KURSKATALOG

Kurse auf Deutsch für Incoming-Studierende der FHWien der WKW

Sommersemester 2024

(Februar 2024 – Juli 2024)

FHWien der WKW
University of Applied Sciences for
Management & Communication

www.fh-wien.ac.at

Überblick über die deutschsprachigen Kurse

Sommersemester 2024
(16. Februar – 1. Juli 2024)

1 INFORMATIONEN ÜBER DEN KURSKATALOG 3

2 INDIVIDUELLE KURSÜBERSICHT 4

2.1 KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT / MARKETING & SALES (COM/MARS) 4
2.2 DIGITAL BUSINESS (DIB) 4
2.3 PERSONALMANAGEMENT (HRO) 4
2.4 FINANCIAL MANAGEMENT & CONTROLLING (FIM) 5
2.5 JOURNALISMUS & MEDIENMANAGEMENT (JOUR) 5
2.6 CONTENT-PRODUKTION & DIGITALES MEDIENMANAGEMENT (JOCOBA) 5
2.7 UNTERNEHMENSFÜHRUNG (MGMT) 5
2.8 IMMOBILIENWIRTSCHAFT (REM) 6
2.9 TOURISMUS-MANAGEMENT (TM) 6

3 KURSBESCHREIBUNGEN 7

3.1 KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT / MARKETING & SALES (COM/MARS) 7
3.2 DIGITAL BUSINESS (DIB) 9
3.3 PERSONALMANAGEMENT (HRO) 15
3.4 FINANCIAL MANAGEMENT (FIM) 33
3.5 JOURNALISMUS & MEDIENMANAGEMENT (JOUR) 35
3.6 CONTENT-PRODUKTION & DIGITALES MEDIENMANAGEMENT (JOCOBA) 45
3.7 UNTERNEHMENSFÜHRUNG (MGMT) 46
3.8 IMMOBILIENWIRTSCHAFT (REM) 50
3.9 TOURISMUS-MANAGEMENT (TM) 56

1 Informationen über den Kurskatalog

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 2024 verfügbar sind, sowie detaillierte Informationen zu jedem Kurs. Bitte beachten Sie, dass einige Kurse englische Titel haben können, obwohl die Unterrichtssprache Deutsch ist.

Wie Sie diesen Kurskatalog verwenden
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. Darüber hinaus können Sie das Kursangebot aus dem deutschsprachigen mit dem englischsprachigen Course Guide kombinieren.
Bitte beachten Sie ggf. fachliche Voraussetzungen, die in den einzelnen Kursbeschreibungen angegeben sind.

Platzvergabe
Da für jeden Kurs nur eine begrenzte Anzahl von Plätzen zur Verfügung steht, werden die Plätze nach dem Prinzip "first come first served" vergeben. **Studierende, die ein ISP gewählt haben, werden bevorzugt behandelt und ihre Kurswahl wird zuerst bearbeitet.**

Informationen zum Ausfüllen des (D)Learning Agreements:
Receiving institution:

Name:	FHWien der WKW
Fakultät/Department:	CIEM (Center for International Education and Mobility)
Erasmus Code:	A WIEN21
Land:	Austria

Administrative Kontaktperson:	ISTA (International Student Affairs)
E-Mail-Adresse der administrativen Kontaktperson:	ista@fh-wien.ac.at
Position der administrativen Kontaktperson:	Office Manager
Verantwortliche Person an der aufnehmenden Institution:	Barbara Zimmer, Head of CIEM
E-Mail-Adresse der verantwortlichen Person:	ista@fh-wien.ac.at

Weitere Hinweise
- 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.

2 Individuelle Kursübersicht

2.1 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

2.2 Digital Business (DiB)

Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.
Sie können Ihre Kursauswahl mit individuellen Lehrveranstaltungen aus dem englisch- oder deutschsprachigen Course Guide kombinieren, um genügend ECTS zu erreichen.

Bachelor	
Analysis and Graphs	2 ECTS
Application Design and Development	6 ECTS
Business and Professional English 1	3 ECTS
Economics and Innovation	6 ECTS
Enterprise Architecture & IT Infrastructure	6 ECTS
Project and Process Management	6 ECTS

2.3 Personalmanagement (HRO)

Bachelor	
Arbeitsrecht 1*	3 ECTS
Compensation & Benefits und Performance Management	6 ECTS
Controlling & HR Analytics	4 ECTS
Didaktik*	3 ECTS
HR Analytics	3 ECTS
HR-Info-Management	2 ECTS
HR-Leitung & Recht	6 ECTS
Investition & Finanzierung	1 ECTS
Kommunikation & Präsentation	3 ECTS
Kostenrechnung	3 ECTS
Moderation*	2 ECTS
Neue Arbeits- und Lernwelten	6 ECTS
Personalplanung	2 ECTS
Personalverrechnung*	3 ECTS
Recruiting & Diagnostik	6 ECTS
Recruiting & Employer Branding	4 ECTS
Talent- & Karrieremanagement	3 ECTS

* Bitte beachten Sie die Anmerkung in der Kursbeschreibung.

Master	
Methoden der Personalentwicklung	6 ECTS

2.4 Financial Management & Controlling (FIM)

Bachelor	
Projektmanagement	1 ECTS

Master	
Business Valuation*	3 ECTS

2.5 Journalismus & Medienmanagement (JOUR)

Bachelor	
Gender & Diversity	1 ECTS
Medienethik	1 ECTS
Medienmanagement Vertiefung	2 ECTS
Medienproduktion	2 ECTS
Multimedia	6 ECTS
Organisationskommunikation & PR	2 ECTS
QM & Professionalisierung im Medienmanagement	2 ECTS
Radio & Audio 3 (Nachrichten) *	1 ECTS
Radio & Audio 3 (Produktion) *	2 ECTS
Strategie	2 ECTS
TV & Video 3 (Magazin)	3 ECTS

2.6 Content-Produktion & digitales Medienmanagement (JOCOBA)

Bachelor	
Animation & Motion Graphics Design	2 ECTS

2.7 Unternehmensführung (MGMT)

Bachelor	
Finanzierung und Unternehmensbewertung	3 ECTS
Grundlagen der Corporate Finance	3 ECTS
Marketing Management	3 ECTS
Strategisches Management	3 ECTS

* Bitte beachten Sie die Anmerkung in der Kursbeschreibung.

2.8 Immobilienwirtschaft (REM)

Bachelor	
Immobilienmarketing	3 ECTS

Master	
Berufsethik & Nachhaltigkeit	2 ECTS
Betriebswirtschaftslehre Planspiel	2 ECTS
Facility Management*	5 ECTS
Immobilienbewertung	6 ECTS
Portfoliomanagement*	5 ECTS

2.9 Tourismus-Management (TM)

Bachelor	
Human Resources Management	6 ECTS
Tourismussimulation	3 ECTS
Unternehmensführung	6 ECTS

* Bitte beachten Sie die Anmerkung in der Kursbeschreibung.

3 Kursbeschreibungen

3.1 Kommunikationswirtschaft / Marketing & Sales (COM/MARS)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Leistungssteuerung im Vertrieb 1
Dieser Kurs muss zusammen mit Leistungssteuerung im Vertrieb 2 absolviert werden	
Studiengang	COM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Vertrieb zu kennen und zu interpretieren • verschiedene Formen der Zielsetzung im Verkauf zu verstehen sowie diese für die eigene Leistungserbringung zu evaluieren und anzuwenden • die Elemente zur Steuerung eines Vertriebsteams zu verstehen und die damit verbundene Leistungsmessung für sich zu reflektieren
Lehrinhalte	Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Vertrieb Relevante Key Performance Indicators Grundlagen und Einführung CRM CRM als Steuerungstool im Sales

Lehrveranstaltungstitel	Leistungssteuerung im Vertrieb 2
Dieser Kurs muss zusammen mit Leistungssteuerung im Vertrieb 1 absolviert werden	
Studiengang	COM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • verschiedene Formen der Zielsetzung im Verkauf zu verstehen • sowie diese für die eigene Leistungserbringung zu evaluieren und anzuwenden • Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Vertrieb zu kennen und zu interpretieren • die Elemente zur Steuerung eines Vertriebsteams zu verstehen und die damit verbundene Leistungsmessung für sich zu reflektieren
Lehrinhalte	Zielsetzung im Verkauf Selbststeuerung im Vertrieb Steuerung eines Vertriebsteams

Lehrveranstaltungstitel	Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 1
Dieser Kurs muss zusammen mit Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 2 absolviert werden	
Studiengang	COM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • wesentliche Elemente von Resilienz zu verstehen und konstruktiv für die Förderung der eigenen Widerstandsfähigkeit zu nutzen • ihre Resilienz zu analysieren und reflektieren • Burn-Out Faktoren – besonders hinsichtlich des erhöhten Leistungsdrucks im Vertrieb – zu kennen, zu diskutieren und zu evaluieren
Lehrinhalte	Resilienz in Theorie und Praxis Psychologische Erkenntnisse zu psychischer Arbeitsbelastung Tools und Testmethoden zur Resilienzmessung Team Resilienz Burn-Out mit speziellem Fokus auf den Leistungsdruck im Vertrieb (Risikofaktoren, Prävention, rechtliche Aspekte von Burn-Out)

Lehrveranstaltungstitel	Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 2
Dieser Kurs muss zusammen mit Resilienz und Selbststeuerung im Vertrieb 1 absolviert werden	
Studiengang	COM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • sich selbst, ihre eigene Resilienz sowie Burn-Out-Gefahr einzuschätzen sowie • die gewonnenen Erkenntnisse konstruktiv für die Förderung der eigenen Widerstandsfähigkeit zu nutzen • verschiedene Wege auszuprobieren, um mit psychischer Arbeitsbelastung besser umzugehen • ihre Resilienz zu analysieren und reflektieren • sich selbst besser zu steuern in ihrer Stresskompetenz, emotionalen Belastbarkeit und Stressregulation
Lehrinhalte	Burn-Out Test zur Risikoeinschätzung Instrumente der Resilienzmessung Selbststeuerung mit besonderem Augenmerk auf Stresskompetenz, emotionale Belastbarkeit und Stressregulation Individuelle Reflexion und Coaching im Vertrieb

3.2 Digital Business (DiB)

Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.
Sie können Ihre Kursauswahl mit individuellen Lehrveranstaltungen aus dem englisch- oder deutschsprachigen Course Guide kombinieren, um genügend ECTS zu erreichen.

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Analysis and Graphs
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang** wählen.	
Studiengang	DiB Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Kenntnisse AbsolventInnen kennen • Grundzüge von Abstraktion, analytischem Denken und Problemlösen mit den unter Lehrinhalte genannten Ansätzen Fertigkeiten AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, • logisch und mathematisch-basierte Lösungswege für Herausforderungen der Digitalisierung zu suchen bzw. finden • in Problemstellungen berechenbare Komponenten zu identifizieren • Muster und Strukturen in Problemstellungen zu identifizieren Kompetenz AbsolventInnenentwickeln in diesem Modul erworbene Kenntnisse und Fertigkeiten in Folgemodulen zu Kompetenzen weiter

Lehrinhalte	Das Teilmodul beschäftigt mit folgenden Themen, insbesondere mit ihrem Problemlösungspotenzial im Kontext der Digitalisierung
	• Analysis
	  o Differential-, Integralrechnung
	  o Relationen und Funktionen
	• Graphentheorie
	• Baumstrukturen
	Sortierverfahren

Lehrveranstaltungstitel	Application Design and Development
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang** wählen.	
Studiengang	DiB Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul
Kompetenzerwerb	Kenntnisse AbsolventInnen kennen • gängige Webtechnologien • aktuelle Trends im Bereich der Webtechnologien und deren wirtschaftliche Einsatzmöglichkeiten Fertigkeiten AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, • Aufwandsschätzungen auf Basis einfacher eigener Programmiererfahrung besser einschätzen und evaluieren zu können • Wirkungsweisen sowie Vor- und Nachteile von nicht selbst erstellten technischen Produkten (z. B. Sourcecode, Applikationen) grundlegend zu verstehen Kompetenz 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)
Lehrinhalte	Software Development Methodology • Grundverständnis Programmieren/Programmierprinzipien Programmierkontexte und -umgebungen • Überblick über gängige Sprachen und deren Einsatz Web Technology • Web development basics (HTML, CSS) • Discussion: Current issues in web technology (inkl. Sicherheitsaspekte) • Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse Einführung ins Programmieren • z. B. Python • Grundlagen (Datentypen, Schleifen, if statements, ...)

Lehrveranstaltungstitel	Business and Professional English 1
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang** wählen.	
Studiengang	DiB Bachelor
Credits	3 ECTS
Kurssprache	Englisch
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	AbsolventInnen kennen On completing this module, students are able to: • communicate their personal and professional background • initiate and maintain small talk in a business setting • identify and apply suitable approaches to networking, sales and business opportunities • follow and professionally participate in everyday business-related discussions • accurately apply the most common grammatical forms of English found in business communication • produce written texts to an appropriate standard and style • identify and appropriately use the most common terminology of relevant core business topics
Lehrinhalte	• Written & oral English language skills

Lehrveranstaltungstitel	Economics and Innovation
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang** wählen.	
Studiengang	DiB Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul
Kompetenzerwerb	**Kenntnisse** AbsolventInnen kennen grundlegende Begriffe und ausgewählte Theorien der • Mikroökonomik • Makroökonomik und • Wirtschaftspolitik **Fertigkeiten** AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, • wirtschafts-, technologie-, und innovationspolitische Beiträge in internationalen Qualitätszeitungen oder -zeitschriften zu rezipieren **Kompetenz** AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz, • 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
Lehrinhalte	Das Modul beschäftigt sich mit Grundlagen der Mikroökonomik, Makroökonomik und Wirtschaftspolitik und betrachtet dabei Querverbindungen sowie Widersprüche zu Ansätzen der Innovationsökonomik. **Mikroökonomik:** • Ökonomische Verhaltensmodelle und alternative Modelle • Funktionsweisen und Formen von Märkten und Marktversagen • kritisches Verständnis der Wirkung digitaler Technologien **Makroökonomik**: • Entwicklung makroökonomischer Schulen • Kennzahlen • Wechselwirkungen zwischen digitalen Technologien und makroökonomischen Größen **Wirtschaftspolitik:** • Internationale und nationale Ziele und Akteure der Wirtschafts-, Technologie- und Innovationspolitik

Lehrveranstaltungstitel	Enterprise Architecture & IT Infrastructure
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang** wählen.	
Studiengang	DiB Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul
Kompetenzerwerb	**Kenntnisse** AbsolventInnen kennen • Grundlagen, Wirkungsweisen und betriebliches Einsatzpotential von Programmen zur Verwaltung komplexer Daten (Versionierung, Benutzerdaten, virtuelle Maschinen) • Grundlagen von Computernetzen und Datenkommunikation • fortgeschrittenes Fachvokabular **Fertigkeiten** AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, • Soft-und Hardwarearchitektur und Infrastruktur zu erkunden, zu beschreiben und zusammen mit IT-ExpertInnen zu modellieren • Programme zur Verwaltung von komplexen Daten (Versionierung, Benutzerdaten, Virtuelle Maschinen) in Ansätzen bedienen / verwalten zu können **Kompetenz** AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz, • typische IT-Investitionsentscheidungen aus der Gesamt-perspektive der Enterprise Architecture in Ansätzen zu verstehen, zu begleiten und Risiken zu erkennen • IT-Serviceangebote aus der Perspektive der Enterprise Architecture in Grundzügen einzuschätzen
Lehrinhalte	„Bausteine“ einer Technologiearchitektur • im Zusammenspiel mit Business-Prozessen, Information und Applikationen (siehe andere Veranstaltungen des Studiengangs) • Schichtenarchitektur, Makro-/Mikroarchitektur, Systemschnitte • Abstraktion und Modellbildung von komplexen Systemen (informatische Modelltypen), ausgewählte Standards und Frameworks Grundlagen von Computernetzen und Datenkommunikation • Nachrichten, Protokolle, Schichten • Netze zur Datenkommunikation (Klassifikation, Beispiele, Aufbau) • Sicherheitskonzepte, Firewallarchitekturen, Shell-Interface 2 Client-Server-Architektur • Web-Server, Virtuelle Maschinen, Cloud-Architektur, o.ä. • Shell-Interface 3 • Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse Daten- und Architekturverwaltung • Versionierung, Versionskontrollsysteme • Benutzer-, Rechteverwaltung und Authentifizierung • Security-Aspekte • Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse

Lehrveranstaltungstitel	Project and Process Management
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolviert möchten, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang** wählen.	
Studiengang	DiB Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Integratives Modul
Kompetenzerwerb	**Kenntnisse** AbsolventInnen kennen • Projekte und Projektmanagement als Bestandteile einer modernen und effizienten Unternehmensorganisation • Prozessmanagement als Ansatz zur Unternehmensorganisation und zum Reengineering **Fertigkeiten** AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, die wichtigsten Werkzeuge des Projektmanagements sowie des Prozessmanagements richtig anzuwenden. **Kompetenz** AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz, • Projekte eigenständig zu definieren, zu beauftragen, zu planen und zu steuern und „eigene Projekte“ mit den Mitteln des Projektmanagments zu begleiten • Prozessverbesserungen durch die Nutzung digitaler Technologien zu entwickeln und umzusetzen

Lehrinhalte	**Grundlagen des Projektmanagements**
	In Anlehnung die Voraussetzungen für die IPMA Level D Zertifizierung: ICB4, Methodiken & Prozesse in der jeweils aktuellen PM Baseline
	• **Projektorganisation**
	  o Projektdefinition und -beauftragung
	  o Tools der Projektplanung (Projektstrukturplan, Projektumweltanalyse…)
	  o Projektrisikomanagement
	• **Elemente des Projektmarketings**
	• **Elemente des Projektcontrollings**
	
	Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements In Anlehnung an die Voraussetzungen der Gesellschaft für Prozess-management für die Zertifizierung Stufe 1: Process ManagerIn (PcA) Process Analyst
	
	• **Prozessorientierung**
	• **Nutzen von Prozessmanagement**
	• **Prozesslandkarte und Process Lifecycle**
	• **4-Schritte-Methodik**
	  o Identifikation & Abgrenzung
	  o Analyse IST-Prozesse
	  o Konzeption Soll-Prozesse
	  o Realisierung der Verbesserungspotenziale
	• **Rollen im Prozessmanagement**
	• **Reengineering Ansätze und Fallbeispiele**

3.3 Personalmanagement (HRO)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Arbeitsrecht 1
Diese Lehrveranstaltung hat Österreich-Bezug!	
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, • Grundlegende Sachverhalte des österreichischen Arbeitsrechts auf ihre rechtlichen Konsequenzen hin zu überprüfen und Lösungen zu erarbeiten die Einbettung des Arbeitsrechts in die österreichische Rechtsordnung zu verstehen. • dem juristisch spezialisierten Parteienvertreter (Anwalt) in Bezug auf grundlegende Themenbereiche des österreichischen Arbeitsrechts ein/e kompetente/r Gesprächspartner/in zu sein. • Vor- und Nachteile grundlegenden, relevanten Handelns im österreichischen Arbeitsrecht weitgehend selbständig abzuschätzen und Risiken daraus zu minimieren.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die theoretischen Grundlagen des österreichischen Arbeitsrechts zu erfassen. • Österreichisches Arbeitsrecht als wichtiges Werkzeug des rechtsgeschäftlichen Handelns zu verstehen. • insbesondere folgende Lehrinhalte anzuwenden und aus ihnen Schlussfolgerungen zu ziehen: o Einführung in das Arbeitsrecht o Das Arbeitsverhältnis o Betriebsverfassung und Belegschaftsvertretung o Kollektivvertrag o Arbeitsvertrag o Entgeltfortzahlung bei Arbeitsverhinderung o Urlaubsrecht.

Lehrveranstaltungstitel	Compensation & Benefits und Performance Management

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • unterschiedliche Grundgehaltsstrukturen sowie variable Entlohnungsformen zu beschreiben und situationsgerecht auszuwählen • Gehaltshöhen in Bezug auf Position und Qualifikation einzuschätzen • Vor- und Nachteile unterschiedlicher Gehaltssysteme abzuwägen und zu erklären • Vergütungsgrundsätze in Hinblick auf markt- und leistungsorientierte Komponenten zu formulieren • gehaltsspezifische Aspekte in Bezug auf das Gleichbehandlungsgesetz zu beurteilen • die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen für Vergütung in Österreich zu benennen • die verschiedenen Ansätze und Definitionen des Leistungsbegriffs zu kennen und situationsgerecht zu verwenden • Performance Management Konzepte zu verstehen und auf ihre situative Anwendbarkeit in der Praxis zu beurteilen • Trends im Bereich Comp & Ben und Performance Management zu erklären
Lehrinhalte	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 & 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 & Ben und Performance Management

Lehrveranstaltungstitel	Controlling & HR Analytics
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Mündliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Grundlagen des normativen, strategischen und operativen Controllings zu beschreiben • geeignete Kennzahlen für das strategische und operative Personalcontrolling zu beschreiben und auszuwählen • ausgewählte Kennzahlen aus dem Bereich des Personalcontrollings zu berechnen • Grundbegriffe von HR-Analytics zu verstehen • Grundlagen der Datenanalyse als Entscheidungsinstrument zu beschreiben • Möglichkeiten und Herausforderungen der Datenanalyse zu erkennen und Maßnahmen abzuleiten
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	Didaktik

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Notwendige Voraussetzungen	Grundlagen in Kommunikation & Präsentation
Leistungsbeurteilung	100% Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Weiterbildungsmaßnahmen bedarfsgerecht zu entwickeln, zu planen und umzusetzen • die Evaluation von Maßnahmen im Sinne des Lerntransfers zu konzipieren und deren Durchführung und Kontrolle zu planen • spezielle Fachtrainings bedarfsgerecht zu organisieren und einzelne Sequenzen daraus selbst durchzuführen • Ein- und Mehrweg-Kommunikation zielgerecht zu gestalten • Trainingsmaterialien aus TrainerInnen- und TeilnehmerInnensicht professionell zu gestalten • ein reales Fachtraining oder ein reales Online Training (Umfang von 4 Einheiten) zu entwerfen und dessen Durchführung und Evaluierung zu planen. • mit Feedback entwicklungsorientiert umzugehen
Lehrinhalte	Theoretische Grundlagen im Trainingskontext: psychologische Persönlichkeitskonzepte, Motivationspsychologie, Grundlagen didaktischer Modelle, anwendungsorientierte Theorien der Bildungspsychologie, systemtheoretische Interventionen Feedback im Trainingskontext Seminarplanung und -durchführung inklusive Online-Trainings, Blended Learning-Konzepten Trainingsmethoden Einsatz und Gestaltung von Medien Gestaltung des Praxis- und des Lerntransfers Selbstbild als TrainerIn Analyse und Bearbeitung konkreter Beispiele aus dem Seminaralltag

Lehrveranstaltungstitel	HR Analytics
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Kurses sind die Studierenden in der Lage, • den Einsatz von HR-Analytics evidenzbasiert zu diskutieren. • Anwendungsfelder und Tools von HR-Analytics mithilfe von Case Studies zu analysieren und anzuwenden.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Definition von HR-Analytics und Abgrenzung zu anderen Definitionen zu beschreiben. • Typen von HR-Analytics zu definieren. • Anwendungsfälle von HR-Analytics (Business Case) zu diskutieren. • Anbindung an die Unternehmensstrategie zu argumentieren. • Notwendige IT-Infrastruktur und zentralisierte Datenaufbewahrung zu benennen. • Rechtliche und ethische Aspekte und Limitationen des Einsatzes von HR-Analytics zu diskutieren. • Wissen, wie Theorien und Hypothesen eingesetzt werden, um den HR-Analytics Prozess aufzusetzen zu diskutieren. • Einflussfaktoren (Moderatoren), Konsequenzen und Ergebnisse des Einsatzes von HR-Analytics zu diskutieren. • notwendige Kompetenzen und Rollen im HR und im Unternehmen zu benennen. • Wege der Kommunikation von HR-Analytics Entscheidungen im Unternehmen zu diskutieren. • den Vorgang, Analyse-Strategien zu entwickeln, zu beschreiben. Wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten • Firmenexkursionen, Gastvorträge, Einsatz von Case Studies und aktuellen Tools

Lehrveranstaltungstitel	HR-Info-Management
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • den grundsätzlichen Nutzen von HR Informationssystemen und die Möglichkeiten ihres Einsatzes zu erklären • Anforderungen an HR Informationssysteme zu definieren • Entscheidungskriterien für die Auswahl von HR Informationssystemen entsprechend den Bedürfnissen des Unternehmens zu definieren und anzulegen • Angebote verschiedener Anbieter zu evaluieren bzw. einander gegenüber zu stellen
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	HR-Leitung & Recht

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Abschlussprüfung; Integratives Modul
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • zu verstehen, wie die HR-Leitung – abhängig von Branche und Unternehmensgröße – das operative Geschäft eines Unternehmens und dessen strategische sowie operative Ziele unterstützen kann • die Bedeutung von HR für den Unternehmenserfolg zu argumentieren und im Management ein gemeinsames Verständnis dafür zu schaffen • die Trends und Herausforderungen der Arbeitswelt der Zukunft abzuschätzen sowie Personalstrategien daran zu orientieren • arbeitsrechtliche Herausforderungen in der Arbeit als HR-Leiterin zu erkennen und Maßnahmen abzuleiten • zu erkennen, worin teure arbeitsrechtliche Fehler bestehen und wie diese vermieden werden können • zielfördernde Vorgehensweise im Rahmen von Betriebsratsverhandlungen anzuwenden • Praxisberichte von HR-LeiterInnen auf die eigene Situation umzulegen, persönliche Entwicklungsschritte abzuleiten und eine Identität als HR-LeiterIn zu entwickeln
Lehrinhalte	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.) Praxisbeispiele Arbeitsrechtliche Herausforderungen in der Tätigkeit als HR-LeiterIn Gründung, Rechte und Arten von Betriebsvereinbarungen Konstruktive Kommunikation mit dem Betriebsrat KV und kollektivvertragliche Verhandlungen Schwierige Phasen als Herausforderung und Chance für HR-LeiterInnen: Reorganisationen, Eigentümerwechsel, Sozialpläne, Management-Informations-Systeme (MIS), Arbeitsinspektorat, HR-Prozesse & Struktur, etc.

Lehrveranstaltungstitel	Investition & Finanzierung

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung und/oder Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • grundlegende Instrumente und Rechenverfahren der Finanzwirtschaft zielgerichtet auszuwählen und anzuwenden. • finanzwirtschaftliche Berichte kritisch zu lesen und deren Ergebnisse zu interpretieren. • Investitions- und Finanzierungsentscheidungen vorzubereiten. • an finanzwirtschaftlichen Prozessen in der Unternehmenspraxis proaktiv mitzuarbeiten.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • statische und dynamische Investitionsrechenverfahren zu erklären. • Finanzierungsinstrumente, Finanzpläne und deren Bedeutung für Finanzierungsentscheidungen beschreiben. • Grundlagen und Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung zu diskutieren. • die Bedeutung grundlegender finanzwirtschaftlicher Überlegungen für die Unternehmensführung zu verstehen. • die wichtigsten Finanzinstitutionen zu unterscheiden und deren Funktionsweise in der Praxis nachvollziehen.

Lehrveranstaltungstitel	Kommunikation & Präsentation

Studiengang	HRO 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, • den eigenen Kommunikationsstil kritisch zu reflektieren. • die eigene Auftrittskompetenz in online Settings als auch in Präsenz zielgerichtet zu optimieren. • mit Kritik professionell umzugehen und anderen konstruktives Feedback zu geben. • die eigenen Leistungen und Fähigkeiten realistisch einzuschätzen und weiterzuentwickeln.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Grundlagen der Kommunikation (u.a. Sender-Empfänger-Modell, 5 Axiome der Kommunikation nach Watzlawick, Modell der 4 Seiten nach Schultz v. Thun, Aktives Zuhören) zu erklären. • Präsentationen inhaltlich optimal zu strukturieren und zielgruppenspezifisch aufzubereiten.

Lehrveranstaltungstitel	Kostenrechnung
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung und/oder Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Kosten zu erfassen und zu verrechnen sowie den betrieblichen zu Erfolg zu ermitteln und zu interpretieren. • Kostenrechnung als Steuerungsinstrument für kurz- und langfristige Entscheidungen einsetzen. • ausgewählte Instrumente der Kostenrechnung anzuwenden. • betriebswirtschaftliche Fragestellungen mithilfe der Instrumente der Kostenrechnung zu beantworten. • Aspekte des internen Rechnungswesens bei betriebswirtschaftlichen Entscheidungen zu berücksichtigen.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Grundlagen des internen Rechnungswesens zu definieren. • die Prinzipien der Kostenerfassung, Kostenverrechnung und Erfolgsermittlung etc. zu erklären. • die Bedeutung der Kostenrechnung als Entscheidungsinstrument zu erläutern.

Lehrveranstaltungstitel	Moderation
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Notwendige Voraussetzungen	Grundlagen in Kommunikation & Präsentation
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • den Einsatzbereich von analogen und online Moderationen zu kennen und einzusetzen • den Einsatzbereich von Moderation in Gruppenprozessen zu kennen und zu reflektieren • die Grundlagen der Moderation zu befolgen und anzuwenden • bei der Konzeption einer Moderation Stolpersteine zu vermeiden und die richtigen Informationen zu erhalten • im Rahmen eines erstellten Konzeptes zielorientiert die richtigen Moderations-Methoden und -tools einzusetzen • die verschiedenen Anforderungen an die ModeratorInnen-Rolle richtig einzuschätzen • Workshops und Meetings professionell zu moderieren und nachzubereiten • professionelle Fotoprotokolle zu erstellen • Selbst- und Fremdeinschätzung zu schärfen • einen Moderationsablauf ziel(gruppen)orientiert zu planen und professionell durchzuführen • Moderationsmethoden für Kleingruppen selbst anzuwenden • Moderationen professionell vor- und nachzubereiten • auf spezielle Situationen während der Moderation einzugehen und diese zielorientiert zu lösen
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	Neue Arbeits- und Lernwelten
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung/Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Dimensionen neuer Arbeits- und Lernwelten verstehen und beschreiben zu können • die Anforderungen an das Unternehmen 4.0 zu verstehen und zu reflektieren • Handlungsfelder einer vernetzen Arbeitskultur zu verstehen • den Einsatz von Lernsystemen und Lerninfrastruktur zu verstehen • didaktische Konzepte und Hintergründe im Kontext der neuen Arbeits- und Lernwelten verstehen und anwenden zu können
Lehrinhalte	Dimensionen von Neuen Arbeits- und Lernwelten: Architektur, Pädagogik/ Menschen und Prozess/Technologie Anforderungen an das Unternehmen 4.0 (z. B. unternehmerisches Denken & Handeln, Unternehmenserfolg mit Freude, Flexible Strukturen & Teamarbeit, Arbeiten Unabhängigkeit von Ort und Zeit, zeitadäquate Technologien, Produktivitäts- und Kreativitätsförderndes Ambiente) vernetzte Kollaboration über Zeit und Kulturgrenzen hinweg Handlungsfelder einer vernetzten Arbeitskultur Einsatz intelligenter/innovativer Lernsysteme Kreation einer Lerninfrastruktur (Verschmelzen von realen und virtuellen Lernwelten, Gestaltung von Lernwelten (räumlich-real und virtuell)), Raumgestaltung, offene Lernlandschaften und Cluster Ermöglichungsdidaktik (Erfolgsfaktoren für technologiegestütztes Lernen, von der Wissensvermittlung zur Potenzialentfaltung, Design Thinking, Experimentierfelder) Kompetenzentwicklung durch Co-Coaching, E-Coaching, E-Mentoring, Lern-Netzwerke und Communities

Lehrveranstaltungstitel	Personalplanung
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • den Personalplanungs- und Budgetierungsprozess zu organisieren und die Instrumente der Personalplanung situationsadäquat anzuwenden. • eine Personalplanung mithilfe einer geeigneten Software (z.B. MS Excel) durchzuführen. • den Nutzen von strategischer Personalplanung Stakeholdern zu erklären. • Kriterien für die Auswahl von Personalplanungstools zu formulieren. • aktuelle Trends in der Personalplanung zu berücksichtigen.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Grundsätzliches zur strategischen und operativen Personalplanung zu beschreiben. • Qualitative und quantitative Personalplanung zu unterscheiden, • Die verschiedenen Ausprägungen wie Beschaffungsplanung, Einsatzplanung, Entwicklungsplanung, Abbauplanung, Kostenplanung zu erklären.

Lehrveranstaltungstitel	Personalverrechnung
Diese Lehrveranstaltung hat Österreich-Bezug!	
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • als kompetente Ansprechperson für Mitarbeitende in sozialversicherungs- und lohnsteuerrechtlichen Fragen (Österreich) aufzutreten. • Zusammenhänge zwischen arbeitsrechtlichen und lohnabgaberechtlichen Bestimmungen (Österreich) nachzuvollziehen. • die Instrumente und Methoden der Abrechnung zu verstehen und auf einfache Fälle anzuwenden. • an der Lohnverrechnung im Unternehmen mitzuarbeiten und Berechnungen durchzuführen.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Aufgaben und das Wesen der österreichischen Personalverrechnung zu erklären. • die Abläufe der Sozialversicherungs- und Lohnsteuerabrechnung zu beschreiben. • die Entlohnungen für Normalarbeitszeit, Mehr- und Überstunden zu unterscheiden. • diverse Bezüge, Zulagen und Sonderzahlungen (Österreich) zu erklären.

Lehrveranstaltungstitel	Recruiting & Diagnostik
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter / Abschlussprüfung; Integratives Modul
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • den Recruitingprozess zu planen, zu begleiten, durchzuführen und zu evaluieren • die wesentlichen Recruitingtrends kritisch zu diskutieren • die rechtlichen Aspekte des Recruitings zu benennen • den Einfluss unbewusster Faktoren im Rahmen des Auswahlprozesses kritisch zu reflektieren • Ziele und Aufgaben der Personaldiagnostik zu erklären und deren Rolle im Zusammenspiel mit der organisationalen Personalentwicklung zu erkennen • die Unterschiede zwischen Eigenschafts- und Handlungsdiagnostik zu beschreiben • Gütekriterien bei der Beurteilung diagnostischer Verfahren anzusetzen • die wichtigsten Testverfahren zu beschreiben und situativ über deren Einsatzmöglichkeiten zu entscheiden • Kompetenzanforderungen in Form von Anforderungsprofilen zu operationalisieren und mit Hilfe von diagnostischen Verfahren beobachtbar zu machen • den Unterschied zwischen Alltagswahrnehmung und Beobachtung im Rahmen diagnostischer Verfahren zu begründen
Lehrinhalte	• 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

Lehrveranstaltungstitel	Recruting & Employer Branding

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • den Recruitingprozess in einem Unternehmen zu analysieren und Optimierungspotenziale zu erkennen. • die Schnittstellen mit anderen HR-Handlungsfeldern (Personalplanung, Personaleinsatz, Personalentwicklung), aber auch anderen Unternehmensfeldern (z.B. Marketing, Unternehmenskommunikation) zu verstehen und als kompetenter Gesprächspartner aufzutreten. • den Bewerbungsprozess im Unternehmen zu unterstützen. • aktuelle Trends im Recruiting und Employer Branding zu analysieren und sinnvoll anzuwenden. • Anforderungsprofile und Stellenbeschreibungen zu erarbeiten. • situationsadäquate Suchstrategien auszuwählen und geeignete Kanäle zur Bewerber*innenansprache im Bewerber*innenmanagement anzuwenden. • geeignete Auswahlverfahren und Interviewtechniken anzuwenden.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die theoretischen Grundlagen im Recruiting und Employer Branding zu erfassen. • Ziele, Prozesse, Funktionen und Rollen sowie Trends im Recruiting und Employer Branding zu beschreiben. • die wesentlichen Recruitinginstrumente zu erläutern, • die Employer Branding Strategie im Kontext der Unternehmensstrategie zu erklären.

Lehrveranstaltungstitel	Talent- & Karrieremanagement
Studiengang	HRO Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter/ Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • an der Konzeption und Präsentation von Talentmanagement-Initiativen in Organisationen mitzuarbeiten. • kritisch den Prozess und die Bewertung und Analyse von Talenten zu hinterfragen. • das eigene Karrieremanagement kritisch zu reflektieren • ein Konzept eines Gesamtprozesses des Talentmanagements anhand eines Beispiels zu erstellen. • ein Gesamtdatenmodell als Grundlage der Ergebnisanforderung für die einzelnen Talentmanagement-Subprozesse beispielhaft abzuleiten. • Karrierepfade zu analysieren und Optimierungen zu identifizieren.

Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,
	• Den Begriff Talent, sowie Talentmanagement zu definieren und von der Personalentwicklung abzugrenzen.
	• Einflussfaktoren des Talentmanagements zu reflektieren.
	• Ziele und Aufgaben des Talentmanagments zu beschreiben.
	• die Strategieanbindung des Talentmanagments zu erklären.
	• Prozesse/Elemente des Talentmanagements und dessen Schnittstellen zu anderen Prozessen zu beschreiben.
	• die Begriffe Kompetenz und Kompetenzmodelle zu definieren und über diese Schlüsselpositionen und entsprechende Aufgabenbeschreibungen abzuleiten (Personalbedarf an Talenten).
	• die Begriffe Potenzialmanagement und Personaldiagnostik zu definieren und über diese Talente zu identifizieren.
	• die Entwicklung von Talenten (z.B. Talent-Pools, Nachfolgeplanung) zu diskutieren.
	• die Bindung von Talenten (z.B. Rolle der Führungskräfte, Karriere- und Laufbahnplanung) zu diskutieren und hier:
	  o Den Begriff Karrieremanagement zu definieren und neue Trends (z.B. digitale Nomaden, Förderung von Teilzeitkarrieren) zu diskutieren
	  o Hebel im Karrieremanagement (Motivatoren und Werte) zu erklären
	• das Konzept eines Gesamtdatenmodells für Personalentscheidungen zu erklären und diskutieren.
	
	Wichtige Lehr-/Lernaktivität:
	• Bezug zur Praxis, z.B. durch Gastvortrag oder Aktivität der Studierenden, wie z.B. jeweils 1 Interview mit externen Praktiker*innen – von Studierenden selbst organisiert

Master

Lehrveranstaltungstitel	Methoden der Personalentwicklung
Studiengang	HRO Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistung und/oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Personaldiagnostik als Personalentwicklungsmaßnahme einzusetzen und zu reflektieren. • ein Personalentwicklungskonzept (beispielhaft) abzuleiten und dieses vor der Zielgruppe und dem Management zu argumentieren. • verschiedene Instrumente (analog, virtuell, hybrid) und Methoden der Analyse des Personalentwicklungsbedarfs (Organisations-, Aufgaben- und Personenanalyse) zu erörtern und anzuwenden. • verschiedene Ansätze und Modelle der Personaldiagnostik (z.B. Handlungsdiagnostik und Assessment Center, stärkenorientierte Diagnostik, 360° Feedback) kritisch zu würdigen und anzuwenden. • den strategischen Lernbedarf im Unternehmen als Ausgangspunkt der Entwicklungsmaßnahmen zu verwenden. • Unternehmensziele mit den Zielen der Mitarbeitenden in Einklang zu bringen. • Analoges, virtuelles und hybrides Lernen in der Organisation auf der individuellen, Gruppen- und Teamebene in Gang zu bringen und zu begleiten (z.B. Learning Journeys, Learning Experience). • den Zusammenhang zwischen Lernen und (potentieller) Performancesteigerung abzuleiten. • Lern-(begleitungs-)technologien (z.B. Lernplattformen, Lernapps) zu vergleichen und den Einsatz kritisch zu reflektieren.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Anwendungsfelder, Ziele und typische Prozesse der Personaldiagnostik zu beschreiben und kritisch zu reflektieren. • einen Überblick über diagnostische Instrumente (analog, virtuell, hybrid) zu geben und deren Brauchbarkeit bedarfsadäquat einzuschätzen. • Modelle der operativen Personalentwicklung (z.B. Funktionszyklus nach Becker, systemische Schleife Königswieser/Hillebrand, Lernmodell nach Boyatzis, 4 D's of Learning nach Hart) zu diskutieren. • das Design von verschiedenen Lernprozessen: formal: Training (e-learning, instruktionsbasiert ...), informal, Learning content curation zu unterscheiden und den Einsatz zu diskutieren. • zwischen Wissensvermittlung und Lernbegleitung aus der Perspektive der Personalentwicklung zu unterscheiden.

3.4 Financial Management (FIM)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Projektmanagement

Studiengang	FIM Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Methoden und Instrumente der Projektkoordination, des Projektcontrollings und des Projektmarketings einzusetzen, • mit Umfeldänderungen, Projektkrisen und geänderten Projektanforderungen umzugehen, • PM-Software anwenden zu können.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • typische Merkmale von Projekten zu erklären, • die verschiedenen Phasen des Projektmanagementprozesses zu unterscheiden und zu beschreiben, • verschiedene Projektrollen zu unterscheiden und zu umschreiben. • ein Projekthandbuch mit seinen verschiedenen Bestandteilen (Projektstrukturplan, Umfeldanalyse etc.) zu erstellen, • einen Projektabschlussbericht zu verfassen, • Projektergebnisse vor Projektstakeholdern zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen, • Projekte softwaretechnisch abbilden zu können.

Master

Lehrveranstaltungstitel	Business Valuation

Studiengang	FIM Master
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Notwendige Vorkenntnisse	Financial & Economic Principles, Financial Markets & Risk Management, Controlling Konzepte & Business Simulation
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Vor- und Nachteile einzelner Bewertungsverfahren der Unternehmensbewertung zu unterscheiden und Bewertungsmodelle situationsspezifisch anzuwenden, • Bewertungen in unterschiedlichen Unternehmenssituationen (u.a. Verlusten, Sanierungen M&As, Börsengängen, Unternehmenskauf) durchzuführen. • Managementscheidungen auf Basis durchgeführter Unternehmensbewertungen zu treffen, • eigenständig geeignete Unternehmensbewertungsmodelle auszuwählen, anzuwenden und davon Argumentationshilfen bzw. Handlungsempfehlungen abzuleiten.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Grundlagen der Unternehmensbewertung zu skizzieren, • die DCF-Methode darzustellen und anzuwenden, • Eigenkapital- und Fremdkapitalkosten zu berechnen und den WACC abzuleiten, • die Auswirkungen von Leasingfinanzierungen und der Bildung von Rückstellungen auf den Unternehmenswert zu bestimmen, • Bewertungen im Falle von Verlust, Kapitalbedarf und Sanierungen durchzuführen. • die Wertorientierte Unternehmenssteuerung zu darzustellen, • Bewertungen anhand von Multiplikatoren vorzunehmen.

3.5 Journalismus & Medienmanagement (JOUR)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Gender & Diversity
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • das Themenspektrum von Diversity/Gender in den Medien mit zentralen sich ergebenden Potenzialen und Problemen zu thematisieren und zu diskutieren; • zwischen inhaltlichen, strukturellen, ethischen und kulturellen Komponenten zu differenzieren; • verschiedene Positionen zu benennen, Argumentationslinien nachzuvollziehen und Stellung zu beziehen; • Anforderungen und Bedürfnisse des Publikums zu verbalisieren sowie Erfordernisse auf Medienmacherseite zu umreißen; • existierende (Lösungs-) Modelle und Ansätze kritisch hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit zu reflektieren
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	Medienethik
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Übungen, schriftliche Abschlussarbeit und/oder -prüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Grundlagen der Medienethik zu erfassen und anhand praktischer Beispiele aus dem Medienbereich ethische Fragestellungen des Journalismus zu diskutieren; • praxisnahe Dilemmata zu erläutern; • Beispiele aus dem publizistischen Alltag zu analysieren; • Konsequenzen und Potenziale von Integrität und persönlicher Verantwortung für die Erfüllung der journalistischen Aufgaben zu argumentieren und zu diskutieren
Lehrinhalte	Grundlagen der Medienethik Ethik im Journalismus Praxisnahe Dilemmata Beispiele aus dem publizistischen Alltag Integrität und persönliche Verantwortung

Lehrveranstaltungstitel	Medienmanagement Vertiefung
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Vortrag mit Übungen und/oder schriftlicher Test
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Cross-Media-Strategien zu erfassen, zu beschreiben und exemplarisch anzuwenden; • Mehrmediales Content-Management aus finanzieller, personeller und aus der Marktperspektive zu erfassen, zu argumentieren und zu konzipieren; • Schnittstellenmanagement zu erläutern und exemplarisch anzuwenden; • Managementtechniken entsprechend dem Bedarf angepasst anzuwenden
Lehrinhalte	Cross-Media-Strategien Mehrmediales Content-Management aus finanzieller, personeller und Markt-perspektive TIMES-Industrien Schnittstellenmanagement Anwendung von Managementtechniken

Lehrveranstaltungstitel	Medienproduktion
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeit mit Präsentation und/oder schriftlicher Test
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • die Grundlagen der Produktionstheorie zu erfassen und zu beschreiben; • Fragen der Medienproduktion und Beschaffung zu klären; • die technischen Rahmenbedingungen der Medienproduktion zu erfassen und in entsprechender Reihenfolge in einen Projektplan zu integrieren; • die Bedeutung dualer Absatzmärkte zu erfassen und zu argumentieren; • exemplarische Medienproduktionsprozesse zu planen und mit entsprechenden Managementtools zu begleiten; • die angeführten Fertigkeiten und Kompetenzen in Print, Online, Audio und Video umzusetzen; • auch mehrmediale Projekte zu handhaben
Lehrinhalte	Grundlagen der Produktionstheorie Technische Rahmenbedingungen Duale Absatzmärkte Medienproduktion und Beschaffung Fallbeispiele zur Medienproduktion aus Print, Online, Video & Audio

Lehrveranstaltungstitel	Multimedia
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter mit benoteten Praxisprojekten
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • die Rolle und die Elemente des multimedialen Geschichtenerzählens im Journalismus zu beschreiben • Ideen für multimediale Geschichten und journalistische Fragen für Recherchen und Interviews konzipieren • relevante Werkzeuge und Konzepte für den Multimedia-Journalismus anzuwenden • eine Multimedia-Story zu produzieren und zu veröffentlichen (Gruppenprojekt)
Lehrinhalte	Der praxisorientierte Kurs gibt einen Überblick über Formen des multimedialen Storytellings, die in der Praxis erprobt und umgesetzt werden. • Grundbegriffe und Qualitätskriterien für Multimedia-Journalismus • Identifizierung verschiedener Elemente in Multimedia-Projekten • Erörterung der Rollen, die verschiedene Medienelemente innerhalb eines Multimedia-Projekts spielen • Werkzeuge zur Erstellung von Multimedia-Projekten • Multimedia in der Praxis von Medienunternehmen • Theorie der Storyboard-Erstellung • Dramatischer Aufbau einer Multimedia-Geschichte • Gruppenprojekt: Themenauswahl, Recherche und Befragung, dramaturgische Konstruktion, Dreharbeiten und Schnitt, Produktion und Veröffentlichung einer Multimedia-Story

Lehrveranstaltungstitel	Organisationskommunikation & PR
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOCOBA Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Übungen und/oder Projektarbeiten) und/oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Grundbegriffe, Modelle und Konzepte von Werbung, PR und Organisationskommunikation zu beschreiben, zu vergleichen und zu bewerten; • Modelle interner und externer Kommunikation zu beschreiben und hinsichtlich ihrer Potenziale und Probleme zu analysieren; • Fragen der Budgetierung und Finanzierung von PR-Aufgaben zu beantworten; • 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); • die Abgrenzung zu journalistischer Tätigkeit zu argumentieren und potentielle Konflikte zu erfassen.
Lehrinhalte	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)

Lehrveranstaltungstitel	QM & Professionalisierung im Medienmanagement
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeit mit Präsentation und/oder schriftlicher Test
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Voraussetzungen für Qualität und Professionalität im Management zu benennen und zu argumentieren; • das Konzept des Total Quality Managements zu verstehen und zu erläutern; • TQM für Medien zu konzipieren und exemplarisch anzuwenden; • Kerninhalte des Finanzmanagements zu verstehen; • Wechselwirkungen, aber auch Grenzen von publizistischer und ökonomischer Qualität als Erfolgsfaktor zu verstehen und zu argumentieren; • die Verantwortung des Medienmanagements zu reflektieren und nachvollziehbar zu argumentieren
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	Radio & Audio 3 (Nachrichten)
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Anmerkung: Kann nur mit „Radio & Audio 3 (Produktion) belegt werden!	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Nachrichten für das Radio entwickeln; • radiojournalistische Kurznachrichten für Nachrichtensendungen nach festgelegten formalen und qualitativen Kriterien produzieren; • Ansätze für die Produktion von Nachrichtensendungen benennen; • grundlegende Zusammenhänge für die Produktion von Radionachrichten oder spezifischen Nachrichtensendungen / -journalen analysieren, reflektieren und diskutieren.
Lehrinhalte	Grundregeln und Formen von Radionachrichten Nachrichtensuche, -auswahl & Objektivität Produktion von verschiedenen Nachrichtengattungen (Kurznachrichten, Kurzberichte) Einsatz von Radionachrichten einschließlich thematischer Spezialisierungen Nachrichtensprache und Anwendung von Artikeln Zusammenstellung einer Nachrichtensendung

Lehrveranstaltungstitel	Radio & Audio 3 (Produktion)
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Anmerkung: Kann nur mit „Radio & Audio 3 (Nachrichten) belegt werden!	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeit mit Präsentation und/oder schriftlicher Test
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • die wichtigsten Handlungsfelder des Redaktionsmanagements nennen; • die qualitativen Anforderungen an einen Redakteur zu verstehen; • Interviews auszuwerten und umzusetzen; • verschiedene radiojournalistische Genres zu gestalten; • Moderationen vor dem Mikrofon zu moderieren; • praktische Fertigkeiten im Selbstfahrerstudio erwerben; • Redaktionsansätze für die Gestaltung einer Formatradiostunde skizzieren
Lehrinhalte	Interviewtechnik, Recherche & Themenfindung Aufnahmetechnik & Audiobearbeitung Produktion von radiojournalistischen O-Ton-Beiträgen Redaktionelle Gestaltung Präsentationen im Radiostudio Bearbeitung von Wortbeiträgen für Radio & Audio

Lehrveranstaltungstitel	Strategie
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeiten zu Fallstudien über die Unternehmensstrategien und/oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Vision, Mission, Leitbild zu beschreiben und voneinander zu unterscheiden; • den Strategiebegriff zu erklären und die verschiedenen –perspektiven zu erläutern; • die Elemente eines rational geplanten, durchgängigen Strategieprozesses zu benennen; • die strategische Ausrichtung für eine Organisation zu entwickeln und die Implementierung vorzubereiten; • Instrumente zur Analyse, Optionenwahl und für Umsetzungsphasen zielgerichtet anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und Handlungsempfehlungen abzuleiten; • die Wertschöpfung in einem Unternehmen zu analysieren und Optimierungsmaß-nahmen abzuleiten (sowie diese mittels eines geeigneten Change-Managements umzusetzen).
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	TV & Video 3 (Magazin)
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • in Redaktionssitzungen ganze Sendungen inhaltlich zu entwickeln und selbst umzusetzen • TV-Beiträge eigenständig zu gestalten (auch in technischer Hinsicht) • das Verhalten der Rezipienten zu erfassen • TV-Beiträge zu produzieren • Moderationskompetenzen zu vertiefen • Kameraführung und Schnitttechnik selbstständig anwenden und kritisch reflektieren • Interviewtechniken anwenden
Lehrinhalte	Merkmale von Bericht, Reportage, Reportage Text- und Bildschere, Zeilensprung, Goldener Schnitt Psychologie der Bildsprache Erzähldramaturgie Fachrichtung Beitragsproduktion Spezialisierung Studioproduktion Vertiefung technisches Wissen Präsentationstechniken / Interviewtechnik

3.6 Content-Produktion & digitales Medienmanagement (JOCOBA)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Animation & Motion Graphics Design
Offen für Studierende aller Disziplinen. Wünschenswert sind kommunikationswissenschaftliche Grundkenntnisse und ein starkes Interesse an Medien.	
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, • animierte Bewegtbilder zu konzipieren; • einen Überblick über die Geschichte der Motion Graphics zu haben; • einfache Storyboards zu entwickeln; • die Kenntnis der verschiedenen Darstellungsformen (Trailer, Signations, Lower Thirds, Textanimation, animierte Infografiken, Verpackung) für verschiedene Medien anzuwenden; • innerhalb einer vorgegebenen Zeitspanne zu einer definierten Themenstellung selbstständig animierte Qualitätsprodukte herzustellen; • animierten Content hinsichtlich Qualitäts- und Erfolgsfaktoren zu beurteilen und mögliche Probleme im Arbeitsverlauf zu erkennen; • beim Produktionsprozess auf aktuelle Programme (After Effects, Illustrator) und neue technische Ressourcen zurückzugreifen.
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

3.7 Unternehmensführung (MGMT)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Finanzierung und Unternehmensbewertung

Studiengang	MGMT Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • das CAPM zu erläutern und anzuwenden • das Kapitalstrukturmodell von Modigliani/Miller, erweitert um Unternehmens- und Personensteuern, zu verstehen und anzuwenden • Probleme in Unternehmen wie Financial Distress und Prinzipal Agenten-Probleme zu identifizieren und zu bewerten • Finanz-Optionen zu verstehen und zu bewerten sowie Realoptionen zu verstehen • die verschiedenen Auszahlungs- und Dividendenstrategien von Unternehmen zu bewerten • Unternehmensbewertungen nach verschiedenen Ansätzen durchführen zu können
Lehrinhalte	Financial Options Option Valuation Real Options Capital Budgeting and Valuation with Leverage Valuation and Financial Modeling Business Valuation

Lehrveranstaltungstitel	Grundlagen der Corporate Finance

Studiengang	MGMT Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • die Entscheidungsregeln der Investitionsrechnung anzuwenden • die Bewertungsmodelle für Aktien und Anleihen zu verstehen und anzuwenden • die Instrumente der langfristigen Eigen- und Fremdkapitalfinanzierung umzusetzen • Leasing als Finanzierungalternative zu begründen • die Bedeutung des Working Capital Managements zu erläutern und den kurzfristigen Finanzmittelbedarf zu ermitteln • Mergers and Acquisitions aus finanzwirtschaftlicher Sicht zu beurteilen • die Konzepte des Corporate Governance und des betrieblichen • Risikomanagement anzuwenden • den Zusammenhang zwischen Risiko und Rendite zu verstehen
Lehrinhalte	The Time Value of Money Interest Rates Financial Markets & Capital Markets The Stock Market Monetary Markets Valuing Stocks Valuing Bonds

Lehrveranstaltungstitel	Marketing Management

Studiengang	MGMT Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • operatives und strategisches Marketingmanagement zu unterscheiden zu erläutern • die Aufgaben und Rolle eines Marketingmanagers zu benennen und zu reflektieren • die Auswahl und Steuerung externer Marketingzulieferer (Agenturen, Marktforschungsinstitute, Druckereien, etc.) zu erklären und entsprechende Entscheidungen argumentieren zu können • unternehmensinterner Schnittstellen (Produktentwicklung, Vertrieb, Produktion, etc.) zu identifizieren und Marketing relevante Aufgabenbereiche steuern zu können • Chancen und Herausforderungen im Produktlebenszyklus und Customer Journey zu benennen und entsprechende Konzepte erklären und bewerten zu können • Customer Relationship Management erklären und entsprechende Konzepte erstellen zu können • die Digitalisierung im Marketing (Social Media, SEO, SEA, etc.) zu beschreiben und erste konzeptionelle Überlegungen anzustellen • die in Teilmodul 1 erlernten und erarbeiteten Marketingmanagement-Instrumente, -Konzepte und -Werkzeuge für einen realen Anlassfall oder eine Case Study einzusetzen und zu interpretieren
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	Strategisches Management

Studiengang	MGMT Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • Rolle und Ziele des Strategischen Management auf Geschäftsfelds- und Unternehmensebene zu verstehen, • Zusammenhänge in der strategischen Analyse zu verstehen, • Formulierung der Strategien und Alternativen zu erklären und anzuwenden, • Implementierungsplan zu erstellen.
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

3.8 Immobilienwirtschaft (REM)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Immobilienmarketing
Studiengang	REM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • zu definieren, zu erklären, was unter Immobilienmarketing zu verstehen ist • Konzepte inhaltlich anzuwenden wird, um eine Immobilie optimal zu vermarkten bzw. zu bewirtschaften sowie zu beurteilen welche Werkzeuge angewendet werden können. • zu erläutern, aus welchen Bestandteilen eine erfolgreiche Marketingstrategie aufgebaut ist sowie diese zu erstellen • relevante Teil-Märkte zu analysieren, eine SWOT Analyse anzufertigen, zu wissen wie man sich ein Segment und Zielgruppenwissen aneignet, ein Positionierungs-Statement zu verfassen, eine Marketing-Konzeption zu entwickeln: Hierbei geht es im Einzelnen darum, dass die Studierenden im Stande sind die relevante Zielgruppe zu ermitteln, operationale Ziele zu entwickeln, und diese mittels eines zu definierenden Marketing-Mixes umzusetzen. Als Grundvoraussetzung dient hier das Verständnis der Bedeutung der einzelnen Elemente des Marketing-Mixes wie Produkt, Preis, „Place“ und Promotion) • einzelne Marketinginstrumente (z.B. Wortinserat oder eine Presseaussendung) anzuwenden sowie eine vorliegende Umsetzung zu beurteilen.
Lehrinhalte	• Strategische Instrumente des Immobilienmarketing • Marktforschung • Vermarktungsmanagement, -strategien • Vermietungs- und Verwertungsmanagement • Erfolgsmessung

Master

Lehrveranstaltungstitel	Berufsethik & Nachhaltigkeit

Studiengang	REM Master
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, • die ethische Dimension in strategischen Entscheidungsprozessen systematisch zu analysieren und darauf aufbauend Argumente für ethische Handlungen zu entwickeln. • die verschiedenen Stufen der Implementierung einer Nachhaltigkeitsstrategie in einem Unternehmen zu identifizieren sowie eine solche zu designen. • die Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie in einem Unternehmen zu evaluieren. • ESG in der Immobilienwirtschaft zu analysieren. • die einzelnen Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen zu analysieren.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, • die grundlegenden Konzepte im Zusammenhang mit unternehmerischer Nachhaltigkeit (zB Sustainable Development Goals, ESG, systematischer Ansatz für Geschäftsprozesse) zu erklären. • Zusammenhänge zwischen Ethik, Wirtschaft, Gesellschaft und Politik insbesondere im Hinblick auf Fragen der individuellen Verantwortung zu analysieren. • Die relevantesten Nachhaltigkeitsthemen, die sich auf ihre jeweiligen Funktionsbereiche beziehen (zB. Change Management, Sustainable Investments, Nachhaltigkeitsberichtserstattung) zu erkennen. Wichtigste Lehr- und Lernaktivität: Fallbeispiele/Cases

Lehrveranstaltungstitel	Betriebswirtschaftslehre Planspiel
Studiengang	REM Master
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, • Beschaffungs- und Kapazitätsentscheidungen selbständig zu treffen. • den Zusammenhang zwischen Unternehmenserfolg, Rating und Kapitalkosten zu illustrieren und zu argumentieren. • das Rating des im Planspiel geführten Unternehmens durch eigene Entscheidungen nachhaltig zu verbessern und damit die Kapitalkosten zu senken. • Entscheidungen in Hinblick auf eine nachhaltige Unternehmenswertsteigerung zu treffen. • eine kurzfristige Unternehmensrechnung selbständig durchzuführen. • ein integriertes Budget (Master Budget) selbständig zu erstellen.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, • Budgetierung von Immobilienprojekten und/oder -unternehmen zu erläutern. • Unternehmenserfolgsrechnung on Immobilienprojekten und/oder – unternehmen skizzieren. • Rating von Immobilienunternehmen zu erörtern. • Unternehmensbewertung zu beschreiben. Wichtigste Lehr- und Lernaktivität: Planspiel in Gruppen

Lehrveranstaltungstitel	Facility Management
Studiengang	REM Master
Credits	5 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Notwendige Voraussetzungen	Kenntnisse in Betriebswirtschaftslehre und Immobilienrecht
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, • Ansatz und Wesen des Facility Management (FM) vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit im Lebenszyklus von Immobilien zu beschreiben • Anwendungsmöglichkeiten bei den einzelnen Immobiliengattungen zu definieren • die facilitäre Planungsbegleitung durchführen • FM-Leistungsbilder und die daraus resultierenden Honorare/Kostenbandbreiten zu definieren • die Leistungsrentabilität/den Mehrwert von FM-Leistungen zu überprüfen und darzustellen • Leistungs-, Kostenkontrolle und Abrechnung von FM-Leistungen durchzuführen
Lehrinhalte	Ansatz und Wesen des Facility Management, Anwendungsmöglichkeiten, Planungsbegleitung, FM-Leistungsbilder, Leistungsrentabilität von FM-Leistungen, Leistungs-, Kostenkontrolle und Abrechnung von FM-Leistungen

Lehrveranstaltungstitel	Immobilienbewertung

Studiengang	REM Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen sowie Erstellung eines Liegenschafts-bewertungsgutachtens und Verteidigung des Gutachtens in einem mündlichen Fachgespräch
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, • die Verfahren zur Bewertung von Immobilien zu argumentieren und die Entscheidung für das im Anlassfall gewählte Verfahren zu begründen. • mit der jeweils zutreffenden Methode den Verkehrswert ausgewählter Immobilien zu bewerten. • für den Bewertungsprozess erforderliche Terminologien korrekt anzuwenden. • eine kompetente Ansprechperson für Liegenschaftsbewertungen in nationalen und internationalen Anwendungsfällen zu sein.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, Themenblock: Grundlagen nationaler Liegenschaftsbewertung • die gesetzlichen Grundlagen und Normen der nationalen Liegenschaftsbewertung zu benennen und deren Inhalte zu erläutern. • die Grundlagen der Bewertung zu erklären. • Wertbegriffe und Wertdefinitionen zu definieren und voneinander abzugrenzen. • Bewertungsanlässe zu formulieren. • den idealtypischen Prozess einer Liegenschaftsbewertung erläutern und darüber diskutieren zu können. • den Aufbau eines Bewertungsgutachtens zu beschreiben. • die verschiedenen nationalen Verfahren der Liegenschaftsbewertung gemäß LBG und ÖNORM B 1802 zu beschreiben und zu unterscheiden. Themenblock: Vertiefung und Anwendung nationaler Liegenschaftsbewertung • nachhaltige wertbestimmende Eingangsparameter der Liegenschaftsbewertung zu beschreiben sowie deren Datenbeschaffung bzw. Herausforderung bei der Herleitung zu erörtern und darüber diskutieren zu können. • die Bewertung von Rechten und Lasten zu beschreiben. • besondere Bewertungsaspekte zu diskutieren (u.a. bei der Bewertung eines österreichischen Mietzinshauses). Themenblock: Vertiefung und Anwendung internationaler Liegenschaftsbewertung • die Standards und Regelwerke internationaler Liegenschaftsbewertung zu benennen und deren Inhalte zu erläutern. • den Aufbau und Anwendungsbereich international gebräuchlicher Bewertungsverfahren zu beschreiben und darüber diskutieren zu können.

Lehrveranstaltungstitel	Portfoliomanagement
Studiengang	REM Master
Credits	5 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Notwendige Voraussetzungen	Kenntnisse in Betriebswirtschaftslehre und Immobilienrecht
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter mit schriftlicher Abschlussprüfung über den Gesamtstoff aller Themenblöcke Integratives Modul Präsentationen zu Abschlussprüfung = 20% zu 80%
Kompetenzerwerb	**Grundlagen:** Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Ansätze aktueller Portfoliotheorien zu unterscheiden • die Werkzeuge der Immobilienbewirtschaftung zu beschreiben • Risken einzelner Immobiliengattungen zu bewerten • den Verkehrswert von Immobilienportfolios annähernd zu bestimmen **Controlling:** 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 **Fallbeispiele**: Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • Recherchen über Immobilien(teil)märkte selbständig durchzuführen • die Ansätze aktueller Portfoliotheorien an ausgewählten Fallbeispielen anzuwenden • die Struktur für einen aufzulegenden geschlossenen Immobilienfonds zu konzipieren
Lehrinhalte	Portfoliotheorie, Risken einzelner Immobiliengattungen, Klumpenrisiko, Bewertung von Risken, Risikostreuung beim Immobilienankauf, Grundlagen und Instrumente des Immobiliencontrollings, praktische Entwicklung von Unternehmensstrategien für Unternehmen mit Immobilienbesitz

3.9 Tourismus-Management (TM)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	Human Resources Management

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	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • grundlegende Arbeitsabläufe des Personalmanagements zu identifizieren und diesbezüglich Zusammenhänge zu verstehen • das Personalmanagement im betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Kontext zu erkennen • die Methoden der jeweiligen Funktionen und Anforderungen an das Personalmanagement zu differenzieren • einfache Probleme im Personalmanagement sowie einfache arbeitsrechtliche Problemstellungen zu analysieren und zu lösen • kritische rechtliche Situationen zu erkennen und die nötigen Informationen zu filtern • die Diagnose der Kompetenzen zu verstehen • die Auswirkungen von Personalentscheidungen zu differenzieren und eigene Schlussfolgerungen unter Berücksichtigung der Sozialverträglichkeit zu ziehen • eigenes sowie das Verhalten anderer einzuschätzen, Potentiale und Entwicklungsfelder zu interpretieren und Entwicklungsmaßnahmen zu definieren • selbständige Bewertungen und Argumentationen im Personalmanagement sowie im Arbeitsrecht zu treffen
Lehrinhalte	Personalauswahl, externes und internes Recruiting, Auswahlverfahren (Strukturiertes Interview, Test, Assessment Center, Simulationen) Personaleinsatzplanung Anforderungsprofile – Stellenbeschreibungen Personalmarketing Kompetenzdiagnostik und -entwicklung Dokumentation von Personaldaten (computerunterstützt) Theorie über das Mitarbeiterverhalten, Motivationsbegriff in der BWL, Motivationstheorien Individual- und Kollektivvertragsrecht, Dienstrecht, Lehrvertrag Arbeitszeit, Mutterschutz, Betriebsrat, Sozialpartnerschaft Umsetzung bzw. Anwendung anhand konkreter Fallbeispiele, Simulationen, Rollenspiele, Workshops, Gruppenarbeiten

Lehrveranstaltungstitel	Tourismussimulation
Studiengang	TM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Gruppenarbeit mit Planspiel: 50% Simulationsergebnis & 50% Präsentation
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • interne und externe Kennzahlen zu analysieren. • rechnungswesenbasierte Daten und marktbasierte Daten zusammenzuführen und Maßnahmen zur Unternehmenssteuerung abzuleiten. • Mitbewerbszahlen zu vergleichen, zu interpretieren und auszuwerten. • relevante Informationen zu filtern. • Unternehmensergebnisse zu präsentieren
Lehrinhalte	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

Lehrveranstaltungstitel	Unternehmensführung
Studiengang	TM Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	100% Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, • das Thema Management in Gesellschaft und Wirtschaft zu verorten • die wesentlichen Aufgaben des Managements zu identifizieren und zu interpretieren • die Bedeutung der Unterschiede der Persönlichkeiten im Management insbesondere bei der Führung von Menschen zu erkennen und zu analysieren • Management- und Führungsansätze wiederzugeben und gegenüber zu stellen • die Bedeutung von Lernen, Wissen, Wissensmanagement und der lernenden Organisation als Voraussetzung für erfolgreiches Veränderungsmanagement zu erkennen, verstehen und zu beurteilen • Wandlungsprozesse von Organisationen zu analysieren und Interventionen zur Steuerung des Wandels abzuleiten • die Methodik des Innovationsmanagements zu kennen und Innovationsprozesse zu strukturieren • Methoden zur Erkennung, Analyse und Regulierung von Konflikten in Änderungsprozessen zu verstehen • Interventionen zur Konfliktprävention und zum kommunikativen Konfliktmanagement in Arbeitszusammenhängen und Organisationen auszuwählen • ihre persönlichen Erfahrungen wiederzugeben und zu reflektieren, ihre Learnings zu strukturieren und zu differenzieren, um neue Sichtweisen und Verhaltensmöglichkeiten daraus zu erschließen
Lehrinhalte	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