

# KURSKATALOG

Kurse auf Deutsch für Incoming-Studierende der  
FHWien der WKW

## SOMMERSEMESTER 2020

(FEBRUAR 2020 – JULI 2020)

<http://www.fh-wien.ac.at>



# Überblick über die deutschsprachigen Kurse

Sommersemester 2020  
(10. Februar 2020 – 15. Juli 2020)

|  |          |
|--|----------|
| <b>I. Informationen über den Kurskatalog</b> | <b>1</b> |
| <b>II. Individuelle Kursübersicht</b>        | <b>2</b> |
| <b>III. Kursbeschreibungen</b>               | <b>6</b> |
| III.1. CIEM                                  | 7        |
| III.2. Journalism & Media Management         | 17       |
| III.3. Management & Entrepreneurship         | 34       |
| III.4. Tourism and Hospitality Management    | 46       |
| III.5. Human Resources & Organization        | 72       |

## Informationen über den Kurskatalog

Liebe Incoming-Studierende,

die FHWien der WKW hat zwei Studienbereiche, die zusammen neun Bachelor- und acht Master-Programme anbieten. In diesem Dokument finden Sie die deutschsprachigen Kurse, die für unsere Incomings im Sommersemester 2020 verfügbar sind, und detaillierte Informationen zu jedem Kurs. Bitte beachten Sie, dass einige Kurse englische Titel haben können, obwohl die Unterrichtssprache Deutsch ist.

Die Kurse sind nach Departments aufgeteilt, die nochmals in Bachelor- und Master-Kurse unterteilt werden. Alle Bachelor-Kurse sind in **hellblau** und alle Master-Kurse in **lila** hinterlegt.

Wir möchten Sie darauf hinweisen, dass Sie Kurse aus verschiedenen Themenbereichen und Studiengängen kombinieren können.

Wichtig: Kurse aus den Studienprogrammen Journalismus und Content-Produktion & Digitales Medienmanagement sind nur für Studierende wählbar, die an ihrer Heimatuniversität etwas Ähnliches studieren.

Bitte beachten Sie, dass einige Kurse aus verschiedenen Teilmodulen bestehen können, die nur in Kombination gewählt werden können. Sollte dies der Fall sein, finden Sie eine entsprechende Anmerkung in der Kursbeschreibung.

Das Kursangebot gilt nur für das erwähnte Semester. In zukünftigen Semestern kann das Kursangebot abweichen.

Wir möchten Sie auch darauf hinweisen, dass eventuell Kosten für Kursmaterialien (Bücher u. Ä. ) anfallen können.

## II. Individuelle Kursübersicht

### III.1 CIEM

|   |         |
|---|---------|
| CIEM Sprachkurse (Kursgebühren jeweils € 130,-) |         |
| Chinesisch A1/2                                 | (4ECTS) |
| Französisch A1/2                                | (4ECTS) |
| Französisch A2/2                                | (4ECTS) |
| Französisch B1/2                                | (4ECTS) |
| Russisch A1/2                                   | (4ECTS) |
| Spanisch A1/2                                   | (4ECTS) |
| Spanisch A2/2                                   | (4ECTS) |
| Spanisch B1/2                                   | (4ECTS) |
| Spanisch B2/2                                   | (4ECTS) |

### III.2. Journalism & Media Management

|   |         |
|---|---------|
| <b>Bachelor</b>                               |         |
| Animation & Motion Graphics Design            | (2ECTS) |
| BWL 1   | (3ECTS) |
| BWL 2 Planspiel                               | (3ECTS) |
| Contentmanagement Systeme                     | (2ECTS) |
| Einführung in Web-Technologien                | (2ECTS) |
| Gender & Diversity                            | (1ECTS) |
| Medienethik                                   | (1ECTS) |
| Medienmanagement Vertiefung                   | (2ECTS) |
| Medienproduktion                              | (2ECTS) |
| Organisation & PR                             | (2ECTS) |
| Präsentationstechniken                        | (3ECTS) |
| QM & Professionalisierung im Medienmanagement | (2ECTS) |
| Rhetorik & Argumentation                      | (3ECTS) |
| Strategie                                     | (2ECTS) |
| Video Magazin                                 | (4ECTS) |
| Web- und Screen-Design                        | (2ECTS) |

### III.3. Management & Entrepreneurship

|  |         |
|--|---------|
| <b>Bachelor</b>                        |         |
| Beschaffung, Produktion und Logistik   | (2ECTS) |
| Finanzierung und Unternehmensbewertung | (3ECTS) |
| Finanzwirtschaft                       | (3ECTS) |
| Grundlagen der Corporate Finance       | (3ECTS) |
| Grundlagen der VWL                     | (6ECTS) |
| Kostenrechnung                         | (3ECTS) |
| Marketing                              | (4ECTS) |
| Marketing Management                   | (3ECTS) |
| Strategisches Management               | (3ECTS) |

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| Supply Chain Management | (2ECTS) |
| Unternehmensethik       | (1ECTS) |

### III.4. Tourism and Hospitality Management

|  |         |
|--|---------|
| <b>Bachelor</b>                                      |         |
| Bilanzierung   | (2ECTS) |
| Human Resources Management                           | (6ECTS) |
| Marktforschung 1                                     | (3ECTS) |
| Projekt Fachexkursion                                | (2ECTS) |
| Spezielle Berufsfelder 3                             | (2ECTS) |
| Statistik 2  | (3ECTS) |
| Tourismusmarketing 1                                 | (6ECTS) |
| Tourismuspolitik                                     | (1ECTS) |
| Unternehmensführung                                  | (6ECTS) |
| Unternehmensgründung                                 | (2ECTS) |
| Vertiefung Berufsfeld 2                              | (2ECTS) |
| Zivilrechtliche und wirtschaftsrechtliche Grundlagen | (4ECTS) |
| <b>Master</b>  |         |
| Angewandte Tourismusforschung                        | (6ECTS) |
| Business Planning                                    | (6ECTS) |
| Corporate Entrepreneurship 1                         | (3ECTS) |
| Entrepreneurship Grundlagen                          | (3ECTS) |
| Kooperative Geschäftsmodelle                         | (6ECTS) |
| Leadership 1   | (3ECTS) |
| Management Simulation                                | (2ECTS) |

### III.5. Human Resources & Organization

|  |         |
|--|---------|
| <b>Bachelor</b>                                    |         |
| Arbeitsrecht 1                                     | (3ECTS) |
| Arbeitsrecht 2                                     | (4ECTS) |
| Assessment Center                                  | (1ECTS) |
| Beratung   | (1ECTS) |
| Business Research 1                                | (6ECTS) |
| Compensation & Benefits und Performance Management | (6ECTS) |
| Controlling & HR Analytics                         | (4ECTS) |
| Didaktik   | (3ECTS) |
| HR-Info-Management                                 | (2ECTS) |
| HR-Leitung   | (6ECTS) |
| HR-Praxisprojekt                                   | (3ECTS) |
| HR-Stakeholder-Kommunikation                       | (2ECTS) |
| Investition & Finanzierung                         | (1ECTS) |
| Konfliktmanagement & Mediation                     | (3ECTS) |

|  |         |
|--|---------|
| Kostenrechnung   | (3ECTS) |
| Management von Personalentwicklung & betrieblicher Weiterbildung | (2ECTS) |
| Moderation   | (2ECTS) |
| Organisational Development & Change Management                   | (3ECTS) |
| Personalcontrolling & Evaluation                                 | (6ECTS) |
| Personalplanung & Recruiting                                     | (6ECTS) |
| Personalverrechnung  | (3ECTS) |
| Recruiting & Diagnostik  | (6ECTS) |
| Statistik  | (3ECTS) |
| Talent- & Karrieremanagement                                     | (6ECTS) |
| Wissensmanagement  | (3ECTS) |
| <b>Master</b>  |         |
| Führung & Change Leadership                                      | (3ECTS) |
| Methoden der Personalentwicklung                                 | (6ECTS) |
| OE-Architekturen, - Modelle, -Prozesse                           | (3ECTS) |

# III. Kursbeschreibungen



# **III.1. Center for International Education and Mobility- CIEM**

## CIEM Sprachkursgebühren jeweils €130,-

| Lehrveranstaltungstitel       |  | Chinesisch A1/2 |
|-------------------------------|--|-----------------|
| <b>Studiengang</b>            | Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management  |                 |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS   |                 |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach   |                 |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |                 |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau A1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf China sowie dessen Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die AbsolventInnen sind in der Lage, sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p>  |                 |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau A1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf China sowie dessen Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Datum und Wochentage angeben, Öffnungszeiten angeben</li> <li>- einen Ort beschreiben und die Lage von Dingen beschreiben</li> <li>- die Uhrzeit erfragen, Zeit- und Ortsangaben machen</li> <li>- sich verabreden</li> <li>- authentische einfache Texte verstehen</li> <li>- nach dem Preis fragen; chinesische Währung</li> <li>- einkaufen</li> <li>- Vorlieben und Abneigungen ausdrücken</li> <li>- sich bedanken</li> <li>- im Restaurant bestellen</li> <li>- nach dem Weg fragen und Wegauskunft geben</li> <li>- über Transportmittel sprechen</li> <li>- Teilaspekte der Grundgrammatik zu kennen und richtig anwenden</li> <li>- über Geographie, Geschichte, Politik etc. und aktuelle gesellschaftliche/politische Themen der spanischsprachigen Welt Bescheid wissen</li> <li>- kulturelle Aspekte (Musik, Kino, Esskultur, Literatur, Alltag) kennen</li> </ul> <p>Grammatikinhalte:<br/>           Ergänzungsfragen mit ausgewählten Fragewörtern; Richtungsverben lai und qu; Koverben/Präpositionen zai, cong, dui, he; Modalpartikel ba; Komplement des Grades; Modalverben; Modalpartikel le; Zahlen von 100 bis 10000; Komplement des Resultats; Alternativfrage mit haishi; Adverb dou; Positionswörter und Sätze mit zai, shi und you; Sätze mit mehreren Prädikaten; Zeitangaben mit yiqian, yihou und de shihou</p> |                 |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>  |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter  |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau A1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die AbsolventInnen sind in der Lage, sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p>  |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau A1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verwandtschaftskonstellationen und Familienkonstellationen beschreiben</li> <li>- Aussehen und Charakter einer Person zu beschreiben (Farben)</li> <li>- um genauere Auskünfte bitten</li> <li>- im Restaurant: Speisen loben, reklamieren</li> <li>- ein Picknick organisieren</li> <li>- die Meinung, Wünsche und Vorlieben äußern</li> <li>- einkaufen</li> <li>- die Uhrzeit und Zeitpunkte angeben</li> <li>- über das Wohnen sprechen</li> <li>- Häuser, Wohnungen beschreiben</li> <li>- das ideale Haus entwerfen</li> <li>- einen Weg beschreiben</li> <li>- über Freizeit und die Zukunft sprechen</li> <li>- über Reisen, Verkehrsmittel, das Wetter sprechen</li> <li>- ein Hotelzimmer reservieren</li> <li>- Reise buchen, Hotel reservieren</li> <li>- über das Wetter sprechen /einen Wetterbericht verstehen</li> <li>- über Zustände, Ereignisse aus der Vergangenheit sprechen, diese beschreiben und vergleichen</li> <li>- Wortschatz zu den Themen erkennen und in vernetzter Form benutzen</li> <li>- Grundregeln der Aussprache beherrschen</li> <li>- die Grundregeln der Grammatik kennen und richtig anwenden</li> <li>- über Geographie, Geschichte, Politik etc. und aktuelle gesellschaftliche/politische Themen der französischsprachigen Welt Bescheid wissen</li> <li>- kulturelle Aspekte (Musik, Kino, Esskultur, Literatur, Alltag) kennen</li> </ul> <p>Grammatikinhalte:</p> <p>u. a. Richtungsangaben; Possessivpronomen; Farbadjektive; Verben mit Präpositionen; Datum- und Monatsangaben; vouloir + Infinitiv; Frageformen; Article partitif; Teilungsartikel; Demonstrativpronomen; passé composé mit être; Mengenangaben; Steigerung des Adjektivs; je voudrais, je préfère + Infinitiv; pouvoir, vouloir + Infinitiv; Wetterangaben;</p> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>   |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau A2/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die Absolventinnen können Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit</p> <p>Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie sind in der Lage, sich in einfachen, routinemäßigen Situationen zu verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Weiters sind sie fähig, mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen zu beschreiben.</p>  |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau A2/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- über das Wetter sprechen</li> <li>- von einem Vorhaben/Ereignis erzählen</li> <li>- die Lage eines Ortes beschreiben</li> <li>- Zusammenfassung und einen Kommentar schreiben</li> <li>- über Kleidung sprechen</li> <li>- Tätigkeiten vergleichen</li> <li>- Möglichkeiten und Wünsche äußern</li> <li>- ein gemeinsames Wochenende planen</li> <li>- Handlungen beurteilen</li> <li>- Leserbrief schreiben</li> <li>- Wichtigkeit, Gefühl und Bedauern ausdrücken</li> <li>- Auskünfte über Verkehrsmittel einholen</li> <li>- Eigenschaften von Menschen beschreiben</li> </ul> <p>Grammatikinhalte:</p> <p>u.a. das futur simple; betonte Personalpronomen; Ortsangaben; Passé composé und imparfait; Adverb mieux, plus, moins; venir de + Infinitiv; Komparativ; Relativpronomen; Zeitangaben; qu´est-ce qui, qu´est-ce que, ce qui, ce que; plus-que-parfait; Adjektive mit der Endung –eux</p> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>   |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau B1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die Absolventinnen sind in der Lage, die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht, und können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet.</p>  |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau B1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- über Motive des Reisens sprechen</li> <li>- Befürchtungen äußern</li> <li>- Ratschläge erteilen,</li> <li>- über Grundrechte diskutieren</li> <li>- Regeln und Vorschläge formulieren</li> <li>- über Grundrechte diskutieren, Forderungen stellen und begründen; sich über Arbeitsbedingungen austauschen</li> <li>- Geschichten erzählen und Urlaubspostkarten schreiben</li> <li>- Stichpunkte aufschreiben</li> <li>- globales/detailliertes Hör- und Leseverstehen sowie Wortschatzarbeit anhand von authentischen allgemeinen Texten</li> <li>- über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete sowie Erfahrungen und Ereignisse sprechen und schreiben</li> <li>- Möglichkeiten und Hypothesen ausdrücken sowie Wünsche, Träume, Zustimmung oder Ablehnung ausdrücken und Notwendigkeit aussprechen</li> <li>- Gesprächspartner beschwichtigen</li> <li>- eine Beschwerde mündlich und schriftlich formulieren</li> <li>- Dinge, Personen, Informationen vergleichen</li> <li>- Details erfragen, Erklärungen abgeben und begründen</li> <li>- seine Meinung über jemanden/etwas in Nuancen ausdrücken</li> <li>- Grundwissen über die internationale Arbeitswelt, Berufsportraits verstehen und erstellen</li> <li>- Bewerbungsgespräche führen und Bewerbungen/Motivationsschreiben verfassen</li> </ul> <p>Grammatik:<br/>u.a. Präposition de, indirekte Rede, Pronomen beim Imperativ, Satzverbindungen, conditionnel passé; gérondif</p> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>   |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | Die Absolventinnen können Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie sind in der Lage, sich in einfachen, routinemäßigen Situationen zu verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Weiters sind sie fähig, mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen zu beschreiben.   |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau A2/1 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Russisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- über Familie, Freunde und Interessen sprechen (Alter, Familienstand, Interessen, berufliche Tätigkeit)</li> <li>- Altersangaben machen und über das Heiraten sprechen</li> <li>- Arbeit, Gehalt</li> <li>- über Tagesablauf und Gewohnheiten reden</li> <li>- über Lifestyle erzählen</li> <li>- eine Einladung aussprechen, annehmen, ablehnen</li> <li>- zeitliche Beziehung, Häufigkeit und Dauer auszudrücken</li> <li>- Wünsche äußern; Vorlieben, Befürchtungen, Bedauern und Stimmungen ausdrücken</li> <li>- Dienstleistungen eines Postamtes nutzen</li> <li>- Währung umtauschen</li> <li>- über Wetter und Klima sprechen</li> <li>- längere Texte schreiben,</li> <li>- Basistexte (Briefe, Interviews, Dialoge, Beschreibungen) verstehen, erarbeiten und in vernetzter Form benutzen</li> <li>- Wortschatz zu den Themen erkennen und in vernetzter Form benutzen</li> <li>- Grundregeln der Aussprache beherrschen</li> <li>- Grundregeln der Grammatik kennen und richtig anwenden</li> <li>- über Geographie, Geschichte, Politik etc. und aktuelle gesellschaftliche/politische Themen der russischsprachigen Welt Bescheid wissen</li> <li>- kulturelle Aspekte (Musik, Kino, Esskultur, Literatur, Alltag) kennen</li> </ul> <p>Grammatik, Wortschatz:<br/>         Adjektive im Akkusativ Singular, Adjektiv im Nominativ und Akkusativ Plural, der Dativ zur Altersangabe, der Instrumental nach den Verben быть – „sein“, работать – „arbeiten als“, интересоваться – „sich interessieren für“, die Futurform von быть – „sein“; die Ordnungszahlen von 1 bis 100, die Deklination der Substantive im Plural, die Deklination der Personalpronomen, Verbalaspekte und ihre Verwendung, Adjektiv im Komparativ, Zahlen im Genitiv, der Instrumental bei Tages- und Jahreszeiten, die Konjunktion что.</p> |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>  |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter  |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau A1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die AbsolventInnen sind in der Lage, sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p>   |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau A1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- den Tagesablauf beschreiben</li> <li>- Zeit- und Häufigkeit mit Perfekt angeben</li> <li>- über ein Vorhaben in der Zukunft sprechen</li> <li>- Familienkonstellationen beschreiben</li> <li>- Überraschung, Bedauern und Freude äußern</li> <li>- Freizeitaktivitäten beschreiben</li> <li>- Alphabet und Zahlen anwenden, Mengenabgaben</li> <li>- authentische einfache Texte verstehen</li> <li>- Formulare auszufüllen und einfache Notizen schreiben</li> <li>- Vorlieben, Wünsche, Abneigungen und Vermutungen aussprechen</li> <li>- Tätigkeiten am Wochenende beschreiben</li> <li>- Wortschatz zu den Themen erkennen und in vernetzter Form benutzen</li> <li>- Grundregeln der Aussprache beherrschen</li> <li>- die Grundgrammatik kennen und richtig anwenden</li> <li>- über Geographie, Geschichte, Politik etc. und aktuelle gesellschaftliche/politische Themen der spanischsprachigen Welt Bescheid wissen</li> <li>- kulturelle Aspekte (Musik, Kino, Esskultur, Literatur, Alltag) kennen</li> </ul> <p>Grammatikinhalt:</p> <p>indirektes Objektpronomen; Demonstrativpronomen este/-a, ese/-a, esto, eso; Komparativ; Superlativ; reflexive Verben; Bildung und Gebrauch des Perfekts; Verben der Gruppe -zc-:conocer; das futuro próximo; Akkusativ bei Personen mit a; Relativsätze mit que und donde; Gebrauch von ser und estar + Adjektiv; Gerundium; Ordnungszahlen; betontes Objektpronomen; Modalverben saber und poder; Mengenangaben todos, la mayoría, algunos; Zeitmarker für Perfekt und Indefinito; Verben von ser/ir; Imperfekt und dessen Zeitangaben; absoluter Superlativ auf -ísimo; Gebrauch, Zeitmarker von Imperfekt und Indefinito; desde, hace; Adverbien auf -mente; Imperativ</p> |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>  |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter  |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau A2/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die Absolventinnen können Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie sind in der Lage, sich in einfachen, routinemäßigen Situationen zu verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Weiters sind sie fähig, mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen zu beschreiben</p>  |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau A2/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ein Geschenk übergeben, sich bedanken und darauf reagieren</li> <li>- einen Zustand beschreiben</li> <li>- über Vergangenes erzählen und Erinnerungen berichten</li> <li>- zeitliche Beziehung, Häufigkeit und Dauer auszudrücken</li> <li>- Wünsche äußern; Vorlieben, Befürchtungen, Bedauern und Stimmungen ausdrücken</li> <li>- Neigungen vergleichen, argumentieren und widersprechen</li> <li>- einen Zustand beschreiben und ein Problem schildern</li> <li>- Tätigkeiten und ihre Häufigkeit angeben</li> <li>- über Krankheit, Sport, sein Leben erzählen und Gefühle zu beschreiben</li> <li>- ein Medikament in der Apotheke verlangen</li> <li>- ein Bewerbungsschreiben u verfassen</li> <li>- die Grundregeln der Grammatik kennen und richtig anwenden</li> <li>- über Geographie, Geschichte, Politik etc. und aktuelle gesellschaftliche/politische Themen der spanischsprachigen Welt Bescheid wissen</li> <li>- kulturelle Aspekte (Musik, Kino, Esskultur, Literatur, Alltag) kennen</li> <li>- Wortschatz zu den Themen erkennen und in vernetzter Form benutzen</li> <li>- die Grundregeln der Grammatik kennen und richtig anwenden</li> <li>- über Geographie, Geschichte, Politik etc. und aktuelle gesellschaftliche/politische Themen der spanischsprachigen Welt Bescheid wissen</li> <li>- kulturelle Aspekte (Musik, Kino, Esskultur, Literatur, Alltag) kennen</li> </ul> <p>Grammatikinhalt:</p> <p>Partizip Perfekt als Adjektiv; das verneinte Imperativ (tú, usted/es); Futur, Präpositionen por und para; Indefinitpronomen: alguien, nadie, algo, nada, alguno/-a/-os/-as;</p> |



|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>   |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau B1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die Absolventinnen sind in der Lage, die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht, und können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet.</p>   |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau B1/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- globales/detailliertes Hör- und Leseverstehen sowie Wortschatzarbeit anhand von authentischen allgemeinen Texten</li> <li>- über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete sowie Erfahrungen und Ereignisse sprechen und schreiben</li> <li>- Möglichkeiten und Hypothesen ausdrücken sowie Wünsche, Träume, Zustimmung oder Ablehnung ausdrücken und Notwendigkeit aussprechen</li> <li>- Gesprächspartner beschwichtigen</li> <li>- eine Beschwerde mündlich und schriftlich formulieren</li> <li>- Dinge, Personen, Informationen vergleichen</li> <li>- Details erfragen, Erklärungen abgeben und begründen</li> <li>- seine Meinung über jemanden/etwas in Nuancen ausdrücken</li> <li>- Grundwissen über die internationale Arbeitswelt, Berufsportraits verstehen und erstellen</li> <li>- Bewerbungsgespräche führen und Bewerbungen/Motivationsschreiben verfassen</li> </ul> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management</b>   |
| <b>Credits</b>                | 4.0 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | Wahlfach   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzwerb</b>          | <p>Die Lehrziele entsprechen dem Niveau B2/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <p>Die Absolventinnen können komplexer Argumentationen folgen wenn Ihnen das Thema einigermaßen vertraut ist. Sie können im Fernsehen die meisten Nachrichtensendungen und aktuellen Reportagen verstehen. Die Absolventinnen sind in der Lage zeitgenössische literarische Prosatexte verstehen. Sie können aktiv an einer Diskussion teilnehmen und ihre Ansichten begründen und verteidigen. Sie können einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p>   |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau B2/2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Spanisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemütsverfassung und Gefühle äußern.</li> <li>- Ratschläge geben.</li> <li>- Telefonische Konversationen.</li> <li>- Dankbarkeit, Entschuldigung, Bittschrift äußern und Notizen schreiben.</li> <li>- Erlaubnis, Einladungen, Hilfe ausdrücken und Notizen schreiben.</li> <li>- Geographie, Gewohnheiten und Wirtschaft in Spanien und Lateinamerika.</li> <li>- Diskussionen halten.</li> <li>- Informationen Gültigkeit bestätigen.</li> <li>- Bestätigung bitten.</li> <li>- Fehler und Irrtüme entdecken.</li> </ul> <p>Grammatikinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verbalperiphrasen mit dem Infinitiv.</li> <li>- Subjuntivo: Der Konjunktiv nach Konjunktionen</li> <li>- Subjuntivo: Der Konjunktiv im vorangestellten Subjekt oder Objektsatz.</li> <li>- Verbos de cambio: verschiedene Bedeutungen einige Verben.</li> <li>- Possessivpronomen.</li> <li>- Der Konditional mit Konjunktiv.</li> </ul> |

## **III.2. Journalism & Media Management**

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Übungen und/oder Projektarbeit   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• animierte Bewegtbilder zu konzipieren;</li> <li>• einen Überblick über die Geschichte der Motion Graphics zu haben;</li> <li>• einfache Storyboards zu entwickeln;</li> <li>• die Kenntnis der verschiedenen Darstellungsformen (Trailer, Signations, Lower Thirds, Textanimation, animierte Infografiken, Verpackung) für verschiedene Medien anzuwenden;</li> <li>• innerhalb einer vorgegebenen Zeitspanne zu einer definierten Themenstellung selbstständig animierte Qualitätsprodukte herzustellen;</li> <li>• animierten Content hinsichtlich Qualitäts- und Erfolgsfaktoren zu beurteilen und mögliche Probleme im Arbeitsverlauf zu erkennen;</li> <li>• beim Produktionsprozess auf aktuelle Programme (After Effects, Illustrator) und neue technische Ressourcen zurückzugreifen.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Die Lehrveranstaltung vermittelt die Grundlagen im Bereich Animation und Motion Graphic Design. Neben einem Überblick über aktuelle Trends werden anhand praktischer Übungen die wichtigsten Techniken von der Konzeption bis zur Postproduktion von animierten visuellen Inhalten erlernt   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>   |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Erworbenes allgemeines betriebswirtschaftliches Fachwissen im weiteren Verlauf des Studiums einzusetzen,</p> <p>Spezielle Bereiche der Betriebswirtschaftslehre (Investition &amp; Finanzierung, Rechnungswesen, Produktion, Marketing sowie Logistik) zu kennen</p> <p>Zusammenhänge und Abläufe zwischen den verschiedenen Bereichen eines Unternehmens zu kennen und zu interpretieren,</p> <p>Allgemein unternehmerische Entscheidungen basierend auf betriebswirtschaftlichem Faktenwissen treffen zu können,</p> <p>Ökonomische und organisatorische Auswirkungen dieser Entscheidungen zu verstehen und in Zusammenhang zu setzen,</p> <p>Betriebswirtschaftliche Zusammenhänge journalistisch erklären zu können.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Anwendungsorientierte Auseinandersetzung mit Konzepten und Bereichen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Einbeziehung von Besonderheiten der Medien-Branche nach Möglichkeit und Bedarf</p>  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Präsentation(en) und/oder Gruppenarbeit(en)  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Lösungen zu betriebswirtschaftlichen Themenstellungen im Kontext eines Medienunternehmens im Team zu erarbeiten und gegenüber Außenstehenden zu kommunizieren und argumentativ zu verteidigen</p> <p>Das Zustandekommen und die Wirkungsweise von Unternehmenszielen zu erklären</p> <p>Den Einfluss der Unternehmenskultur auf das Erreichen der Unternehmensziele zu analysieren</p> <p>Die Voraussetzungen für die Gestaltung und Umsetzung von Strategien auf Unternehmens- bzw. Geschäftsfeldebene zu umschreiben</p> <p>Idealtypische Organisationsformen zu unterscheiden, deren Einsatzbedingungen zu reflektieren sowie Querverbindungen zum Thema Strategieformulierung („structure follows strategy“) herzustellen</p> <p>Die Aufgaben des Personalmanagements (Personalplanung, Personaleinsatz, Personalentwicklung etc.) zu erklären und Querverbindungen zu dem Thema Organisation herzustellen</p> <p>Ausgewählte Methoden und Instrumente des operativen Controllings anzuwenden, statische und dynamische Investitionsvorhaben anhand von Investitionsrechenverfahren auf ihre Vorteilhaftigkeit zu überprüfen sowie die zur Verfügung stehenden Finanzierungsalternativen (Beteiligungsfinanzierung, Innenfinanzierung etc.) gegeneinander abwägen</p> <p>Die Einsatzgebiete, den Aufbau und die Inhalte von Businessplänen zu kennen</p> <p>Die Querverbindungen zwischen den verschiedenen Teilgebieten des internen und externen Rechnungswesens zu verstehen,</p> <p>Die gegenseitigen Abhängigkeiten von Entscheidungen in den verschiedenen Funktionsbereichen zu verstehen und deren Auswirkungen auf den Jahresabschluss zu antizipieren,</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Simulation von Vorgängen und Abläufen in einem Medienunternehmen in einem umfassenden betriebswirtschaftlichen Kontext durch den Einsatz von entweder einem Unternehmensplanspiel, verschiedenen Case-Studies oder konkreten Fragestellungen aus dem aktuellen internationalen Mediengeschehen</p> <p>Erarbeiten von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen unter Einbeziehung von Fachwissen und Kenntnissen der Medienbranche</p> <p>Diskussion und Evaluierung von verschiedenen Alternativen und Szenarien</p>   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor   |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• gängige Contentmanagement Systeme (CMS) zu kennen und damit arbeiten zu können;</li><li>• Metainformationen einpflegen zu können;</li><li>• Formatvorlagen zu erstellen;</li><li>• Benutzerinteraktionen einzuplanen;</li><li>• technische Grundlagen zu verstehen und anzuwenden</li></ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Die Lehrveranstaltung vermittelt Grundlagenwissen zu den unterschiedlichen Contentmanagement- und Redaktionssystemen, die in der Praxis verwendet werden. Teil der Lehrveranstaltung ist die selbstständige Erstellung einer Website mit einem gängigen CMS (z.B. Wordpress, Typo3, Joomla).  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen in der Programmierung mit HTML und CSS anzuwenden;</li> <li>• Programmiersprachen wie Javascript, PHP und Adobe Flash in ihren Grundzügen zu verstehen;</li> <li>• netzwerktechnische Grundlagen des Internets (Webserver, FTP) für Projekte einzusetzen;</li> <li>• ein Mockup einer Webseite bzw. eine einfache HTML-Website zu erstellen;</li> <li>• Designentwürfe umzusetzen;</li> <li>• Videos und andere Multimedia-Elemente in Websites einzubetten.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Die Lehrveranstaltung gibt einen Überblick über aktuelle Formate, Software, Programmiersprachen sowie die Techniken der Suchmaschinenoptimierung (SEO) und vermittelt praxisnah die Anforderungen eines Web Production Workflows. Teil der LV ist die selbstständige Erstellung eines Mockups.   |



|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>   |
| <b>Credits</b>                | 1 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter / Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Das Themenspektrum von Diversity/Gender in den Medien mit zentralen sich ergebenden Potenzialen und Problemen zu thematisieren und zu diskutieren;</p> <p>Zwischen inhaltlichen, strukturellen, ethischen und kulturellen Komponenten zu differenzieren;</p> <p>Verschiedene Positionen zu benennen, Argumentationslinien nachzuvollziehen und Stellung zu beziehen;</p> <p>Anforderungen und Bedürfnisse des Publikums zu verbalisieren sowie Erfordernisse auf Medienmacherseite zu umreißen;</p> <p>Existierende (Lösungs-) Modelle und Ansätze kritisch hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit zu reflektieren.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Der Workshop beschäftigt sich mit dem Themenspektrum medialer/gesellschaftlicher Wandel, Fragmentierung, Identität nähert sich diese Lehrveranstaltung im Rahmen eines Workshops aus verschiedenen Perspektiven an. Dabei werden einerseits Theorien/Modelle sowie empirische Studien thematisiert, andererseits können unterschiedliche Anspruchsgruppen aus der Medienpraxis zu Wort kommen. (z.B.: Publikumsvertreter, Medienbeauftragte, Betroffene und Experten).</p> <p>Inhaltliche, strukturelle und ethische Komponenten finden Thematisierung.</p>  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 1 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Übungen, schriftliche Abschlussarbeit und/oder -prüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,<br>Grundlagen der Medienethik zu erfassen und anhand praktischer Beispiele aus dem Medienbereich ethische Fragestellungen des Journalismus zu diskutieren;<br>Praxisnahe Dilemmata zu erläutern<br>Beispiele aus dem publizistischen Alltag zu analysieren;<br>Konsequenzen und Potenziale von Integrität und persönlicher Verantwortung für die Erfüllung der journalistischen Aufgaben zu argumentieren und zu diskutieren |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Grundlagen der Medienethik<br>Ethik im Journalismus<br>Praxisnahe Dilemmata<br>Beispiele aus dem publizistischen Alltag<br>Integrität und persönliche Verantwortung  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>   |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Vortrag mit Übungen und/oder schriftlicher Test   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,<br>Cross-Media-Strategien zu erfassen, zu beschreiben und exemplarisch anzuwenden;<br>Mehrmediales Content-Management aus finanzieller, personeller und aus der Marktperspektive zu erfassen, zu argumentieren und zu konzipieren;<br>Schnittstellenmanagement zu erläutern und exemplarisch anzuwenden;<br>Managementtechniken entsprechend dem Bedarf angepasst anzuwenden. |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Cross-Media-Strategien<br>Mehrmediales Content-Management aus finanzieller, personeller und Marktperspektive<br>TIMES-Industrien<br>Schnittstellenmanagement<br>Anwendung von Managementtechniken   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>   |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Projektarbeit mit Präsentation und/oder schriftlicher Test  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>die Grundlagen der Produktionstheorie zu erfassen und zu beschreiben;<br/> Fragen der Medienproduktion und Beschaffung zu klären;<br/> Die technischen Rahmenbedingungen der Medienproduktion zu erfassen und in entsprechender Reihenfolge in einen Projektplan zu integrieren;<br/> Die Bedeutung dualer Absatzmärkte zu erfassen und zu argumentieren;<br/> Exemplarische Medienproduktionsprozesse zu planen und mit entsprechenden Managementtools zu begleiten;<br/> Die angeführten Fertigkeiten und Kompetenzen in Print, Online, Audio und Video umzusetzen;<br/> Auch mehrmediale Projekte zu handhaben</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Grundlagen der Produktionstheorie<br/> Technische Rahmenbedingungen<br/> Duale Absatzmärkte<br/> Medienproduktion und Beschaffung<br/> Fallbeispiele zur Medienproduktion aus Print, Online, Video &amp; Audio</p>   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Content-Produktion &amp; Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter (Übungen und/oder Projektarbeiten) und/oder schriftliche Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe, Modelle und Konzepte von Werbung, PR und Organisationskommunikation zu beschreiben, zu vergleichen und zu bewerten;</li> <li>• Modelle interner und externer Kommunikation zu beschreiben und hinsichtlich ihrer Potenziale und Probleme zu analysieren;</li> <li>• Fragen der Budgetierung und Finanzierung von PR-Aufgaben zu beantworten;</li> <li>• spezielle Probleme von Werbung/PR/Organisationskommunikation zu benennen und Lösungsstrategien zu argumentieren (z. B. Theorien und Modelle des Krisenmanagements zu erklären und hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit zu diskutieren);</li> <li>• die Abgrenzung zu journalistischer Tätigkeit zu argumentieren und potentielle Konflikte zu erfassen.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entstehung und Entwicklung von Werbewirtschaft</li> <li>• Überblick über die österreichische Werbewirtschaft</li> <li>• Grundbegriffe, Modelle und Konzepte von Werbung, PR und Organisationskommunikation</li> <li>• Interne und externe Kommunikation</li> <li>• Budgetierung und Finanzierung von PR-Aufgaben</li> <li>• Spezielle Probleme von Werbung/PR/Organisationskommunikation (z. B. Krisenmanagement etc.)</li> <li>• Abgrenzung zur journalistischen Tätigkeit (potentielle Konflikte)</li> </ul>   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Übungen, schriftliche Abschlussarbeit und/oder -prüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Präsentationen inhaltlich optimal strukturieren</li> <li>Präsentationen visuell sowie zielgruppenspezifisch optimal aufbereiten</li> <li>Rhetorische Stilelemente gekonnt einsetzen</li> <li>Eigene Stärken und Schwächen reflektieren</li> <li>Mit anderen professionell interagieren sowie sich ihnen gegenüber situationsangemessen verhalten</li> <li>Feedback und Kritik nehmen und geben</li> <li>Leistungen und Fähigkeiten reflektieren und weiterentwickeln</li> <li>Die modernen Medien zielgerichtet einsetzen und sind sensibilisiert für deren</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Präsentationstechnik: Vorbereitung, Aufbau und Durchführung von Präsentatio-nen, sowie adäquaten erweiterten Medieneinsatz</li> <li>Reflexion der Präsentationsfähigkeit</li> <li>Persönliche Kommunikation: Wirkung auf andere</li> <li>Körpersprache: bewusster Einsatz sowie Erkennen von Signalen in Gesprächssituationen</li> </ul>  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Projektarbeit mit Präsentation und/oder schriftlicher Test   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Voraussetzungen für Qualität und Professionalität im Management zu benennen und zu argumentieren;</p> <p>Das Konzept des Total Quality Managements zu verstehen und zu erläutern;</p> <p>TQM für Medien zu konzipieren und exemplarisch anzuwenden;</p> <p>Kerninhalte des Finanzmanagements zu verstehen;</p> <p>Wechselwirkungen aber auch Grenzen von publizistischer und ökonomischer Qualität als Erfolgsfaktor zu verstehen und zu argumentieren;</p> <p>Die Verantwortung des Medienmanagements zu reflektieren und nachvollziehbar zu argumentieren.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Voraussetzungen für Qualität und Professionalität</p> <p>Das Konzept des Total Quality Managements</p> <p>TQM für Medien</p> <p>Finanzmanagement</p> <p>Publizistische Qualität als Erfolgsfaktor</p> <p>Ökonomische Qualität als Erfolgsfaktor</p> <p>Verantwortung des Medienmanagements</p>  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>   |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter (Übungen), Projektergebnisse und/oder Präsentation   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,<br>Rhetorische Stilelemente gekonnt einsetzen<br>Argumente systematisch und themenspezifisch suchen und finden<br>Argumente zielgerichtet aufbauen und wirkungsvoll einsetzen<br>In Diskussionen professionell auftreten<br>Eigene Stärken und Schwächen reflektieren<br>Feedback und Kritik nehmen und geben<br>Leistungen und Fähigkeiten reflektieren und weiterentwickeln |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Rhetorik<br>Argumentationstechniken<br>Feedbacktechniken<br>Reflexionsschritte zu einer zielgerichteten Weiterentwicklung und passenden Anwendungstransfer  |



|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Projektarbeiten zu Fallstudien über die Unternehmensstrategien und/oder schriftliche Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Vision, Mission, Leitbild zu beschreiben und voneinander zu unterscheiden;</p> <p>Den Strategiebegriff zu erklären und die verschiedenen –perspektiven zu erläutern;</p> <p>Die Elemente eines rational geplanten, durchgängigen Strategieprozesses zu benennen;</p> <p>Die strategische Ausrichtung für eine Organisation zu entwickeln und die Implementierung vorzubereiten;</p> <p>Instrumente zur Analyse, Optionenwahl und für Umsetzungsphasen zielgerichtet anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und Handlungsempfehlungen abzuleiten;</p> <p>Die Wertschöpfung in einem Unternehmen zu analysieren und Optimierungsmaßnahmen abzuleiten (sowie diese mittels eines geeigneten Change Managements umzusetzen).</p>   |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Vision, Mission, Leitbild</p> <p>Strategiebegriff und –perspektiven</p> <p>Strategieprozess</p> <p>Umfeldanalyse (Makroumfeld, Mikroumfeld, Branchenstruktur-Modell)</p> <p>Unternehmensanalyse [(Kern-)Kompetenzen, Potenzialanalyse]</p> <p>Strategische Analyse (Strategiegestaltung auf Unternehmensebene (z. B. SWOT-Analyse), Geschäftsfeldsegmentierung, strategisches Spielbrett, Konzepte der Portfolioplanung (z.B. BCG-Matrix, McKinsey-Matrix etc.))</p> <p>Strategieentwicklung [interne versus externe Entwicklung von Geschäftsfeldern, strategische Allianzen, Diversifikationsstrategien, Strategiegestaltung auf Geschäftsfeldebene, Wettbewerbsvorteile, Differenzierungsstrategie (Innovationen), Kostenführerschaft-Strategie (economies of scale, Erfahrungskurve etc.)]</p> <p>Strategieumsetzung</p> <p>Strategische Frühwarnsysteme und Strategiekontrolle</p> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Bachelor-Studiengang für Journalismus und Medienmanagement</b>  |
| <b>Credits</b>                | 4 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | /  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• im Team eine Geschichte vor Ort (Pressekonferenz, etc.) zu drehen;</li> <li>• im Team zu schneiden und zu texten;</li> <li>• im Team eine Dramaturgie zu erarbeiten und Storytelling umzusetzen;</li> <li>• im Team eine Sendung zu produzieren;</li> <li>• Prinzipien der Sendungsplanung zu verstehen und anzuwenden;</li> <li>• alle technischen Positionen für die Sendungsproduktion auszufüllen;</li> <li>• zu moderieren;</li> <li>• neue Inhalte für weitere Sendungen zu erarbeiten;</li> <li>• eine Sendung zu produzieren (technische Abläufe)</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbindung von Videos im Online-Bereich</li> <li>• Gestaltung eines TV/Video-Online-Magazins</li> <li>• Studio: Prozesse und Abläufe</li> <li>• Live-Regie (Basics und ihre Anwendung)</li> <li>• Einbindung grafischer Designs in Video-Content</li> <li>• Moderationstechnik</li> </ul>   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Content-Produktion &amp; Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor</b>   |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elemente des Screen Designs zu benennen und deren Bedeutung zu verstehen;</li> <li>• bei Konzeption und Design von Websites die Anforderungen verschiedener Ziel- und Dialoggruppen zu berücksichtigen;</li> <li>• den Aufbau und die Art der Navigation (Benutzerführung) zur interaktiven Kommunikation zu nutzen;</li> <li>• Inhalte in Beziehung zueinander zu bringen, so dass ein harmonisches Gesamtbild entsteht;</li> <li>• das Informationsangebot in einer benutzerfreundlichen und ästhetisch ansprechenden Oberfläche zweckmäßig zu organisieren;</li> <li>• Icons und optische Signale (Eyecatcher) gezielt einzusetzen;</li> <li>• typografische Grundregeln anzuwenden.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Die Lehrveranstaltung vermittelt die Grundlagen über den Aufbau und das Design von Websites mit Fokus auf visuelle Gestaltungsmerkmale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzeption, Marktanalyse &amp; Zielformulierung</li> <li>• Aufbau von Websites, Navigation</li> <li>• Responsive Design</li> <li>• Farbharmonien, Raster</li> <li>• Sketching, Wireframes</li> <li>• Typographie &amp; Icons</li> </ul>  |

## **III.3. Management & Entrepreneurship**

| Studiengang                   | Unternehmensführung (UF)   |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den Beschaffungsbereich anhand seiner Funktionen und Objekte von anderen Unternehmensbereichen abzugrenzen</li> <li>• betriebswirtschaftliche Entscheidungen im Beschaffungsbereich vorzubereiten (z.B. Make or Buy, Lieferantenauswahl, optimale Bestellmenge etc.)</li> <li>• zwischen verschiedenen Arten von Produktionsprozessen zu differenzieren</li> <li>• betriebswirtschaftliche Entscheidungen im Produktionsbereich vorzubereiten (z.B. Produktionsstandort, Layoutplanung, Reihenfolgeplanung etc.)</li> <li>• einen systematischen Überblick über die Aufgaben der Logistik (Verpackung, Transport, Lagerung, Kommissionierung etc.) zu geben</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Wertschöpfungsprozess, Produktionsfaktoren, Aufgaben des Beschaffungsmanagements, Bedarfsermittlung, Beschaffungsmarktforschung, Make or buy, Bestellpolitik, Lieferantenmanagement, Beschaffungscontrolling, Standortwahl, Produktionsmanagement, Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik, Supply Chain Management  |

| Studiengang            | Unternehmensführung (UF)   |
|------------------------|--|
| Credits                | 3 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 4. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Immanente Teilleistungen und/ oder Abschlussprüfung  |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das CAPM zu erläutern und anzuwenden</li> <li>• das Kapitalstrukturmodell von Modigliani/Miller, erweitert um Unternehmens- und Personensteuern, zu verstehen und anzuwenden</li> <li>• Probleme in Unternehmen, wie Financial Distress und PrinzipalAgenten-Probleme zu identifizieren und zu bewerten</li> <li>• Finanz-Optionen zu verstehen und zu bewerten sowie Realoptionen zu verstehen</li> <li>• die verschiedenen Auszahlungs- und Dividendenstrategien von Unternehmen zu bewerten</li> <li>• Unternehmensbewertungen nach verschiedenen Ansätzen durchführen zu können</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financial Options,</li> <li>• Option Valuation</li> <li>• Real Options</li> <li>• Capital Budgeting and Valuation with Leverage</li> <li>• Valuation and Financial Modeling</li> <li>• Business Valuation</li> </ul>  |

| <b>Studiengang</b>            | <b>Unternehmensführung (UF)</b>  |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• statische und dynamische Investitionsrechenverfahren anzuwenden,</li><li>• über die Vorteilhaftigkeit von Investitionen ein Urteil abzugeben,</li><li>• die unterschiedlichen Finanzierungsvarianten zu erklären und umzusetzen.</li></ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Grundlagen zur Finanzwirtschaft, Finanzmathematik, statische und dynamische Investitionsrechnungsverfahren, Finanzierung, Finanzierungsformen, Finanzierungsmodelle, kurzfristige Finanzplanung  |

| Studiengang                   | Unternehmensführung (UF)  |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanente Teileistungen und/ oder Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Entscheidungsregeln der Investitionsrechnung anzuwenden</li> <li>• die Bewertungsmodelle für Aktien und Anleihen zu verstehen und anzuwenden</li> <li>• die Instrumente der langfristigen Eigen- und Fremdkapitalfinanzierung umzusetzen</li> <li>• Leasing als Finanzierungsalternative zu begründen</li> <li>• die Bedeutung des Working Capital Managements zu erläutern und den kurzfristigen Finanzmittelbedarf zu ermitteln</li> <li>• Mergers and Acquisitions aus finanzwirtschaftlicher Sicht zu beurteilen</li> <li>• die Konzepte des Corporate Governance und des betrieblichen Risikomanagement anzuwenden</li> <li>• den Zusammenhang zwischen Risiko und Rendite zu verstehen</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• The Time Value of Money</li> <li>• Interest Rates</li> <li>• Financial Markets &amp; Capital Markets</li> <li>• The Stock Market</li> <li>• Monetary Markets</li> <li>• Valuing Stocks</li> <li>• Valuing Bonds</li> </ul>   |



| Studiengang                   | Unternehmensführung (UF)   |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanente Teilleistungen und/ oder Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Konzepte der Mikroökonomie zu kennen,</li> <li>• Angebots- und Nachfragekurve zu verstehen,</li> <li>• die mikroökonomischen Marktstrukturen zu kennen,</li> <li>• Über Einkommen und Einkommensverteilung diskutieren zu können,</li> <li>• die verschiedenen Arten des Marktversagens zu kennen,</li> <li>• die grundlegenden Konzepte der Makroökonomie zu kennen,</li> <li>• das Modell der aggregierten Nachfrage zu verstehen,</li> <li>• die volkswirtschaftlichen Komponenten von Banksystemen und Geldsystemen zu kennen,</li> <li>• die volkswirtschaftliche Bedeutung von Inflation, Zinssätzen und Ratingagenturen erläutern zu können,</li> <li>• die modelltheoretischen Ursachen und Bekämpfungsmethoden von Inflation und Arbeitslosigkeit darzustellen,</li> <li>• Wirtschaftspolitische staatlich Eingriffe in Bezug auf die ökonomischen Auswirkungen erklären können,</li> <li>• die dargestellten Konzepte englischsprachig korrekt darstellen zu können und</li> <li>• die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Mikroökonomie, Märkte und Marktverhalten, Märkte in Veränderung, Marktstrukturen, Nachfrageentscheidungen, Einkommen, Politische Rahmenbedingungen</li> <li>• Makroökonomie: Key Performance Indicators, Gesamtwirtschaftliches Angebot, AD-AS/ IS-LM Modelle, Gesamtwirtschaftliche Nachfrage, Geld und Finanzwirtschaft, Zinsen, Ratingagenturen, Inflation und Beschäftigung, Makroökonomische Rahmenbedingungen</li> </ul>  |

| Studiengang            | Unternehmensführung (UF)   |
|------------------------|--|
| Credits                | 3 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 2. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung   |
| Kompetenzerwerb        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,<br>die Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung zu verstehen,<br>Die Kostenrechnung als Mittel zur Planung, Kontrolle und Dokumentation einzusetzen,<br>Kosten und Preise zu ermitteln sowie Make or Buy Entscheidungen zu treffen |
| Lehrinhalte            | Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Überleitung Aufwendungen zu Kosten, Kostenarten- und Kostenstellenrechnung, Kalkulatorische Ergebnisrechnung, Klassische Vollkostenrechnung, Teilkostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, Plankostenrechnung   |

| Studiengang            | Unternehmensführung (UF)  |
|------------------------|---|
| Credits                | 4 ECTS  |
| Semester im Curriculum | 2. Semester   |
| Leistungsbeurteilung   | Immanente Teilleistungen und/ oder Abschlussprüfung   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingspezifisches Fachvokabular zu benennen und adäquat einzusetzen</li> <li>• Ziel und Funktion von Marketing im betriebswirtschaftlichen Unternehmenskontext zu beschreiben</li> <li>• einen Marketingmanagementprozess zu beschreiben</li> <li>• erste strategische Analysetools zu benennen, zu erläutern und exemplarisch in ersten Grundzügen anzuwenden</li> <li>• Grundlagen des KonsumentInnenverhalten zu erklären und Verknüpfungen zum Marketingmanagement herzustellen</li> <li>• eine strategische Marketingplanung, inklusive Marktauswahl/Segmentierung, Zieldefinitionen und Marketingstrategien zu beschreiben, zu begründen und erste Praxisanwendungen zu verknüpfen</li> <li>• einen Überblick über das Spektrum möglicher operativer Marketingmaßnahmen im Rahmen des Marketingmix zu geben, diese zu erläutern und erste Anwendungsfelder zu bestimmen</li> <li>• Marketingbudget relevante Faktoren aufzuzählen</li> <li>• einen Überblick über mögliche Marketingcontrollingmaßnahmen und -kennzahlen zu geben</li> <li>• Marketingspezifika für Dienstleistungs-, B2B- bzw. Investitionsgüter-, Handels- und Unternehmen zu identifizieren und zu unterscheiden</li> <li>• Marketingprobleme zu identifizieren, zu erläutern und erste Lösungsansätze zu entwickeln.</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Herausforderungen des Gegenwartsmarketings, Aufgaben des Marketingmanagements, Bestandteile des Marketingplans, Ist-Analyse Instrumente, Marktsegmentierung, Zielgruppendefinition, Festlegung von Marketingzielen inkl. Positionierung, Marketingstrategien, operative Marketingmaßnahmen im Rahmen des Marketingmix (Produkt-, Preis-, Kommunikation-, Distributionspolitik) Erfolgskontrolle, KonsumentInnenverhalten, sektorale Marketingspezifika im Dienstleistungs-, Investitionsgüter- und Handelsbereich</p>  |

| Studiengang                   | Unternehmensführung (UF)  |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanente Teilleistungen und/ oder Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• operatives und strategisches Marketingmanagement zu unterscheiden zu erläutern</li> <li>• die Aufgaben und Rolle eines Marketingmanagers zu benennen und zu reflektieren</li> <li>• die Auswahl und Steuerung externer Marketingzulieferer (Agenturen, Marktforschungsinstitute, Druckereien, etc.) zu erklären und entsprechende Entscheidungen argumentieren zu können</li> <li>• unternehmensinterner Schnittstellen (Produktentwicklung, Vertrieb, Produktion, etc.) zu identifizieren und Marketing relevante Aufgabenbereiche steuern zu können</li> <li>• Chancen und Herausforderungen im Produktlebenszyklus und Customer Journey zu benennen und entsprechende Konzepte erklären und bewerten zu können</li> <li>• Customer Relationship Management erklären und entsprechende Konzepte erstellen zu können</li> <li>• die Digitalisierung im Marketing (Social Media, SEO, SEA, etc.) zu beschreiben und erste konzeptionelle Überlegungen anzustellen</li> <li>• die in Teilmodul 1 erlernten und erarbeiteten Marketingmanagement-Instrumente, -Konzepte und -Werkzeuge für einen realen Anlassfall oder eine Case Study einzusetzen und zu interpretieren.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Grundansätze von Marketing-Management, Analyse im Marketing-Management, Strategische Planung, Management von Produkten und Marken, Management von Dienstleistungen, Preismanagement, Management der Marketingkommunikation, Management von Verkauf und Verkaufsorganisation, Management des Distributionssystems, Management von Einzelhandel, Großhandel und Warenlogistik, Management von Direkt und Online-Marketing, Marketingorganisation, Marketingcontrolling, Marketingaudit</p>   |

| Studiengang                   | Unternehmensführung (UF)  |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanente Teilleistungen und/ oder Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• Rolle und Ziele des Strategischen Management auf Geschäftsfelds- und Unternehmensebene zu verstehen,</li><li>• Zusammenhänge in der strategischen Analyse zu verstehen,</li><li>• Formulierung der Strategien und Alternativen zu erklären und anzuwenden,</li><li>• Implementierungsplan zu erstellen.</li></ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Konzept des strategischen Managements, Strategisches Management auf Geschäftsfelds- und Unternehmensebene, strategische Analyse, Formulierung der Strategien, Formulierung und Bewertung der strategischen Alternativen, Balance Score Card, Implementierung der Strategien   |

| Studiengang                   | Unternehmensführung (UF)   |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter (mit schriftlicher Prüfung)   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Unternehmensübergreifende Prozesse entlang der Wertschöpfungskette/Lieferkette (Supply Chain) zu analysieren</p> <p>Den Beschaffungsbereich anhand seiner Funktionen und Objekte von anderen Unternehmensbereichen abzugrenzen</p> <p>Den Zusammenhang von Bedarfsermittlung, Bedarfsmarktforschung, Entscheidungen über Make or Buy, Lieferantenmanagement und Bestellungen zu verstehen</p> <p>Die Bedeutung des Beschaffungscontrolling und seine wichtigsten Instrumente zu erkennen</p> <p>Grundlegende Begriffe der Produktion zu erläutern</p> <p>Verschiedenen Arten von Produktionsprozessen zu unterscheiden</p> <p>Die unterschiedlichen Sichtweisen der Logistik zu verstehen (Logistik als: material- und warenflussbezogene Dienstleistungsfunktion, Koordinationsfunktion, flussorientierte Führung des Unternehmens, Supply Chain Managements)</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Wertschöpfungsprozess, Produktionsfaktoren, Aufgaben des Beschaffungsmanagements, Bedarfsermittlung, Beschaffungsmarktforschung, Make or buy, Bestellpolitik, Lieferantenmanagement, Beschaffungscontrolling, Standortwahl, Produktionsmanagement, Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik, Supply Chain Management</p>   |

| Studiengang                   | Unternehmensführung (UF)   |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 1 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter (mit Fallstudie)  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundbegriffe der Unternehmensethik zu definieren</li> <li>Ethische Fragestellungen als solche zu erkennen</li> <li>Optionen im Umgang mit ethischen Dilemmata zu identifizieren</li> <li>Die Vorteilhaftigkeit der Wahl bestimmter Optionen zur Lösung ethischer Dilemmata zu beurteilen</li> <li>Best-Practice-Beispiele zur Corporate Social Responsibility bzw. zur einer nachhaltigen Unternehmensführung zu identifizieren und zu diskutieren</li> <li>Maßnahmen zur Prävention und zum Umgang mit Unternehmenskriminalität zu entwickeln</li> <li>Die Erreichung von Zielen zur Steuerung von ethischen Fragestellungen zu evaluieren.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Begriff Unternehmensethik, Shareholder Value versus Stakeholder Value, Responsible Leadership, Good Corporate Governance, Unternehmenskultur und Integrität, Ethische Entscheidungsfindung, Corporate Social Responsibility, unternehmensethische Herausforderungen der Globalisierung, Nachhaltigkeitsmanagement, Prävention von bzw. Umgang mit Wirtschaftskriminalität bzw. Korruption</p>   |

## **III.4. Tourism and Hospitality Management**



| Studiengang                   | Tourismus-Management (TM)/Bachelor  |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter / Abschlussprüfung; 80% Abschlussprüfung<br>20% immanente Teilleistungen (z.B. schriftliche Ausarbeitungen, Kurzpräsentationen, schriftliche Zwischentests, mündliche Prüfungen, Lösung von Übungsbeispielen, etc.)  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,<br>Abschlussbuchungen vorzunehmen, eine einfache Bilanz/G&V zu erstellen und einen Jahresabschluss zu interpretieren.<br>Die Zusammenhänge zwischen Bilanz und G&V zu verstehen.<br>Die Gestaltung von Jahresabschlüssen vorzunehmen.<br>Insolvenzursachen zu erkennen Lösungsvorschläge darzulegen.<br>Erfolgs- und zahlungsstromorientierte Sichtweisen zu unterscheiden und die Konsequenzen dieser Sichtweisen auf Managemententscheidungen zu analysieren. |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Bewertungsprinzipien, Abgrenzungen und Abschlussbuchungen, Bilanz/G&V, Inhalt/Zweck und Interpretation des Jahresabschlusses, Bilanzkreislauf, Insolvenzursachen und ihre Vermeidung, Gestaltung von Jahresabschlüssen, Kennzahlen erfolgsorientierter und zahlungsstromorientierter Betrachtung  |

| Studiengang            | Tourismusmanagement (TM)/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 6 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 6. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | 60% integrierte Abschlussprüfung, je 20% Zwischenüberprüfungen aus den Bereichen Human Resource Management und Arbeitsrecht  |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... grundlegende Arbeitsabläufe des Personalmanagements zu identifizieren und diesbezüglich Zusammenhänge zu verstehen</li> <li>... das Personalmanagement im betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Kontext zu erkennen</li> <li>... die Methoden der jeweiligen Funktionen und Anforderungen an das Personalmanagement zu differenzieren</li> <li>... einfache Probleme im Personalmanagement sowie einfache arbeitsrechtliche Problemstellungen zu analysieren und zu lösen</li> <li>... kritische rechtliche Situationen zu erkennen und die nötigen Informationen zu filtern</li> <li>... die Diagnose der Kompetenzen zu verstehen</li> <li>... die Auswirkungen von Personalentscheidungen zu differenzieren und eigene Schlussfolgerungen unter Berücksichtigung der Sozialverträglichkeit zu ziehen</li> <li>eigenes sowie das Verhalten anderer einzuschätzen, Potentiale und Entwicklungsfelder zu interpretieren und Entwicklungsmaßnahmen zu definieren</li> <li>... selbständige Bewertungen und Argumentationen im Personalmanagement sowie im Arbeitsrecht zu treffen</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Personalauswahl, Externes und internes Recruiting, Auswahlverfahren (Strukturiertes Interview, Test, Assessment Center, Simulationen)</p> <p>Personaleinsatzplanung</p> <p>Anforderungsprofile – Stellenbeschreibungen</p> <p>Personalmarketing</p> <p>Kompetenzdiagnostik und –Entwicklung</p> <p>Dokumentation von Personaldaten (computerunterstützt),</p> <p>Theorie über das Mitarbeiterverhalten, Motivationsbegriff in der BWL, Motivations-theorien</p> <p>Individual- und Kollektivvertragsrecht, Dienstrecht, Lehrvertrag</p> <p>Arbeitszeit, Mutterschutz, Betriebsrat, Sozialpartnerschaft</p> <p>Umsetzung bzw. Anwendung anhand konkreter Fallbeispiele, Simulationen, Rollen-spiele, Workshops, Gruppenarbeiten</p>  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter, 30% laufende Leistungsfeststellungen, 70% abschließende Klausur   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,<br>Forschungsdesigns zu beschreiben und zu entwickeln.<br>Forschungsfragen und Hypothesenmodelle zu entwickeln.<br>Die richtigen Skalenniveaus zu wählen.<br>Verletzungen von Gütekriterien zu erkennen.<br>Die passende Datenerhebungstechnik zu wählen.<br>Einfache Fragebögen zu gestalten (s. die Vertiefung in Wissenschaftlich Arbeiten 2).<br>Stichprobenauswahlverfahren anzuwenden und zu kombinieren.<br>Den notwendigen Stichprobenumfang zu berechnen.<br>Die Repräsentativität von Stichproben zu beurteilen |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Ablauf Forschungsprozess<br>Fachbegriffe der Marktforschung<br>Formulierung und Operationalisierung von Forschungsfragen<br>Formulierung von Hypothesen(modellen)<br>Forschungsdesigns, Gütekriterien<br>Quantitative Datenerhebungstechniken<br>Arten von Fragen; Skalen und Skalierung<br>Stichprobenauswahlverfahren und Stichprobenumfang, Repräsentativität  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter; 60 % schriftliches Konzept, 20% Präsentation, 20 % Einzelaufträge   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativitätsprozesse zu initiieren, um touristisch relevante Destinationen und deren Angebote zu identifizieren.</li> <li>• daraus abgeleitet Exkursionsprogramme anhand relevanter Projektmanagement Tools zu planen und zu entwickeln.</li> <li>• Projektinformationen und -inhalte in Konzepten zusammenzufügen und zu präsentieren.</li> <li>• touristische Exkursionen unter Berücksichtigung von Projektmanagement zu organisieren und auszuführen.</li> <li>• Abläufe und Prozesse kritisch zu untersuchen, zu evaluieren und zu diskutieren.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Identifikation touristisch relevanter Destinationen<br/> Datenrecherche und Generierung eines Ideenkonzepts für eine selbstorganisierte Exkursion<br/> Eigenständige Planung anhand relevanter Projektmanagement Tools<br/> Präsentation der Projektidee<br/> Umsetzung der Projektidee (Reiseorganisation, inhaltliche Programmgestaltung)<br/> Ordnungsgemäßer Projektabschluss (Reflexion, Projektnachbereitung)</p>  |

| Studiengang            | Tourismusmanagement (TM)/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 2 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 6. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Immanenter Prüfungscharakter<br>Test, Marketingplan, Konzept, Review, Budget, Präsentation   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Hotelmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... die wichtigsten Aspekte in Bezug auf Websitegestaltung in der Hotellerie wiederzugeben</li> <li>... branchenrelevante Vertriebspartner zu klassifizieren und zu beurteilen</li> <li>... Revenue Management in der Hotellerie zu erklären und Einsatzmöglichkeiten in Klein- und Großbetrieben zu benennen</li> <li>... die Grundzüge der Umsatz- und Kostenplanung zu erklären; wichtige Umsatzkennzahlen zu interpretieren und einen Umsatzplan zu entwickeln und zu berechnen</li> <li>... die verschiedenen Betriebsformen in der Hotellerie zu unterscheiden und deren Auswirkungen zu beschreiben</li> <li>... gesetzliche und rechtliche Vorgaben und damit verbundene Rechte und Pflichten zu benennen und zusammenzufassen</li> <li>... die Besonderheiten eines Hotel preopenings wiederzugeben</li> <li>... Manuals und Prozesse aus den Bereichen HR und QM zu interpretieren und zu prüfen sowie die wichtigsten Aufgaben des General Managements zu beschreiben</li> <li>... den Bereich des Hotel Consultings zu erklären und den Nutzen aus Sicht eines Hotels zu untersuchen</li> </ul> <p>Kongress- &amp; Tagungsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... einen Kongress vollständig zu kreieren und alle dafür notwendigen Teilschritte und -prozesse zu planen und zu organisieren</li> <li>... in der Rolle als ProjektmanagerIn ein Kongresskonzept zu entwickeln, Budget und Kalkulation zu berechnen und das Gesamtergebnis dem/der AuftraggeberIn zu präsentieren</li> <li>... erstellte Budgets zu prüfen, zu analysieren und zu beurteilen</li> </ul> <p>Eventmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...die rechtlichen und personellen Rahmenbedingungen und Besonderheiten zu identifizieren, zu erklären und zu beurteilen</li> <li>... Merkmale und Strukturen des internationalen Eventmarketings zu benennen und zu diskutieren</li> <li>... Eventmarketingkonzepte eigenständig zu planen, Eventmanagementprozesse und -abläufe zu evaluieren und Ergebnisse zusammenzufassen</li> </ul> <p>Management touristischer Verkehrsträger</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...die Thematik von berufsmotivierten Reisen zu beschreiben und diskutieren, Aufgaben und Ziele zu erklären und aktuelle Entwicklungen und Trends zu analysieren</li> <li>... Incoming Tourismus zu definieren, Aufgaben und Ziele zu erklären und aktuelle Entwicklungen zu analysieren</li> </ul> |

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | <p>... die Begriffe Reisemittler/Reiseveranstalter zu definieren und auseinanderzuhalten</p> <p>... die Arbeitsweise, Organisation und Aufgabengebiete von Reisemittlern und -veranstaltern zu beschreiben und zu untersuchen</p> <p>... Strategisches und operatives Management sowie Revenue Management für Reiseveranstalter zu verstehen und berufsspezifisch anzuwenden</p> <p>...verschiedene Tourismusprodukte (Reiseversicherung, Autovermietung) kritisch zu prüfen, zu bewerten und mit Fachexperten zu diskutieren</p> <p>Travel-Management</p> <p>... Fallbeispiele zu lösen und Praxisprojekte zu organisieren</p> <p>... Optimierungspotentiale zu identifizieren und zu bewerten</p> <p>... Daten zum Travel-Management zu sammeln, zu dekodieren, zu analysieren und zu präsentieren</p> <p>... das Thema Travel-Management zu validieren, zu entwickeln oder zu modifizieren</p>  |
| <p><b>Lehrinhalte</b></p> | <p>Hotelmanagement</p> <p>Websitegestaltung (direkte Buchbarkeit)</p> <p>Vertriebspartner</p> <p>Revenue Management – Einsatzmöglichkeiten in Klein- und Großbetrieben</p> <p>Umsatz- &amp; Kostenplanung im Überblick - Benchmark div. Zahlen im Management – wichtige Umsatzkennzahlen, Erstellung eines Umsatzbudgets</p> <p>Besitzer – Pächter – Betreiber – die verschiedenen Formen des Hotelbetriebs und deren Auswirkungen</p> <p>Behördliche Vorgaben in Ö – Betriebsanlagengenehmigung, laufende Überprüfungen und Wartungen auf Grund der gewerblichen Vorgaben – gewerberechtliche Geschäftsführung;</p> <p>Preopening – Besonderheiten im Überblick</p> <p>HR, Qualitätsmanagement in der Hotellerie – Manuals &amp; Prozesse, Aufgaben General Management</p> <p>Hotel Consulting – kurzer Überblick und Nutzen aus Sicht des Hotels</p> <p>Kongress- &amp; Tagungsmanagement</p> <p>Kreation, Planung und Organisation eines fiktiven Kongresses</p> <p>Entwicklung eines Kongresskonzepts sowie Berechnung und Kalkulation eines Kongressbudgets</p> <p>Präsentation der Zwischenergebnisse unter Nutzung diverser Präsentationstechniken</p> <p>Überprüfung und Analyse der erarbeiteten Budgets</p> <p>Eventmanagement</p> <p>Rechtliche Grundlagen (Besonderheiten des Veranstaltungsrechts)</p> <p>Personalagenden</p> <p>Internationales Eventmarketing</p> <p>Planung und Konzeptionierung eigener Projekte</p> <p>Lessons learned</p> <p>Management touristischer Verkehrsträger</p> <p>Geschichte, Konzepte und Entwicklung von Reiseveranstaltern (Business Travel, MICE, Messen/Incentives/Kongresse)</p> <p>Incoming Tourismus</p> <p>Reisemittler/Reiseveranstalter</p> <p>Das Produkt Reiseversicherung</p> <p>Geschäftsreisemanagement</p> <p>Hertz Autovermietung</p> |

Gastvorträge und Übungsbeispiele  
Travel-Management  
Fallbeispiele, Praxisprojekte  
Optimierungspotentiale, Daten Travelmanagement

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Bachelor</b>   |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter, 40% Zwischenklausur, 60% schriftliche Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Die Grundzüge der Korrelations- und Regressionsrechnungen zu verstehen und die Ergebnisse zu interpretieren.</p> <p>Die Grundlagen der Stichprobentheorie erklären zu können und Stichprobenberechnungen durchführen zu können.</p> <p>Einfache statistische Testverfahren zu differenzieren.</p> <p>Die Grundlagen der Prognoserechnung erklären und einfache Berechnungen durchführen zu können.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Stichprobentheorie – Stichprobenerhebung, Auswahlverfahren, Hochrechnung, Fehlerrechnung, Mikrozensus</p> <p>Korrelations- und Regressionsanalysen – Bewertung und Interpretation der Ergebnisse</p> <p>Statistische Testverfahren – Arten von Tests, Anpassungstests, Unabhängigkeitstests</p> <p>Parametrische und nicht-parametrische Testverfahren</p> <p>Zeitreihen, Delphi-Prognosen</p> <p>Uni- und bivariate Datenanalyse (deskriptive Statistik)</p>                               |



| Studiengang            | Tourismusmanagement (TM)/Bachelor   |
|------------------------|---|
| Credits                | 6 ECTS  |
| Semester im Curriculum | 2. Semester   |
| Leistungsbeurteilung   | Immanenter Prüfungscharakter /Abschlussprüfung  |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen der Marktsegmentierung zu kennen und auf einen Beispielfall anzuwenden.</li> <li>• den Ablaufprozess einer Marktsegmentierung wiederzugeben</li> <li>• die Besonderheiten und Wirkungsmöglichkeiten von Produkt- und Preispolitik, Distribution und Vertrieb als Instrumente des Marketing-Mix zu erläutern.</li> <li>• touristische Produkte zu unterscheiden, die Einflüsse auf die Produktentwicklung zu bestimmen, und den Produktentwicklungsprozess darzustellen.</li> <li>• KonsumentInnenzufriedenheit und -loyalität zu unterscheiden, Dienstleistungsqualität zu definieren.</li> <li>• Preisentscheidungen herzuleiten, interne und externe Einfluss-faktoren auf die Preisentscheidungen zu nennen, Preisfestsetzung zu argumentieren.</li> <li>• die Wichtigkeit der Distributionskanäle zu begründen und eine Distributionsstrategie zu erstellen.</li> <li>• Dialogmarketing als Instrument zur Kommunikation einer Marketingaktivität – unter Einbindung von produkt- und preispolitischen sowie vertrieblichen Überlegungen zu nutzen, zu planen, durchzuführen und zu evaluieren.</li> <li>• die Grundlagen des Destinationsmanagements darzustellen und an Hand von Beispielen zu diskutieren.</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Segmentierung und Positionierung: geographische, demographische, psychographische, verhaltensorientierte Segmentierung, Positionierungsstrategien</p> <p>Marketing Mix: das touristische Produkt, Produktlebenszyklus, Produktentwicklungsprozess</p> <p>Kundenzufriedenheit, Servicequalität, Relationship Marketing, GAP-Model, Preis als Marketinginstrument: Einflussfaktoren der Preisentscheidung, Preisfestsetzung, Preisstrategien, Zusammenhang Produktpolitik und Preispolitik</p> <p>Distribution als Instrument im Marketing Mix, Bedeutung und Eigenschaften von Distributionskanälen, Organisation und Konzeption eines Distributionssystems, distributionspolitische Maßnahmen, Vertriebscontrolling, Zusammenhang Distributions-, Produkt- und Preispolitik</p> <p>Werbung: Marktkommunikation, zielgruppenaffine Kommunikation, CRM als Basis für Dialogmarketing, Planungsprozess einer Dialog-marketing-Aktion, Zielgruppenselektion, Mehrstufige Aktionen im Dialogmarketing, rechtliche Aspekte des Dialogmarketings, Adressen und Daten, Database Marketing, Geomarketing</p>  |

Grundlagen des Destinationsmanagements, Aufgaben und Arbeitsweisen  
im Destinationsmanagement. Beispiele des Wien Tourismus und aus einer  
Ferienregion

| Studiengang            | Tourismusmanagement (TM)/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 1 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 6. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Abschlussprüfung, Test   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die theoretischen und praktischen Grundlagen der Tourismuspolitik zu beschreiben und zu erklären</li> <li>• die politische und staatsrechtliche Einordnung der Querschnittsmaterie Tourismus zu definieren, die wichtigsten Akteure und Aufgaben zu benennen sowie die volkswirtschaftliche Bedeutung zu beurteilen</li> <li>• die tourismuspolitischen Zuständigkeiten und Kompetenzen des Bundes und der Länder zu ordnen und zu differenzieren</li> <li>• die internationalen tourismuspolitischen Organisationen und Strukturen zu beschreiben</li> <li>• branchenrelevante Interessensvertretungen aufzulisten und deren Strukturen und Aufgaben auseinanderzuhalten</li> <li>• aktuelle Entwicklungen am touristischen Arbeitsmarkt zu analysieren und relevante tourismuspolitische Themen zu lokalisieren und zu bewerten</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Theoretische und praktische Grundlagen der Tourismuspolitik<br/>         Geschichte des Tourismus<br/>         Aufbau des Staates, Kompetenzverteilung, Tourismus als Querschnittsmaterie<br/>         Tourismuspolitik (Definition, Akteure, Aufgaben, volkswirtschaftliche Bedeutung)<br/>         Tourismuspolitik des Bundes (Österreich Werbung, Förderungen des Bundes)<br/>         Tourismuspolitik der Länder (Tourismusgesetze, Organisation, Finanzierung)<br/>         Tourismuspolitik international (EU, UNWTO, OECD)<br/>         Interessensvertretungen<br/>         Touristischer Arbeitsmarkt<br/>         Aktuelle tourismuspolitische Themen</p>   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Bachelor</b>   |
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 100% Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Thema Management in Gesellschaft und Wirtschaft zu verorten</li> <li>• die wesentlichen Aufgaben des Managements zu identifizieren und zu interpretieren</li> <li>• die Bedeutung der Unterschiede der Persönlichkeiten im Management insbesondere bei der Führung von Menschen zu erkennen und zu analysieren</li> <li>• Management- und Führungsansätze wiederzugeben und gegenüber zu stellen</li> <li>• die Bedeutung von Lernen, Wissen, Wissensmanagement und der lernenden Organisation als Voraussetzung für erfolgreiches Veränderungsmanagement zu erkennen, verstehen und zu beurteilen</li> <li>• Wandlungsprozesse von Organisationen zu analysieren und Interventionen zur Steuerung des Wandels abzuleiten</li> <li>• die Methodik des Innovationsmanagements zu kennen und Innovationsprozesse zu strukturieren</li> <li>• Methoden zur Erkennung, Analyse und Regulierung von Konflikten in Änderungsprozessen zu verstehen</li> <li>• Interventionen zur Konfliktprävention und zum kommunikativen Konfliktmanagement in Arbeitszusammenhängen und Organisationen auszuwählen</li> <li>• ihre persönlichen Erfahrungen wiederzugeben und zu reflektieren, ihre Learnings zu strukturieren und zu differenzieren, um neue Sichtweisen und Verhaltensmöglichkeiten daraus zu erschließen.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Management- und Führungsansätze – Konzepte und -Methoden<br/>         Verwaltungs- und Bürokratielehre<br/>         Aufgaben des Managements, Bedeutung der Persönlichkeit als Manager bei der Führung von Menschen in der Dienstleistungsbranche<br/>         Modelle und Theorien zur strategische Unternehmensführung, Ansoff, Drucker, Malik, Mintzberg, Porter<br/>         Management von Wissen - Wissensmanagement<br/>         Einführung in das Change- und Konfliktmanagement<br/>         Entwicklung eines Verständnisses für den Prozess des organisatorischen Wandels als Managementaufgabe<br/>         Anwendung bzw. Umsetzung des vermittelten Wissens anhand konkreter Fallbeispiele und Gruppenarbeiten.</p>   |

| Studiengang            | Tourismusmanagement (TM)/Bachelor   |
|------------------------|---|
| Credits                | 2 ECTS  |
| Semester im Curriculum | 6. Semester   |
| Leistungsbeurteilung   | Immanenter Prüfungscharakter, Fallstudie, Evaluierungsbericht   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• relevante Institutionen und Organisation für Beratung und Förderung im Bereich Unternehmensgründung zu benennen und auszuwählen</li> <li>• die allgemeinen und tourismusspezifischen Rahmenbedingungen für den Unternehmensgründungsprozess zu identifizieren und zu erklären sowie die notwendigen Teilschritte (Finanzierung, Standort, rechtliche Grundlagen) zu planen und zu organisieren</li> <li>• touristisch relevante Definitionen zu erklären, touristische Kennzahlen zu benennen, zu berechnen und zu analysieren</li> <li>• relevantes Daten- und Zahlenmaterial in einem Businessplan zusammenzufassen, zu berechnen sowie bestehende Businesspläne zu bewerten und zu interpretieren</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Erste Schritte einer Unternehmensgründung, Ideenkonzept, Rahmenbedingungen<br/> Überblick über Organisationen und Institutionen für Beratung und Förderung im Bereich Unternehmensgründung<br/> Formen der Unternehmensgründung (Übernahme, Pacht, Neugründung)<br/> Finanzierung<br/> Rechtliche Grundlagen (Rechtsform, gewerberechtliche Bestimmungen, etc.)<br/> Standort<br/> Behördliche/Institutionelle Verpflichtungen und Auflagen (Wirtschaftskammer, Finanzamt, Sozialversicherung, Gebietskrankenkasse)<br/> Definitionen und relevante Kennzahlen<br/> Analyse von Businessplänen und Bearbeitung von Fallstudien</p>   |

| Studiengang            | Tourismusmanagement (TM)/Bachelor   |
|------------------------|---|
| Credits                | 2 ECTS  |
| Semester im Curriculum | 2. Semester   |
| Leistungsbeurteilung   | Immanenter Prüfungscharakter Arbeitsaufträge, Protokoll, schriftliche Prüfung, Referat, Präsentation  |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p><u>Hotelmanagement*</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wichtigsten Betriebsformen und (inter)nationalen Hotelstrukturen sowie die für die Hotellerie relevanten Institutionen zu benennen.</li> <li>• den Aufbau und die Organisation eines Hotels sowie die Detailstrukturen und Aufgaben in den einzelnen Abteilungen zu beschreiben.</li> <li>• Problemstellungen in Bezug auf Kommunikation in und zwischen Abteilungen zu identifizieren und zu analysieren.</li> <li>• die Vor- und Nachteile von Outsourcing in diversen Bereichen zu beurteilen.</li> <li>• die wichtigsten Fachbegriffe zu benennen, zu erklären und kontextbezogen richtig anzuwenden.</li> <li>• aktuelle branchenbezogene Entwicklungen und mögliche Karriere-wege zu identifizieren und zu diskutieren.</li> </ul> <p><u>Kongress- &amp; Tagungsmanagement*</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Strukturen der (inter)nationalen Kongress- und Tagungsindustrie zu beschreiben, Fachbegriffe zu definieren und auseinanderzuhalten und relevante Keyplayer zu benennen.</li> <li>• die Besonderheiten der Kongress-Akquisition wiederzugeben und zu erklären sowie die Bestandteile der Auftragsklärung bzw. des Erstgesprächs mit dem Veranstalter zu identifizieren und in Gesprächssituationen anzuwenden.</li> <li>• die für die Kongressorganisation relevanten Teilbereiche (Catering, Side Events, Location etc.) zu benennen, auseinanderzuhalten und die wichtigsten Arbeitsschritte in den jeweiligen Teilbereichen zu erklären</li> <li>• Konzepte für Kongresse &amp; Veranstaltungen zu entwickeln, Inhalte zu prüfen und zusammenzufassen.</li> <li>• die Anforderungen an Destinationen und Locations für die Durchführung von Kongressen und Veranstaltungen zu beschreiben, zu klassifizieren und zu prüfen.</li> </ul> <p><u>Eventmanagement*</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die funktionalen Mechanismen der Event- und Cateringbranche zu beschreiben, die Keyplayer zu benennen und relevante Fachbegriffe zu definieren.</li> </ul> |

- die aktuellen Trends, Entwicklungen und Herausforderungen der Branche wiederzugeben und die Bedeutung für die Tourismuswirtschaft zu erkennen und zu diskutieren.
- die Projektmanagementgrundlagen im Eventmanagement zu benennen und zu erklären.
- die interne und externe Projektorganisation zu benennen und auseinanderzuhalten.
- Kreativitätstechniken zur Eventkonzeption zu erläutern und zu beurteilen. Grundlagen der Veranstaltungssicherheit und des Cateringmanagements zu diskutieren.

#### Management touristischer Verkehrsträger\*

- die Strukturen, Funktionen und Geschäftsmodelle im Luftverkehr zu beschreiben und zu differenzieren; relevante Fachbegriffe zu definieren.
- relevante (inter)nationale Organisationen und Institutionen zu benennen und deren Aufgaben und Ziele zu erfassen.
- spezifische Charakteristika des Luftverkehrs (Produkteigenschaften, Wettbewerb in der Luftfahrt, Nachfrageschwankungen, Angebot, Nachfrage) zu erklären, zu analysieren und zu interpretieren.
- das Wirken von Angebot und Nachfrage auf dem Luftverkehrsmarkt zu beschreiben, zu differenzieren und zu beurteilen.
- Unternehmensstrategien von Fluggesellschaften zu benennen und die jeweiligen Auswirkungen zu lokalisieren und zu untersuchen.
- Preisbildung und -gestaltung im Luftverkehr zu unterscheiden, zu beschreiben und Einflussfaktoren zu lokalisieren.
- die für den Luftverkehr relevanten Vertriebswege und -systeme zu identifizieren, auszuwählen und deren Funktionsweise zu erklären
- die wesentlichen Elemente der Luftverkehrspolitik zu beschreiben und Zusammenhänge zu erkennen.
- branchenspezifische Themen und aktuelle Entwicklungen mit FachexpertInnen zu analysieren und zu diskutieren.

#### Gastro- und Kulinarikmanagement\*

- grundlegende Begrifflichkeiten im Bereich Gastro- und Kulinarikmanagement zu definieren und zu erläutern.
- die nationale und internationale Entwicklung und den Status Quo in der Gastronomie zu beschreiben.
- die Zusammenhänge zwischen Gastronomie und Tourismus zu erläutern.
- die Funktionen und Aufgabenbereiche rund um die Eröffnung bzw. Übernahme eines Gastronomiebetriebes zu benennen, zusammenzufassen und zu erklären.
- aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich Gastronomie und Kulinarik zu analysieren und zu beurteilen.

#### **Lehrinhalte**

#### Hotelmanagement\*

Grundlagen - Betriebsformen, Struktur national und international, Institutionen  
 Abteilungen/Aufbau eines Hotels, Organisation/Organigramme  
 Detailstrukturen und Aufgaben einzelner Abteilungen (Housekeeping, Technik, F&B, usw.)

häufige Problemstellungen – Kommunikation in und zwischen Abteilungen  
Outsourcing in div. Bereichen – Vor- und Nachteile  
Fachbegriffe allgemein  
aktuelle Artikel/Themen; Karrierewege

#### Kongress- & Tagungsmanagement\*

Österreichische Kongress- und Tagungswirtschaft  
Internationale Kongress- und Tagungsindustrie  
Corporate Meeting oder Association Meeting /Veranstaltung oder Event  
Auftraggeber/ Veranstalter  
Auftragsklärung / Erstgespräch mit dem Veranstalter  
Hoteleinkauf, Verwaltung und Abrechnung bei Kongressen  
Destination, Location (Optionierung, Bedarfsanalyse, Site Inspections)  
Catering bei Kongressen (Green Catering, Brain Food)  
Side Events  
Abläufe im Kongresshaus  
Technische Kongresstools  
PR & Marketing in der Kongress- und Tagungsindustrie  
Mira – Meeting Industrie Report Austria  
Kongressakquise  
Green Meeting  
Association Management

#### Eventmanagement\*

Branchenüberblick (Struktur, aktuelle Situation national und international, Fachbegriffe, Definitionen, Keyplayer)  
Trends und aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen, Finanzierung, Effekte  
Bedeutung für Tourismus  
Kreativität & Konzeption; vom Briefing zur Eventkonzeption  
Projektmanagement im Eventmanagement  
Interne & Externe Projektorganisation (Lieferanten, Briefingqualität, Agenturumfeld)  
(Event)kommunikation  
Veranstaltungssicherheit  
Exkurs: Cateringmanagement (Branchenstruktur, Keyplayer, Cateringformen, Besonderheiten, Schnittstelle zum Eventmanagement)

#### Management touristischer Verkehrsträger\*

Einführung in das System Luftverkehr  
(Fliegen, Flugzeuge, Flughäfen /Fluggesellschaften im Wandel)  
Allgemeine Bedeutung des Luftverkehrs  
Funktionen des Luftverkehrs  
Flugplätze (Definition, Einteilung, Aufgaben, zukünftige Herausforderungen)  
Nationale und internationale Organisationen & Institutionen des internationalen Luftverkehrs  
Geschäftsmodelle des Luftverkehrs Abgrenzung/Unterscheidung/Gegenüberstellung von Full-Service Carrier, Charterverkehr und Billigfluggesellschaften (LCC)  
Spezifische Charakteristika des Luftverkehrs  
Angebotsseite des Luftverkehrmarktes



Unternehmensstrategien/Unternehmensverbindungen von Fluggesellschaften  
Nachfrageseite des Luftverkehrmarktes (Marktsegment, Dermination der Nachfrage, Substitutionswettbewerb)  
Flugpreise (Überblick Tarife, Strategische Kriterien der Preisbildung und – differenzierung, IATA Tarifsysteem, Steuern und Gebühren)  
Distribution im Luftverkehr (Vertriebswege, CRS Systeme, Online Vertrieb)  
Luftverkehrspolitik  
Wichtige englische Fachausdrücke des Luftverkehrs  
Gastvorträge

Gastro- und Kulinarikmanagement\*

Gastronomie national und international  
Gastrotourismus  
Kulinarik – Culinary Tourism – Food Tourism – Begriffe und Abgrenzungen  
Trends & Entwicklungen im Bereich Gastronomie & Kulinarik  
Der Gastronomiebetrieb:  
Betriebsarten in Österreich  
Location & Standort  
Mitbewerb  
Zielgruppe  
Angebot – Positionierung  
Marketing  
Ausstattung und Technik  
Warenwirtschaft – Logistik  
Management und Personalführung,  
Küchenmanagement  
rechtliche Aspekte – Patente – Zulassungen – Betriebsnachfolge/-übernahme

| Studiengang                   | Tourismus-Management (TM)/Bachelor  |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 4 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 100 % Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>die rechtlichen Grundlagen unternehmerischer Tätigkeit einschließlich der Sonderregelungen gegenüber dem allgemeinen Privatrecht darzustellen. Die verschiedenen Gesellschaftsformen zu beschreiben und Konsequenzen z.B. im Bereich der Besteuerung abzuleiten und eine Entscheidung für eine Gesellschaftsform zu argumentieren.</p> <p>Dem juristisch spezialisierten Parteienvertreter (Anwalt) ein/e kompetente/r Gesprächspartner/in zu sein.</p> <p>Unternehmenskennzeichen und deren Schutz vor Rechtsverletzungen aufzuzählen.</p> <p>Die Vor- und Nachteile der Bestellung von StellvertreterInnen zu diskutieren.</p> <p>Die Bedeutung des Firmenbuchs und die Eintragungsfomalitäten sowie die daraus resultierenden Rechtsfolgen zu beschreiben.</p> <p>Die Zusammenhänge zwischen allgemeinem Zivilrecht und Unternehmensrecht und die Sonderregeln im unternehmerischen Schuldrecht zu erkennen.</p> <p>Rechtsfolgen und Risiken von einem Unternehmenskauf zu identifizieren.</p> <p>Die Grundzüge des unlauteren Wettbewerbs zu beschreiben.</p> <p>Den Ablauf eines Insolvenzverfahrens darzustellen.</p> <p>Gewerberechtliche Vorschriften zu debattieren.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Unterschied des Unternehmensgesetzbuches (UGB) zum ABGB,</p> <p>Der Begriff des Unternehmers, Allgemeines Handels- und Gesellschaftsrecht (Gesellschaftsformen, Grundzüge der Besteuerung, Gründungsformalitäten, Firma und Firmenbuch, Prokura und Handlungsvollmacht, Haftung, Rechtliches Umfeld der Rechtsformen, Unternehmensübergang, unternehmerisches Schuldrecht)</p> <p>Wettbewerbsrecht, Insolvenzrecht, unlauterer Geschäftspraktiken</p> <p>Gewerberecht; Gewerbeberechtigung; Betriebsanlagengenehmigung, gewerberechlicher Geschäftsführer</p>  |

| Studiengang                   | Tourismusmanagement (TM)/Master  |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter, 100% integriertes Fallbeispiel (Analysen, Berichte, Präsentationen, etc.)  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Instrumente der empirischen Sozialforschung sinnvoll auszuwählen und anzuwenden</li> <li>• Erhebungsinstrumente zu entwickeln und anzuwenden</li> <li>• Auswertungsmethoden sinnvoll auszuwählen und anzuwenden</li> <li>• empirische Daten zu analysieren und Schlüsse daraus zu ziehen</li> <li>• anhand der Ergebnisse Lösungen vorzuschlagen und Empfehlungen abzuleiten</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Angewandte Tourismusforschung anhand eines realen, touristischen Forschungsprojekts,<br/> Auswahl eines geeigneten Erhebungsinstruments, Erstellung von Erhebungsunterlagen, Planung und Durchführung der Datenerhebung, Auswertung der Daten unter Anwendung entsprechender wissenschaftlicher Methoden, Analyse und Interpretation der Ergebnisse, Darstellung und Präsentation der Ergebnisse</p>  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Master</b>  |
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter (davon 55% Einzelbericht (Reflexion) und 45% schriftliche Abschlussprüfung)  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Funktionalbereiche eines Betriebes zu vernetzen.</li> <li>• Entscheidungen aufgrund der wirtschaftlichen Situation zu treffen.</li> <li>• Zusammenhänge zwischen Ursache und Wirkung unternehmerischer Entscheidungen zu erkennen.</li> <li>• relevante Unternehmenskennzahlen zu analysieren.</li> <li>• rechnungswesenbasierte und marktbasierende Daten zusammenzuführen und Maßnahmen zur Unternehmenssteuerung abzuleiten.</li> <li>• Unternehmensergebnisse zu präsentieren.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Funktionalbereiche eines Hotels bzw. eines Tourismusbetriebs, Bewertung der wirtschaftlichen Situation des Betriebes anhand von relevanten Unternehmenskennzahlen, Auswirkungen auf G&amp;V, Bilanz, Cash Flow</p> <p>Mögliche Strategien aufgrund der betrieblichen Situation:</p> <p>Turn around Management</p> <p>Analyse der Stakeholder</p> <p>Entscheidungen auf Basis der Analyse</p> <p>Die theoretischen Lehrinhalte werden anhand einer Management Simulation aufgezeigt.</p>  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Master</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 40% Präsentationen, 60% Schriftliche Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate Entrepreneurship-(CE)ansätze und -konzepte zu beschreiben und zu diskutieren.</li> <li>• den Einfluss der Organisationskultur auf CE darzustellen.</li> <li>• die innovative Kraft organisationaler Kulturen zu beschreiben.</li> <li>• Irritationen als Auslöser für organisationales Lernen zu erklären.</li> <li>• organisationale Kompetenzen als Quelle von Innovation zu verstehen.</li> <li>• Innovationsverhalten von KMU zu erklären.</li> <li>• Personalmanagement und Führung als Rahmenbedingungen für CE zu beschreiben.</li> <li>• die Rolle von externen Beratern für das CE zu diskutieren.</li> <li>• Grundlagen und Ablauf von qualitativen Organisationsdiagnosen zu präsentieren.</li> <li>• CE im touristischen Kontext anzuwenden und zu beurteilen</li> <li>• die Grundlagen der Systemtheorie wiederzugeben und zu gebrauchen.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Theorie des Corporate Entrepreneurship,<br/>         Entwicklung eines theoriegeleiteten Organisationsverständnisses unter Berücksichtigung der kontextuellen Rahmenbedingungen,<br/>         Strategische, kulturelle, personelle, finanzielle und kontextuelle Einflussbereiche auf Corporate Entrepreneurship,<br/>         Qualitative Forschung Methoden – Feinstrukturanalyse,<br/>         CE und Tourismus</p>   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Master</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen des Entrepreneurship wiederzugeben und Ansätze der Gründungsforschung zu unterscheiden.</li> <li>• die Erfolgsfaktoren im Entrepreneurship identifizieren.</li> <li>• rechtliche Faktoren der Unternehmensgründung zu bewerten.</li> <li>• die Relevanz und Anwendbarkeit der theoretischen Grundlagen für die Entwicklung von Geschäftsideen und die Erstellung von Geschäftsplänen zu erkennen.</li> <li>• die Entwicklungen im österreichischen Gründungsgeschehen zu beschreiben.</li> <li>• die Grundlagen der Geschäftsplanerstellung zu skizzieren.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Entrepreneurship in der ökonomischen Theorie,<br/> Theorie der Unternehmensgründung und -übernahme:<br/> Persönlichkeitsbezogene, Institutionenökonomische,<br/> Organisationsökologische Ansätze, Gründungsmanagementansätze,<br/> Erfolgsfaktoren im Gründungsprozess,<br/> Frühphasen des Gründungsprozesses,<br/> Rechtliche Aspekte der Unternehmensgründung,<br/> Management und Entrepreneurship Ansätze</p>  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Master</b>  |
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter, 40% schriftliche Prüfung 60% Ausarbeitungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leistungsverbindungen zwischen Akteuren zu identifizieren und für den Unternehmenserfolg zu bewerten,</li> <li>• die Interdependenzen zwischen Akteuren aus verschiedenen Umweltbereichen zu erkennen,</li> <li>• die Determinanten (Charakteristika der Austauschgüter, der Austauschbeteiligten, der Austauschumgebung) für die Qualitäten der Austauschbeziehungen zu erkennen,</li> <li>• die theoretischen Ansätze zur Analyse von Unternehmensnetzwerken zu verwenden, die sich daraus ergebenden unterschiedlichen Perspektiven gegenseitig abzugleichen und in eine Gesamtbetrachtung zu stellen und so Schlussfolgerungen für das Managementhandeln zu ziehen</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Grundlagen von Austauschbeziehungen,<br/>         Gestaltungsfelder von kooperativen Austauschbeziehungen<br/>         theoretische Ansätze zur Analyse von Austauschbeziehungen:<br/>         Transaktionskostenansatz; Principal Agent Ansatz; Ressource dependence Ansatz; Power dependence Ansatz; Vertrauen in der Systemtheorie, spieltheoretische Betrachtung der Kooperationsumgebung,<br/>         empirische Sozialforschung: qualitative Datenerhebung und -auswertung</p>  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Tourismusmanagement (TM)/Master</b>   |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 60% schriftliche Abschlussprüfung, 40% Übungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SRM zu verstehen und anzuwenden.</li> <li>• die Tools des SRM situativ einsetzen zu können.</li> <li>• Personalportfolien zu erstellen und kontextuell mit den Unternehmenszielen abzustimmen.</li> <li>• Personalstrategien als Basis der strategischen HR-Arbeit zu analysieren und zu planen.</li> <li>• die Reichweite der HR-Entscheidungen und ihre Auswirkungen zu erkennen und Folgebewusstsein zu erlangen.</li> <li>• das HR-Management als Prozess im Qualitätshandbuch zu verorten.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Strategisches Human Resource Management (Begriffe, Bedeutung), Einführung neuer MitarbeiterInnen, Outplacement, Instrumente der strategischen Personalentwicklung, Strategisches HRM im globalen Kontext, Beschäftigungspolitik und Personalcontrolling, Strategische Personalentwicklung (Talent Management), Generationenmanagement, Compensation &amp; Benefits, Veränderung zu einer lernenden Organisation, Qualitätszertifizierte Prozesse im SHRM; Anwendung auf touristische Fallbeispiele</p>  |



| Studiengang            | Tourismusmanagement (TM)/Master   |
|------------------------|---|
| Credits                | 2 ECTS  |
| Semester im Curriculum | 2. Semester   |
| Leistungsbeurteilung   | Immanenter Prüfungscharakter (davon 55% Einzelbericht (Reflexion) und 45% schriftliche Abschlussprüfung)  |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Funktionalbereiche eines Betriebes zu vernetzen.</li> <li>• Entscheidungen aufgrund der wirtschaftlichen Situation zu treffen.</li> <li>• Zusammenhänge zwischen Ursache und Wirkung unternehmerischer Entscheidungen zu erkennen.</li> <li>• relevante Unternehmenskennzahlen zu analysieren.</li> <li>• rechnungswesenbasierte und marktbasierende Daten zusammenzuführen und Maßnahmen zur Unternehmenssteuerung abzuleiten.</li> <li>• Unternehmensergebnisse zu präsentieren.</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Funktionalbereiche eines Hotels bzw. eines Tourismusbetriebs, Bewertung der wirtschaftlichen Situation des Betriebes anhand von relevanten Unternehmenskennzahlen, Auswirkungen auf G&amp;V, Bilanz, Cash Flow</p> <p>Mögliche Strategien aufgrund der betrieblichen Situation:</p> <p>Turn around Management</p> <p>Analyse der Stakeholder</p> <p>Entscheidungen auf Basis der Analyse</p> <p>Die theoretischen Lehrinhalte werden anhand einer Management Simulation aufgezeigt.</p>  |

## **III.5. Human Resources & Organization**

| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor  |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage,<br>...die Inhalte und Wirkungsweisen des Arbeitsrechts zu beschreiben.<br>...die Einbettung des Arbeitsrechts in die österreichische Rechtsordnung zu verstehen.<br>...Arbeitsverhältnisse richtig einzuordnen und auf die Arbeitsvertragsgestaltung richtig anzuwenden.<br>...kollektivrechtliche Fragestellung zu verstehen und kollektives Arbeitsrecht entsprechend gestalten zu können. |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Einführung in das Arbeitsrecht<br>Das Arbeitsverhältnis<br>Betriebsverfassung und Belegschaftsvertretung<br>Kollektivvertrag<br>Arbeitsvertrag<br>Entgeltfortzahlung bei Arbeitsverhinderung<br>Urlaubsrecht   |

| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor   |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 4 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage,</p> <p>Arbeitsrechtliche Fragestellungen in Zusammenhang mit der Flexibilisierung von Dienstverhältnissen (inkl. Arbeitszeit) bzw. mit organisationalen Restrukturierungen zu bearbeiten.</p> <p>Schadenersatzfragen im Arbeitsrecht selbständig zu beantworten.</p> <p>Dienstverhältnisse unter Einhaltung aller relevanten gesetzlichen Regelungen zu beenden.</p> <p>Fragen zu Themen rund um Schwangerschaft, Geburt und Wiedereinstieg von MitarbeiterInnen zu beantworten.</p> <p>Mit den entsprechenden Gesetzestexten zu arbeiten.</p> <p>Die gängigsten Arbeitszeitmodelle zu erklären.</p> <p>Arbeitszeitmodelle angepasst an die Bedürfnisse der Organisation zu gestalten.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Schadenersatz und Haftung im Arbeitsverhältnis</p> <p>Arbeitnehmerschutz und Gleichbehandlung</p> <p>Mutterschutz, Karenz, Elternteilzeit, Kinderbetreuungsgeld</p> <p>Betriebsübergang</p> <p>Insolvenz des Arbeitgebers</p> <p>Beendigung des Arbeitsverhältnisses</p> <p>Sozialpläne, Restrukturierungen</p> <p>Arbeitszeitrecht</p> <p>Schwerpunktthema: Gestaltung von Arbeitszeitmodellen</p>  |

| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor   |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 1 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 100% Immanente Teilleistungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Rolle und die Aufgaben eines Assessors/einer Assessorin zu beschreiben und kritisch zu reflektieren.</li> <li>An einem Assessment Center als AssessorIn teilzunehmen und einzelne Übungen zu moderieren.</li> <li>Die Ergebnisse eines Assessments Centers in einem Ergebnisbericht schriftlich zusammenzufassen</li> </ul>                           |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ziele, Strukturen und Inhalte von Assessment Centern und Vergleich mit anderen Testformen inklusive Online Assessment Center</li> <li>Rolle und Aufgaben eines Assessors/einer Assessorin</li> <li>Übersicht über zeitliche, organisatorische und inhaltliche Planung eines Assessment Centers</li> <li>Dokumentation und Auswertung der Ergebnisse, Feedback an die TeilnehmerInnen</li> <li>Vorbereitung auf das praktische Projekt</li> </ul> |

| Studiengang            | Personalmanagement/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 1 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 6. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Dynamik von Beratungsprozessen zu verstehen.</li> <li>• ausgewählte typische Interventionsmöglichkeiten in Beratungsprozessen und deren Wirkungsweisen zu beschreiben.</li> <li>• externe BeraterInnen anforderungsgerecht auszuwählen.</li> </ul>                         |
| Lehrinhalte            | <p>Beratung: Definition und Überblick<br/>           Grundlagen systemische Beratung<br/>           Kommunikation und Rollen im Beratungssystem<br/>           Projektmanagement in Beratungsprojekten<br/>           Überblick über den Beratungsprozess: Auftragsklärung, Contracting, Diagnose<br/>           Vorgehen im Beratungsprozess: Beratungsarchitektur, Beratungsdesign, Beratungstechniken</p> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>   |
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter/Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...Ihr Studium disziplinar einzuordnen</li> <li>...die Phasen des wissenschaftlichen Forschungsprozesses zu kennen</li> <li>...zu wissen, wie eine Literaturrecherche konzipiert werden sollte</li> <li>...die Stadien und Anforderungen einer wissenschaftlichen Texterarbeitung und Textüberarbeitung zu kennen</li> <li>...aus qualitativen und quantitativen Methoden/Designs eine passende Auswahl für die eigene Forschung zu treffen</li> <li>...ein empirisches Forschungsvorhaben angemessen fokussieren und gegenstandsangemessen methodisch planen zu können</li> </ul>                         |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Disziplinäre Einordnung des Studiums</li> <li>Phasen des wissenschaftlichen Forschungsprozesses</li> <li>Literaturrecherche und Umgang mit Quellen</li> <li>Wissenschaftliches Schreiben und wissenschaftliche Textüberarbeitung</li> <li>Zitierregeln gemäß FHWien Vorgabe inklusive Plagiatsprävention</li> <li>Fokussierung einer empirischen Fragestellung</li> <li>Empirische Methodologien</li> <li>Empirische Forschungsdesigns</li> <li>Empirische Forschungsplanung</li> <li>Qualitatives Sampling (quantitative Vertiefung im Teilmodul Statistik)</li> <li>Fachrelevante qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren (quantitative Vertiefung im Teilmodul Statistik)</li> </ul> |

| Studiengang            | Personalmanagement/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 6 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 4. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Abschlussprüfung   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Unterschiedliche Grundgehaltsstrukturen sowie variable Entlohnungsformen zu beschreiben und situationsgerecht auszuwählen.</p> <p>Gehaltshöhen in Bezug auf Position und Qualifikation einzuschätzen.</p> <p>Vor- und Nachteile unterschiedlicher Gehaltssysteme abzuwägen und zu erklären</p> <p>Vergütungsgrundsätze in Hinblick auf markt- und leistungsorientierte Komponenten zu formulieren.</p> <p>Gehaltsspezifische Aspekte in Bezug auf das Gleichbehandlungs-gesetz zu beurteilen.</p> <p>Die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen für Vergütung in Österreich zu benennen.</p> <p>Die verschiedenen Ansätze und Definitionen des Leistungsbegriffs zu kennen und situationsgerecht zu verwenden.</p> <p>Performance Management Konzepte zu verstehen und auf ihre situative Anwendbarkeit in der Praxis zu beurteilen.</p> <p>Trends im Bereich Comp &amp; Ben und Performance Management zu erklären.</p> |
| Lehrinhalte            | <p>Gehaltsmodelle, fixe und variable Entlohnungsformen</p> <p>Total Reward Management</p> <p>Verwendungsgruppen, Einstufungsmodelle,</p> <p>Leistungsgerechte Entlohnung</p> <p>Exkurs: Vergütung in Zusammenhang mit Expatriation</p> <p>Diversity Aspekte in Zusammenhang mit Compensation</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingungen zur Vergütung in Österreich</p> <p>Zusammenhang Comp &amp; Ben und Performance Management</p> <p>Definition „Leistung“ – kulturelle Ansichten und Unterschiede</p> <p>Performance Contracts, Key Performance Indicators</p> <p>Leistungserwartung, Leistungsbewertung, Leistungsbeurteilung,</p> <p>Leistungsabgeltung</p> <p>Integriertes Performance Management</p> <p>Vor- und Nachteile von Management by Objectives und leistungsorientierter Entlohnung</p> <p>Trends im Bereich Comp &amp; Ben und Performance Management</p>  |



| Studiengang            | Personalmanagement/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 4 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 4. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Mündliche Abschlussprüfung   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...die Grundlagen des normativen, strategischen und operativen Controllings zu beschreiben.</li> <li>...geeignete Kennzahlen für das strategische und operative Personalcontrolling zu beschreiben und auszuwählen.</li> <li>...ausgewählte Kennzahlen aus dem Bereich des Personalcontrollings zu berechnen.</li> <li>...Grundbegriffe von HR-Analytics zu verstehen.</li> <li>...Grundlagen der Datenanalyse als Entscheidungsinstrument zu beschreiben.</li> <li>...Möglichkeiten und Herausforderungen der Datenanalyse zu erkennen und Maßnahmen abzuleiten</li> </ul>  |
| Lehrinhalte            | <p>Aufgaben der Unternehmensplanung, Zielformulierung, Regelkreis, normatives/strategisches/operatives Controlling, Budgetierungsprozess<br/> Ausgewählte strategische Kennzahlen, Schwerpunkt Personal-controlling (operativ und strategisch)<br/> Controlling der Prozesse der Personalabteilung<br/> Grundbegriffe und Anwendungsmöglichkeiten von HR-Analytics in verschiedenen Bereichen des Personalmanagements<br/> Integration und Implementierung von People Analytics in Personalmanagement<br/> Möglichkeiten und Grenzen der digitalen Datenverarbeitung und -analyse<br/> Personalrisikomanagement und -controlling<br/> Big Data im Personalmanagement<br/> HR und digitale Datensicherheit<br/> Rechtliche und ethische Rahmenbedingungen für die Datennutzung<br/> Aufgaben der Unternehmensplanung, Zielformulierung, Regelkreis, normatives/strategisches/operatives Controlling, Budgetierungsprozess<br/> Ausgewählte strategische Kennzahlen, Schwerpunkt Personal-controlling (operativ und strategisch)<br/> Controlling der Prozesse der Personalabteilung</p> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>   |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 100% Immanente Teilleistungen  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... Weiterbildungsmaßnahmen bedarfsgerecht zu entwickeln, zu planen und umzusetzen.</li> <li>...die Evaluation von Maßnahmen im Sinne des Lerntransfers zu konzipieren und deren Durchführung und Kontrolle zu planen.</li> <li>...spezielle Fachtrainings bedarfsgerecht zu organisieren und einzelne Sequenzen daraus selbst durchzuführen.</li> <li>...Ein- und Mehrweg-Kommunikation zielgerecht zu gestalten</li> <li>Trainingsmaterialien aus TrainerInnen- und TeilnehmerInnensicht professionell zu gestalten.</li> <li>...ein reales Fachtraining oder ein reales Online Training (Umfang von 4 Einheiten) zu entwerfen und dessen Durchführung und Evaluierung zu planen.</li> <li>...mit Feedback entwicklungsorientiert umzugehen</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Theoretische Grundlagen im Trainingskontext: psychologische Persönlichkeitskonzepte, Motivationspsychologie, Grundlagen didaktischer Modelle, anwendungsorientierte Theorien der Bildungspsychologie, systemtheoretische Interventionen</p> <p>Feedback im Trainingskontext</p> <p>Seminarplanung und -durchführung inklusive Online-Trainings, Blended Learning-Konzepten</p> <p>Trainingsmethoden</p> <p>Einsatz und Gestaltung von Medien</p> <p>Gestaltung des Praxis- und Lerntransfers</p> <p>Selbstbild als TrainerIn</p> <p>Analyse und Bearbeitung konkreter Beispiele aus dem Seminaralltag</p>   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Den grundsätzlichen Nutzen von HR Informationssystemen und die Möglichkeiten ihres Einsatzes zu erklären.</p> <p>Anforderungen an HR Informationssysteme zu definieren.</p> <p>Entscheidungskriterien für die Auswahl von HR Informationssystemen entsprechend den Bedürfnissen des Unternehmens zu definieren und anzulegen.</p> <p>Angebote verschiedener Anbieter zu evaluieren bzw. einander gegenüber zu stellen</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Eigenschaften von HR-Informationssystemen</p> <p>Anforderungen an und Beurteilung von HR-Informationssystemen</p> <p>Nutzen und Einsatzmöglichkeiten von HR-Informationssystemen</p> <p>Entscheidungskriterien bei der Auswahl von HR-Informationssystemen abhängig von Branche und Unternehmensgröße</p> <p>Evaluierung konkreter Angebote von Anbietern von HR Informationssystemen</p>  |

| Studiengang            | Personalmanagement/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 6 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 6. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | 40% Disziplinenorientierte Zwischenbeurteilungen<br>60% Integrative Abschlussprüfung   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...zu verstehen, wie die HR Funktion und das operative Geschäft eines Unternehmens zusammenhängen.</li> <li>...zu erkennen und zu beschreiben wie die HR Funktion – abhängig von Branche und Unternehmensgröße – die Unternehmensziele unterstützen kann.</li> <li>...die Bedeutung des Personalmanagement für den Unternehmenserfolg zu argumentieren und im Management ein gemeinsames Verständnis darüber zu schaffen.</li> <li>...die Stärken und Notwendigkeit von HR im Unternehmen transparent und nachvollziehbar zu machen.</li> <li>...aus der Unternehmensstrategie eine Personalstrategie abzuleiten bzw. eine solche zu entwickeln und zu formulieren sowie daraus die entsprechenden Maßnahmen abzuleiten.</li> <li>...Grundsätze des strategischen Personalmanagements in ihre Handlungen zu integrieren.</li> <li>...zu verstehen, in welcher Form sich HR in den verschiedenen unternehmerischen Umwelten positionieren kann.</li> <li>...zu erkennen, welche Rolle HR in einem Change Prozess spielt.</li> <li>...die Trends und Herausforderungen der Arbeitswelt der Zukunft abzuschätzen sowie Personalstrategien daran auszurichten.</li> <li>...Praxisberichte von HR LeiterInnen auf die eigene Situation umzulegen und persönliche Entwicklungsschritte abzuleiten.</li> <li>...Methoden heranzuziehen, um für sich selbst eine Identität als HR LeiterIn zu entwickeln.</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Der/die HR ManagerIn als BusinesspartnerIn</p> <p>Grundsätze des strategischen HRM</p> <p>Unternehmens- und Personalstrategie, Entwickeln einer Personalstrategie</p> <p>Unternehmens- und Personalziele</p> <p>HR und Change Management</p> <p>Positionierung von HR im Unternehmen</p> <p>Selbstreflexion</p> <p>Trends und Herausforderungen der Arbeitswelt der Zukunft</p>   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 100% Immanente Teilleistungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>komplexe Aufgabenstellungen aus der Unternehmensrealität zu verstehen, umfassend – allenfalls auf Basis einer durchgeführten empirischen Erhebung - zu analysieren, zu interpretieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.</p> <p>Lösungsvorschläge gegenüberzustellen und zu analysieren die in den vorangegangenen Modulen erlernten und erarbeiteten Personalmanagement – Instrumente, - Konzepte und Werkzeuge für einen realen Anlassfall durchgängig einzusetzen und zu interpretieren. Einsatzmöglichkeiten und –grenzen der erlernten Konzepte, Methoden und Instrumente zu reflektieren.</p> <p>mit externen AuftraggeberInnen professionell zu kommunizieren sowie Rebriefings durchzuführen.</p> <p>die ausgearbeiteten Lösungsvorschläge zu präsentieren und zu verteidigen</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Anwendung der in den Vorsemestern erworbenen Personalmanagement Kenntnisse anhand eines konkreten Praxisfalles (d.h. nach Verfügbarkeit auf Basis des Briefings eines eine/s/r externen AuftraggeberIn).</p> <p>Erstellung eines praxisbezogenen Konzepts inklusive Umsetzungsplanung und Kostenrecherche; gegebenenfalls auf Basis einer zuvor erstellten, durchgeführten und ausgewerteten empirischen Erhebung.</p> <p>Inhaltliche Vertiefung nach Bedarf (abgestimmt mit den Anforderungen des Auftrags/Briefings z.B. Vertiefung ja nach Auftragsfokus)</p> <p>Recherche für Ressourcen- und Kostenplanung</p> <p>Laufendes Coaching und Reflexion der Prozesse, der Vernetzung und der Integration im Konzept, des Projektmanagements sowie der Endpräsentation der fertigen Konzepte inklusiver deren Bewertung</p>   |

| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor   |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 100% Immanente Teilleistungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>Die Ansprüche der wesentlichen Stakeholder für HR zu kennen und Erfordernisse für die Kommunikation daraus abzuleiten.</p> <p>Schwierige Gesprächssituationen zu antizipieren und sich entsprechend darauf vorzubereiten.</p> <p>Selbstsicher in Verhandlungen mit Betriebsrat, Führungskräften und Management aufzutreten.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Unternehmensinterne und -externe Kommunikation mit für HR relevanten Stakeholdern: Betriebsrat, Gewerkschaft, MitarbeiterInnen, Führungskräfte, Management.</p> <p>Typische Fälle und schwierige Gesprächssituationen z.B. im Fall von Stellenbesetzungen, Restrukturierungen, Budgetverhandlungen.</p>  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 1 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• eine Abweichungsanalyse zu erstellen und als Kontrollinstrument zu verwenden.</li><li>• Investitions- und Finanzinstitutionen zu unterscheiden und deren Funktionsweise in der Praxis nachzuvollziehen.</li></ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Statische und dynamische Investitionsrechenverfahren<br>Finanzierungsinstrumente und Finanzierungsentscheidungen<br>Grundlagen und Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung<br>Finanzplan  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>   |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konflikte im Arbeitsumfeld zu erkennen, zu analysieren und zu bearbeiten.</li> <li>• schwierige Gespräche lösungsorientiert und wertschätzend zu führen.</li> <li>• das eigene Konfliktverhalten in angemessener Weise zu reflektieren.</li> <li>• bei anderen Personen deren Konfliktverhalten zu erkennen.</li> <li>• die gelernten Techniken situationsadäquat anzuwenden, um Konflikte zu deeskalieren.</li> <li>• die Grundzüge und den Mehrwert aber auch die Grenzen der Mediation zu kennen und kritisch zu reflektieren.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Theoretische Grundlagen des Konfliktmanagements<br/> Erkennen von Konflikten bei sich selbst und bei anderen<br/> Umgang mit Konflikten durch lösungsorientierte Gesprächsführung bzw.<br/> Einsatz von Prinzipien der Gewaltfreien Kommunikation<br/> Formen und Handhabung von Konflikten in der Organisation<br/> (Konfliktmanagement im Unternehmen)<br/> Grundprinzipien der Mediation (Techniken, Haltung, Einsatz)</p>   |



| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor  |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• Kosten erfassen und verrechnen sowie den betrieblichen Erfolg ermitteln und interpretieren</li><li>• die Kostenrechnung als Steuerungsinstrument für kurz- und langfristige Entscheidungen einsetzen</li></ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Grundlagen des internen Rechnungswesens<br>Kostenerfassung, Kostenverrechnung<br>Erfolgsermittlung<br>Kostenrechnung als Entscheidungsinstrument<br>Abweichungsanalyse   |

| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor   |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>die Handlungsfelder der Personalentwicklung und der betrieblichen Weiterbildung zu verbinden und einen gesamthaften Überblick über eine strategierorientierte Personalentwicklung darzustellen.</p> <p>Den Prozess der systematischen Personalentwicklung anhand des Funktionszyklus zu verstehen und dessen Einsatz im Unternehmen zu bewerten.</p> <p>Die Rolle und Verankerung der Personalentwicklung in der Organisation kritisch zu reflektieren und zu diskutieren.</p> <p>Trends und Entwicklungen einer modernen Personalentwicklung zu beschreiben und deren Auswirkungen auf die Organisation einzuschätzen.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Strategierorientierte Personalentwicklung (Ausrichtung der Personalentwicklung an der Unternehmensstrategie und Verbindung mit anderen HR-Prozessen) (Vertiefung)</p> <p>Rolle und Verankerung der Personalentwicklung im Unternehmen (Vertiefung)</p> <p>Der systematische Personalentwicklungsprozess (Vertiefung)</p> <p>Trends und Entwicklungen einer modernen Personalentwicklung</p>  |

| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor  |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 2 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanente Teilleistungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Den Einsatzbereich von analogen und online Moderationen zu kennen und einzusetzen</li> <li>den Einsatzbereich von Moderation in Gruppenprozessen zu kennen und zu reflektieren.</li> <li>die Grundlagen der Moderation zu befolgen und anzuwenden.</li> <li>bei der Konzeption einer Moderation Stolpersteine zu vermeiden und die richtigen Informationen zu erhalten.</li> <li>im Rahmen eines erstellten Konzeptes, zielorientiert die richtigen Moderations-Methoden und -Tools einzusetzen.</li> <li>die verschiedenen Anforderungen an die ModeratorInnen-Rolle richtig einzuschätzen.</li> <li>Workshops und Meetings professionell zu moderieren und nachzubereiten.</li> <li>professionelle Fotoprotokolle zu erstellen.</li> <li>Selbst- und Fremdeinschätzung zu schärfen.</li> <li>einen Moderationsablauf ziel(gruppen)orientiert zu planen und professionell durchzuführen.</li> <li>Moderationsmethoden für Kleingruppen selbst anzuwenden.</li> <li>Moderationen professionell vor- und nachzubereiten.</li> <li>auf spezielle Situationen während der Moderation einzugehen und diese zielorientiert zu lösen.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Entwicklung der Moderation von Moderation 1.0 bis 4.0</p> <p>Grundlagen der Gruppenmoderation sowie Abgrenzung zu Beratung und Coaching</p> <p>Rolle und professionelle Selbstpräsentation als ModeratorIn</p> <p>Planung, Konzeption und Durchführung von Moderationen mit dem Schwerpunkt auf Kleingruppenmoderation und Online Moderationen</p> <p>Einsatz von Moderations-Methoden und -Tools, Medien und Foto-Protokollen</p> <p>Einsatz von Technologie, Apps und webbasierter Moderationssoftware</p> <p>Schwierige Situationen aus der Praxis und Interventionsmöglichkeiten</p> <p>Virtuelle Zusammenarbeit: Beziehungs- und Vertrauensaufbau virtuell</p> <p>Nachbereitung von Workshops und Meetings</p> <p>Grundlagen der Konzeption von Großgruppenveranstaltungen</p>   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Begriffe der Organisationsentwicklung und des Change Managements abzugrenzen.</li> <li>• Modelle in Hinblick auf die Organisationskultur zu benennen und den Einfluss der Organisationskultur darzustellen.</li> <li>• die wesentlichen Schritte und Anforderungen des Change Managements zu beschreiben.</li> <li>• die Herausforderungen in Change Management Projekten zu definieren.</li> <li>• die Anforderungen an ein gelungenes Change Management Projekt zu beschreiben.</li> <li>• Wirkungsweise von Organisationsentwicklung zu beschreiben.</li> <li>• ausgewählte Methoden der Organisationsentwicklung zu benennen und deren Einsatzmöglichkeit zu erklären.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Systemdynamiken in Organisationen<br/> Organisationskultur: Modelle, Typologien, Analyse<br/> Ansätze der Organisationsentwicklung und Change Management erklären und abgrenzen<br/> Change Management: unterschiedliche Ansätze, Prozesse, Instrumente, Erfolgsfaktoren<br/> Organisationsentwicklung: unterschiedliche Ansätze, Prozesse, Instrumente, Erfolgsfaktoren</p>   |

| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | 40% Disziplinenorientierte Teilleistung<br>60% Integrative Abschlussprüfung   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage,<br>Instrumente des Personalcontrollings anzuwenden.<br>Personalrisiken zu erkennen und zu bewerten.<br>Weiterbildungsmaßnahmen ganzheitlich zu evaluieren |
| <b>Lehrinhalte</b>            | Operatives und strategisches Personalcontrolling<br>Personalkennzahlen für den operativen und strategischen Bereich<br>Instrumente Personalcontrollings<br>Personalrisikomanagement<br>Evaluation von Weiterbildungsmaßnahmen             |

| Studiengang            | Personalmanagement/Bachelor   |
|------------------------|---|
| Credits                | 6 ECTS  |
| Semester im Curriculum | 2. Semester   |
| Leistungsbeurteilung   | Abschlussprüfung  |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den Nutzen von strategischer Personalplanung zu erklären.</li> <li>• den Personalplanungs- und Budgetierungsprozess zu organisieren und die Instrumente der Personalplanung situationsadäquat anzuwenden.</li> <li>• Kriterien für die Auswahl von Personalplanungstools zu formulieren.</li> <li>• aktuelle Trends in der Personalplanung zu berücksichtigen.</li> <li>• Ziele, Prozesse, Funktionen und Rollen sowie die wichtigsten Trends im Recruiting zu beschreiben (inklusive Mobile Recruiting).</li> <li>• die wesentlichen Recruitinginstrumente zu benennen und einige davon in konkreten Fällen anzuwenden.</li> <li>• den Recruitingprozess in einem Unternehmen zu analysieren und Optimierungspotenziale zu erkennen.</li> <li>• die Schnittstellen mit anderen HR-Handlungsfeldern (Personalplanung, Personaleinsatz, Personalentwicklung) zu verstehen</li> </ul>   |
| Lehrinhalte            | <p>Grundsätzliches zur (strategischen) Personalplanung<br/> Qualitative und quantitative Personalplanung<br/> Beschaffungsplanung: Stellenbeschreibung und -bewertung<br/> Einsatzplanung: Steuerung der Auslastung, Zeitwirtschaft<br/> Entwicklungsplanung; Ansätze Bildungscontrolling<br/> Abbauplanung, Alternative Szenarien im Rahmen des Personalabbaus<br/> Kostenplanung<br/> Budgetierungs- und Planungsprozess, Planungszeiträume<br/> Tools zur Unterstützung der Personalplanung<br/> Aktuelle Trends in der Personalplanung<br/> Grundsätzliches zur Personalbeschaffung<br/> Suchstrategien (interne und externe Personalbeschaffung, Direct Search, Active Sourcing, Employee Referral)<br/> BewerberInnenkommunikation und BewerberInnenmanagement<br/> Gestalten von Anforderungsprofilen und Stellenbeschreibungen<br/> Selektionsverfahren<br/> Interviewtechniken<br/> Auswahlverfahren (Assessment Center, Hearings)<br/> Messung der Performance der Recruiting-Kanäle<br/> Mobile Recruiting (Real time Engagement im Recruiting)<br/> Aktuelle Trends im Recruiting</p> |

| Studiengang                   | Personalmanagement/Bachelor   |
|-------------------------------|---|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...die Aufgaben und das Wesen der Personalverrechnung zu erklären.</li> <li>Zusammenhänge zwischen arbeitsrechtlichen und lohnabgabenrechtlichen Bestimmungen nachzuvollziehen.</li> <li>...die Instrumente und Methoden der Abrechnung zu verstehen.</li> <li>...einfache Abrechnungen anhand konkreter Beispiele zu lösen und Verständnis für komplizierte Abrechnungen zu entwickeln.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundkonzepte der Personalverrechnung</li> <li>Sozialversicherungs- und Lohnsteuerabrechnung</li> <li>Zulagen und Zuschläge</li> <li>Sonderzahlungen</li> <li>Urlaub</li> <li>Abfertigungen – Beendigung des Dienstverhältnisses</li> <li>außerbetriebliche Abrechnung</li> <li>IT Unterstützung</li> </ul>  |

| Studiengang            | Personalmanagement/Bachelor  |
|------------------------|--|
| Credits                | 6 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 6. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | 40% Disziplinenorientierte Zwischenbeurteilungen<br>60% Integrative Abschlussprüfung   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...Ziele und Aufgaben der Personaldiagnostik zu erklären und deren Rolle im Zusammenspiel mit der organisationalen Personalentwicklung zu erkennen.</li> <li>...die Unterschiede zwischen Eigenschafts- und Handlungsdiagnostik zu beschreiben.</li> <li>...Gütekriterien bei der Beurteilung diagnostischer Verfahren anzusetzen.</li> <li>...die wichtigsten Test- und psychologischen Verfahren zu beschreiben und situativ über deren Einsatzmöglichkeiten zu entscheiden.</li> <li>...Assessment Center zu entwickeln, vorzubereiten, durchzuführen und nachzubereiten.</li> <li>...Kompetenzanforderungen in Form von Anforderungsprofilen zu operationalisieren und mit Hilfe von Assessment Center Instrumenten beobachtbar zu machen.</li> <li>...den Unterschied zwischen Alltagswahrnehmung und Beobachtung im Rahmen diagnostischer Verfahren zu begründen.</li> <li>...den Prozess der Personalrekrutierung zu planen, zu begleiten, durchzuführen und zu evaluieren.</li> <li>...die wesentlichen Recruitingtrends kritisch zu diskutieren.</li> <li>...die Einsatzmöglichkeiten von Social Media im Rahmen des Recruitingprozesses zu beschreiben und anhand ausgewählter Beispiele verschiedene Social Media Tools anzuwenden.</li> <li>...das Konzept des Candidate Relationship Managements zu beschreiben.</li> <li>...die demografischen Änderungen des Bewerberpools zu reflektieren.</li> <li>...Methoden zur Bewertung der Effizienz und Effektivität von Rekrutierungskanälen darzustellen.</li> <li>...die rechtlichen Aspekte des Recruitings zu benennen.</li> <li>...die Verbindung zwischen Recruiting- und Onboardingprozess herzustellen.</li> <li>...den Einfluss unbewusster Faktoren im Rahmen des Auswahlprozesses kritisch zu reflektieren.</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ziele und Aufgaben der Personaldiagnostik</li> <li>Eigenschafts- und handlungsdiagnostische Verfahren</li> <li>Gütekriterien diagnostischer Verfahren</li> <li>Testverfahren</li> <li>Psychologische Verfahren</li> <li>Assessment Center (Entwicklung und Durchführung)</li> <li>Anforderungsprofile</li> <li>Kennzeichen von Beobachtung vs. Alltagswahrnehmung</li> <li>Recruiting- und Onboardingprozess</li> <li>Social Media im Recruiting</li> <li>Candidate Relationship Management, Rechtliche Aspekte im Recruiting</li> </ul>  |



|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 4. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <p>grundlegende Konzepte der Wahrscheinlichkeitsrechnung zu kennen und anwenden zu können</p> <p>Deskriptiv- und Inferenzstatistik zu unterscheiden und deren Eigenschaften zu erkennen</p> <p>Deskriptivstatistiken erstellen und auswerten zu können</p> <p>Inferenzstatistiken anwenden und Schlussfolgerungen ziehen zu können</p> <p>Unterschieds- und Zusammenhangshypothesen mittels passender Methoden zu testen</p> <p>Parametrische und nicht-parametrische Hypothesentests durchzuführen und deren Systematik zu verstehen</p> <p>Korrelationen und Regressionen zu verstehen und zu berechnen</p> <p>.</p> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Fachrelevante quantitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren</p> <p>Wahrscheinlichkeit</p> <p>Variablenarten und Skalenniveaus</p> <p>Zufallsgrößen und deren Verteilung</p> <p>Deskriptive Statistiken</p> <p>Verteilungsfunktionen und deren Momente</p> <p>Spezielle Verteilungen</p> <p>Zentraler Grenzwertsatz</p> <p>Grundgesamtheit und Stichprobe</p> <p>Schätzmethoden, Tests und Entscheidungsfindung</p> <p>Regressionsanalyse, Korrelationsanalyse</p>   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 6 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Immanenter Prüfungscharakter/ Abschlussprüfung  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Konzepte des Talent-, Kompetenz-, Karriere- und Laufbahnmanagements zu benennen und deren Anwendung im Unternehmen zu diskutieren/reflektieren.</li> <li>• Talent-, Kompetenz-, Karriere- und Laufbahnmanagements aus Unternehmenssicht zu verstehen und entsprechende Strategien, Prozesse und Tools zu konzipieren.</li> <li>• Karrierepfade zu analysieren und Optimierungen zu identifizieren und zu benennen.</li> <li>• die Zusammenhänge des Talentmanagements und des Kompetenz-, Karriere- und Laufbahnmanagements mit anderen HR-Prozessen und angrenzenden Themen zu verstehen und zu reflektieren.</li> </ul>   |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Grundmodell des Talent-Managements (Kernfelder, Kernprozesse, Instrumente) inklusive Talentmanagement 4.0 (Cloudbasierte Talentmanagementlösungen, Einsatz von Softwarelösungen)</p> <p>Grundbegriffe im Talent-Management: Talent, Potenzial und KPI's</p> <p>Grundbegriffe des Kompetenzmanagements (Definitionen und Abgrenzungen, Kompetenzmodell, Kompetenzprofil, Kompetenzmanagement, Systeme, Instrumente) inklusive Kompetenzen in der Industrie 4.0 (Digitale Kompetenz, Medienkompetenz, Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz, Kompetenzen die auf die Interaktion mit intelligenten Maschinen vorbereitet)</p> <p>Definitionen Karrieremanagement (Karriere, Laufbahn, Karriere-wege, Zielgruppen, Karrierebilder im Laufe der Zeit) inklusive Karrieremanagement 4.0 (digitale Nomaden, Spezialisierungsbestreben, Verbindung von Beruf- und Privatleben, Förderung von Teilzeitkarrieren für Männer (und Frauen))</p> <p>Karriere aus individueller und aus Unternehmenssicht</p> <p>Hebel im Karrieremanagement (Motivatoren und Werte)</p> <p>Vorgehensmodelle zur Einführung von Talent- und Karriere-Management im Unternehmen in Abstimmung mit der Unternehmensstrategie</p> <p>Analyse der Umsetzung in Unternehmen anhand von Fallbeispielen oder dem eigenen Unternehmen</p> <p>Reflexion des eigenen Karrieremanagements</p> |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Studiengang</b>            | <b>Personalmanagement/Bachelor</b>  |
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS  |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 6. Semester   |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung, schriftliche e-Learningaufgaben  |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wesentlichen Begriffe und Modelle des Wissensmanagements zu benennen und zu erklären.</li> <li>• Methoden und Instrumente des Wissensmanagements zielgerichtet zu selektieren und anzuwenden.</li> <li>• innerbetrieblichen Know-how Transfer zu organisieren.</li> <li>• Motivation und Möglichkeiten zum Wissensaustausch zu benennen.</li> <li>• Methoden zum Wissensaustausch zu beschreiben und situationsbezogen geeignete Methoden auszuwählen.</li> <li>• die Anforderungen an Wissensmanagement im Prozess- und Projektmanagement zu definieren.</li> <li>• Instrumente der Wissensbewertung zu benennen und strategische Wissensziele mittels Indikatoren zu operationalisieren.</li> <li>• Möglichkeiten und Methoden zur Einführung von Wissensmanagement darzustellen.</li> <li>• die Rolle des/der Personalisten/Personalistin als WissensmanagerIn zu definieren und zu reflektieren.</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <p>Einführung, Zusammenhang Wissensmanagement<br/>         Grundlagen, Wissensmanagementmodelle<br/>         Rolle des/der WissensmanagerIn<br/>         Einführung von Wissensmanagement<br/>         Wissenskultur<br/>         Wissensbilanzierung<br/>         Wissenskommunikation und -visualisierung<br/>         Methodencafé<br/>         Persönliches Wissensmanagement</p>   |

| Studiengang                   | Organisations- & Personalentwicklung/Master  |
|-------------------------------|--|
| <b>Credits</b>                | 3 ECTS   |
| <b>Semester im Curriculum</b> | 2. Semester  |
| <b>Leistungsbeurteilung</b>   | Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen   |
| <b>Kompetenzerwerb</b>        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...Ausgewählte Führungs- und Motivationstheorien zu beschreiben.</li> <li>...Den Zusammenhang von Führung und Veränderung zu verstehen und</li> <li>...entsprechende Maßnahmen für Veränderungsprojekte abzuleiten.</li> <li>...Den eigenen Zugang zu Führung zu reflektieren.</li> <li>...Auf Basis grundlegender Führungstheorien und moderner</li> <li>...Führungsansätze Personalentwicklungsmaßnahmen abzuleiten</li> </ul> |
| <b>Lehrinhalte</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Überblick über grundlegende Führungstheorien</li> <li>Ausgewählte Motivationstheorien</li> <li>Zusammenhang Führung und Motivation</li> <li>Funktion von Führung in sozialen Systemen</li> <li>Moderne Führungstiele /Führen der Zukunft</li> <li>Virtuelles Führen</li> <li>Rolle von Führung in Veränderungsprozessen</li> <li>Funktion unterschiedlicher Hierarchieebenen in Veränderungsprozessen</li> <li>Instrumente der Führung (in Veränderungsprozessen)</li> </ul>  |

| Studiengang            | Organisations- & Personalentwicklung/Master   |
|------------------------|---|
| Credits                | 6 ECTS  |
| Semester im Curriculum | 2. Semester   |
| Leistungsbeurteilung   | Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen  |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...verschiedene Instrumente und Methoden der Analyse des Personalentwicklungsbedarfs zu erörtern und anzuwenden.</li> <li>...Anwendungsfelder, Ziele und typische Prozesse der Personaldiagnostik zu beschreiben und kritisch zu reflektieren.</li> <li>...einen Überblick über diagnostische Instrumente zu geben und deren Brauchbarkeit bedarfsadäquat einzuschätzen.</li> <li>...Funktionen und Rollen in der Personaldiagnostik zu beschreiben und ihre eigene Rolle zu reflektieren.</li> <li>...verschiedene Ansätze und Modelle der Personaldiagnostik (Schwerpunkte Handlungsdiagnostik und Assessment Center) zu erörtern und anzuwenden.</li> <li>...verschiedene Methoden der Potenzial- und Leistungsdiagnostik zu erörtern und anzuwenden.</li> <li>...die OE-Aspekte der Personaldiagnostik zu erkennen und Querverbindungen herzustellen.</li> <li>...Diagnostik-Instrumente auf Teams und Organisationen umzulegen.</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Methoden der Analyse des Personalentwicklungsbedarfs: Organisations-, Aufgaben- und Personenanalyse</p> <p>Ansätze und Modelle der Personaldiagnostik, u.a.: Verhaltens- und Handlungsdiagnostik, systemische Aspekte der Personaldiagnostik</p> <p>Methoden der Potenzial- und Leistungsdiagnostik, u.a.: Assessment Center (Schwerpunkt I), Testverfahren (Schwerpunkt II), Interviewführung, 360° Feedback</p> <p>Personaldiagnostik als Personalentwicklungsmaßnahme</p> <p>Personaldiagnostik und ihre Auswirkungen auf PE-Methodik und Didaktik</p> <p>Tealdiagnostik</p> <p>Feedbackprozesse</p>  |

| Studiengang            | Organisations- & Personalentwicklung/Master  |
|------------------------|--|
| Credits                | 3 ECTS   |
| Semester im Curriculum | 2. Semester  |
| Leistungsbeurteilung   | Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen   |
| Kompetenzerwerb        | <p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... Zusammenhänge und Unterschiede zwischen den Termini OE, Coaching, Supervision und Mediation zu erklären.</li> <li>...Architekturen und Interventionen sowie deren begleitende Kommunikation im Rahmen von OE Prozessen zu planen und im Rahmen konkreter Fälle anzuwenden.</li> <li>...Den Unterschied zwischen systemischer und nicht-systemischer OE zu erklären</li> <li>...Interventionsformate und -medien zu erklären und innerhalb eines Veränderungsprozesses zu verorten.</li> <li>...Die Aufbau- und Ablaufstruktur von Veränderungsprozessen in Organisationen zu erklären und auf Fallbeispiele anzuwenden.</li> <li>...Externe BeraterInnen auszuwählen und deren Einsatz zu planen und zu steuern</li> </ul> |
| Lehrinhalte            | <p>Begriffsabgrenzung: Organisationsentwicklung – Coaching – Supervision - Mediation</p> <p>Phasen und Steuerungsmechanismen in OE Prozessen</p> <p>Kommunikation in OE Prozessen</p> <p>Qualitätskriterien für den Einsatz externer BeraterInnen und Auftragsklärung</p> <p>Beratungsansätze (Fachberatung/Prozessberatung)</p> <p>Ansätze der Gestaltung von Veränderungsprozessen</p> <p>Umgang mit Widerständen</p> <p>Systemisches Interventionsverständnis und Systemische Interventionsarchitekturen</p> <p>Theorien der Veränderung von Organisationen</p> <p>Überblick über Interventionsformate</p>  |