der Kostenrechnung, um Preis- und Kostenentwicklungen zu analysieren, zu definieren und gestalten zu können. Die*der Absolvent*in beherrscht die wesentlichen Techniken des Kostenmanagements (Target und Life Circle Costing), um u.a. Abweichungsanalysen durchführen zu können. Die*der Absolvent*in ist in der Lage das Instrumentarium der operativen Unternehmenssteuerung einzusetzen und den Planungsprozess zu konzipieren, zu koordinieren, durchzuführen und deren Umsetzung steuernd zu überwachen.

Kostenrechnung und Controlling

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann das System der Kosten- und Leistungsrechnung verstehen und die verschiedenen Kosten darstellen. Sie*er kann die wesentlichen Größen und Kennzahlen im Kostenmanagement erklären und differenzieren. Zudem ist sie*er in der Lage, Engpasssituationen zu erkennen und Optimierungsprobleme zu lösen. Sie*er kann die operativen und strategischen Instrumente des Controllings verstehen und den Planungs- und Budgetierungsprozess beschreiben.

Lehrinhalte

- ✓ Überblick über das System der Kosten- und Leistungsrechnung
- ✓ Abgrenzung Kosten und Leistungen
- ✓ Kostentheorie
- ✓ Kostenauflösung
- ✓ Innerbetriebliche Leistungsverrechnung
- ✓ Break-Even-Point-Analyse
- ✓ Schnittstelle zwischen Controlling und Management
- ✓ Operative und strategische Instrumente des Controllings

Kostenmanagement, Finanzplanung und Budgetierung

Lernziele

Der*die Absolvent*in ist in der Lage, das Wesen, die Ziele und Methoden des Kosten- und Leistungsmanagements und der Prozesskostenrechnung zu erklären und Engpasssituationen zu erkennen bzw. einfache Optimierungsprobleme zu lösen. Ferner kann sie*er Produktprogrammoptimierungen analysieren und beurteilen sowie Entscheidungen über das optimale Produktprogramm treffen. Sie*er kann die Vor- und Nachteile des Target Costings sowie des Life Cycle Costing erläutern. Zudem ist sie*er in der Lage, einen Businessplan zu erarbeiten und Handlungsempfehlungen zur Optimierung des Unternehmens abzuleiten.

Lehrinhalte

- ✓ Nachhaltiges Kosten- und Performance-Management
- ✓ System und Merkmale der Prozesskostenrechnung
- ✓ Prozesskostenkalkulation
- ✓ Allokationseffekt
- ✓ Komplexitätseffekt
- ✓ Degressionseffekt
- ✓ Internationale Methoden des strategischen Kosten- und Leistungsmanagements:
Target Costing und Life Cycle Costing
- ✓ Prozesse
- ✓ Prozesslandschaft
- ✓ Prozesskostenrechnung
- ✓ Kostentreiber und Prozesskalkulation
- ✓ Planung und Budgetierung
- ✓ Integrierte Planung
- ✓ Businessplan
- ✓ Case Study

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt > 50%)

Modul 6: Business Transformation

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- **Strategisches Management**
- **Change Management**
- **Innovationsmanagement**

Die*der Absolvent*in versteht und beherrscht die Bedeutsamkeit der Strategieentwicklung bzw. Strategieformulierung und -implementierung im Zuge von Change-Prozessen. Hierfür von Relevanz ist auch die Auseinandersetzung mit technischen Innovationen.

Strategisches Management

Lernziele

Die*der Absolvent*in ist in der Lage, die unterschiedlichen Lehren im Bereich des strategischen Managements aufzuzählen und zu erklären. Sie*er kann eine Unternehmensstrategie entwickeln und basierend auf einem strategiespezifischen Kennzahlen-system die Umsetzung der Strategie steuern. Zudem kann sie*er ein Unternehmen auf Basis strategischer Analysen führen und eine Gesamtstrategie aggregieren.

Lehrinhalte

- ✓ Einführung und Aufgaben des strategischen Managements
- ✓ Strategieansätze
- ✓ Branchen-, Umfeld- und Wettbewerbsanalysen
- ✓ Kostenanalyse
- ✓ Erfahrungskurve
- ✓ Stakeholder Analyse
- ✓ GAP-Analyse
- ✓ SWOT-Analyse
- ✓ Potentialanalyse
- ✓ Strategieentwicklung und -implementierung
- ✓ Strategie als Veränderungsprozess
- ✓ Strategische Kontrolle

Change Management

Lernziele

Die*der Absolvent*in kann Change Management-Prozesse initiieren, strukturieren und organisieren sowie im Unternehmen begleitend umsetzen. Sie*er ist zudem in der Lage, die einzelnen Prozessschritte zu benennen, die jeweiligen Erfolgsfaktoren zu definieren, richtige Kommunikationsmaßnahmen zu setzen und die Vorgehensweise auf die Unternehmenskultur abzustimmen. Ferner kann sie*er unterschiedliche Change Management-Konzepte replizieren und kritisch vergleichen.

Lehrinhalte

- ✓ Definition von Change Management
- ✓ Change Management nach Kurt Lewin
- ✓ 8 Phasen-Modell nach Kotter
- ✓ Sozial-, Sach- und Zeitdimension von Change Management
- ✓ Führungsstil und Change Management

Innovationsmanagement

Lernziele

Die*der Absolvent*in lernt ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie innovative Ideen umgesetzt werden und erlangt Kenntnisse über Innovationsprozesse. Sie*er lernt zudem, wie Innovationen konzeptionell in Unternehmen implementiert werden und welche Voraussetzungen zur Implementierung neuer technologischer Entwicklungen im Unternehmen benötigt werden.

Lehrinhalte

- ✓ Zukunftstechnologien
- ✓ IoT
- ✓ Künstliche Intelligenz
- ✓ Blockchain
- ✓ Big Data
- ✓ Wettbewerbsstärkung durch Neuerungen
- ✓ Wettbewerbsvorteile durch Markt- und Technologieorientierung

- ✓ Gestaltung und Umsetzung neuer Produkte, neue Prozesse und Dienstleitungen
- ✓ Methodische Instrumentarien zur Umsetzung von Innovationsprozessen
- ✓ Implementierung von Innovationen
- ✓ neue Methoden der Innovationsforschung Lean Startup & Design Thinking

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt > 50%)

Modul 7: Nachhaltige Unternehmensführung

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- ***Ethik und Nachhaltigkeit***
- ***Compliance***
- ***Governance und Digitalisierung***

Die*der Absolvent*in kann die mannigfaltigen Zusammenhänge zwischen den Disziplinen Governance, Compliance und Ethik erkennen und beschreiben. Die Digitalisierung agiert dabei als Treiber und gleichzeitig als Integrationsmechanismus zwischen den Fachbereichen.

Ethik und Nachhaltigkeit

Lernziele

Die*der Absolvent*in kann ein Verständnis für Ethik und Nachhaltigkeit aufbringen. Zudem kann sie*er die Begriffe Werte, normative Führung, Unternehmensethik, Compliance, ... definieren und unterscheiden. Die*der Absolvent*in ist in der Lage, den Begriff Corporate Social Responsibility zu definieren und in Einklang mit der Unternehmenspolitik zu bringen. Zudem kann sie*er gesellschaftliche Verantwortung, Ökologie und Ökonomie in Einklang bringen.

Lehrinhalte

- ✓ Stellenwert und Aufgabenbereiche von Ethik und Nachhaltigkeit (im Kontext der Digitalisierung) im Unternehmen
- ✓ Unternehmenspolitik
- ✓ Corporate Social Responsibility

Compliance

Lernziele

Die*der Absolvent*in lernt ausgewählte ethische Theorien und Bereichsethiken kennen und kann diese in der Folge unterscheiden und anwenden. Sie*er ist zudem in der Lage, Compliance zu definieren und zu erkennen, wie Unternehmen Compliance Maßnahmen initiieren. Sie*er versteht, was ein Compliance Management System ist und wie es funktioniert, auch in Anlehnung an die ISO Norm 19600 und im Rahmen der gesetzlichen Gegebenheiten.

Lehrinhalte

- ✓ Ausgewählte ethische Theorien und Bereichsethiken
- ✓ Wirtschafts- und Unternehmensethik (Management-, Mitarbeiter*innen- und Konsument*innen-Ethik)
- ✓ Definition von Compliance
- ✓ ISO Norm 19600
- ✓ Korruption
- ✓ Kartelle
- ✓ Datenschutz
- ✓ Case Studies

Governance und Digitalisierung

Lernziele

Die*der Absolvent*in lernt die Bedingungen und Anwendungsfälle des IT-GRC kennen und kann diese auch anwenden. Sie*er kann die Ziele, Zwecke und Inhalte des Risikomanagements in der IT definieren und erläutern und auch sicherstellen, wie IT-Compliance in der Praxis umgesetzt ist. Zudem hat sie*er ein Verständnis für die Datenschutzgrundverordnung.

Lehrinhalte

- ✓ IT-Governance
- ✓ IT-Risiken
- ✓ IT-Compliance

- ✓ Digitalisierung als Treiber für IT-GRC
- ✓ Aufgabenbereiche des IT-GRC
- ✓ Strategische Planung der Digitalisierung
- ✓ Management von Datensicherheit und Datenschutz
- ✓ Frameworks für IT-GRC (u.a. COSO, COBIT 5, ITIL, ...)
- ✓ IT-Risikomanagement

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt > 50%)

Modul 8: Personal- & Organisationsmanagement und -entwicklung

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- ***Personal- und Organizational Management***
- ***Entwicklung von Führungsqualitäten***
- ***Organisationskultur, -entwicklung und -diagnostik***

Der*die Absolvent*in besitzt detaillierte Kenntnisse über Bedeutung und Aufgabenfelder von Führung bzw. Leadership sowie über den Aufbau von Unternehmensstrukturen, die Leitung von Teams und Abteilungen und die praxisbezogene Umsetzung damit zusammenhängender Strategie- und Veränderungsprozesse. Sie*er besitzt detaillierte Kenntnisse im Bereich der Organisationsentstehung, Organisationskultur und Organisationsentwicklung. Sie*er verfügt über Wissen und kennt Instrumente zur Durchführung einer Organisationsdiagnose und kann dies auch praxisbezogen umsetzen.

Personal- und Organizational Management

Lernziele

Der*die Absolvent*in ist in der Lage, strategisches HR-Management zu definieren und den Personalbestand, -bedarf, -einsatz sowie die Personalentwicklung zu planen. Sie*er kann verschiedene Organisationsformen erkennen und benennen sowie verschiedene Analysen durchführen. Zudem kann sie*er Konflikte innerhalb der Gruppe lösen und die Bedeutung der Individualmoral der Führungskräfte erkennen.

Lerninhalte

- ✓ Stellenwert der Personalwirtschaft
- ✓ Strategisches HR-Management
- ✓ Personalplanung, Personalbedarf, -beschaffung und -einsatz
- ✓ Personalcontrolling
- ✓ Strukturierungsprinzipien
- ✓ Funktionale Organisation
- ✓ Stablinienorganisation

- ✓ Spartenorganisation
- ✓ Management-Holding
- ✓ Matrixorganisation
- ✓ Netzwerkorganisation
- ✓ Projektorganisation
- ✓ Arbeitsanalyse
- ✓ MTO-Analyse
- ✓ Psychologische Arbeitsgestaltung
- ✓ Individuum und Organisation
- ✓ Gruppe und Organisation

Entwicklung von Führungsqualitäten

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann neue Leadership-Ansätze sowie damit zusammenhängende Tools und Methoden benennen und erläutern. Sie*er erkennt und kann begründen, dass Veränderungen in der Arbeitswelt mit einer Modifikation des Verständnisses für Leadership einhergehen. Sie*er ist in der Lage, die Begrifflichkeiten Neuroleadership und Positive Leadership zu erklären und zu differenzieren. Sie*er kann Erkenntnisse der Hirnforschung sowie die Bedeutung von positiven Emotionen im Leadership auch auf wissenschaftstheoretischer Grundlage erläutern und auf praktische, umsetzungsrelevante Kenntnisse zurückgreifen. Zudem ist sie*er dazu befähigt, Herausforderungen der Digitalisierung zu erkennen und die damit geforderten digitalen Kompetenzen auf Führungsebene zu verstehen und zu erläutern. Sie*er ist in der Lage, diese gewonnenen Erkenntnisse fachgerecht zu argumentieren und bei Bedarf in den betrieblichen Kontext zu implementieren.

Lehrinhalte

- ✓ Führung im Wandel, Paradigmenwechsel in der Führung, neue Leadership-Ansätze
- ✓ Einführung Neuroleadership, Konzept des Neuroleaderships (SCARF-Modell), Methoden der Neurowissenschaften, Erkenntnisse der Hirnforschung für die Führung
- ✓ Digital Leadership, Leitbild der digitalen Führungskräfte, Hauptelemente des Digital Leaderships, Entwicklung von Digitalkompetenzen, Digital Leadership Modelle
- ✓ Begriffsdefinitionen Positive Leadership, positive Psychologie, Führungsstrategien nach POS, Perma-Lead, Perma-Lead Elemente, positive Emotionen im Arbeitsalltag

Organisationskultur, -entwicklung und -diagnostik

Lernziele

Der*die Absolvent*in kennt die Komplexität einer Organisation und kann die unterschiedlichen Ebenen und Subsysteme einer Organisation benennen und erklären. Sie*er ist in der Lage, Grundlagen und Funktionen einer Organisationskultur definieren und Merkmale einer Organisationskultur begreifen und erklären zu können. Der*die Absolvent*in ist auch in der Lage, theoretische Grundlagen und Charakteristika sowie Ziele und Aufgaben der Organisationsentwicklung benennen zu können. Zudem kann sie/er Modelle der Organisationsentwicklung definieren, erläutern und praxisbezogen anwenden. Der*die Absolvent*in ist weiterführend in der Lage, Grundlagen der Organisationsdiagnostik erfassen zu können. Sie*er kann Ebenen, Phasen und Instrumente der Organisationsdiagnostik beschreiben und eine Organisationsdiagnose im praktischen Sinne durchführen.

Lehrinhalte

- ✓ Organisation als komplexes System, Ebenen & Subsysteme einer Organisation, Funktionen der Organisationskultur, Ebenen der Kulturentwicklung
- ✓ Definition & Charakteristika der Organisationsentwicklung, Ziele & Aufgaben der Organisationsentwicklung, Phasenmodelle
- ✓ Definition & Einordnung der Organisationsdiagnostik, Ziel und Aufgaben der Organisationsdiagnostik
- ✓ Ebenen, Phasen & Instrumente der Organisationsdiagnostik

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt > 50%)

Modul 9: Marketingmanagement

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- **Marketing als betriebliche Funktion**
- **Content Marketing und Digital Public Relations**
- **Neuromarketing, Brandmanagement und Werbepsychologie**

Der*die Absolvent*in besitzt Kenntnisse über die Grundlagen des Marketings und der Marktforschung, diverse Marketinginstrumentarien sowie deren Einsatzmöglichkeiten in der Marketingpraxis. Sie*er kann Kommunikations- und Werbemaßnahmen unter Berücksichtigung von Wissen über die Beeinflussbarkeit von Wahrnehmungsprozessen planen und zielgruppenspezifisch ausrichten. Sie*er erlangt zusätzlich Kenntnisse über die Vorgehensweise und Methoden von werbespezifischen Produktionen und kann dies auch praxisbezogen umsetzen.

Marketing als betriebliche Funktion

Lernziele

Der*die Absolvent*in ist in der Lage, Funktionen und Aufgaben des Marketings einzuordnen und die betriebliche Funktion des Marketings begrifflich erklären zu können. Sie*er kann die Relevanz und die Funktionalität des Marketings für Unternehmen und Organisationen holistisch beschreiben, praktisch umsetzen und die Wirkungsweisen der Marktdynamik wiedergeben. Sie*er ist dazu befähigt, Wirkungsprinzipien der Produkt- und Preispolitik kritisch zu vergleichen, auszuwählen und effizient umzusetzen. Sie*er kann Marketingziele definieren und mittels angewandtem Marketingmix passende Instrumente auswählen. Zudem ist sie*er ist in der Lage, die Notwendigkeit der Marktforschung zu benennen, die Bedeutung der modernen Marktforschung zu erkennen sowie diese anzuwenden und in der Praxis einzusetzen.

Lerninhalte

- ✓ Einführung in das Marketing
- ✓ Marketing als unternehmensstrategische Aufgabe
- ✓ Anwendungsbereiche des Marketings
- ✓ Marketing-Mix (4P's)
- ✓ Marktsegmentierungen
- ✓ Marketingstrategien

- ✓ Wesen und Bedeutung der Marktforschung, Marktbeobachtung und Markteinschätzung
- ✓ Primär- und Sekundärforschung
- ✓ Auswahl der Untersuchungseinheiten

Content Marketing und Digital Public Relations

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann zwischen einzelnen Content-Arten unterscheiden und aufbereiteten Content für verschiedene Anspruchsgruppen beschreiben. Sie*er ist in der Lage, Content Marketing-Ziele und -Strategien zu formulieren sowie einen Redaktionsplan zu erstellen. Zudem kann sie*er Anforderungen sowie die möglichen Gefahren von authentischen Inhalten reflektieren und technische, inhaltliche und rechtliche Rahmenbedingungen bezüglich Content Marketing und Digital PR schaffen.

Lerninhalte

- ✓ Erläuterung von Content-Entscheidungsformen
- ✓ Gestaltung von authentischen Inhalten
- ✓ Content Marketing-Ziele und Ableitung einer entsprechenden Strategie
- ✓ Operative Content Marketing-Instrumente
- ✓ Kennzahlen im Bereich des Content Marketing
- ✓ Storytelling
- ✓ E-Mail-Marketing und Newsletter
- ✓ Gestaltung von Pressemitteilungen
- ✓ Erläuterung der Anforderungen zum Thema Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Neuromarketing, Brandmanagement und Werbepsychologie

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann zwischen einzelnen Content-Arten unterscheiden und aufbereiteten Content für verschiedene Anspruchsgruppen beschreiben. Sie*er ist in der Lage, Content

Marketing-Ziele und -Strategien zu formulieren sowie einen Redaktionsplan zu erstellen. Zudem kann sie*er Anforderungen sowie die möglichen Gefahren von authentischen Inhalten reflektieren und technische, inhaltliche und rechtliche Rahmenbedingungen bezüglich Content Marketing und Digital PR schaffen.

Lerninhalte

- ✓ Definition Brand Management, Marke, Markenidentität
- ✓ Identitätsbasierte Markenführung
- ✓ Grundlagen Werbe- und Konsumentenpsychologie, Werbeziele für Konsumenten, Funktionen der Werbung aus Konsumentensicht, Zielgruppendefinition in der Werbung
- ✓ Neuroökonomie, Neuromarketing, Neuromarketing-Erkenntnisse der Hirnforschung, Zielsetzungen Neuromarketing, Untersuchungsmethoden im Neuromarketing, Aktivierungsprozesse (Emotionen, Kognitionen, Einstellungen), Implikationen der Erkenntnisse ins Marketing

Beurteilung

- ✓ 40% Modulprüfung
- ✓ 60% Schriftliche Hausarbeit
- ✓ Hinweis: Beide Beurteilungsformen müssen positiv sein (bei beiden gilt > 50%)

Modul 10: Masterthesis

Das Modul setzt sich aus den folgenden Kursen zusammen:

- **Masterarbeit**
- **Abschlussprüfung**

Der*die Absolvent*in besitzt fundierte Kenntnisse, um die Masterarbeit selbstständig verfassen und vor einem Gremium verteidigen zu können und die entsprechenden Fragestellungen zum Lehrgang beantworten und reflektieren zu können.

Masterarbeit

Lernziele

Der*die Absolvent*in kann die Anforderungen an das wissenschaftliche Arbeiten gerecht werden, sowie die geforderte Struktur erläutern und einhalten. Sie*er kennt die wichtigsten Werkzeuge zur Erleichterung des Schreibens und kann diese bedienen. Der*die Absolvent*in ist dadurch befähigt, strukturiert und nach den Regeln einer wissenschaftlichen Vorgangsweise zur Lösung zu gelangen und diese sachgerecht zu dokumentieren. Der*die Absolvent*in besitzt fundiertes Wissen, um die Masterarbeit selbstständig verfassen und letztendlich auch vor einem Gremium verteidigen zu können.

Lerninhalte

- ✓ Planung einer Masterarbeit, Themenfindung, Struktur einer Masterarbeit (Problem – Problemlösungsweg – Ergebnis)
- ✓ Anforderungen an eine Masterarbeit; Wahl der geeigneten Forschungsmethoden
- ✓ Besonderheiten bei der Zitation
- ✓ Wissenschaftliche Literatur und Recherche in Literaturdatenbanken
- ✓ Wissenschaftliches Schreiben
- ✓ Wissen zum Ablauf der Masterarbeit
- ✓ Selbstständiges Verfassen der Masterarbeit

Abschlussprüfung

Lernziele

Die*der Absolvent*in ist in der Lage, die Masterarbeit zu präsentieren und zu verteidigen sowie Fragen zu relevanten Inhalten des Lehrgangs im Zusammenhang mit der Masterarbeit sowie zu den anderen Lehrinhalten zu beantworten und zu reflektieren.

Lerninhalte

- ✓ Präsentation und Verteidigung der Masterarbeit
- ✓ Fragen zu Inhalten des Lehrgangs

Ihre Ansprechpartner

- ⇒ **Education Center/Inhaltliche Beratung rund um den MBA**
Renata Schermann, Iris Wenko, Romy Wohlfahrt
studienberatung@e-learning-group.com
+43 1 361 97 67 – 0

- ⇒ **Organisation und Buchhaltung**
Sarah Winter, Michelle Saurer
office@e-learning-consulting.com
+43 1 361 97 67 - 11
+43 1 361 97 67 - 21

- ⇒ **Technischer Support**
support@e-learning-consulting.com
+43 1 361 97 67 - 17

- ⇒ **Geschäftsführung**
Mag. PhDr. Klaus Volcic
volcic@e-learning-group.com
+43 1 361 97 67 - 19

Websites

Alle Informationen zu unseren Fernstudiengängen finden Sie unter <https://fernstudium.study/>.

Alle Informationen zur E-Learning Group finden Sie unter <https://www.e-learning-group.com/>.