

# KURSKATALOG

Kurse auf Deutsch für Incoming-Studierende der FH Wien der WKW

## Sommersemester 2021

(Februar 2021 – Juli 2021)

FHWien der WKW  
University of Applied Sciences for  
Management & Communication

[www.fh-wien.ac.at](http://www.fh-wien.ac.at)



# Überblick über die deutschsprachigen Kurse

Sommersemester 2021  
(8. Februar – 15. Juli 2021)

<b>I. INFORMATIONEN ÜBER DEN KURSKATALOG.....</b>	<b>3</b>
<b>II. INDIVIDUELLE KURSÜBERSICHT.....</b>	<b>4</b>
<b>III. KURSBESCHREIBUNGEN.....</b>	<b>8</b>
III.I. CENTER FOR INTERNATIONAL EDUCATION AND MOBILITY (CIEM) .....	8
III.II. PERSONALMANAGEMENT UND ORGANISATIONS- UND PERSONALENTWICKLUNG .....	16
III.III. KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT / MARKETING UND SALES MANAGEMENT .....	45
III.IV. TOURISMUS-MANAGEMENT .....	47
III.V. DIGITAL BUSINESS.....	67
III.VI. JOURNALISMUS UND MEDIENMANAGEMENT.....	73
III.VII. UNTERNEHMENSFÜHRUNG .....	84
III.VIII. IMMOBILIENWIRTSCHAFT .....	92

# I. Informationen über den Kurskatalog

**CORONAVIRUS COVID-19 AKTUELLE INFORMATIONEN:  
DER UNTERRICHT WIRD VORAUSSICHTLICH AUS EINER MISCHUNG AUS PRÄSENZUNTERRICHT UND  
FERNLEHRE BESTEHEN. GENAUERE INFORMATIONEN FOLGEN ZU SEMESTERBEGINN.**

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 2021 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. Masterkurse können Sie nur buchen, wenn Sie an Ihrer Heimatuniversität auch auf Masterlevel studieren.

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 in einem fachlich äquivalenten Studienprogramm 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 Kosten für Kursmaterialien (Bücher u. Ä.) anfallen können.

## II. Individuelle Kursübersicht

### II.I. CIEM

CIEM Sprachkurse (Kursgebühren jeweils € 130,-)	
Chinesisch A1/2 (Fortsetzung von A1/1 im Wintersemester)	4 ECTS
Französisch A1/1	4 ECTS
Französisch A2/1	4 ECTS
Französisch B1/1	4 ECTS
Russisch A1/2 (Fortsetzung von A1/1 im Wintersemester)	4 ECTS
Spanisch A1/2 (Fortsetzung von A1/1 im Wintersemester)	4 ECTS
Spanisch A2/2 (Fortsetzung von A2/1 im Wintersemester)	4 ECTS
Spanisch B1/2 (Fortsetzung von B1/1 im Wintersemester)	4 ECTS

## II.II. Personalmanagement und Organisations- und Personalentwicklung

Bachelor	
Arbeitsrecht 1	3 ECTS
Arbeitsrecht 2	4 ECTS
Assessment Center	1 ECTS
Business Research 1	6 ECTS
Compensation & Benefits und Performance Management	6 ECTS
Controlling & HR Analytics	4 ECTS
Didaktik	3 ECTS
HR-Info-Management	2 ECTS
HR-Leitung	6 ECTS
HR-Praxisprojekt	3 ECTS
HR-Stakeholder-Kommunikation	2 ECTS
Investition & Finanzierung	1 ECTS
Kostenrechnung	3 ECTS
Moderation	2 ECTS
Personalplanung & Recruiting	6 ECTS
Personalverrechnung	3 ECTS
Recruiting & Diagnostik	6 ECTS
Statistik	3 ECTS
Talent- & Karrieremanagement	6 ECTS
Workshop & Trainingsgestaltung	4 ECTS
Führung & Change Management	6 ECTS
HR-Leitung & Recht (Wahlfach)	6 ECTS
Recruiting & Diagnostik (Wahlfach)	6 ECTS
Neue Arbeits- und Lernwelten (Wahlfach)	6 ECTS
Master	
Führung & Change Management	3 ECTS
Methoden der Personalentwicklung	6 ECTS
OE-Architekturen, - Modelle, -Prozesse	3 ECTS
Organisationslaboratorium	6 ECTS
Begleitung von organisationalen Veränderungsprozessen (integriertes Fallbeispiel)	4 ECTS

## II.III. Kommunikationswirtschaft / Marketing und Salesmanagement

Bachelor	
Leistungssteuerung im Vertrieb 1	3 ECTS
Leistungssteuerung im Vertrieb 2	3 ECTS
Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 1	3 ECTS
Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 2	3 ECTS

## II.IV. Tourismus-Management

Bachelor	
Bilanzierung	2 ECTS
Human Resources Management	6 ECTS
Marktforschung 1	3 ECTS
Projekt Fachexkursion	2 ECTS
Statistik 2	3 ECTS
Tourismusmarketing 1	6 ECTS
Tourismussimulation	3 ECTS
Unternehmensführung	6 ECTS
Vertiefung Berufsfeld 2	2 ECTS
Zivilrechtliche und wirtschaftliche Grundlagen	4 ECTS

  

Master	
Angewandte Tourismusforschung	6 ECTS
Business Planning	6 ECTS
Corporate Entrepreneurship 1	3 ECTS
Entrepreneurship Grundlagen	3 ECTS
Kooperative Geschäftsmodelle	6 ECTS
Leadership 1	3 ECTS
Leadership Trends	4 ECTS
Management Simulation	2 ECTS

## II.V. Digital Business

Bachelor	
Project and Process Management	6 ECTS
Application Design and Development	6 ECTS
Enterprise Architecture & IT Infrastructure	6 ECTS
Economics and Innovation	6 ECTS
Communication and Analytical Thinking 2	6 ECTS

## II.VI. Journalismus und Medienmanagement

Bachelor	
Animation & Motion Graphics Design	2 ECTS
BWL 1	3 ECTS
BWL 2 Planspiel	3 ECTS
Contentmanagement Systeme	2 ECTS
Einführung in Web-Technologien	2 ECTS
Gender & Diversity	1 ECTS
Medienethik	1 ECTS
Medienmanagement Vertiefung	2 ECTS
Medienproduktion	2 ECTS
Organisationskommunikation & PR	2 ECTS
QM & Professionalisierung im Medienmanagement	2 ECTS
Strategie	2 ECTS
Web- und Screen-Design	2 ECTS

## II.VII. Unternehmensführung

Bachelor	
Beschaffung, Produktion und Logistik	2 ECTS
Finanzierung und Unternehmensbewertung	3 ECTS
Finanzwirtschaft	3 ECTS
Grundlagen der Corporate Finance	3 ECTS
Grundlagen der VWL	6 ECTS
Kostenrechnung	3 ECTS
Marketing	4 ECTS
Marketing Management	3 ECTS
Strategisches Management	3 ECTS

## II.VIII. Immobilienwirtschaft

Bachelor	
Bautechnik	5 ECTS
Finanz- und Rechnungswesen 2	5 ECTS

  

Master	
Fallstudien Immobilienbewertung	6 ECTS
Betriebswirtschaftslehre	6 ECTS
Portfoliomanagement	5 ECTS
Facility Management	5 ECTS

### III. Kursbeschreibungen

#### III.I. Center for International Education and Mobility (CIEM)

CIEM Sprachkursgebühren jeweils €130,-

Lehrveranstaltungstitel		Chinesisch A1/2
Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management	
Credits	4 ECTS	
Semester im Curriculum	Wahlfach	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter	
Kompetenzerwerb	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. 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.	
Lehrinhalte	<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:  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>	

Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management
Credits	4 ECTS
Semester im Curriculum	Wahlfach
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Die Lehrziele entsprechen dem Niveau A1/1 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sich selbst und andere begrüßen und vorstellen</li> <li>- persönliche Informationen (Alter, Familienstand, Herkunft, Beruf, Nationalität, Wohnort usw.) aufnehmen, verstehen, weiterverarbeiten oder danach fragen</li> <li>- nach der Aussprache, der Betonung und der Schreibweise eines Wortes fragen</li> <li>- nach dem Befinden fragen und antworten</li> <li>- angeben, welche Sprachen man spricht</li> <li>- einen Ort erfragen und benennen</li> <li>- Vorlieben und Abneigungen benennen</li> <li>- Alphabet und Zahlen anwenden, Mengenangaben</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>- ein Besichtigungsprogramm erstellen</li> <li>- Wortschatz zu den Themen erkennen und in vernetzter Form benutzen</li> <li>- Grundregeln der Aussprache beherrschen</li> <li>- die Grundgrammatik zu kennen und richtig anwenden</li> <li>- Ansichten äußern und begründen; widersprechen</li> <li>- Vermutungen aussprechen</li> <li>- Wochentage und Telefonnummern angeben</li> <li>- sich verabreden</li> <li>- über etwas Vergangenes sprechen</li> <li>- Tagesablauf beschreiben</li> <li>- im Restaurant bestellen und bezahlen</li> <li>- recherchieren und berichten</li> <li>- über Stereotypen diskutieren</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:  u. a. buchstabieren; Präsens von être und avoir; Maskulinum/Femininum; Verneinung; Mengenangaben; definiter und indefiniter Artikel; regelmäßige Verben auf -er; die Verben s'appeller, aller, sortir, venir; Zahlen; Teilfrage mit est-ce que; Ortspräpositionen; Adverbien au, du; Uhrzeit; passé composé mit avoir; Jahreszahlen; unregelmäßige Partizipien;</p>

Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management
Credits	4 ECTS
Semester im Curriculum	Wahlfach
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Die Lehrziele entsprechen dem Niveau A2/1 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personen beschreiben, Ratschläge erteilen</li> <li>- über das Lernen sprechen</li> <li>- sich über Gesundheit, Krankheit, Sport, Fitness und den Tagesablauf äußern</li> <li>- Aussagen und Gefühle äußern</li> <li>- Vorschläge für ein gesundes Leben zusammenstellen</li> <li>- eine Biographie schreiben</li> <li>- einen Ernährungsplan erstellen</li> <li>- Einkaufsgespräche führen</li> <li>- eine Stadt beschreiben</li> <li>- einen Weg mit öffentlichen Verkehrsmittel beschreiben</li> <li>- über Veranstaltungsprogramme diskutieren</li> <li>- über kulturelle Unterschiede sprechen</li> <li>- formelle Schreiben verfassen</li> <li>- sich zu Veranstaltungen, privaten Festen, Feiertagen äußern</li> </ul> <p>Grammatikinhalte: u. a. Besonderheiten bei Adjektiven; Imperativ; direkte und indirekte Objektpronomen; Satzstellung bei Zeitangaben, Reflexivverben mit passé composé; il faut, devoir + Infinitiv; Inversionsfrage; Pronomen en und y; indirekte Frage und Rede; j'aimerais; imparfait; conditionnel; Demonstrativpronomen ce</p>

Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management
Credits	4 ECTS
Semester im Curriculum	Wahlfach
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Die Lehrziele entsprechen dem Niveau B1/1 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen 2003 (GERS) und gehen thematisch insbesondere auf die Französisch sprechende Welt sowie deren Kultur und Lebensart ein.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- globales/detailliertes Hör- und Leseverstehen sowie Wortschatzarbeit</li> <li>- 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>- Interviews führen</li> <li>- Gesprächspartner beschwichtigen, reklamieren</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> </ul> <p>Grammatik: u.a. Superlativ, Bedingungssatz, Vor- und Nachsilben, Passiv, unregelmäßige Adverbien, rien ne; personne ne</p>

Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management
Credits	4 ECTS
Semester im Curriculum	Wahlfach
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	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.
Lehrinhalte	<p>Die Lehrinhalte entsprechen dem Niveau A1/2 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: 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, чтобы,</p>

Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management
Credits	4 ECTS
Semester im Curriculum	Wahlfach
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	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.
Lehrinhalte	<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> <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>Grammatikinhalte:  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>

Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management
Credits	4 ECTS
Semester im Curriculum	Wahlfach
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<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>
Lehrinhalte	<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>Grammatikinhalte:  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>

Studiengang	Center for International Education and Mobility (CIEM)/International Management
Credits	4 ECTS
Semester im Curriculum	Wahlfach
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<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>
Lehrinhalte	<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> <p>Grammatikinhalt:</p> <p>Plusquamperfekt; Zeitangaben; der Subjuntivo Präsens; Konnektoren pero, sino, en cambio, en vez de; Interjektionen vaya, venga, anda, vale; Verben der Meinungsäußerung mit Indikativ und Subjuntivo</p>

## III.II. Personalmanagement und Organisations- und Personalentwicklung

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Arbeitsrecht 1
Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teileistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Inhalte und Wirkungsweisen des Arbeitsrechts zu beschreiben.</li> <li>• die Einbettung des Arbeitsrechts in die österreichische Rechtsordnung zu verstehen.</li> <li>• Arbeitsverhältnisse richtig einzuordnen und auf die Arbeitsvertragsgestaltung richtig anzuwenden.</li> <li>• kollektivrechtliche Fragestellung zu verstehen und kollektives Arbeitsrecht entsprechend gestalten zu können</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Einführung in das Arbeitsrecht            Das Arbeitsverhältnis            Betriebsverfassung und Belegschaftsvertretung            Kollektivvertrag            Arbeitsvertrag            Entgeltfortzahlung bei Arbeitsverhinderung            Urlaubsrecht</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, arbeitsrechtliche Fragestellungen in Zusammenhang mit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• der Flexibilisierung von Dienstverhältnissen (inkl. Arbeitszeit) bzw. mit organisationalen Restrukturierungen zu bearbeiten.</li> <li>• Schadenersatzfragen im Arbeitsrecht selbständig zu beantworten.</li> <li>• Dienstverhältnisse unter Einhaltung aller relevanten gesetzlichen Regelungen zu beenden.</li> <li>• Fragen zu Themen rund um Schwangerschaft, Geburt und Wiedereinstieg von MitarbeiterInnen zu beantworten.</li> <li>• Mit den entsprechenden Gesetzestexten zu arbeiten.</li> <li>• Die gängigsten Arbeitszeitmodelle zu erklären.</li> <li>• Arbeitszeitmodelle angepasst an die Bedürfnisse der Organisation zu gestalten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Schadenersatz und Haftung im Arbeitsverhältnis          Arbeitnehmerschutz und Gleichbehandlung          Mutterschutz, Karenz, Elternteilzeit, Kinderbetreuungsgeld          Betriebsübergang          Insolvenz des Arbeitgebers          Beendigung des Arbeitsverhältnisses          Sozialpläne, Restrukturierungen          Arbeitszeitrecht          Schwerpunktthema: Gestaltung von Arbeitszeitmodellen</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	100% Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden 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>
Lehrinhalte	<p>Ziele, Strukturen und Inhalte von Assessment Centern und Vergleich mit anderen Testformen inklusive Online Assessment Center</p> <p>Rolle und Aufgaben eines Assessors/einer Assessorin</p> <p>Übersicht über zeitliche, organisatorische und inhaltliche Planung eines Assessment Centers</p> <p>Dokumentation und Auswertung der Ergebnisse, Feedback an die TeilnehmerInnen</p> <p>Vorbereitung auf das praktische Projekt</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter/Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<p>Disziplinäre Einordnung des Studiums  Phasen des wissenschaftlichen Forschungsprozesses  Literaturrecherche und Umgang mit Quellen  Wissenschaftliches Schreiben und wissenschaftliche Textüberarbeitung  Zitierregeln gemäß FHWien Vorgabe inklusive Plagiatsprävention  Fokussierung einer empirischen Fragestellung  Empirische Methodologien  Empirische Forschungsdesigns  Empirische Forschungsplanung  Qualitatives Sampling (quantitative Vertiefung im Teilmodul Statistik)  Fachrelevante qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren  (quantitative Vertiefung im Teilmodul Statistik)</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiedliche Grundgehaltsstrukturen sowie variable</li> <li>• Entlohnungsformen zu beschreiben und situationsgerecht</li> <li>• auszuwählen.</li> <li>• Gehaltshöhen in Bezug auf Position und Qualifikation einzuschätzen.</li> <li>• Vor- und Nachteile unterschiedlicher Gehaltssysteme abzuwägen und zu erklären</li> <li>• Vergütungsgrundsätze in Hinblick auf markt- und leistungsorientierte Komponenten zu formulieren.</li> <li>• Gehaltsspezifische Aspekte in Bezug auf das Gleichbehandlungsgesetz zu beurteilen.</li> <li>• Die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen für Vergütung in Österreich zu benennen.</li> <li>• Die verschiedenen Ansätze und Definitionen des Leistungsbegriffs zu kennen und situationsgerecht zu verwenden.</li> <li>• Performance Management Konzepte zu verstehen und auf ihre situative Anwendbarkeit in der Praxis zu beurteilen.</li> <li>• Trends im Bereich Comp &amp; Ben und Performance Management zu erklären.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Gehaltsmodelle, fixe und variable Entlohnungsformen  Total Reward Management  Verwendungsgruppen, Einstufungsmodelle,  Leistungsgerechte Entlohnung  Exkurs: Vergütung in Zusammenhang mit Expatriation  Diversity Aspekte in Zusammenhang mit Compensation  Rechtliche Rahmenbedingungen zur Vergütung in Österreich  Zusammenhang Comp &amp; Ben und Performance Management  Definition „Leistung“ – kulturelle Ansichten und Unterschiede  Performance Contracts, Key Performance Indicators  Leistungserwartung, Leistungsbewertung, Leistungsbeurteilung,  Leistungsabgeltung  Integriertes Performance Management  Vor- und Nachteile von Management by Objectives und leistungsorientierter Entlohnung  Trends im Bereich Comp &amp; Ben und Performance Management</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Mündliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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  Ausgewählte strategische Kennzahlen, Schwerpunkt Personal-controlling (operativ und strategisch)  Controlling der Prozesse der Personalabteilung  Grundbegriffe und Anwendungsmöglichkeiten von HR-Analytics in verschiedenen Bereichen des Personalmanagements  Integration und Implementierung von People Analytics in Personalmanagement  Möglichkeiten und Grenzen der digitalen Datenverarbeitung und -analyse  Personalrisikomanagement und -controlling  Big Data im Personalmanagement  HR und digitale Datensicherheit  Rechtliche und ethische Rahmenbedingungen für die Datennutzung  Aufgaben der Unternehmensplanung, Zielformulierung, Regelkreis, normatives/strategisches/operatives Controlling, Budgetierungsprozess  Ausgewählte strategische Kennzahlen, Schwerpunkt Personal-controlling (operativ und strategisch)  Controlling der Prozesse der Personalabteilung</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	100% Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<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>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Den grundsätzlichen Nutzen von HR Informationssystemen und die Möglichkeiten ihres Einsatzes zu erklären.</li> <li>• Anforderungen an HR Informationssysteme zu definieren.</li> <li>• Entscheidungskriterien für die Auswahl von HR Informationssystemen entsprechend den Bedürfnissen des Unternehmens zu definieren und anzulegen.</li> <li>• Angebote verschiedener Anbieter zu evaluieren bzw. einander gegenüber zu stellen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Eigenschaften von HR-Informationssystemen  Anforderungen an und Beurteilung von HR-Informationssystemen  Nutzen und Einsatzmöglichkeiten von HR-Informationssystemen  Entscheidungskriterien bei der Auswahl von HR-Informationssystemen abhängig von Branche und Unternehmensgröße  Evaluierung konkreter Angebote von Anbietern von HR Informationssystemen</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	40% Disziplinenorientierte Zwischenbeurteilungen 60% Integrative Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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 Unternehmens-ziele unterstützen kann.</li> <li>• die Bedeutung des Personalmanagements 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>• Grundätze 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  Grundsätze des strategischen HRM  Unternehmens- und Personalstrategie, Entwickeln einer Personalstrategie  Unternehmens- und Personalziele  HR und Change Management  Positionierung von HR im Unternehmen  Selbstreflexion  Trends und Herausforderungen der Arbeitswelt der Zukunft</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	100 % Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• komplexe Aufgabenstellungen aus der Unternehmensrealität zu verstehen, umfassend – allenfalls auf Basis einer durchgeführten empirischen Erhebung - zu analysieren, zu interpretieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.</li> <li>• Lösungsvorschläge gegenüberzustellen und zu analysieren</li> <li>• die in den vorangegangenen Modulen erlernten und erarbeiteten Personalmanagement – Instrumente, - Konzepte und Werkzeuge für einen realen Anlassfall durchgängig einzusetzen und zu interpretieren.</li> <li>• Einsatzmöglichkeiten und –grenzen der erlernten Konzepte, Methoden und Instrumente zu reflektieren.</li> <li>• mit externen AuftraggeberInnen professionell zu kommunizieren sowie Rebriefings durchzuführen.</li> <li>• die ausgearbeiteten Lösungsvorschläge zu präsentieren und zu verteidigen</li> </ul>
Lehrinhalte	<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>

Lehrveranstaltungstitel	HR – Stakeholder-Kommunikation
-------------------------	--------------------------------

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	100% Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Ansprüche der wesentlichen Stakeholder für HR zu kennen und Erfordernisse für die Kommunikation daraus abzuleiten.</li> <li>• Schwierige Gesprächssituationen zu antizipieren und sich entsprechend darauf vorzubereiten.</li> <li>• Selbstsicher in Verhandlungen mit Betriebsrat, Führungskräften und Management aufzutreten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<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>

Lehrveranstaltungstitel	Investition & Finanzierung
-------------------------	----------------------------

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <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>
Lehrinhalte	<p>Statische und dynamische Investitionsrechenverfahren            Finanzierungsinstrumente und Finanzierungsentscheidungen            Grundlagen und Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung            Finanzplan</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	Grundlagen des internen Rechnungswesens Kostenerfassung, Kostenverrechnung Erfolgsermittlung Kostenrechnung als Entscheidungsinstrument Abweichungsanalyse

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<p>Entwicklung der Moderation von Moderation 1.0 bis 4.0            Grundlagen der Gruppenmoderation sowie Abgrenzung zu Beratung und Coaching            Rolle und professionelle Selbstpräsentation als ModeratorIn            Planung, Konzeption und Durchführung von Moderationen mit dem Schwerpunkt auf Kleingruppenmoderation und Online Moderationen            Einsatz von Moderations-Methoden und -Tools, Medien und Foto-Protokollen            Einsatz von Technologie, Apps und webbasierter Moderationssoftware            Schwierige Situationen aus der Praxis und Interventionsmöglichkeiten            Virtuelle Zusammenarbeit: Beziehungs- und Vertrauensaufbau virtuell            Nachbereitung von Workshops und Meetings            Grundlagen der Konzeption von Großgruppenveranstaltungen</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	40% Disziplinenorientierte Teilleistung 60% Integrative Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• Instrumente des Personalcontrollings anzuwenden.</li><li>• Personalrisiken zu erkennen und zu bewerten.</li><li>• Weiterbildungsmaßnahmen ganzheitlich zu evaluieren</li></ul>
Lehrinhalte	Operatives und strategisches Personalcontrolling Personalkennzahlen für den operativen und strategischen Bereich Instrumente Personalcontrollings Personalrisikomanagement Evaluation von Weiterbildungsmaßnahmen

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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  Qualitative und quantitative Personalplanung  Beschaffungsplanung: Stellenbeschreibung und -bewertung  Einsatzplanung: Steuerung der Auslastung, Zeitwirtschaft  Entwicklungsplanung; Ansätze Bildungscontrolling  Abbauplanung, Alternative Szenarien im Rahmen des Personalabbaus  Kostenplanung  Budgetierungs- und Planungsprozess, Planungszeiträume  Tools zur Unterstützung der Personalplanung  Aktuelle Trends in der Personalplanung  Grundsätzliches zur Personalbeschaffung  Suchstrategien (interne und externe Personalbeschaffung, Direct Search, Active Sourcing, Employee Referral)  BewerberInnenkommunikation und BewerberInnenmanagement  Gestalten von Anforderungsprofilen und Stellenbeschreibungen  Selektionsverfahren  Interviewtechniken  Auswahlverfahren (Assessment Center, Hearings)  Messung der Performance der Recruiting-Kanäle  Mobile Recruiting (Real time Engagement im Recruiting)  Aktuelle Trends im Recruiting</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<p>Grundkonzepte der Personalverrechnung          Sozialversicherungs- und Lohnsteuerabrechnung          Zulagen und Zuschläge          Sonderzahlungen          Urlaub          Abfertigungen – Beendigung des Dienstverhältnisses          außerbetriebliche Abrechnung          IT Unterstützung</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	40% Disziplinenorientierte Zwischenbeurteilungen 60% Integrative Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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	<p>Ziele und Aufgaben der Personaldiagnostik Eigenschafts- und handlungsdiagnostische Verfahren Gütekriterien diagnostischer Verfahren Testverfahren Psychologische Verfahren Assessment Center (Entwicklung und Durchführung) Anforderungsprofile Kennzeichen von Beobachtung vs. Alltagswahrnehmung Recruiting- und Onboardingprozess Social Media im Recruiting</p>

## Lehrveranstaltungstitel

Statistik

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Konzepte der Wahrscheinlichkeitsrechnung zu kennen und anwenden zu können</li> <li>• Deskriptiv- und Inferenzstatistik zu unterscheiden und deren Eigenschaften zu erkennen</li> <li>• Deskriptivstatistiken erstellen und auswerten zu können</li> <li>• Inferenzstatistiken anwenden und Schlussfolgerungen ziehen zu können</li> <li>• Unterschieds- und Zusammenhangshypothesen mittels passender Methoden zu testen</li> <li>• Parametrische und nicht-parametrische Hypothesentests durchzuführen und deren Systematik zu verstehen</li> <li>• Korrelationen und Regressionen zu verstehen und zu berechnen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Fachrelevante quantitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren  Wahrscheinlichkeit  Variablenarten und Skalenniveaus  Zufallsgrößen und deren Verteilung  Deskriptive Statistiken  Verteilungsfunktionen und deren Momente  Spezielle Verteilungen  Zentraler Grenzwertsatz  Grundgesamtheit und Stichprobe  Schätzmethoden, Tests und Entscheidungsfindung  Regressionsanalyse, Korrelationsanalyse</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter/ Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<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, Karrierewege, 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>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	100% Immanente Leistungsbeurteilung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Fachtraining oder ein reales Online Training selbständig bedarfsgerecht zu entwickeln, dessen Durchführung zu planen, es selbständig durchzuführen und zu evaluieren.</li> <li>• ein Trainingskonzept zu erstellen, es nach der Durchführung des Trainings zu evaluieren und anzupassen.</li> <li>• die eigene Rolle als TrainerIn zu reflektieren und eine Identität als TrainerIn zu entwickeln.</li> <li>• mit Feedback entwicklungsorientiert umzugehen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Vorbereitung des Praxisprojektes: Konzeption, Durchführung und Evaluierung eines Fachtrainings oder eines realen Online Trainings  Grob- und Feinplanung eines Seminars/ Webinars (Vertiefung)  Einsatz von (online) Medien und Tools (Vertiefung)  Umgang mit (online) Feedback (Vertiefung)  Reflexion der eigenen TrainerInnen-Rolle (Vertiefung)  Inhaltliche Schwerpunktsetzung der Fachtrainings entsprechend den Interessen der Studierenden</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	40% Projektarbeit 60% Schriftliche Prüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungsstile vor dem Hintergrund von Führungstheorien zu verorten.</li> <li>• grundlegende Führungsinstrumente zu benennen und zu erklären.</li> <li>• die wesentlichen Schritte in Veränderungsprozessen darzustellen.</li> <li>• die Begriffe der Organisationsentwicklung und des Change Managements abzugrenzen.</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>• den Einfluss der Organisationskultur auf den Unternehmenserfolg und den Erfolg von Veränderungsprojekten zu beschreiben</li> <li>• ausgewählte Methoden des Change Managements zu benennen und deren Einsatzmöglichkeit zu erklären.</li> <li>• Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Wandel in der Organisation zu benennen und zu diskutiere</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Aufgaben und Anforderungen an Führungskräfte          Traditionelle sowie moderne Führungstheorien, Führungsmodelle (Management 4.0, Agile Leadership)          Führung als sozialer Einflussprozess          Schlüsselkompetenzen der Führung          Gender und Diversity in der Führung-Antidiskriminatorische Personalauswahl und Personalbeurteilung          Strukturelle vs. Interaktionelle Führungsinstrumente          Führung im Zuge von Digitalisierung und Globalisierung          Führung und Begleitung von Change-Prozessen          die verschiedenen Rollen und Aufgaben der Führungskraft im Change Management          Change Management: unterschiedliche Ansätze, Prozesse, Erfolgsfaktoren          Veränderungsmethoden (u.a. Design-Thinking)          Auswirkungen der Digitalisierung auf den Wandel in Organisation</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Abschlussprüfung; Integratives Modul
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zu verstehen wie die HR Leitung –abhängig von Branche und Unternehmensgröße das operative Geschäft eines Unternehmens und dessen strategische sowie operative Ziele unterstützen kann.</li> <li>• die Bedeutung von HR für den Unternehmenserfolg zu argumentieren und im Management ein gemeinsames Verständnis dafür zu schaffen.</li> <li>• die Trends und Herausforderungen der Arbeitswelt der Zukunft abzuschätzen sowie Personalstrategien daran zu orientieren.</li> <li>• arbeitsrechtliche Herausforderungen in der Arbeit als HR Leiterin zu erkennen und Maßnahmen abzuleiten.</li> <li>• zu erkennen worin teure arbeitsrechtliche Fehler bestehen und wie diese vermieden werden können.</li> <li>• zielfördernde Vorgehensweise im Rahmen von Betriebsratsverhandlungen anzuwenden</li> <li>• Praxisberichte von HR LeiterInnen auf die eigene Situation umzulegen, persönliche Entwicklungsschritte abzuleiten und eine Identität als HR LeiterIn zu entwickeln.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Praxisberichte von HR LeiterInnen auf die eigene HR Leitung in unterschiedlichen Kontexten (HR Leitung in Klein- und Mittelbetrieben, Start Ups, NGOs, nationalen und internationalen Konzernen, etc.)</p> <p>Praxisbeispiele</p> <p>Arbeitsrechtliche Herausforderungen in der Tätigkeit als HR LeiterIn</p> <p>Gründung, Rechte und Arten von Betriebsvereinbarungen</p> <p>Konstruktive Kommunikation mit dem Betriebsrat</p> <p>KV und kollektivvertragliche Verhandlungen</p> <p>Schwierige Phasen als Herausforderung und Chance für HR-LeiterInnen: Reorganisationen, Eigentümerwechsel, Sozialpläne, Management-Informationssysteme (MIS), Arbeitsinspektorat, HR-Prozesse &amp; Struktur, etc.</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Abschlussprüfung; Integratives Modul
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den Recruitingprozess zu planen, zu begleiten, durchzuführen und zu evaluieren.</li> <li>• die wesentlichen Recruitingtrends kritisch zu diskutieren.</li> <li>• die rechtlichen Aspekte des Recruitings zu benennen.</li> <li>• den Einfluss unbewusster Faktoren im Rahmen des Auswahlprozesses kritisch zu reflektieren.</li> <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 Testverfahren zu beschreiben und situativ über deren Einsatzmöglichkeiten zu entscheiden.</li> <li>• Kompetenzanforderungen in Form von Anforderungsprofilen zu operationalisieren und mit Hilfe von diagnostischen Verfahren beobachtbar zu machen.</li> <li>• den Unterschied zwischen Alltagswahrnehmung und Beobachtung im Rahmen diagnostischer Verfahren zu begründen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>DIN 33430: 2106-07. Anforderungen an berufsbezogene Eignungsdiagnostik  Planung, Durchführung und Evaluierung von Recruitingprozessen  Kennzeichen von Beobachtungs- und Alltagswahrnehmung  Auftragsklärungsgespräch und Anforderungsprofil als Basis  Interne und externe Kommunikation im Zuge des Recruitingprozesses  Beurteilung von Bewerbungsunterlagen und BewerberInnenmanagement  Gesprächs- und Fragetechniken: teilstrukturierte, biographische Interviews und situative Fragen sowie Reflexion der persönlichen Haltung im Gespräch  Verfahren zur Verhaltensbeobachtung und Verhaltensbeurteilung  Anforderungen an messtheoretisch fundierte Fragebogen und Tests  Eigenschafts- und handlungsdiagnostische Verfahren  Auswahl, Möglichkeiten und Grenzen von diagnostischen Verfahren  Entscheidungsprozesse aktiv gestalten (Hearings, ACs, etc.)  Rechtliche Aspekte im Recruiting</p>

Studiengang	Personalmanagement/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensionen Neuer Arbeits- und Lernwelten verstehen und beschreiben können.</li> <li>• Die Anforderungen an das Unternehmen 4.0 zu verstehen und zu reflektieren.</li> <li>• Handlungsfelder einer vernetzten Arbeitskultur zu verstehen.</li> <li>• den Einsatz von Lernsystemen und Lerninfrastruktur zu verstehen.</li> <li>• didaktische Konzepte und Hintergründe im Kontext der Neuen Arbeits- und Lernwelten verstehen und anwenden zu können</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Dimensionen von Neuen Arbeits- und Lernwelten: Architektur, Pädagogik/ Menschen und Prozess/ Technologie</p> <p>Anforderungen an das Unternehmen 4.0 (z.B. unternehmerisches Denken &amp; Handeln, Unternehmenserfolg mit Freude, Flexible Strukturen &amp; Teamarbeit, Arbeiten Unabhängigkeit von Ort und Zeit, zeitadäquate Technologien, Produktivitäts- und Kreativitätsförderndes Ambiente)</p> <p>vernetztes Kollaboration -über Zeit- und Kulturgrenzen hinweg</p> <p>Handlungsfelder einer vernetzten Arbeitskultur</p> <p>Einsatz intelligenter/ innovativer Lernsysteme</p> <p>Kreation einer Lerninfrastruktur (Verschmelzen von realen und virtuellen Lernwelten, Gestaltung von Lernwelten (räumlich-real und virtuell), Raumgestaltung, offene Lernlandschaften und Cluster</p> <p>Ermöglichungsdidaktik (Erfolgsfaktoren für technologiegestütztes Lernen, von der Wissensvermittlung zur Potenzialentfaltung, Design Thinking, Experimentierfelder)</p> <p>Kompetenzentwicklung durch Co-Coaching, E-Coaching, E-Mentoring, Lern-Netzwerke und Communities</p>

## Master

Lehrveranstaltungstitel		Führung & Change Leadership
Studiengang	Organisations- & Personalentwicklung/Master	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen	
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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 entsprechende Maßnahmen für Veränderungsprojekte abzuleiten.</li> <li>• Den eigenen Zugang zu Führung zu reflektieren.</li> <li>• Auf Basis grundlegender Führungstheorien und moderner Führungsansätze Personalentwicklungsmaßnahmen abzuleiten</li> </ul>	
Lehrinhalte	<p>Überblick über grundlegende Führungstheorien            Ausgewählte Motivationstheorien            Zusammenhang Führung und Motivation            Funktion von Führung in sozialen Systemen            Moderne Führungsstile /Führen der Zukunft            Virtuelles Führen            Rolle von Führung in Veränderungsprozessen            Funktion unterschiedlicher Hierarchieebenen in Veränderungsprozessen            Instrumente der Führung (in Veränderungsprozessen)</p>	

Studiengang	Organisations- & Personalentwicklung/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>Teamdiagnostik</p> <p>Feedbackprozesse</p>

Studiengang	Organisations- & Personalentwicklung/Master
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>

Studiengang	Organisations- & Personalentwicklung/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den gesamten Prozess der Entstehung einer Organisation sowie die damit verbundenen Emotionen von Anfang bis Ende aus der Sicht des/der Betroffenen nachzuvollziehen.</li> <li>• die Möglichkeiten der Einflussnahme auf und die Steuerung von Organisationsprozessen zu reflektieren.</li> <li>• die Wechselwirkungen zwischen Individuum, Gruppe und Organisation zu diskutieren.</li> <li>• Prozesse der Selbstorganisation zu beraten und begleiten und auszuwerten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Entstehungsprozess einer Organisation  Steuerungsmöglichkeiten von Organisationsprozessen  Wechselwirkungen zwischen Individuum, Gruppe und Organisation  Prozesse der Selbstorganisation  Umgang mit Komplexität in Organisationen  Anwendung des Wissens zur Gestaltung und Entwicklung von organisationalen Strukturen und Abläufen anhand eine Praxisfalles (z.B. in Form eines Organisationslaboratoriums, eines Beratungsfalls, eines Planspiels, einer fiktiven Organisationsgründung, etc.)</p>

Studiengang	Organisations- & Personalentwicklung/Master
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Die Gesamtnote ergibt sich aus den Einzelnoten - Projekthandbuch und Präsentation auf Gruppenebene (fachliche Einzelreflexion); ergänzt um die Beurteilung der individuellen Leistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• fachliche Themenstellungen, die vor und während eines Veränderungsprozesses entstehen, zu lösen.</li> <li>• die Begleitung von Veränderungsprozessen aus der Sichtweise der unterschiedlichen Unternehmensfunktionen (Geschäftsführung, Personal, Finanzen/Controlling, Kommunikation, Organisations- und Personalentwicklung) zu planen und zur Umsetzung geeignete Instrumente der OE/PE und der Change-Kommunikation einzusetzen.</li> <li>• die Rolle der unterschiedlichen Change-Beteiligten und deren Anforderungen an den Changeprozess zu beschreiben und zu reflektieren</li> </ul>
Lehrinhalte	Gestaltung und Steuerung von organisationalen Unternehmensprozessen bzw. Veränderungsprozessen anhand vorgegebener Sachverhalte (Fallbeispiel) Erarbeitung von fachlichen Themenstellungen im Zusammenhang mit Veränderungsprozessen (unter Berücksichtigung der Bereiche OE, PE und Strategie sowie als Querschnittsthema Change Management) Change-Kommunikation Übernahme von Unternehmensfunktionen und deren Gestaltungsmöglichkeiten

### III.III. Kommunikationswirtschaft / Marketing und Sales Management

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Leistungssteuerung im Vertrieb 1
Studiengang	Kommunikationswirtschaft/Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Vertrieb zu kennen und zu interpretieren</li> <li>• verschiedene Formen der Zielsetzung im Verkauf zu verstehen sowie diese für die eigene Leistungserbringung zu evaluieren und anzuwenden</li> <li>• die Elemente zur Steuerung eines Vertriebsteams zu verstehen und die damit verbundene Leistungsmessung für sich zu reflektieren</li> </ul>	
Lehrinhalte	Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Vertrieb Relevante Key Performance Indicators Grundlagen und Einführung CRM CRM als Steuerungstool im Sales	

Lehrveranstaltungstitel		Leistungssteuerung im Vertrieb 2
Studiengang	Kommunikationswirtschaft/Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Formen der Zielsetzung im Verkauf zu verstehen</li> <li>• sowie diese für die eigene Leistungserbringung zu evaluieren und anzuwenden</li> <li>• Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Vertrieb zu kennen und zu interpretieren</li> <li>• die Elemente zur Steuerung eines Vertriebsteams zu verstehen und die damit verbundene Leistungsmessung für sich zu reflektieren</li> </ul>	
Lehrinhalte	Zielsetzung im Verkauf Selbststeuerung im Vertrieb Steuerung eines Vertriebsteams	

Lehrveranstaltungstitel	Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 1
-------------------------	---

Studiengang	Kommunikationswirtschaft/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Elemente von Resilienz zu verstehen und konstruktiv für die Förderung der eigenen Widerstandsfähigkeit zu nutzen</li> <li>• ihre Resilienz zu analysieren und reflektieren</li> <li>• Burn-Out Faktoren – besonders hinsichtlich des erhöhten Leistungsdrucks im Vertrieb – zu kennen, zu diskutieren und zu evaluieren</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Resilienz in Theorie und Praxis            Psychologische Erkenntnisse zu psychischer Arbeitsbelastung            Tools und Testmethoden zur Resilienzmessung            Team Resilienz            Burn-Out mit speziellem Fokus auf den Leistungsdruck im Vertrieb (Risikofaktoren, Prävention, rechtliche Aspekte von Burn-Out)</p>

Lehrveranstaltungstitel	Leistungssteuerung im Vertrieb 1
-------------------------	----------------------------------

Studiengang	Kommunikationswirtschaft/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich selbst, ihre eigene Resilienz sowie Burn-Out-Gefahr einzuschätzen sowie</li> <li>• die gewonnenen Erkenntnisse konstruktiv für die Förderung der eigenen Widerstandsfähigkeit zu nutzen</li> <li>• verschiedene Wege auszuprobieren, um mit psychischer Arbeitsbelastung besser umzugehen</li> <li>• ihre Resilienz zu analysieren und reflektieren</li> <li>• sich selbst besser zu steuern in ihrer Stresskompetenz, emotionalen Belastbarkeit und Stressregulation</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Burn-Out Test zur Risikoeinschätzung            Instrumente der Resilienzmessung            Selbststeuerung mit besonderem Augenmerk auf Stresskompetenz, emotionale Belastbarkeit und Stressregulation            Individuelle Reflexion und Coaching im Vertrieb</p>

## III.IV. Tourismus-Management

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Bilanzierung
Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Abschlussprüfung; 80% Abschlussprüfung 20% immanente Teilleistungen (z.B. schriftliche Ausarbeitungen, Kurzpräsentationen, schriftliche Zwischentests, mündliche Prüfungen, Lösung von Übungsbeispielen, etc.)
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• Abschlussbuchungen vorzunehmen, eine einfache Bilanz/G&amp;V zu erstellen und einen Jahresabschluss zu interpretieren.</li><li>• Die Zusammenhänge zwischen Bilanz und G&amp;V zu verstehen.</li><li>• Die Gestaltung von Jahresabschlüssen vorzunehmen.</li><li>• Insolvenzursachen zu erkennen Lösungsvorschläge darzulegen.</li><li>• Erfolgs- und zahlungsstromorientierte Sichtweisen zu unterscheiden und die Konsequenzen dieser Sichtweisen auf Managemententscheidungen zu analysieren..</li></ul>
Lehrinhalte	Bewertungsprinzipien, Abgrenzungen und Abschlussbuchungen, Bilanz/G&V, Inhalt/Zweck und Interpretation des Jahresabschlusses, Bilanz-kreislauf, Insolvenzursachen und ihre Vermeidung, Gestaltung von Jahres-abschlüssen, Kennzahlen erfolgsorientierter und zahlungsstromorientierter Betrachtung.

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in 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>

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter, 30% laufende Leistungsfeststellungen, 70% abschließende Klausur
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschungsdesigns zu beschreiben und zu entwickeln.</li> <li>• Forschungsfragen und Hypothesenmodelle zu entwickeln.</li> <li>• Die richtigen Skalenniveaus zu wählen.</li> <li>• Verletzungen von Gütekriterien zu erkennen.</li> <li>• Die passende Datenerhebungstechnik zu wählen.</li> <li>• Einfache Fragebögen zu gestalten (s. die Vertiefung in Wissenschaftlich Arbeiten 2).</li> <li>• Stichprobenauswahlverfahren anzuwenden und zu kombinieren.</li> <li>• Den notwendigen Stichprobenumfang zu berechnen.</li> <li>• Die Repräsentativität von Stichproben zu beurteilen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Ablauf Forschungsprozess          Fachbegriffe der Marktforschung          Formulierung und Operationalisierung von Forschungsfragen          Formulierung von Hypothesen(modellen)          Forschungsdesigns, Gütekriterien          Quantitative Datenerhebungstechniken          Arten von Fragen; Skalen und Skalierung          Stichprobenauswahlverfahren und Stichprobenumfang, Repräsentativität</p>

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter; 60 % schriftliches Konzept, 20% Präsentation, 20 % Einzelaufträge
Kompetenzerwerb	<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>
Lehrinhalte	<p>Identifikation touristisch relevanter Destinationen  Datenrecherche und Generierung eines Ideenkonzepts für eine selbstorganisierte Exkursion  Eigenständige Planung anhand relevanter Projektmanagement Tools  Präsentation der Projektidee  Umsetzung der Projektidee (Reiseorganisation, inhaltliche Programmgestaltung)  Ordnungsgemäßer Projektabschluss (Reflexion, Projektnachbereitung)</p>

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter, 40% Zwischenklausur, 60% schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Grundzüge der Korrelations- und Regressionsrechnungen zu verstehen und die Ergebnisse zu interpretieren.</li> <li>• Die Grundlagen der Stichprobentheorie erklären zu können und Stichprobenberechnungen durchführen zu können.</li> <li>• Einfache statistische Testverfahren zu differenzieren.</li> <li>• Die Grundlagen der Prognoserechnung erklären und einfache Berechnungen durchführen zu können.</li> </ul>
Lehrinhalte	Stichprobentheorie –Stichprobenerhebung, Auswahlverfahren, Hochrechnung, Fehlerrechnung, Mikrozensus Korrelations- und Regressionsanalysen – Bewertung und Interpretation der Ergebnisse Statistische Testverfahren – Arten von Tests, Anpassungstests, Unabhängigkeitstests Parametrische und nicht-parametrische Testverfahren Zeitreihen, Delphi-Prognosen Uni- und bivariate Datenanalyse (deskriptive Statistik).

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in 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,</p> <p>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
--	---

Lehrveranstaltungstitel	Tourismussimulation
-------------------------	---------------------

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Gruppenarbeit mit Planspiel: 50 % Simulationsergebnis & 50 % Präsentation
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• interne und externe Kennzahlen zu analysieren.</li> <li>• rechnungswesenbasierte Daten und marktbasierter Daten zusammenzuführen und Maßnahmen zur Unternehmenssteuerung abzuleiten.</li> <li>• Mitbewerbszahlen zu vergleichen, zu interpretieren und auszuwerten.</li> <li>• relevante Informationen zu filtern.</li> <li>• Unternehmensergebnisse zu präsentieren</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Zusammenführen rechnungswesenbasierter Daten und marktbasierter Daten zur Unternehmenssteuerung.  Präzisierung des Informationsbedarfs unterschiedlicher Funktionalbereiche  Bewertung von Daten aus unterschiedlichen betrieblichen Quellen  Generierung, Analyse und Aufbereitung von Informationen für die Unternehmensleitung  Anwendung und Übung anhand von Plan- und Rollenspielen</p>

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	100% Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<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>
Lehrinhalte	<p>Management- und Führungsansätze – Konzepte und -Methoden          Verwaltungs- und Bürokratielehre          Aufgaben des Managements, Bedeutung der Persönlichkeit als Manager bei der Führung von Menschen in der Dienstleistungsbranche          Modelle und Theorien zur strategische Unternehmensführung, Ansoff, Drucker, Malik, Mintzberg, Porter          Management von Wissen - Wissensmanagement          Einführung in das Change- und Konfliktmanagement          Entwicklung eines Verständnisses für den Prozess des organisatorischen Wandels als Managementaufgabe          Anwendung bzw. Umsetzung des vermittelten Wissens anhand konkreter Fallbeispiele und Gruppenarbeiten</p>

Studiengang	Tourismus-Management/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in 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> <li>• die aktuellen Trends, Entwicklungen und Herausforderungen der Branche wiederzugeben und die Bedeutung für die Tourismuswirtschaft zu erkennen und zu diskutieren.</li> </ul>

- 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	<u>Hotelmanagement*</u> 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, Determination 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/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	100 % Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die rechtlichen Grundlagen unternehmerischer Tätigkeit einschließlich der Sonderregelungen gegenüber dem allgemeinen Privatrecht darzustellen.</li> <li>• Die verschiedenen Gesellschaftsformen zu beschreiben und Konsequenzen z.B. im Bereich der Besteuerung abzuleiten und eine Entscheidung für eine Gesellschaftsform zu argumentieren.</li> <li>• Dem juristisch spezialisierten Parteienvertreter (Anwalt) ein/e kompetente/r Gesprächspartner/in zu sein.</li> <li>• Unternehmenskennzeichen und deren Schutz vor Rechtsverletzungen aufzuzählen.</li> <li>• Die Vor- und Nachteile der Bestellung von StellvertreterInnen zu diskutieren.</li> <li>• Die Bedeutung des Firmenbuchs und die Eintragungsformalitäten sowie die daraus resultierenden Rechtsfolgen zu beschreiben.</li> <li>• Die Zusammenhänge zwischen allgemeinem Zivilrecht und Unternehmensrecht und die Sonderregeln im unternehmerischen Schuldrecht zu erkennen.</li> <li>• Rechtsfolgen und Risiken von einem Unternehmenskauf zu identifizieren.</li> <li>• Die Grundzüge des unlauteren Wettbewerbs zu beschreiben.</li> <li>• Den Ablauf eines Insolvenzverfahrens darzustellen.</li> <li>• Gewerberechtliche Vorschriften zu debattieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Unterschied des Unternehmensgesetzbuches (UGB) zum ABGB,  Der Begriff des Unternehmers, Allgemeines Handels- und Gesellschafts-recht (Gesellschaftsformen, Grundzüge der Besteuerung, Gründungsformalitäten, Firma und Firmenbuch, Prokura und Handlungsvollmacht, Haftung, Rechtliches Umfeld der Rechtsformen, Unternehmensübergang, unternehmerisches Schuldrecht)  Wettbewerbsrecht, Insolvenzrecht, unlauterer Geschäftspraktiken  Gewerberecht; Gewerbeberechtigung; Betriebsanlagengenehmigung, gewerberechtllicher Geschäftsführer.</p>

# Master

Lehrveranstaltungstitel		Angewandte Tourismusforschung
Studiengang	Tourismus-Management/Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter, 100% integriertes Fallbeispiel (Analysen, Berichte, Präsentationen, etc.)	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <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>	
Lehrinhalte	Angewandte Tourismusforschung anhand eines realen, touristischen Forschungsprojekts, 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	

Studiengang	Tourismus-Management/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (davon 55% Einzelbericht (Reflexion) und 45% schriftliche Abschlussprüfung)
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>

Studiengang	Tourismus-Management/Master
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	40% Präsentationen, 60% Schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<p>Theorie des Corporate Entrepreneurship,          Entwicklung eines theoriegeleiteten Organisationsverständnisses unter Berücksichtigung der kontextuellen Rahmenbedingungen,          Strategische, kulturelle, personelle, finanzielle und kontextuelle Einflussbereiche auf Corporate Entrepreneurship,          Qualitative Forschung Methoden – Feinstrukturanalyse,          CE und Tourismus</p>

Studiengang	Tourismus-Management/Master
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<p>Entrepreneurship in der ökonomischen Theorie,  Theorie der Unternehmensgründung und -übernahme:  Persönlichkeitsbezogene, Institutionenökonomische,  Organisationsökologische Ansätze, Gründungsmanagementansätze,  Erfolgsfaktoren im Gründungsprozess,  Frühphasen des Gründungsprozesses,  Rechtliche Aspekte der Unternehmensgründung,  Management und Entrepreneurship Ansätze</p>

Studiengang	Tourismus-Management/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter, 40% schriftliche Prüfung 60% Ausarbeitungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<p>Grundlagen von Austauschbeziehungen,  Gestaltungsfelder von kooperativen Austauschbeziehungen  theoretische Ansätze zur Analyse von Austauschbeziehungen:  Transaktionskostenansatz; Principal Agent Ansatz; Ressource dependence Ansatz; Power dependence Ansatz; Vertrauen in der Systemtheorie, spieltheoretische Betrachtung der Kooperationsumgebung,  empirische Sozialforschung: qualitative Datenerhebung und -auswertung</p>

Lehrveranstaltungstitel Leadership 1

Studiengang	Tourismus-Management/Master
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	60% schriftliche Abschlussprüfung, 40% Übungen
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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>
Lehrinhalte	<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>

Lehrveranstaltungstitel Leadership Trends

Studiengang	Tourismus-Management/Master
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	100% schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktuelle Leadership Trends zu benennen und zu erklären.</li> <li>• diese Trends auf das touristische Berufsfeld umzulegen und zu nutzen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>In diesem Teilmodul werden aktuelle Trends im Leadership aufgegriffen. Dies könnten z.B. sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Digital Leadership</li> <li>Agile Leadership</li> <li>Führung virtueller Teams</li> <li>Diversity Management</li> <li>Holacracy</li> <li>Führungspersönlichkeiten aus der Tourismusbranche</li> </ul>

Studiengang	Tourismus-Management/Master
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (davon 55% Einzelbericht (Reflexion) und 45% schriftliche Abschlussprüfung)
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls 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.V. Digital Business

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Project and Process Management
Studiengang	Digital Business/Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul	
Kompetenzerwerb	<p><b>Kenntnisse</b> AbsolventInnen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekte und Projektmanagement als Bestandteile einer modernen und effizienten Unternehmensorganisation</li> <li>• Prozessmanagement als Ansatz zur Unternehmensorganisation und zum Reengineering</li> </ul> <p><b>Fertigkeiten</b> AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, die wichtigsten Werkzeuge des Projektmanagements sowie des Prozessmanagements richtig anzuwenden.</p> <p><b>Kompetenz</b> AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekte eigenständig zu definieren, zu beauftragen, zu planen und zu steuern und „eigene Projekte“ mit den Mitteln des Projektmanagements zu begleiten.</li> <li>• Prozessverbesserungen durch die Nutzung digitaler Technologien zu entwickeln und umzusetzen</li> </ul>	
Lehrinhalte	<p><b>Grundlagen des Projektmanagements</b> In Anlehnung die Voraussetzungen für die IPMA Level D Zertifizierung: ICB4, Methodiken &amp; Prozesse in der jeweils aktuellen PM Baseline</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Projektorganisation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Projektdefinition und -beauftragung</li> <li>○ Tools der Projektplanung (Projektstrukturplan, Projektumweltanalyse...)</li> <li>○ Projektrisikomanagement</li> </ul> </li> <li>• <b>Elemente des Projektmarketings</b></li> <li>• <b>Elemente des Projektcontrollings</b></li> </ul> <p>Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements In Anlehnung an die Voraussetzungen der Gesellschaft für Prozess-management für die Zertifizierung Stufe 1: Process ManagerIn (PcA) Process Analyst</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Prozessorientierung</b></li> <li>• <b>Nutzen von Prozessmanagement</b></li> <li>• <b>Prozesslandkarte und Process Lifecycle</b></li> <li>• <b>4-Schritte-Methodik</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Identifikation &amp; Abgrenzung</li> <li>○ Analyse IST-Prozesse</li> <li>○ Konzeption Soll-Prozesse</li> <li>○ Realisierung der Verbesserungspotenziale</li> </ul> </li> <li>• <b>Rollen im Prozessmanagement</b></li> <li>• <b>Reengineering Ansätze und Fallbeispiele</b></li> </ul>	

Studiengang	Digital Business/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul
Kompetenzerwerb	<p><b>Kenntnisse</b> AbsolventInnen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gängige Webtechnologien</li> <li>• aktuelle Trends im Bereich der Webtechnologien und deren wirtschaftliche Einsatzmöglichkeiten</li> </ul> <p><b>Fertigkeiten</b> AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufwandsschätzungen auf Basis einfacher eigener Programmiererfahrung besser einschätzen und evaluieren zu können</li> <li>• Wirkungsweisen sowie Vor- und Nachteile von nicht selbst erstellten technischen Produkten (z.B. Sourcecode, Applikationen) grundlegend zu verstehen</li> </ul> <p><b>Kompetenz</b> AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz, zusammen mit ExpertInnen für Softwareentwicklung Projekte zu planen und ihre Umsetzung nachzuverfolgen (z.B. aus der Position des Kundenprojekt-, Prozess- oder Produktmanagements)</p>
Lehrinhalte	<p><b>Software Development Methodology</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundverständnis Programmieren/Programmierprinzipien Programmierkontexte und -umgebungen</li> <li>• Überblick über gängige Sprachen und deren Einsatz</li> </ul> <p><b>Web Technology</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web development basics (HTML, CSS)</li> <li>• Discussion: Current issues in web technology (inkl. Sicherheitsaspekte)</li> <li>• Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse</li> </ul> <p><b>Einführung ins Programmieren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• z.B. Python</li> <li>• Grundlagen (Datentypen, Schleifen, if statements, ...)</li> </ul>

Studiengang	Digital Business/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul
Kompetenzerwerb	<p><b>Kenntnisse</b> AbsolventInnen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen, Wirkungsweisen und betriebliches Einsatzpotential von Programmen zur Verwaltung komplexer Daten (Versionierung, Benutzerdaten, virtuelle Maschinen)</li> <li>• Grundlagen von Computernetzen und Datenkommunikation</li> <li>• fortgeschrittenes Fachvokabular</li> </ul> <p><b>Fertigkeiten</b> AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soft- und Hardwarearchitektur und Infrastruktur zu erkunden, zu beschreiben und zusammen mit IT-ExpertInnen zu modellieren</li> <li>• Programme zur Verwaltung von komplexen Daten (Versionierung, Benutzerdaten, Virtuelle Maschinen) in Ansätzen bedienen / verwalten zu können</li> </ul> <p><b>Kompetenz</b> AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• typische IT-Investitionsentscheidungen aus der Gesamt-perspektive der Enterprise Architecture in Ansätzen zu verstehen, zu begleiten und Risiken zu erkennen</li> <li>• IT-Serviceangebote aus der Perspektive der Enterprise Architecture in Grundzügen einzuschätzen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>„Bausteine“ einer Technologiearchitektur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• im Zusammenspiel mit Business-Prozessen, Information und Applikationen (siehe andere Veranstaltungen des Studiengangs)</li> <li>• Schichtenarchitektur, Makro-/Mikroarchitektur, Systemschnitte</li> <li>• Abstraktion und Modellbildung von komplexen Systemen (informatische Modelltypen), ausgewählte Standards und Frameworks</li> </ul> <p>Grundlagen von Computernetzen und Datenkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachrichten, Protokolle, Schichten</li> <li>• Netze zur Datenkommunikation (Klassifikation, Beispiele, Aufbau)</li> <li>• Sicherheitskonzepte, Firewallarchitekturen, Shell-Interface 2</li> </ul> <p>Client-Server-Architektur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web-Server, Virtuelle Maschinen, Cloud-Architektur, o.ä.</li> <li>• Shell-Interface 3</li> <li>• Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse</li> </ul> <p>Daten- und Architekturverwaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Versionierung, Versionskontrollsysteme</li> <li>• Benutzer-, Rechteverwaltung und Authentifizierung</li> <li>• Security-Aspekte</li> <li>• Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse</li> </ul>

Studiengang	Digital Business/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul
Kompetenzerwerb	<p><b>Kenntnisse</b> AbsolventInnen kennen grundlegende Begriffe und ausgewählte Theorien der</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mikroökonomik</li> <li>• Makroökonomik und</li> <li>• Wirtschaftspolitik</li> </ul> <p><b>Fertigkeiten</b> AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wirtschafts-, technologie-, und innovationspolitische Beiträge in internationalen Qualitätszeitungen oder -zeitschriften zu rezipieren.</li> </ul> <p><b>Kompetenz</b> AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich zu aktuellen Diskussionen über Wechselwirkungen zwischen Mikro- bzw. Makroökonomie und digitalen Technologien selbständig eine begründete Meinung zu bilden und diese in berufliche Entscheidungen einfließen zu lassen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Das Modul beschäftigt sich mit Grundlagen der Mikroökonomik, Makroökonomik und Wirtschaftspolitik und betrachtet dabei Querverbindungen sowie Widersprüche zu Ansätzen der Innovationsökonomik.</p> <p><b>Mikroökonomik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökonomische Verhaltensmodelle und alternative Modelle</li> <li>• Funktionsweisen und Formen von Märkten und Marktversagen</li> <li>• kritisches Verständnis der Wirkung digitaler Technologien</li> </ul> <p><b>Makroökonomik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung makroökonomischer Schulen</li> <li>• Kennzahlen</li> <li>• Wechselwirkungen zwischen digitalen Technologien und makroökonomischen Größen</li> </ul> <p><b>Wirtschaftspolitik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationale und nationale Ziele und Akteure der Wirtschafts-, Technologie- und Innovationspolitik</li> </ul>

Studiengang	Digital Business/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Kumulatives Modul: Business and Professional English 1: Immanenter Prüfungscharakter Interdisciplinary Reflection 2: Immanenter Prüfungscharakter Analysis and Graphs: Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<p><b>Business and Professional English 1</b> On completing this module, students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• communicate their personal and professional background</li> <li>• initiate and maintain small talk in a business setting</li> <li>• identify and apply suitable approaches to networking, sales and business opportunities</li> <li>• follow and professionally participate in everyday business-related discussions</li> <li>• accurately apply the most common grammatical forms of English found in business communication</li> <li>• produce written texts to an appropriate standard and style</li> <li>• identify and appropriately use the most common terminology of relevant core business topics</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary Reflection 2</b> Kenntnisse Je nach individueller Schwerpunktsetzung der Studierenden</p> <p>Fertigkeiten AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, sich – über die Kerninhalte des Studiums hinaus – selbständig inhaltlich weiterzuentwickeln, indem sie Medien recherchieren, kritisch bewerten und Gelerntes austauschen</p> <p>Kompetenz AbsolventInnen verfügen über die Kompetenzen zur Übernahme von Verantwortung für die eigene berufliche Entwicklung und die Entwicklung ihrer Mitstudierenden</p> <p><b>Analysis and Graphs</b> Kenntnisse AbsolventInnen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundzüge von Abstraktion, analytischem Denken und Problemlösen mit den unter Lehrinhalte genannten Ansätzen</li> </ul> <p>Fertigkeiten AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• logisch und mathematisch-basierte Lösungswege für Herausforderungen der Digitalisierung zu suchen bzw. finden</li> <li>• in Problemstellungen berechenbare Komponenten zu identifizieren</li> <li>• Muster und Strukturen in Problemstellungen zu identifizieren</li> </ul> <p>Kompetenz AbsolventInnen entwickeln in diesem Modul erworbene Kenntnisse und Fertigkeiten in Folgemodulen zu Kompetenzen weiter</p>

<p>Lehrinhalte</p>	<p><b>Business and Professional English 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Written &amp; oral English language skill</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary Reflection 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbständige Auswahl von und Beschäftigung mit Fachliteratur (z.B. Fachbücher, Zeitschriften, Blogs, ...) und Austausch darüber</li> <li>• Disziplin- und modulübergreifende Reflexion der Kompetenzentwicklung im 2. Semester</li> <li>• Reflexion der Zweckmäßigkeit von Rahmenbedingungen für die Kompetenzentwicklung und von Lernressourcen, die individuelle Studierende, der Studiengang und die Hochschule eingesetzt haben – Ableitungen von Optimierungspotenzialen auf individueller und institutioneller Ebene</li> </ul> <p><b>Analysis and Graphs</b></p> <p>Das Teilmodul beschäftigt mit folgenden Themen, insbesondere mit ihrem Problemlösungspotenzial im Kontext der Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysis <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Differential-, Integralrechnung</li> <li>○ Relationen und Funktionen</li> </ul> </li> <li>• Graphentheorie</li> <li>• Baumstrukturen</li> <li>• Sortierverfahren</li> </ul>
--------------------	---

## III.VI. Journalismus und Medienmanagement

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Animation & Motion Graphic Design
Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Übungen und/oder Projektarbeit	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <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>	
Lehrinhalte	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	

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erworbenes allgemeines betriebswirtschaftliches Fachwissen im weiteren Verlauf des Studiums einzusetzen,</li> <li>• Spezielle Bereiche der Betriebswirtschaftslehre (Investition &amp; Finanzierung, Rechnungswesen, Produktion, Marketing sowie Logistik) zu kennen</li> <li>• Zusammenhänge und Abläufe zwischen den verschiedenen Bereichen eines Unternehmens zu kennen und zu interpretieren,</li> <li>• Allgemein unternehmerische Entscheidungen basierend auf betriebswirtschaftlichem Faktenwissen treffen zu können,</li> <li>• Ökonomische und organisatorische Auswirkungen dieser Entscheidungen zu verstehen und in Zusammenhang zu setzen,</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Zusammenhänge journalistisch erklären zu können.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Anwendungsorientierte Auseinandersetzung mit Konzepten und Bereichen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Einbeziehung von Besonderheiten der Medien-Branche nach Möglichkeit und Bedarf</p>

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Präsentation(en) und/oder Gruppenarbeit(en)
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lösungen zu betriebswirtschaftlichen Themenstellungen im Kontext eines Medienunternehmens im Team zu erarbeiten und gegenüber Außenstehenden zu kommunizieren und argumentativ zu verteidigen</li> <li>• Das Zustandekommen und die Wirkungsweise von Unternehmenszielen zu erklären</li> <li>• Den Einfluss der Unternehmenskultur auf das Erreichen der Unternehmensziele zu analysieren</li> <li>• Die Voraussetzungen für die Gestaltung und Umsetzung von Strategien auf Unternehmens- bzw. Geschäftsfeldebene zu umschreiben</li> <li>• Idealtypische Organisationsformen zu unterscheiden, deren Einsatzbedingungen zu reflektieren sowie Querverbindungen zum Thema Strategieformulierung („structure follows strategy“) herzustellen</li> <li>• Die Aufgaben des Personalmanagements (Personalplanung, Personaleinsatz, Personalentwicklung etc.) zu erklären und Querverbindungen zu dem Thema Organisation herzustellen</li> <li>• Ausgewählte Methoden und Instrumente des operativen Controllings anzuwenden, statische und dynamische Investitionsvorhaben anhand von Investitionsrechen-verfahren auf ihre Vorteilhaftigkeit zu überprüfen sowie die zur Verfügung stehenden Finanzierungsalternativen (Beteiligungsfinanzierung, Innenfinanzierung etc.) gegeneinander abwägen</li> <li>• Die Einsatzgebiete, den Aufbau und die Inhalte von Businessplänen zu kennen</li> <li>• Die Querverbindungen zwischen den verschiedenen Teilgebieten des internen und externen Rechnungswesens zu verstehen,</li> <li>• Die gegenseitigen Abhängigkeiten von Entscheidungen in den verschiedenen Funktionsbereichen zu verstehen und deren Auswirkungen auf den Jahresabschluss zu antizipieren</li> </ul>
Lehrinhalte	<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>

Lehrveranstaltungstitel	Contentmanagement Systeme
-------------------------	---------------------------

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement /Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <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>
Lehrinhalte	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).

Lehrveranstaltungstitel	Einführung in Web Technologien
-------------------------	--------------------------------

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<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>
Lehrinhalte	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.

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Themenspektrum von Diversity/Gender in den Medien mit zentralen sich ergebenden Potenzialen und Problemen zu thematisieren und zu diskutieren;</li> <li>• Zwischen inhaltlichen, strukturellen, ethischen und kulturellen Komponenten zu differenzieren;</li> <li>• Verschiedene Positionen zu benennen, Argumentationslinien nachzuvollziehen und Stellung zu beziehen;</li> <li>• Anforderungen und Bedürfnisse des Publikums zu verbalisieren sowie Erfordernisse auf Medienmacherseite zu umreißen;</li> <li>• Existierende (Lösungs-) Modelle und Ansätze kritisch hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit zu reflektieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<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). Inhaltliche, strukturelle und ethische Komponenten finden Thematisierung.</p>

Lehrveranstaltungstitel	Medienethik
-------------------------	-------------

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Übungen, schriftliche Abschlussarbeit und/oder -prüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Medienethik zu erfassen und anhand praktischer Beispiele aus dem Medienbereich ethische Fragestellungen des Journalismus zu diskutieren;</li> <li>• Praxisnahe Dilemmata zu erläutern</li> <li>• Beispiele aus dem publizistischen Alltag zu analysieren;</li> <li>• Konsequenzen und Potenziale von Integrität und persönlicher Verantwortung für die Erfüllung der journalistischen Aufgaben zu argumentieren und zu diskutieren</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Medienethik            Ethik im Journalismus            Praxisnahe Dilemmata            Beispiele aus dem publizistischen Alltag            Integrität und persönliche Verantwortung</p>

Lehrveranstaltungstitel	Medienmanagement Vertiefung
-------------------------	-----------------------------

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Vortrag mit Übungen und/oder schriftlicher Test
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cross-Media-Strategien zu erfassen, zu beschreiben und exemplarisch anzuwenden;</li> <li>• Mehrmediales Content-Management aus finanzieller, personeller und aus der Marktperspektive zu erfassen, zu argumentieren und zu konzipieren;</li> <li>• Schnittstellenmanagement zu erläutern und exemplarisch anzuwenden;</li> <li>• Managementtechniken entsprechend dem Bedarf angepasst anzuwenden.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Cross-Media-Strategien            Mehrmediales Content-Management aus finanzieller, personeller und Marktperspektive            TIMES-Industrien            Schnittstellenmanagement            Anwendung von Managementtechniken</p>

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeit mit Präsentation und/oder schriftlicher Test
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen der Produktionstheorie zu erfassen und zu beschreiben;</li> <li>• Fragen der Medienproduktion und Beschaffung zu klären;</li> <li>• Die technischen Rahmenbedingungen der Medienproduktion zu erfassen und in entsprechender Reihenfolge in einen Projektplan zu integrieren;</li> <li>• Die Bedeutung dualer Absatzmärkte zu erfassen und zu argumentieren;</li> <li>• Exemplarische Medienproduktionsprozesse zu planen und mit entsprechenden Managementtools zu begleiten;</li> <li>• Die angeführten Fertigkeiten und Kompetenzen in Print, Online, Audio und Video umzusetzen;</li> <li>• Auch mehrmediale Projekte zu handhaben</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Produktionstheorie          Technische Rahmenbedingungen          Duale Absatzmärkte          Medienproduktion und Beschaffung          Fallbeispiele zur Medienproduktion aus Print, Online, Video &amp; Audio</p>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Übungen und/oder Projektarbeiten) und/oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<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>
Lehrinhalte	<p>Entstehung und Entwicklung von Werbewirtschaft  Überblick über die österreichische Werbewirtschaft  Grundbegriffe, Modelle und Konzepte von Werbung, PR und Organisationskommunikation  Interne und externe Kommunikation  Budgetierung und Finanzierung von PR-Aufgaben  Spezielle Probleme von Werbung/PR/Organisationskommunikation (z. B. Krisenmanagement etc.)  Abgrenzung zur journalistischen Tätigkeit (potentielle Konflikte)</p>

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeit mit Präsentation und/oder schriftlicher Test
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voraussetzungen für Qualität und Professionalität im Management zu benennen und zu argumentieren;</li> <li>• Das Konzept des Total Quality Managements zu verstehen und zu erläutern;</li> <li>• TQM für Medien zu konzipieren und exemplarisch anzuwenden;</li> <li>• Kerninhalte des Finanzmanagements zu verstehen;</li> <li>• Wechselwirkungen aber auch Grenzen von publizistischer und ökonomischer Qualität als Erfolgsfaktor zu verstehen und zu argumentieren;</li> <li>• Die Verantwortung des Medienmanagements zu reflektieren und nachvollziehbar zu argumentieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Voraussetzungen für Qualität und Professionalität  Das Konzept des Total Quality Managements  TQM für Medien  Finanzmanagement  Publizistische Qualität als Erfolgsfaktor  Ökonomische Qualität als Erfolgsfaktor  Verantwortung des Medienmanagements</p>

Studiengang	Journalismus und Medienmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeiten zu Fallstudien über die Unternehmensstrategien und/oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision, Mission, Leitbild zu beschreiben und voneinander zu unterscheiden;</li> <li>• Den Strategiebegriff zu erklären und die verschiedenen –perspektiven zu erläutern;</li> <li>• Die Elemente eines rational geplanten, durchgängigen Strategieprozesses zu benennen;</li> <li>• Die strategische Ausrichtung für eine Organisation zu entwickeln und die Implementierung vorzubereiten;</li> <li>• Instrumente zur Analyse, Optionenwahl und für Umsetzungsphasen zielgerichtet anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und Handlungsempfehlungen abzuleiten;</li> <li>• Die Wertschöpfung in einem Unternehmen zu analysieren und Optimierungsmaß-nahmen abzuleiten (sowie diese mittels eines geeigneten Change Managements umzusetzen).</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Vision, Mission, Leitbild  Strategiebegriff und –perspektiven  Strategieprozess  Umfeldanalyse (Makroumfeld, Mikroumfeld, Branchenstruktur-Modell)  Unternehmensanalyse [(Kern-)Kompetenzen, Potenzialanalyse]  Strategische Analyse (Strategiegestaltung auf Unternehmensebene (z. B. SWOT-Analyse), Geschäftsfeldsegmentierung, strategisches Spielbrett, Konzepte der Portfolioplanung (z.B. BCG-Matrix, McKinsey-Matrix etc.))  Strategieentwicklung [interne versus externe Entwicklung von Geschäftsfeldern, strategische Allianzen, Diversifikationsstrategien, Strategiegestaltung auf Geschäftsfeldebene, Wettbewerbsvorteile, Differenzierungsstrategie (Innovationen), Kostenführerschaft-Strategie (economies of scale, Erfahrungskurve etc.)]  Strategieumsetzung  Strategische Frühwarnsysteme und Strategiekontrolle</p>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	<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>
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung vermittelt die Grundlagen über den Aufbau und das Design von Websites mit Fokus auf visuelle Gestaltungsmerkmale:</p> <p>Konzeption, Marktanalyse &amp; Zielformulierung  Aufbau von Websites, Navigation  Responsive Design  Farbharmonien, Raster  Sketching, Wireframes  Typographie &amp; Icons</p>

## III.VII. Unternehmensführung

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Beschaffung, Produktion und Logistik
Studiengang	Unternehmensführung/Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teileleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <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>	
Lehrinhalte	Wertschöpfungsprozess, Produktionsfaktoren, Aufgaben des Beschaffungsmanagements, Bedarfsermittlung, Beschaffungsmarktforschung, Make or buy, Bestellpolitik, Lieferantenmanagement, Beschaffungscontrolling, Standortwahl, Produktionsmanagement, Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik, Supply Chain Management	

Lehrveranstaltungstitel	Finanzierung und Unternehmensbewertung
-------------------------	--

Studiengang	Unternehmensführung/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in 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	<p>Financial Options, Option Valuation Real Options Capital Budgeting and Valuation with Leverage Valuation and Financial Modeling Business Valuation</p>

Lehrveranstaltungstitel	Finanzwirtschaft
-------------------------	------------------

Studiengang	Unternehmensführung/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in 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>• 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>
Lehrinhalte	<p>Grundlagen zur Finanzwirtschaft, Finanzmathematik, statische und dynamische Investitionsrechnungsverfahren, Finanzierung, Finanzierungsformen, Finanzierungsmodelle, kurzfristige Finanzplanung</p>

Studiengang	Unternehmensführung/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teileistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<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</li> <li>• Risikomanagement anzuwenden</li> <li>• den Zusammenhang zwischen Risiko und Rendite zu verstehen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>The Time Value of Money  Interest Rates  Financial Markets &amp; Capital Markets  The Stock Market  Monetary Markets  Valuing Stocks  Valuing Bonds</p>

Studiengang	Unternehmensführung/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in 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>• die grundlegenden Konzepte der Mikroökonomie zu kennen,</li> <li>• Angebots- und Nachfragekurve zu verstehen, 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>
Lehrinhalte	<p>Einführung in die Mikroökonomie, Märkte und Marktverhalten, Märkte in Veränderung, Marktstrukturen, Nachfrageentscheidungen, Einkommen, Politische Rahmenbedingungen</p> <p>Makroökonomie: Key Performance Indicators, Gesamtwirtschaftliches Angebot, AD-AS/ IS-LM Modelle, Gesamtwirtschaftliche Nachfrage, Geld und Finanzwirtschaft, Zinsen, Ratingagenturen, Inflation und Beschäftigung, Makroökonomische Rahmenbedingungen</p>

Studiengang	Unternehmensführung/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in 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>• die Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung zu verstehen,</li> <li>• Die Kostenrechnung als Mittel zur Planung, Kontrolle und Dokumentation einzusetzen,</li> <li>• Kosten und Preise zu ermitteln sowie Make or Buy Entscheidungen zu treffen</li> </ul>
Lehrinhalte	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Überleitung Aufwendungen zu Kosten, Kostenarten- und Kostenstellenrechnung, Kalkulatorische Ergebnisrechnung, Klassische Vollkostenrechnung, Teilkostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, Plankostenrechnung

Studiengang	Unternehmensführung/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in 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/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in 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>• 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>
Lehrinhalte	<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/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in 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>• 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>
Lehrinhalte	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

### III.VIII. Immobilienwirtschaft

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Bautechnik
Studiengang	Immobilienwirtschaft/Bachelor	
Credits	5 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter Kumulatives Modul 50 % Bautechnik I 50 % Bautechnik II	
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die einzelnen Gebäudearten und deren Bau- und Ausstattungsmerkmale anhand realer Beispiele nach deren Konstruktion und Aufbau zu erkennen, zu beschreiben und deren Vor- und Nachteile für die jeweilige Nutzungsart richtig einzuschätzen,</li> <li>• dem auf bautechnische Fragen spezialisierten Fachmann (Zivilingenieur für Bauwesen, Architekten, Sonderplaner) ein kompetenter Gesprächspartner zu sein</li> </ul>	
Lehrinhalte	<p>Funktionen eines Bauwerkes, Einwirkungen, Lasten, Ö-NORMEN, Konstruktionssysteme, Sonderfachleute</p> <p>Einteilung der Baustoffe: Natursteine, Ziegel, Beton, Holz, Eisen und Stahl, Nichteisenmetalle, Glas</p> <p>Mörtel, Putze, Estrich, Dämmstoffe, Einteilung der Böden, Bodenuntersuchungen und Bodenverbesserung, Bauphysik, Behaglichkeit, Feuchteschutz, Bauakustik, Baudynamik</p> <p>Rohbauarbeiten, Dächer, Spenglerarbeiten, Stiegen, Ausbauarbeiten, Nichttragende Innenwände, Verputz und Verkleidungen, Anstreicherarbeiten, Tapeziererarbeiten, Fenster und Türen, Haustechnik, Sanitärinstallationen, Gas- und Elektroinstallationen</p> <p>Plandarstellung (Bemaßung, Maßstäbe, Symbole gemäß ÖNORM A 6240-2, Architekturpläne)</p> <p>Konstruktionspläne (Statikerpläne), Geometerpläne, Haustechnikpläne</p>	

Studiengang	Immobilienwirtschaft/Bachelor
Credits	5 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter Integratives Modul Zwischentest: 44% Endtest: 44 % Individuelle Aufgabenstellungen: 6 % Lessons Learned: 6 %
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Aufgaben der Controller, Buchhalter und Kostenrechner zu verstehen</li> <li>• einfache betriebswirtschaftliche Instrumente, wie die der Investitionsrechnung anzuwenden und für den eigenen Gebrauch zu erlernen.</li> <li>• die Grundlagen für aufbauendes immobilienpezifisches Expertenwissen (Master) umzusetzen</li> <li>• Funktionen von Frühwarnsystemen und Ursachen von Unternehmenskrisen (insbesondere Liquiditätskennzahlen etc.) zu verstehen</li> </ul>
Lehrinhalte	Modellbildung in der BWL Überleitung von Buchhaltung zur Kostenrechnung Kostenrechnungssysteme Personalkosten Controlling: Grundlagen, strategisches versus operatives Controlling, Instrumente des Controllings (Abweichungsanalyse erstellen) Kostencontrolling Unternehmensbewertung Grundlagen und Zusammenhänge von Finanzierung & Investitionsrechnung Die wichtigsten Finanzsituationen unterscheiden und deren Funktionsweise in der Praxis nachvollziehen

## Master

Lehrveranstaltungstitel		Fallstudien Immobilienbewertung
Studiengang	Immobilienwirtschaft/Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Gruppenpräsentationen) Integratives Modul Teilmodul „Fallbeispiele“ = 100 %	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>mit den zur Verfügung stehenden Bewertungsverfahren den Verkehrswert ausgewählter Immobilien annähernd zu bestimmen.</li> </ul>	
Lehrinhalte	Anwendung der erlernten Bewertungsverfahren anhand konkreter Fallstudien	

Lehrveranstaltungstitel		Betriebswirtschaftslehre
Studiengang	Immobilienwirtschaft/Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Kumulatives Modul BWL für Immobilienentwickler = 55% Planspiel = 45%	
Kompetenzerwerb	<p><b>BWL für Immobilienentwickler:</b> Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ein Entwicklungsprojekt aus kaufmännischer Sicht zu leiten</li> <li>bei einem Immobilienentwicklungsunternehmen das Projekt oder Unternehmenscontrolling auszuführen</li> <li>Die Berichte des externen Rechnungswesens zu analysieren (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Cf-Statement)</li> </ul> <p><b>Planspiel:</b> Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beschaffungs- und Kapazitätsentscheidungen selbständig zu treffen</li> <li>Eine kurzfristige Unternehmensrechnung selbständig durchzuführen</li> <li>Ein integriertes Budget (Master Budget) selbständig zu erstellen.</li> <li>Den Zusammenhang zwischen Unternehmenserfolg, Rating und Kapitalkosten zu erläutern.</li> <li>Das Rating des im Planspiel geführten Unternehmens durch eigene Entscheidungen nachhaltig zu verbessern und damit die Kapitalkosten zu senken</li> <li>Entscheidungen in Hinblick auf eine nachhaltige Unternehmenswertsteigerung zu treffen.</li> </ul>	
Lehrinhalte	<p><b>BWL für Immobilienentwickler:</b> Bilanzierung - Kostenrechnung - Investitionsrechnung - Finanzierung - Controlling unter zusammenführender Fokussierung auf die Immobilienbranche</p> <p><b>Planspiel:</b> Simulative Auswirkungen mikro- und makroökonomischer Einflüsse auf ein Unternehmen</p>	

Studiengang	Immobilienwirtschaft/Master
Credits	5 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter mit schriftlicher Abschlussprüfung über den Gesamtstoff aller Themenblöcke Integratives Modul Präsentationen zu Abschlussprüfung = 20% zu 80%
Kompetenzerwerb	<p><b>Grundlagen:</b> Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Ansätze aktueller Portfoliotheorien zu unterscheiden</li> <li>• die Werkzeuge der Immobilienbewirtschaftung zu beschreiben</li> <li>• Risiken einzelner Immobiliengattungen zu bewerten</li> <li>• den Verkehrswert von Immobilienportfolios annähernd zu bestimmen</li> </ul> <p><b>Controlling:</b> Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, den wirtschaftlichen Erfolg eines Immobilienprojektes und eines –portfolios durch die dafür zur Verfügung stehenden Controlling-Instrumente zeitnah zu messen und zu steuern</p> <p><b>Fallbeispiele:</b> Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherchen über Immobilien(teil)märkte selbständig durchzuführen</li> <li>• die Ansätze aktueller Portfoliotheorien an ausgewählten Fallbeispielen anzuwenden</li> <li>• die Struktur für einen aufzulegenden geschlossenen Immobilienfonds zu konzipieren</li> </ul>
Lehrinhalte	Portfoliotheorie, Risiken einzelner Immobiliengattungen, Klumpenrisiko, Bewertung von Risiken, Risikostreuung beim Immobilienankauf, Grundlagen und Instrumente des Immobiliencontrollings, praktische Entwicklung von Unternehmensstrategien für Unternehmen mit Immobilienbesitz.

Studiengang	Immobilienwirtschaft/Master
Credits	5 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter mit schriftlicher Abschlussprüfung Integratives Modul Abschlussprüfung zu Präsentation = 80% zu 20%
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansatz und Wesen des Facility Management (FM) vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit im Lebenszyklus von Immobilien zu beschreiben</li> <li>• Anwendungsmöglichkeiten bei den einzelnen Immobiliengattungen zu definieren</li> <li>• Die facilitäre Planungsbegleitung durchführen</li> <li>• FM-Leistungsbilder und die daraus resultierenden Honorare/Kostenbandbreiten zu definieren</li> <li>• Die Leistungsrentabilität/den Mehrwert von FM-Leistungen zu überprüfen und darzustellen</li> <li>• Leistungs-, Kostenkontrolle und Abrechnung von FM-Leistungen durchzuführen</li> </ul>
Lehrinhalte	tba