

# KURSKATALOG

Kurse auf Deutsch für Incoming-Studierende  
der FHWien der WKW

## Sommersemester 2022

(Februar 2022 – Juli 2022)

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 2022  
(16. Februar – 4. Juli 2022)

I. INFORMATIONEN ÜBER DEN KURSKATALOG.....	3
II. INDIVIDUELLE KURSÜBERSICHT .....	4
III. KURSBESCHREIBUNGEN.....	7
III.I. PERSONALMANAGEMENT (HRO).....	7
III.II. KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT / MARKETING & SALES (COM/MARS) .....	24
III.III. TOURISMUS-MANAGEMENT (TM).....	26
III.IV. DIGITAL BUSINESS (DiB).....	37
III.V. JOURNALISMUS & MEDIENMANAGEMENT (JOUR).....	43
III.VI. UNTERNEHMENSFÜHRUNG (MGMT).....	52
III.VII. IMMOBILIENWIRTSCHAFT (REM).....	60
III.VIII. CONTENT-PRODUKTION & DIGITALES MEDIENMANAGEMENT (JOCOBA) .....	66

# 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 drei Studienbereiche, die zusammen zehn Bachelor- und neun Master-Programme anbieten. In diesem Dokument finden Sie die deutschsprachigen Kurse, die für unsere Incomings im Sommersemester 2022 verfügbar sind sowie 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.

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. Personalmanagement (HRO)

Bachelor	
Arbeitsrecht 1	3 ECTS
Assessment Center	1 ECTS
Compensation & Benefits und Performance Management	6 ECTS
Controlling & HR Analytics	4 ECTS
Didaktik	3 ECTS
HR-Info-Management	2 ECTS
Investition & Finanzierung	1 ECTS
Kostenrechnung	3 ECTS
Moderation	2 ECTS
Personalplanung & Recruiting	6 ECTS
Personalverrechnung	3 ECTS
Talent- & Karrieremanagement	6 ECTS
HR-Leitung & Recht	6 ECTS
Recruiting & Diagnostik	6 ECTS
Neue Arbeits- und Lernwelten	6 ECTS
Master	
Führung & Change Leadership	3 ECTS
Methoden der Personalentwicklung	6 ECTS
OE-Architekturen, -Modelle, -Prozesse	3 ECTS

### II.II. Kommunikationswirtschaft / Marketing & Sales (COM/MARS)

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.III. Tourismus-Management (TM)

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
Zivilrechtliche und wirtschaftliche Grundlagen	4 ECTS

  

Master	
Business Planning	6 ECTS
Leadership Trends	4 ECTS

## II.IV. Digital Business (DiB)

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.V. Journalismus & Medienmanagement (JOUR)

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
QM & Professionalisierung im Medienmanagement	2 ECTS
Strategie	2 ECTS

## II.VI. Unternehmensführung (MGMT)

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.VII. Immobilienwirtschaft (REM)

### Bachelor

Betriebswirtschaftslehre & Marketing	5 ECTS
Bautechnik	5 ECTS
Finanz- und Rechnungswesen 2	5 ECTS

### Master

Konversatorium Immobilienbewertung	6 ECTS
BWL für Projektentwickler	4 ECTS
Portfoliomanagement	5 ECTS
Facility Management	5 ECTS
Immobilienfinanzierung und -veranlagung	6 ECTS

## II.VIII. Content-Produktion & digitales Medienmanagement (JOCOBA)

### Bachelor

Organisationskommunikation & PR	2 ECTS
Web- und Screen-Design	2 ECTS

## III. Kursbeschreibungen

### III.I. Personalmanagement (HRO)

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Arbeitsrecht 1
Studiengang	HRO Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <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	Einführung in das Arbeitsrecht Das Arbeitsverhältnis Betriebsverfassung und Belegschaftsvertretung Kollektivvertrag Arbeitsvertrag Entgeltfortzahlung bei Arbeitsverhinderung Urlaubsrecht	

Studiengang	HRO 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	HRO 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 Entlohnungsformen zu beschreiben und situationsgerecht 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	HRO 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 Personalcontrolling (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 Personalcontrolling (operativ und strategisch)  Controlling der Prozesse der Personalabteilung</p>

Studiengang	HRO 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 des Lerntransfers</p> <p>Selbstbild als TrainerIn</p> <p>Analyse und Bearbeitung konkreter Beispiele aus dem Seminaralltag</p>

Studiengang	HRO 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>

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

Studiengang	HRO 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>

Lehrveranstaltungstitel	Kostenrechnung
-------------------------	----------------

Studiengang	HRO 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>• Kosten zu erfassen und zu verrechnen sowie den betrieblichen Erfolg zu ermitteln und zu interpretieren</li> <li>• die Kostenrechnung als Steuerungsinstrument für kurz- und langfristige Entscheidungen einzusetzen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Grundlagen des internen Rechnungswesens            Kostenerfassung, Kostenverrechnung            Erfolgsermittlung            Kostenrechnung als Entscheidungsinstrument            Abweichungsanalyse</p>

Studiengang	HRO 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	HRO 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	HRO 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 lohnabgaberechtlichen 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	HRO 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 vorbereiten)</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	HRO 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-Informationen-Systeme (MIS), Arbeitsinspektorat, HR-Prozesse &amp; Struktur, etc.</p>

Studiengang	HRO 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	HRO 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 zu 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>vernetzte 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	HRO 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</li> <li>• 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</p> <p>Ausgewählte Motivationstheorien</p> <p>Zusammenhang Führung und Motivation</p> <p>Funktion von Führung in sozialen Systemen</p> <p>Moderne Führungsstile / Führen der Zukunft</p> <p>Virtuelles Führen</p> <p>Rolle von Führung in Veränderungsprozessen</p> <p>Funktion unterschiedlicher Hierarchieebenen in Veränderungsprozessen</p> <p>Instrumente der Führung (in Veränderungsprozessen)</p>	

Studiengang	HRO 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>Tealdiagnostik</p> <p>Feedbackprozesse</p>

Studiengang	HRO 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>

## III.II. Kommunikationswirtschaft / Marketing & Sales (COM/MARS)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Leistungssteuerung im Vertrieb 1
<b>Dieser Kurs muss zusammen mit Leistungssteuerung im Vertrieb 2 absolviert werden</b>		
Studiengang	COM 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
<b>Dieser Kurs muss zusammen mit Leistungssteuerung im Vertrieb 1 absolviert werden</b>		
Studiengang	COM 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
<b>Dieser Kurs muss zusammen mit Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 2 absolviert werden</b>		
Studiengang	COM 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</p> <p>Psychologische Erkenntnisse zu psychischer Arbeitsbelastung</p> <p>Tools und Testmethoden zur Resilienzmessung</p> <p>Team Resilienz</p> <p>Burn-Out mit speziellem Fokus auf den Leistungsdruck im Vertrieb (Risikofaktoren, Prävention, rechtliche Aspekte von Burn-Out)</p>	

Lehrveranstaltungstitel		Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 2
<b>Dieser Kurs muss zusammen mit Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 1 absolviert werden</b>		
Studiengang	COM 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</p> <p>Instrumente der Resilienzmessung</p> <p>Selbststeuerung mit besonderem Augenmerk auf Stresskompetenz, emotionale Belastbarkeit und Stressregulation</p> <p>Individuelle Reflexion und Coaching im Vertrieb</p>	

### III.III. Tourismus-Management (TM)

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Bilanzierung
Studiengang	TM 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, Bilanzkreislauf, Insolvenzursachen und ihre Vermeidung, Gestaltung von Jahreabschlüssen, Kennzahlen erfolgsorientierter und zahlungsstromorientierter Betrachtung	

Studiengang	TM 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, Motivationstheorien</p> <p>Individual- und Kollektivvertragsrecht, Dienstrecht, Lehrvertrag</p> <p>Arbeitszeit, Mutterschutz, Betriebsrat, Sozialpartnerschaft</p> <p>Umsetzung bzw. Anwendung anhand konkreter Fallbeispiele, Simulationen, Rollenspiele, Workshops, Gruppenarbeiten</p>

Studiengang	TM 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	TM 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	TM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter, 40% Zwischenklausur, 60% schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <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	<p>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)</p>

Studiengang	TM 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 Einflussfaktoren auf die Preisentscheidungen zu nennen, Preisfestsetzung zu argumentieren.</li> <li>• die Wichtigkeit der Distributionskanäle zu begründen und eine Distributionsstrategie zu erstellen.</li> <li>• Dialogmarketing als Instrument zur Kommunikation einer Marketingaktivität – unter Einbindung von produkt- und preispolitischen sowie vertrieblichen Überlegungen zu nutzen, zu planen, durchzuführen und zu evaluieren.</li> <li>• die Grundlagen des Destinationsmanagements darzustellen und an Hand von Beispielen zu diskutieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Segmentierung und Positionierung: geographische, demographische, psychographische, verhaltensorientierte Segmentierung, Positionierungsstrategien</p> <p>Marketing Mix: das touristische Produkt, Produktlebenszyklus, Produktentwicklungsprozess</p> <p>Kundenzufriedenheit, Servicequalität, Relationship Marketing, GAP-Model, Preis als Marketinginstrument: Einflussfaktoren der Preisentscheidung, Preisfestsetzung, Preisstrategien, Zusammenhang Produktpolitik und Preispolitik</p> <p>Distribution als Instrument im Marketing Mix, Bedeutung und Eigenschaften von Distributionskanälen, Organisation und Konzeption eines Distributionssystems, distributionspolitische Maßnahmen, Vertriebscontrolling, Zusammenhang Distributions-, Produkt- und Preispolitik</p> <p>Werbung: Marktkommunikation, zielgruppenaffine Kommunikation, CRM als Basis für Dialogmarketing, Planungsprozess einer Dialogmarketing-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	TM 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 marktbasierete 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	TM 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          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	TM 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 Gesellschaftsrecht (Gesellschaftsformen, Grundzüge der Besteuerung, Gründungsformalitäten, Firma und Firmenbuch, Prokura und Handlungsvollmacht, Haftung, Rechtliches Umfeld der Rechtsformen, Unternehmensübergang, unternehmerisches Schuldrecht)</p> <p>Wettbewerbsrecht, Insolvenzrecht, unlauterer Geschäftspraktiken Gewerberecht; Gewerbeberechtigung; Betriebsanlagengenehmigung, gewerberechlicher Geschäftsführer</p>

## Master

Lehrveranstaltungstitel		Business Planning
Studiengang	TM 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	TM Master
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	100% schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, <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	In diesem Teilmodul werden aktuelle Trends im Leadership aufgegriffen. Dies könnten z. B. sein: Digital Leadership Agile Leadership Führung virtueller Teams Diversity Management Holacracy Führungspersönlichkeiten aus der Tourismusbranche

## III.IV. Digital Business (DiB)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Project and Process Management
Studiengang	DiB 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 Prozessmanagement 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	DiB 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	DiB 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	DiB 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	DiB 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>

Lehrinhalte	<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.V. Journalismus & Medienmanagement (JOUR)

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Animation & Motion Graphics Design
Studiengang	JOUR 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	JOUR 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	JOUR 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 Investitionsrechenverfahren 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	JOUR 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	JOUR 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	JOUR 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 und Identität. 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	JOUR 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	JOUR 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	JOUR 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	JOUR 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	JOUR 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 Optimierungsmaßnahmen 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>

### III.VI. Unternehmensführung (MGMT)

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Beschaffung, Produktion und Logistik
Studiengang	MGMT Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen 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	MGMT 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 Prinzipal Agenten-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	MGMT 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	MGMT 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>• 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	MGMT 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,</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	MGMT Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <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	MGMT 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,</li> <li>• 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	MGMT 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	MGMT 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.VII. Immobilienwirtschaft (REM)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Betriebswirtschaftslehre & Marketing
Studiengang	REM Bachelor	
Credits	5 ECTS	
Semester in Curriculum	1. Semester	
Leistungsbeurteilung	<p>Immanenter Prüfungscharakter Kumulatives Modul</p> <p>Für die Absolvierung des Moduls müssen die beiden Teilmodule BWL (3 ECTS) und Marketing (2 ECTS) positiv absolviert werden. Sollte ein Teilmodul negativ beurteilt worden sein, ist die Prüfung dieses Teilmoduls zu wiederholen.</p> <p>Die Gewichtung der Teilmodule ist wie folgt: 50% BWL 50% Marketing</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Strategien eines Unternehmens zu erkennen und zu definieren,</li> <li>• die Funktionsbereiche eines Unternehmens zu beschreiben,</li> <li>• Unternehmen hinsichtlich ihrer Umwelt sowie internen Gegebenheiten zu analysieren,</li> <li>• Unternehmen hinsichtlich ihrer Aufbau- und Ablauforganisation zu analysieren,</li> <li>• die wesentlichen Organisationstheorien und deren grundlegenden Merkmale zu beschreiben,</li> <li>• die Grundlagen des normativen, strategischen und operativen Controllings zu beschreiben,</li> <li>• den MitarbeiterInnen-Lebenszyklus und die damit zusammenhängenden grundlegenden Handlungsfelder des Personalmanagements zu erläutern,</li> <li>• Funktionen und Aufgaben des Marketings zu benennen,</li> <li>• Marketing als Prozess zu beschreiben,</li> <li>• Instrumente des strategischen und operativen Marketings zu erläutern.</li> </ul>	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen: Wirtschaft, Umsatzprozesse, Problemlösungsprozess, Anspruchsgruppen, Unternehmensziele</li> <li>• Management: Aufgaben der Unternehmensführung, Managementtechniken, Führungsstile, strategisches Management</li> <li>• Unternehmensorganisation &amp; -führung: Typologie der Unternehmen, Überblick über die europäische Unternehmenslandschaft, Aufbau- und Ablauforganisation, wesentliche Organisationstheorien</li> <li>• Personal: Handlungsfelder des Personalmanagements: Personalplanung, Personaleinsatz, Personalentwicklung, Personalfreisetzung Motivationstheorien</li> <li>• Aktuelles Immobilienmarktgeschehen</li> <li>• Grundlagen, Definitionen, Aufgaben und Funktionen von Marketing und Marketingmanagement, Strategische Marketingplanung</li> <li>• Ziele, Funktionen unterschiedlicher Marketingansätze</li> <li>• Planung und Entwicklung von Marketingstrategien, Marketingplan</li> <li>• Grundlagen: Materialwirtschaft, Beschaffung, Produktion, Logistik:</li> </ul>	

	Definitionen, Merkmale, Ziele <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches Management</li> <li>• Unternehmensplanung &amp; Controlling</li> </ul>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Lehrveranstaltungstitel	Bautechnik
-------------------------	------------

Studiengang	REM Bachelor
Credits	5 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter Kumulatives Modul 50% Bautechnik I 50% Bautechnik II
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <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	Funktionen eines Bauwerkes, Einwirkungen, Lasten, Ö-NORMEN Konstruktionssysteme Sonderfachleute Einteilung der Baustoffe: Natursteine, Ziegel, Beton, Holz, Eisen und Stahl, Nichteisenmetalle, Glas Mörtel, Putze, Estrich, Dämmstoffe, Einteilung der Böden, Bodenuntersuchungen und Bodenverbesserung, Bauphysik, Behaglichkeit, Feuchteschutz, Bauakustik, Baudynamik Rohbauarbeiten, Dächer, Spenglerarbeiten, Stiegen, Ausbauarbeiten, Nichttragende Innenwände, Verputz und Verkleidungen, Anstreicherarbeiten, Tapeziererarbeiten, Fenster und Türen, Haustechnik, Sanitärinstallationen, Gas- und Elektroinstallationen Plandarstellung (Bemaßung, Maßstäbe, Symbole gemäß ÖNORM A 6240-2, Architekturpläne) Konstruktionspläne (Statikerpläne), Geometerpläne, Haustechnikpläne

Studiengang	REM 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		Konversatorium Immobilienbewertung
Studiengang	REM Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	1. Semester	
Leistungsbeurteilung	Kumulatives Modul  Jedes Teilmodul muss positiv abgeschlossen werden. Für die Absolvierung des Moduls müssen alle Teilmodule positiv beurteilt werden. Sollte ein Teilmodul negativ beurteilt werden, ist die Prüfung dieses Teilmoduls zu wiederholen. Die Benotung des gesamten Moduls erfolgt im Verhältnis der Noten der Teilmodule „Grundlagen“ (3 ECTS) = 35% und Teilmodul „Vertiefung“ (3 ECTS) = 65%	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, Verfahren zur Bewertung von Immobilien zu unterscheiden und die Entscheidung für das im Anlassfall gewählte Verfahren zu begründen.	
Lehrinhalte	National und international übliche Bewertungsverfahren, begründete Auswahl im Einzelfall, technische vs. wirtschaftliche Gebäudelebensdauer, Auswirkung von Kapitalisierungszinssatz, Gebäuderestnutzungsdauer und Bewirtschaftungskosten auf den Ertragswert, discounted cash flow-Verfahren	

Lehrveranstaltungstitel		BWL für Projektentwickler
Studiengang	REM Master	
Credits	4 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter mit schriftlicher Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, <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>	
Lehrinhalte	Bilanzierung, Kostenrechnung, Investitionsrechnung, Finanzierung, Controlling unter zusammenführender Fokussierung auf die Immobilienbranche	

Studiengang	REM 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



Lehrveranstaltungstitel	Facility Management
-------------------------	---------------------

Studiengang	REM 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	Ansatz und Wesen des Facility Management, Anwendungsmöglichkeiten, Planungsbegleitung, FM-Leistungsbilder, Leistungsrentabilität von FM-Leistungen, Leistungs-, Kostenkontrolle und Abrechnung von FM-Leistungen

Lehrveranstaltungstitel	Immobilienfinanzierung und -veranlagung
-------------------------	-----------------------------------------

Studiengang	REM Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	1. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter mit schriftlicher Abschlussprüfung über den Gesamtstoff aller Themenblöcke; kumulatives Modul  Für die Absolvierung des Moduls müssen alle Teilmodule positiv beurteilt werden. Sollte ein Teilmodul negativ beurteilt werden, ist die Prüfung dieses Teilmoduls zu wiederholen. Die Benotung des gesamten Moduls erfolgt im Verhältnis der Noten der Teilmodule „Immobilienfinanzierung“ (3 ECTS) = 50% und Teilmodul „Immobilienveranlagung“ (3 ECTS) = 50%
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage <ul style="list-style-type: none"> <li>• beurteilen zu können, welche Immobilienfinanzierung für welches Vorhaben unter Berücksichtigung der Situation auf dem Geld-/Kapitalmarkt und den realen Immobilienmärkten passend ist.</li> <li>• dem Financier/Investor als kompetenter Gesprächspartner gegenüberzustehen.</li> </ul>
Lehrinhalte	Finanzierungsformen für Immobilienprojekte (Standard/Strukturiert), Immobilienprojektrechnungen (Break-even-Berechnungen anhand konkreter Beispiele), Investition in Immobilien (Parameter), Risikoadäquates Pricing (Basel II, Rating: soft-facts), Immobilienleasing Veranlagungsformen (insb. Immobilienaktie, Immobilienfonds, Vorsorgeimmobilien); Immobilien-Investment-Fondsgesetz, Portfolio-Analyse

### III.VIII. Content-Produktion & digitales Medienmanagement (JOCOBA)

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Organisationskommunikation & PR
Studiengang	JOCOBA 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	JOCOBA 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, sodass 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>