

KURSKATALOG

Kurse auf Deutsch für Incoming-Studierende der
FHWien der WKW

Sommersemester 2027

(Februar – Juli 2027)

FHWien der WKW
University of Applied Sciences for
Management & Communication

www.fh-wien.ac.at



Überblick über die deutschsprachigen Kurse

Sommersemester 2027
(Februar – Juli 2027)

1. INFORMATIONEN ÜBER DEN KURSKATALOG	3
2. INDIVIDUELLE KURSÜBERSICHT	4
2.1 Kommunikationswirtschaft / Marketing & Sales (COM/MARS)	4
2.2 Digital Economy (DiE)	4
2.3 Personalmanagement (HRO)	4
2.4 Financial Management (FIM)	5
2.5 Journalismus & Medienmanagement (JOUR)	5
2.6 Immobilienwirtschaft (REM)	5
2.7 Tourismus-Management (TM)	6
3. KURSBESCHREIBUNGEN	7
3.1 Kommunikationswirtschaft / Marketing & Sales (COM/MARS)	7
3.2 Digital Economy (DiE)	15
3.3 Personalmanagement (HRO)	22
3.4 Financial Management (FIM)	36
3.5 Journalismus & Medienmanagement (JOUR)	41
3.6 Immobilienwirtschaft (REM)	49
3.7 Tourismus-Management (TM)	62

1. Informationen über den Kurskatalog

Liebe Incoming-Studierende,

die FHWien der WKW hat drei Studienbereiche, die zusammen zehn Bachelor- und neun Masterprogramme anbieten. In diesem Dokument finden Sie die **deutschsprachigen Kurse**, die für unsere Incomings im Sommersemester 2027 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 Studienbereichen gegliedert und innerhalb dieser in **Bachelor- und Masterkurse** unterteilt werden. Alle Bachelorkurse sind in hellblau und alle Masterkurse in lila hinterlegt. Masterkurse können Sie nur buchen, wenn Sie an Ihrer Heimatuniversität auch auf Masterniveau 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 *International Semester Program (ISP)* gewählt haben, werden bevorzugt behandelt und ihre Kurswahl wird zuerst bearbeitet.** ISPs finden Sie im *Course Guide: Courses for incoming students offered in English*.

Informationen zum Ausfüllen des Online/Digital Learning Agreement (OLA/DLA):

Receiving institution:

Name: FHWien der WKW
Name (OLA/DLA): FHW FACHHOCHSCHUL-STUDIENGÄNGE BETRIEBS UND
FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN DER WIENER WIRTSCHAFT GMBH
Währinger Gürtel 97, 1180 Wien
Fakultät/Department: CIEM (Center for International Education and Mobility)
Erasmus Code: A WIEN21
Land: Austria

Administrative Kontaktperson:

E-Mail-Adresse der administrativen Kontaktperson: ista@fh-wien.ac.at
Position der administrativen Kontaktperson: Office Manager

Verantwortliche Person an der aufnehmenden Institution:

E-Mail-Adresse der verantwortlichen Person: [Barbara Zimmer, Head of CIEM
ista@fh-wien.ac.at](mailto:ista@fh-wien.ac.at)

Da wir keine Component Codes für Kurse haben, können Sie dieses Feld entweder leer lassen oder – falls ein Eintrag zwingend erforderlich ist – einen Platzhalter-Code (z. B. 0000) verwenden.

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 darauf hinweisen, dass Kosten für Kursmaterialien (Bücher u. Ä.) anfallen können.

2. Individuelle Kursübersicht

2.1 Kommunikationswirtschaft / Marketing & Sales (COM/MARS)

Bachelor	
Entrepreneurial Business Skills & Communication	6 ECTS
Leistungssteuerung und Resilienz*	12 ECTS
Praxisprojekt 1	6 ECTS
Praxisprojekt 2	6 ECTS

2.2 Digital Economy (DiE)

Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Bachelorstudiengang Digital Economy (DiE) absolvieren möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen. Eine Kombination aus beiden Course Guides (DE/EN) ist möglich.

Bachelor	
Application Design and Development	6 ECTS
Business Data Analytics and Formal Foundations	6 ECTS
Economics and Sustainability	6 ECTS
Enterprise Architecture & IT Infrastructure	6 ECTS
Process Management	3 ECTS

Master	
People – Culture – Change*	6 ECTS
Technology Management*	6 ECTS

2.3 Personalmanagement (HRO)

Bachelor	
Arbeitsrecht 1*	3 ECTS
Compensation, Benefits & Performance Management	5 ECTS
Führung & Change Management im Kontext Neuer Arbeitswelten	4 ECTS
HR Analytics	3 ECTS
HR-Info-Management	1 ECTS
HR-Stakeholder-Kommunikation	2 ECTS
Investition & Finanzierung	1 ECTS
Kommunikation & Präsentation	3 ECTS
Kostenrechnung	3 ECTS
Personalplanung	2 ECTS
Personalverrechnung*	3 ECTS
Recruiting & Employer Branding	4 ECTS
Talent- & Karrieremanagement	3 ECTS

Master	
Methoden der Personalentwicklung	6 ECTS

* Bitte beachten Sie die Anmerkung in der Kursbeschreibung.

2.4 Financial Management (FIM)

Bachelor	
Capital Markets*	3 ECTS
Projektmanagement*	1 ECTS
Master	
Business Valuation*	3 ECTS
Change Management	3 ECTS
Leadership Dynamics	3 ECTS

2.5 Journalismus & Medienmanagement (JOUR)

Bachelor	
Bildgestaltung und Grafikdesign*	2 ECTS
Medien als Marke	2 ECTS
Medienökonomie	2 ECTS
Medienproduktion	2 ECTS
Organisation & Führung	2 ECTS
Visualisierung*	2 ECTS
VWL	4 ECTS
Webdesign*	2 ECTS

2.6 Immobilienwirtschaft (REM)

Bachelor	
Architektur & Planung	4 ECTS
Bautechnik 1	3 ECTS
Bautechnik 2	3 ECTS
Finanz- & Rechnungswesen 2	6 ECTS
Software für MaklerInnen & BewerterInnen (Betriebliche Informationssysteme)	3 ECTS
Software für VerwalterInnen (Betriebliche Informationssysteme)	3 ECTS
Statistik	3 ECTS
Master	
Berufsethik & Nachhaltigkeit	2 ECTS
Betriebswirtschaftslehre für ImmobilienprojektentwicklerInnen	2 ECTS
Betriebswirtschaftslehre Planspiel	2 ECTS
Immobilienbewertung	6 ECTS
Immobilienmanagement*	6 ECTS



* Bitte beachten Sie die Anmerkung in der Kursbeschreibung.

2.7 Tourismus-Management (TM)

Bachelor	
Business Information Systems*	3 ECTS
Current Topics in Tourism	6 ECTS
Destinationsmanagement	6 ECTS
Grundlagen der Datenkompetenz	3 ECTS
Tourism Experience Design	6 ECTS
Tourismus, Wirtschaft & Umwelt	6 ECTS

* Bitte beachten Sie die Anmerkung in der Kursbeschreibung.

3. Kursbeschreibungen

3.1 Kommunikationswirtschaft / Marketing & Sales (COM/MARS)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Entrepreneurial Business Skills & Communication
Studiengang	COM/MARS Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung (Präsentation)	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> • die Unternehmensidee in einem Businessplan darzustellen und den Aufbau eines Businessplans und Investorenangebots zu kennen; • Themen der Unternehmensfinanzierung und eines erfolgreichen Unternehmensverkaufs im Rahmen von Fachvorträgen, z. B. Business Angels, Venture Capital (zu den Sparten Konsumgüter, Nachhaltigkeit, High-Tech), Budgetierung, Finanzierung und Kapitaleinwerbung zu diskutieren; • Beweggründe bzw. Entscheidungskriterien von InvestorInnen und GründerInnen zu skizzieren; <u>Fertigkeiten</u> • die Absatzplanung des Unternehmens bzw. einer Produkterweiterung angepasst an das Marketingkonzept in eine Rollout-Strategie zu überführen und die Wachstumsszenarien und Ergebnisse in Unternehmenskennzahlen zu berechnen und darzustellen und zu illustrieren; • eine Planungsrechnung für Umsatz-, Kosten- und Liquiditätsentwicklung zu erstellen und daraus den Finanzbedarf des Vorhabens herauszufinden und ein Angebot für Investoren zu entwickeln; • die Geschäftsidee und das Angebot an Investoren in einer Executive Summary (One Pager) zusammenzufassen und in einem Pitch Deck darzustellen; <u>Kompetenz(en)</u> • einen Businessplan und Finanzkennzahlen für die InvestorInnensuche und für relevante Stakeholder zu evaluieren, fertigzustellen sowie glaubhaft und professionell zu präsentieren, zu kommunizieren und zu argumentieren.	
Lehrinhalte	Erstellen, gegebenenfalls Fertigstellen, eines Businessplans mit Pitch Deck, Präsentation	
Themenblock 1	Diskurs mit InvestorInnen	
Credits	0,5 ECTS	

Kompetenzerwerb in diesem Themenblock	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Themen der Unternehmensfinanzierung und eines erfolgreichen Unternehmensverkaufs im Rahmen von Fachvorträgen, z. B. Business Angels, Venture Capital (Consumer Goods, High-Tech, Nachhaltige Produkte), Budgetierung, Finanzierung und Kapitaleinwerbung) zu diskutieren; • Beweggründe/Entscheidungskriterien von InvestorInnen und GründerInnen zu skizzieren.
Themenblock 2	Business Plan: Aufbau, Absatz & Finanzplanung
Credits	0,5 ECTS
Kompetenzerwerb in diesem Themenblock	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage: • die Unternehmensidee in einem Businessplan darzustellen und den Aufbau eines Businessplans und Investorenangebots zu kennen; • die Absatzplanung des Unternehmens bzw. einer Produkterweiterung angepasst an das Marketingkonzept in eine Rollout-Strategie zu überführen und die Wachstumsszenarien und Ergebnisse in Unternehmenskennzahlen zu berechnen, darzustellen und zu illustrieren; • eine Planungsrechnung für Umsatz-, Kosten- und Liquiditätsentwicklung zu erstellen und daraus den Finanzbedarf des Vorhabens herauszufinden und ein Angebot für InvestorInnen zu entwickeln.
Themenblock	Business Plan: Erstellung & Präsentation – Investor Pitch
Credits	5 ECTS
Kompetenzerwerb in diesem Themenblock	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage: • die Geschäftsidee und das Angebot an InvestorInnen in einer Executive Summary (One Pager) zusammenzufassen und in einem Pitch Deck darzustellen; • einen Businessplan und Finanzkennzahlen für die InvestorInnensuche und relevanten Stakeholdern zu evaluieren, fertigzustellen sowie glaubhaft und professionell zu präsentieren, zu kommunizieren und zu argumentieren.

Lehrveranstaltungstitel	Leistungssteuerung & Resilienz
Wahlpflichtfach (Elective): Es kann ausschließlich eines der Wahlfächer gewählt werden. Die restlichen Wahlfächer finden Sie im englischen Course Guide.	
Studiengang	COM/MARS Bachelor
Credits	12 ECTS
Inkludierte Lehrveranstaltungen (alle Lehrveranstaltungen müssen besucht werden)	Part 1 - Leistungssteuerung in Marketing & Sales 1 - Leistungssteuerung in Marketing & Sales 2 Part 2 - Resilienz, Selbststeuerung & Burn-out-Prävention 1 - Resilienz, Selbststeuerung & Burn-out-Prävention 2
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschlussprüfung in jeder Lehrveranstaltung
Kompetenzerwerb & Lehrinhalte	Part 1 > Nach positivem Abschluss dieses Parts sind Absolvierende in der Lage: <i>Leistungssteuerung in Marketing & Sales 1</i> <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> - Zielsetzungen im Verkauf, Marketing und der Kommunikation zu benennen; - Grundlagen von CRM und die Elemente der Einführung von CRM zu kennen und zu beschreiben; - sich einen Überblick über relevante Key Performance Indicators im Marketing, der Kommunikation und im Vertrieb zu verschaffen; <u>Fertigkeiten</u> - die Elemente von CRM für den Einsatz des Kundenmanagements im Marketing und Vertrieb zu diskutieren, zu bewerten und anzuwenden; - relevante Key Performance Indicators im Marketing, der Kommunikation und im Vertrieb mit Zielsetzungen zu verknüpfen; <u>Kompetenz(en)</u> - verschiedene Formen der Zielsetzung im Marketing und Sales für die eigene Leistungserbringung zu evaluieren und sich damit auch zu verbessern; - Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Vertrieb, Kommunikation und Marketing zu interpretieren und Handlungen daraus abzuleiten. <i>Leistungssteuerung in Marketing & Sales 2</i> <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> - Selbststeuerungselemente im Vertrieb zu beschreiben; - Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Marketing, der Kommunikation und im Vertrieb wiederzugeben und benennen zu können; - die Schritte zur Steuerung eines Vertriebsteams bzw. Marketing-Teams zu verstehen; <u>Fertigkeiten</u> - Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Leistungskontrolle im Marketing und Vertrieb zur Ansteuerung eines Vertriebsteams bzw. Marketing-Teams zu nutzen;

- Erfolgsmessung und Leistungskontrolle in Vertrieb und Marketing bzw. Kommunikation durchzuführen;

Kompetenz(en)

- ausgewählte Elemente der Zielsetzung im Verkauf als Basis für die Vergabe von Zielen an ein Vertriebsteam bzw. Marketing-Team zu nutzen;
- die Aspekte zur Steuerung eines Vertriebsteams abzuwägen und die damit verbundene Leistungsmessung und Erfolgskontrolle zur MitarbeiterInnenbindung und -Zufriedenheit einzusetzen.

Part 2 > Nach positivem Abschluss dieses Parts sind Absolvierende in der Lage:

Resilienz, Selbststeuerung & Burn-out-Prävention 1

Kenntnisse und Lehrinhalte

- Resilienz in der Theorie zu definieren und Beispiele aus der Praxis zu benennen;
- psychologische Erkenntnisse zu psychischer Arbeitsbelastung zu kennen und zu verstehen;
- Burn-out-Faktoren (Risikofaktoren, Prävention, rechtliche Aspekte von Burn-out) – besonders hinsichtlich des erhöhten Leistungsdrucks im Vertrieb sowie in Positionen in den Bereichen Marketing und Kommunikation – zu benennen;

Fertigkeiten

- Risikofaktoren von Burn-out – besonders hinsichtlich des erhöhten Leistungsdrucks im Vertrieb sowie in Positionen in den Bereichen Marketing und Kommunikation – zu diskutieren und zu evaluieren;
- Elemente der Burn-out-Prävention im Berufsfeld in Marketing, Kommunikation und Vertrieb zur Antizipation von Burn-out zu nutzen;

Kompetenz(en)

- angewandte Beispiele für hohe Resilienz auf die eigene Situation umzulegen und Handlungsempfehlungen für eigenes Verhalten daraus abzuleiten;
- wesentliche Elemente von Burn-out-Prävention und Resilienz konstruktiv für die Förderung der eigenen Widerstandsfähigkeit anzuwenden.

Resilienz, Selbststeuerung & Burn-out-Prävention 2

Kenntnisse und Lehrinhalte

- Resilienz im Team sowie einzeln und Burn-out-Quellen zu benennen und zu beschreiben;
- Instrumente der Resilienzmessung zu benennen;
- die Schritte zur Selbst-Steuerung zu verstehen;

Fertigkeiten

- Tools und Testmethoden zur Resilienzmessung zu nutzen;
- die Schritte zur Selbst-Steuerung in Stress-Situationen umzusetzen;

-
- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• individuelle Reflexion und Coaching im Vertrieb, um Team-Dynamik und Team-Resilienz konstruktiv zu nutzen; |
|--|--|

Kompetenz(en)

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• aufgrund der Erkenntnisse die eigene Resilienz sowie Burn-out-Gefahr einzuschätzen, konstruktiv die eigene Widerstandsfähigkeit zu stabilisieren und zu fördern;• die eigene Resilienz in Zusammenhang von beruflichem Kontext (aus dem Hintergrund einer Funktion im Marketing, der Kommunikation, des Vertriebs) zu analysieren und reflektieren;• verschiedene Wege auszuprobieren, um mit psychischer Arbeitsbelastung besser umzugehen;• durch individuelle Reflexion und Coaching Team-Dynamik und Team-Resilienz konstruktiv zu nutzen, sich selbst in der Stresskompetenz, emotionalen Belastbarkeit und Stressregulation besser zu steuern. |
|--|---|
-

Studiengang	COM/MARS Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> - im Rahmen eines Unternehmensprojektes ein Briefing, Re-Briefing, Zwischen- und Endpräsentation für einen Pitch auszuführen; - komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge gegebenenfalls für eine Marktforschung darzustellen; - Funktionen und Abläufe der Mediaplanung und des Mediaeinkaufs zu beschreiben und die Messgrößen (KPIs) für datengetriebene Werbemaßnahmen zu bestimmen; - ein Budget zu berechnen und die Evaluierung durch entsprechende Goals/KPIs gegenüberzustellen; <u>Fertigkeiten</u> - gegebenenfalls eine Marktforschung zu planen, geeignete Auswertungsverfahren auszuwählen, praxisfallbezogene Daten zu erheben, aufzubereiten, auszuwerten, zu dokumentieren und zu interpretieren; - eine Umfeldanalyse durchzuführen, Zielgruppen, Ziele und Strategien zu definieren, den Online-/Offline-Marketing- bzw. Kommunikationsmix zu bestimmen und gegebenenfalls Vermarktungs- und PR-Strategien zu entwickeln; - die Eignung von Media-Kanälen für spezifische Marketingziele und Zielgruppen zu beurteilen und datengetriebene Werbemaßnahmen zu planen und in einer Medien- und Maßnahmenplanung darzustellen; - das erforderliche Budget zu berechnen und in der Evaluierung der Maßnahmen passend zum Projektauftrag zu überprüfen; <u>Kompetenz(en)</u> - ein Untersuchungsdesign zu entwickeln, die ausgewerteten Daten entsprechend zu interpretieren und verschiedene Untersuchungsdesigns zu beurteilen; - ein integratives Kommunikations- bzw. Marketingkonzept zu konzipieren, gegebenenfalls auf Nachhaltigkeit hin zu überprüfen, es überzeugend zu argumentieren und den Erfolg der Maßnahmen zu evaluieren; - in der Lage ihre bereits erworbenen beruflichen Fähigkeiten in einen aktuellen realen Auftrag aus der Praxis einzubringen und mit den erworbenen Studieninhalten zu verbinden und zielgerichtet umzusetzen sowie zu evaluieren; - sind in der Lage eine multiperspektivische Reflexion auf akademischem Niveau mit AuftraggeberInnen, LektorInnen sowie ggf. mit weiteren ExpertInnen zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung zu nutzen.
Lehrinhalte	Problem-/challenge-based learning: Erstellung einer Marktforschung und eines Kommunikations- und Maßnahmenkonzeptes, nach Gegebenheit für eine/n reelle/n AuftraggeberIn als Gruppenarbeit.

Themenblock 1	Konzepterstellung
Credits	3 ECTS
Kompetenzerwerb in diesem Themenblock	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage: • im Rahmen eines Unternehmensprojektes ein Briefing, Re-Briefing, Zwischen- und Endpräsentation für einen Pitch auszuführen; • eine Umfeldanalyse durchzuführen, Zielgruppen, Ziele und Strategien zu definieren, den Online-/Offline-Marketing- bzw. Kommunikationsmix zu bestimmen und gegebenenfalls Vermarktungs- und PR-Strategien zu entwickeln; • ein integratives Kommunikations- bzw. Marketingkonzept zu konzipieren, gegebenenfalls auf Nachhaltigkeit hin zu überprüfen, es überzeugend zu argumentieren und den Erfolg der Maßnahmen zu evaluieren.
Themenblock 2	Marktforschung
Credits	2 ECTS
Kompetenzerwerb in diesem Themenblock	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage: • komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge gegebenenfalls für eine Marktforschung darzustellen; • gegebenenfalls eine Marktforschung zu planen, geeignete Auswertungsverfahren auszuwählen, praxisfallbezogene Daten zu erheben, aufzubereiten, auszuwerten, zu dokumentieren und zu interpretieren; • ein Untersuchungsdesign zu entwickeln, die ausgewerteten Daten entsprechend zu interpretieren und verschiedene Untersuchungsdesigns zu beurteilen.
Themenblock 3	Budgetierung und Mediaplanung
Credits	1 ECTS
Kompetenzerwerb in diesem Themenblock	Nach Absolvierung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Funktionen und Abläufe der Mediaplanung und des Mediaeinkaufs zu beschreiben und die Messgrößen (KPIs) für datengetriebene Werbemaßnahmen zu bestimmen; • ein Budget zu berechnen und die Evaluierung durch entsprechende Goals/KPIs gegenüberzustellen; • die Eignung von Media-Kanälen für spezifische Marketingziele und Zielgruppen zu beurteilen und datengetriebene Werbemaßnahmen zu planen und in einer Medien- und Maßnahmenplanung darzustellen; • das erforderliche Budget zu berechnen und in der Evaluierung der Maßnahmen passend zum Projektauftrag zu überprüfen.

Lehrveranstaltungstitel		Praxisprojekt 2
Studiengang	COM/MARS Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	6. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> • im Rahmen eines Unternehmensprojektes ein Briefing, Re-Briefing, Zwischen- und Endpräsentation für einen Pitch auszuführen • vertiefende fachliche Inhalte passend zum Projektauftrag und nach Bedarf in das Konzept einzubringen; <u>Fertigkeiten</u> • eine Umfeldanalyse durchzuführen, Zielgruppen, Ziele und Strategien zu definieren, den Online-/Offline-Marketing- bzw. Kommunikationsmix zu bestimmen; • den Maßnahmenmix zu illustrieren, dafür ein Budget zu berechnen und die Evaluierung durch entsprechende Goals/KPIs gegenüberzustellen; <u>Kompetenz(en)</u> • ein integratives Kommunikations- bzw. Marketingkonzept zu konzipieren, es überzeugend zu argumentieren und den Erfolg der Maßnahmen zu evaluieren; • sind in der Lage ihre bisher im Studium und die erworbenen beruflichen Fähigkeiten in einen aktuellen realen Auftrag aus der Praxis kombiniert anzuwenden sowie zielgerichtet umzusetzen und zu evaluieren; • sind in der Lage eine multiperspektivische Reflexion auf akademischem Niveau mit AuftraggeberInnen, LektorInnen sowie ggf. mit weiteren ExpertInnen zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung zu nutzen.	
Lehrinhalte	Problem-/challenge-based learning: Erstellung eines Konzeptes nach Gegebenheit für eine/n reale/n AuftraggeberIn als Gruppenarbeit	

3.2 Digital Economy (DiE)

Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Bachelorstudiengang Digital Economy (DiE) absolvieren 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		Application Design and Development
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Bachelorstudiengang Digital Economy (DiE) absolvieren möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.		
Studiengang	DiB Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> • gängige Webtechnologien • aktuelle Trends im Bereich der Webtechnologien und deren wirtschaftliche Einsatzmöglichkeiten <u>Fertigkeiten</u> • 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 <u>Kompetenz(en)</u> • zusammen mit ExpertInnen für Softwareentwicklung Projekte zu planen und ihre Umsetzung nachzuverfolgen (z.B. aus der Position des Kundenprojekt-, Prozess- oder Produktmanagements)	
Lehrinhalte	Methoden der Software-Entwicklung • Grundverständnis Programmieren/Programmierprinzipien • Programmierkontexte und -umgebungen • Überblick über gängige Sprachen und deren Einsatz Web-Technologien • Grundlagen der Webentwicklung (HTML, CSS) • Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse Einführung in die Programmierung • z.B. JavaScript oder Python • Grundlagen (Datentypen, Schleifen, Ablaufsteuerung, ...)	

Lehrveranstaltungstitel		Business Data Analytics and Formal Foundations
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Bachelorstudiengang Digital Economy (DiE) absolvieren möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.		
Studiengang	DiB Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • zur kritischen Bewertung und Anwendung von Datenanalysemethoden und deren Ergebnisse	
Lehrinhalte	• Statistische Grundlagen für die Datenanalyse (insbesondere deskriptive Statistik) • Theoretische Konzepte und Teilbereiche der Datenanalyse und des Datenmanagement • Ethik im Datenmanagement: Verantwortungsvoller Umgang und Interpretation von Daten • Effektive, anforderungsgetriebene Visualisierung von Unternehmensdaten verschiedener Typen • Umgang mit Daten mit Hilfe von Software oder Programmiersprachen	

Lehrveranstaltungstitel		Economics and Sustainability
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Bachelorstudiengang Digital Economy (DiE) absolvieren 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	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> • Mikroökonomik • Makroökonomik • Wirtschaftspolitik und • wirtschaftliche Nachhaltigkeit <u>Fertigkeiten</u> • wirtschafts-, technologie-, und innovationspolitische Beiträge, insbesondere im Kontext der Nachhaltigkeit, in internationalen Qualitätszeitschriften oder -zeitschriften zu rezipieren <u>Kompetenz(en)</u> • sich zu aktuellen Diskussionen über Wechselwirkungen zwischen Mikro- bzw. Makroökonomie, Nachhaltigkeit und digitalen Technologien selbständig eine begründete Meinung zu bilden und diese in berufliche Entscheidungen einfließen zu lassen	
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung beschäftigt sich mit Grundlagen der Mikroökonomik, Makroökonomik und Wirtschaftspolitik und betrachtet dabei Querverbindungen sowie Widersprüche zu Ansätzen der Innovationsökonomik. Nachhaltigkeit • Fallbeispiele zu Übungs- und Prüfungszwecken inkludieren Szenarien, die ökologische und soziale Verantwortung miteinbeziehen • 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 Bachelorstudiengang Digital Economy (DiE) absolvieren möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.		
Studiengang	DiB Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> • Grundlagen, Wirkungsweisen und betriebliches Einsatzpotenzial von Programmen zur Verwaltung komplexer Daten (Versionierung, Benutzerdaten, virtuelle Maschinen) • Grundlagen von Computernetzen und Datenkommunikation • fortgeschrittenes Fachvokabular <u>Fertigkeiten</u> • 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 <u>Kompetenz(en)</u> • typische IT-Investitionsentscheidungen aus der Gesamtperspektive 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 und Strategien sowie die Schaffung neuer solcher	

Lehrveranstaltungstitel		Process Management
Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Bachelorstudiengang Digital Economy (DiE) absolvieren möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.		
Studiengang	DiB Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen	
Kompetenzerwerb	<u>Kenntnisse</u> • Prozessmanagement als Ansatz zur Unternehmensorganisation und zum Reengineering <u>Fertigkeiten</u> • die wichtigsten Werkzeuge des Prozessmanagements richtig anzuwenden <u>Kompetenz</u> • Prozessverbesserungen durch die Nutzung digitaler Technologien zu entwickeln und umzusetzen.	
Lehrinhalte	Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements In Anlehnung an die Voraussetzungen der Gesellschaft für Prozessmanagement für die Zertifizierung Stufe 1: Process ManagerIn (PcA) Process Analyst • Prozessorientierung • Nutzen von Prozessmanagement • Prozesslandkarte und Process Lifecycle • 4-Schritte-Methodik ○ Identifikation & Abgrenzung ○ Analyse IST-Prozesse ○ Konzeption Soll-Prozesse ○ Realisierung der Verbesserungspotenziale • Rollen im Prozessmanagement • Reengineering Ansätze und Fallbeispiele	

Lehrveranstaltungstitel		People – Culture – Change
Voraussetzungen: 1. abgeschlossener CB-IT Bachelor Wirtschaftswissenschaften 2. Onboarding-Gespräch mit der Studiengangsleitung in der ersten Semesterwoche		
Studiengang	Digital Innovation (MA)	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Leistungsbeurteilung	
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	• Input-Phasen zu den unter „Kenntnisse“ aufgeführten Themen • Vertiefung der Kenntnisse durch das selbständige Studium vorgeschlagener sowie selbständig recherchierter, weiterführender Fachliteratur • Intensive Auseinandersetzung mit lebensnahen Problemstellungen und darauf aufbauend die Entwicklung von konzeptionellen Fertigkeiten und Kompetenzen	
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage Kenntnisse und Lehrinhalte • ausgewählte, moderne Organisationskonzepte und Führungstheorien sowie ihre Auswirkung auf Unternehmenskultur und Change Leadership zu erläutern • zentrale Funktionen des strategischen Personalmanagements mit ihren Schnittstellen zur Unternehmensstrategie, zum strategischen Innovations- und Technologiemanagement zu erklären • aktuelle Trends und Herausforderungen der Arbeitswelt im Kontext der Digitalisierung zu benennen Fertigkeiten • Herausforderungen moderner Führungsarbeit (z. B. virtuelle, hybride, agile Führung, Selbstorganisation) für Organisationen und Führungskräfte zu analysieren • ausgewählte Organisationskonzepte und Führungsformen zu vergleichen und deren Praxistauglichkeit, insbesondere im Kontext agiler Veränderungsprozesse, zu reflektieren • Change-Projekte zu planen und den Einsatz entsprechender Instrumente zu kommunizieren Kompetenzen • mit Führungskräften über das Zusammenwirken von Innovations- bzw. Technologiestrategie und Personalstrategien zu diskutieren und strategische Pläne zu erarbeiten • den eigenen Zugang zu Führung, besonders in dynamischen und unsicheren Umfeldern, zu reflektieren und weiterzuentwickeln	
Literatur	<i>Blessin, B., Wick, A. (aktuelle Auflage). Führen und Führen lassen. Utb</i> <i>Laloux, F. (aktuelle Auflage). Reinvention Organizations. Nelson Parker</i> <i>Paauwe, J.; Farndale, E. (current edition). Strategy, HRM, and Performance. A Contextual Approach, Oxford University Press</i> <i>Streich, R.K. (aktuelle Auflage). Fit for Leadership, Springer Gabler</i>	

Lehrveranstaltungstitel		Technology Management
Voraussetzungen: 1. abgeschlossener HIT Bachelor in Wirtschaftsinformatik 2. Onboarding-Gespräch mit der Studiengangsleitung in der ersten Semesterwoche Bitte beachten Sie die zusätzlichen Kosten für die Exkursion (s.u.)		
Studiengang	Digital Technology & Innovation (MA)	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Leistungsbeurteilung Seminararbeit Reflexionsbericht zum internationalen Fieldtrip	
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage Fertigkeiten - Strategien, Institutionen und Kulturen ausgewählter Stakeholder einer Community zum Thema digitale Innovation außerhalb Österreichs zu analysieren - dabei unterschiedliche Rechtliche Rahmenbedingungen (Urheber, Patent) zu berücksichtigen Technologiestrategien sowie Technologieportfolios und -roadmaps zu interpretieren	
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Studierende erhalten Input und Feedback durch: - Einführungen und Fallstudien zu den oben genannten Themen - Rechercheaufgaben unter Nutzung externer Wissenskanäle Internationaler Fieldtrip zur Vernetzung mit Stakeholdern einer Community zum Thema digitale Innovation außerhalb Österreichs, Recherche, Abschätzung der Chancen, Risiken und Konflikte neuer Technologien, Firmenbesuche und Expert*innen-Diskussionen mit Hochschulvertreter*innen – als regionale „Anker-Partner*innen“ fungieren etablierte Hochschulpartner*innen z. B. in Estland, Israel, den Niederlanden oder den USA Reise- und Unterbringungskosten sind von den Teilnehmer*Innen zu tragen, ca. €500-800, Dauer: Do-Sa + An- und Abreise (Reiseziel 2026 war der Besuch von 5 Unternehmen und Forschungsinstituten am Crypto-Hub Zürich/Zug)	
Literatur	Berger E. (Hrsg.) (2018) <i>Complexity in Entrepreneurship, Innovation and Technology Research: Applications of Emergent and Neglected Methods (FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship)</i> Kaschny, M.; Nolden, M.; Schreuder, S. (2015): <i>Innovationmanagement im Mittelstand: Strategien, Implementierung, Praxisbeispiele</i> Möhrle, M. & Isenmann, R. (Hrsg.) (2005), <i>Technologie-Roadmapping: Zukunftsstrategien für Technologieunternehmen</i> . Springer.	

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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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: ○ Einführung in das Arbeitsrecht ○ Das Arbeitsverhältnis ○ Betriebsverfassung und Belegschaftsvertretung ○ Kollektivvertrag ○ Arbeitsvertrag ○ Entgeltfortzahlung bei Arbeitsverhinderung ○ Urlaubsrecht.	

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	5 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: - den Ansatz der Total-Compensation in der Praxis anzuwenden. - selbständig und eigenverantwortlich Trends im Bereich Compensation & Benefits und Performance Management auf ihre situative Anwendung in der Praxis zu evaluieren. - Performance Management Konzepte zu verstehen und auf ihre situative Anwendbarkeit in der Praxis zu beurteilen.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: - Grundsätzliches zum Vergütungs- und Leistungsmanagement zu beschreiben. - unterschiedliche Grundgehaltsstrukturen, variable Entlohnungsformen sowie Vor- und Nachteile unterschiedlicher Gehaltssysteme zu erklären. - die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen für Vergütung in Österreich zu benennen. - gehaltsspezifische Aspekte in Bezug auf das Gleichbehandlungsgesetz zu diskutieren. - verschiedene Ansätze und Definitionen des Leistungsbegriffs und zu motivatorischen Aspekten zu kennen und zu unterscheiden. - die Bedeutung von Performance Management zu erklären und die wichtigsten Konzepte zu beschreiben.

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Mündliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • Führungsverhalten insbesondere im Kontext neuer Arbeitswelten zu analysieren sowie daraus Schlussfolgerungen für das eigene (Führungs-)Verhalten zu entwickeln. • Change Prozesse im beruflichen Umfeld zu analysieren und bei deren Gestaltung mitzuwirken.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • traditionelle sowie moderne Führungstheorien, Führungsmodelle (z.B. Agile Leadership) und Führungsstile zu beschreiben. • grundlegende Führungsinstrumente zu benennen und zu erklären. • die verschiedenen Rollen und Aufgaben der Führungskraft und des HR-Managements (u.a. im Change Management) zu beschreiben. • spezifische Herausforderungen und Erfolgsfaktoren der Führung insbesondere im Kontext neuer Arbeitswelten zu erläutern. • die wesentlichen Schritte in Veränderungsprozessen sowie die Anforderungen des Change Managements zu beschreiben. • ausgewählte Methoden des Change Managements zu benennen und deren Einsatzmöglichkeit zu erklären. • die Herausforderungen sowie deren Umgang in Change Management Projekten zu erklären. • den Einfluss der Organisationskultur auf den Unternehmenserfolg und den Erfolg von Veränderungsprojekten zu beschreiben. • die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Wandel in der Organisation zu benennen und zu diskutieren. • Diverse Dimensionen neuer Arbeitswelten und deren Vernetzung zu erklären • spezifische Herausforderungen und Erfolgsfaktoren des Change Managements insbesondere im Kontext neuer Arbeitswelten zu erläutern.

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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Anforderungen an HR-Informationssysteme und Entscheidungskriterien für deren Auswahl zu definieren und als kompetente Gesprächsperson im Unternehmen zu präsentieren.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: - den grundsätzlichen Nutzen und Handlungsfelder von HR-Informationssystemen zu erklären. - die konkreten Funktionalitäten abhängig vom Handlungsfeld (beispielsweise Personaladministration, Personalbeschaffung, Karrieremanagement, etc.) zu beschreiben.

Lehrveranstaltungstitel		HR-Stakeholder-Kommunikation
Studiengang	HRO Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • Selbstsicher und kompetent in Verhandlungen mit Betriebsrat, Führungskräften und Management aufzutreten. • Schwierige Gesprächssituationen zu antizipieren und sich entsprechend darauf vorzubereiten (beispielsweise durch Erstellung eines Gesprächsleitfadens).	
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • Die Ansprüche der wesentlichen Stakeholder für HR zu kennen und Erfordernisse für die Kommunikation daraus abzuleiten.	

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung und/oder Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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		Personalplanung
Studiengang	HRO Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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.	

Studiengang	HRO Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • Den Begriff Talent, sowie Talentmanagement zu definieren und von der Personalentwicklung abzugrenzen. • Einflussfaktoren des Talentmanagements zu reflektieren. • Ziele und Aufgaben des Talentmanagements zu beschreiben. • die Strategieanbindung des Talentmanagements 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: ○ Den Begriff Karrieremanagement zu definieren und neue Trends (z.B. digitale Nomaden, Förderung von Teilzeitkarrieren) zu diskutieren ○ 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	

Lehrveranstaltungstitel		Methoden der Personalentwicklung
Studiengang	HRO Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistung und/oder schriftliche Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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 positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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		Capital Markets
Studiengang	Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (FIM) / Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Notwendige Vorkenntnisse	Mathematik und Statistik, Finanzwirtschaft Vorkenntnisse in Economics sind von Vorteil	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage: <u>Fertigkeiten</u> • Probleme im Zusammenhang von Financial Distress und deren Auswirkung auf die Prinzipal-, Agentenbeziehung zu analysieren, • Softwarelösungen zur Darstellung von Capital Markets Modellen zu evaluieren. <u>Kompetenzen</u> • die optimale Kapitalstruktur anhand des das Kapitalstrukturmodell, von Modigliani/Miller unter Berücksichtigung von Unternehmens- und Personensteuern zu bestimmen, • Financial Distress in Unternehmen zu analysieren und Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Prinzipal-Agenten-Situation abzuleiten.	
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage: • die Risiko- und Ertragsverhältnisse anhand gängiger Portfoliomodelle (u.a. Optimal-Portfolio Selektion, CAPM, Bewertung der Cost of Capital) darzustellen, • eine optimale Kapitalstruktur in effizienten Märkten unter Berücksichtigung von Unternehmens- und Personensteuern zu erläutern, • unterschiedlicher Auszahlungs- und Dividendenstrategien von Unternehmen darzustellen, • die Umsetzung des EU Aktionsplans/EU Investitionsplans auf dem europäischen Kapitalmarkt und die Maßnahmen der EU Kommission (d.h. Taxonomie, EU-Green-Bond Standard, EU Investitionsplan, MiFID, Benchmarks) darzustellen.	

Studiengang	FIM Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Empfohlene Vorkenntnisse	English I, Social Skills I und Mentoring
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> - typische Merkmale von Projekten zu erklären, - die verschiedenen Phasen des Projektmanagementprozesses zu unterscheiden und zu beschreiben, - verschiedene Projektrollen zu unterscheiden und zu umschreiben. <u>Fertigkeiten</u> - 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.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung 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.

Lehrveranstaltungstitel		Business Valuation
Studiengang	FIM Master	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Empfohlene Vorkenntnisse	Financial Markets & Risk Management, Financial & Economic Principles, Controlling Konzepte & Business Simulation	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Fertigkeiten</u> • 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. <u>Kompetenz(en)</u> • Managementscheidungen auf Basis durchgeführter Unternehmensbewertungen zu treffen, • eigenständig geeignete Unternehmensbewertungsmodelle auszuwählen, anzuwenden und davon Argumentationshilfen bzw. Handlungsempfehlungen abzuleiten.	
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende 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.	

Studiengang	FIM Master
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Fertigkeiten</u> - Veränderungsanlässe zu erkennen und abzuwägen; - grundlegende Situationsanalysen durchführen zu können; - die wesentlichen Key-PlayerInnen in einem Change Prozess zu identifizieren; <u>Kompetenz(en)</u> - Situationsanalysen zu bewerten und Umsetzungsschritte daraus abzuleiten; - die wesentlichen Key-PlayerInnen erfolgreich zu beteiligen; - Widerstände im Change-Prozess zu ermitteln und mit auftretenden Herausforderungen situationssensibel umzugehen.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: - die Anlässe von Veränderungen und Situationsanalysen zu kennen; - die Elemente von Umsetzungsschritten in Change Management Projekten zu beschreiben; - die Erfolgsfaktoren im Veränderungsmanagement zu benennen.

Lehrveranstaltungstitel		Leadership Dynamics
Studiengang	FIM Master	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: <u>Fertigkeiten</u> • Unterschiede zwischen virtuellen und Präsenz-Teams zu beurteilen und zielgerichtet zu nutzen; • agile Methoden in komplexen Situationen einzusetzen; <u>Kompetenz(en)</u> • ihre erworbenen Führungskompetenzen in der New World of Work erfolgreich weiterzuentwickeln.	
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • unterschiedliche Arbeitsformen (New World of Work) und deren Einsatzbereiche zu skizzieren und die damit verbundenen Anforderungen an Führungskräfte zu beschreiben; • die unterschiedlichen Wertesysteme von Generationen und die damit verbundenen Ansprüche und Herausforderungen im organisationalen Kontext zu kennen.	

3.5 Journalismus & Medienmanagement (JOUR)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Bildgestaltung und Grafikdesign
Folgende drei Lehrveranstaltungen <u>müssen gemeinsam</u> belegt werden: Bildgestaltung und Grafikdesign, Visualisierung, Webdesign Nur 1. Termin in Präsenz		
Studiengang	JOUR Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten • Fotos digital zu bearbeiten (Retusche, Korrekturen etc.); • multimediale Inhaltselemente (z.B. Bilder, Videos, Grafiken, Text) unter Anwendung der Gestaltungsprinzipien in einem digitalen Medienprodukt zusammenzustellen; • Gestaltgesetze, Typografie und Farbenlehre für digitale Medienprodukte anzuwenden; Kompetenz(en) • Bilder und Fotos für die Verwendung in digitalen Medienprodukten bereitzustellen; • digitale Medienprodukte mit professioneller Software (z.B. Adobe Photoshop, InDesign) zu gestalten.	
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • digitale Bildformate und deren Eigenschaften zu unterscheiden; • Fachbegriffe und grundlegende Konzepte des Grafikdesigns (z.B. Gestaltgesetze, Farbharmonien, Farbpsychologie, Typografie) zu erläutern.	

Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektergebnisse (Case Study) und Abschlusspräsentation
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten • diverse Instrumente der Kommunikation und des Marketings in einer digitalisierten Medienwelt zu kennen und im Hinblick darauf Maßnahmen auszuwählen und zu argumentieren; • Kreativinstrumente anzuwenden; • Marketing- und Kommunikationsstrategien für und mit Medienmarken zu entwerfen; Kompetenz(en) • einen realen Case in Form einer Gruppenarbeit zu erarbeiten, zu präsentieren und zu argumentieren.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • Grundbegriffe, Aufgabe und Funktion des Marketings in einem digitalisierten Umfeld zu erklären; • Prozesse und Strategien in der Marketingplanung zu erläutern; • Marketingmix-Modelle gegenüberzustellen; • diverse Instrumente der Kommunikation und des Marketings zu präsentieren; • die Nutzung von Medien als Marketingplattform umfassend zu beschreiben; • sowie von Medienmarketing von Unternehmensmarketing zu differenzieren; • Trends wie Digitalisierung, Disruption & Innovation, Technologie & Automatisierung (AI), Customer Journey & Content Produktion usw. für externe & interne Plattformen von Unternehmen zu verstehen und zu erläutern.

Lehrveranstaltungstitel		Medienökonomie
Studiengang	JOUR Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Projektergebnisse (Case Study) und Abschlusspräsentation	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten • die speziellen BWL- sowie VWL-Komponenten und Aspekte der Medienökonomie anhand von konkreten aktuellen Beispielen zu diskutieren; • Modelle in einen aktuellen Kontext setzen zu können; • aktuelle Geschehnisse mit volkswirtschaftlichem Bezug erklären und in einen Kontext setzen zu können; Kompetenz(en) • unterschiedliche Medienmärkte oder –Marktsituationen zu analysieren und daraus Schlussfolgerungen zu ziehen.	
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • Medienmanagement-Begriffe, -Paradigmen, -Modelle und -Systeme zu benennen und einzuordnen; • Kernaspekte der Medienökonomie zu benennen und zu diskutieren; • die spezielle BWL sowie VWL der Medien zu erklären.	

Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Übungen) oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten - mehrmediales Content-Management aus finanzieller, personeller und aus der Marktperspektive zu erfassen und zu konzipieren; - Schnittstellenmanagement zu erläutern und exemplarisch anzuwenden; - Crossmedia-Strategien zu analysieren; Kompetenz(en) - exemplarische Medienproduktionsprozesse zu planen und mit entsprechenden Managementtools zu begleiten; - die technischen Rahmenbedingungen der Medienproduktion zu erfassen und in entsprechender Reihenfolge in einen Projektplan zu integrieren.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: - die Grundlagen der Produktionstheorie zu erfassen und zu beschreiben; - Fragen der Medienproduktion und Beschaffung zu klären; - die Bedeutung dualer Absatzmärkte zu argumentieren; - Crossmedia-Strategien zu erfassen und zu beschreiben; - Bedeutung und Funktionsweise von Schnittstellenmanagement zu erläutern.

Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Übungen) oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten - Theorien und Modelle hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit im Einzelfall zu bewerten; - die Grundzüge des Prozessmanagements im Rahmen der Ablauforganisation anzuwenden; - Bedeutung und Funktion von Personalbestandsanalyse, -bedarfsbestimmung, -beschaffung, -entwicklung, -freisetzung und -kostenmanagement hinsichtlich operativen sowie strategischen Gesichtspunkten zu argumentieren; - den Stellenwert von Motivationstheorien zu diskutieren; Kompetenz(en) - die Kernaspekte des Prozessmanagements auf ein konkretes Beispiel anzuwenden, zu bewerten und zu diskutieren; - Personalbestandsanalyse, -bedarfsbestimmung, -beschaffung, -entwicklung, -freisetzung und -kostenmanagement auf konkrete Beispiele und Fälle anzuwenden.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: - unterschiedliche Theorien und Modelle zur Organisation im Allgemeinen und zur Medienorganisation im Speziellen zu erläutern; - Grundzüge der Aufbauorganisation zu beherrschen und verschiedene Ausgestaltungsformen erwägen zu können; - die Grundzüge des Prozessmanagements und die dabei relevanten Steuerungskriterien (Kosten, Qualität, Zeit) zu kennen; - verschiedene Führungsansätze zu beschreiben und die wichtigsten Führungskompetenzen zu beschreiben; - die Rolle von Outsourcing-Strategien zu kennen.

Folgende drei Lehrveranstaltungen **müssen gemeinsam** belegt werden:

Bildgestaltung und Grafikdesign, Visualisierung, Webdesign

Nur 1. Termin in Präsenz

Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten • zur Visualisierung von journalistischen Informationen die passende Darstellungsform zu wählen; • die Grundfunktionen professioneller Programme des Grafikdesigns (z.B. Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Adobe XD) zu beherrschen; Kompetenz(en) • einfache Visualisierungen eines digitalen journalistischen Produkts mittels professioneller Tools zu gestalten.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • theoretische Aspekte der visuellen Kommunikation in digitalen Medienprodukten (Aufgabenbereiche, Gestaltung und Wirkung) zu beschreiben; • Kriterien des qualitätsvollen Einsatzes von Visualisierungen im crossmedialen Journalismus zu erläutern.

Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten • volkswirtschaftliche Formeln anwenden, Ergebnisse analysieren und auf Beispiele der eigenen Branche übertragen können; • konjunkturelle Entwicklungen abschätzen können; Kompetenz(en) • unterschiedliche Märkte oder Marktsituationen analysieren, daraus Schlussfolgerungen ziehen und Vorschläge für Entscheidungsträger konzipieren können; • wirtschaftspolitische Maßnahmen, verstehen, analysieren und bewerten können.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • aus dem Bereich der Wirtschaftspolitik Grundbegriffe der VWL zu beschreiben und Wirtschaftssysteme und -schulen zu kennen; • ideologische Grundlagen der Wirtschaftspolitik zu benennen; • die aktuelle Wirtschaftspolitik und staatliche Institutionen zu verstehen und kritisch zu hinterfragen; • Formen/Ursachen des Marktversagens zu kennen und anhand aktueller Beispiele zu diskutieren; • aus dem Bereich der Mikroökonomie das wirtschaftswissenschaftliche Verhaltensmodell zu schildern; • das Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage auf Märkten zu verstehen und mit Hilfe verschiedener Theorien (Haushaltstheorie, Produktions- und Kostentheorie) zu erklären.

Folgende drei Lehrveranstaltungen **müssen gemeinsam** belegt werden:

Bildgestaltung und Grafikdesign, Visualisierung, Webdesign

Nur 1. Termin in Präsenz

Studiengang	JOUR Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Fertigkeiten - das Informationsangebot in einer benutzerfreundlichen und ästhetisch ansprechenden Oberfläche zweckmäßig zu organisieren; - Grundlagen in der Gestaltung von Websites mit HTML und CSS anzuwenden; - Videos und andere Multimedia-Elemente in Websites einzubetten; Kompetenz(en) - eine einfache HTML-Website auf Basis eines Designentwurfs zu gestalten.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: die Grundlagen über den Aufbau und das Design von Websites mit Fokus auf visuelle Gestaltungsmerkmale zu beschreiben;

3.6 Immobilienwirtschaft (REM)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Architektur & Planung
Studiengang	REM Bachelor	
Credits	4 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung	
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: Kenntnisse und Lehrinhalte • einen Überblick über die Architekturgeschichte im Allgemeinen und Wiens im speziellen zu geben. • den Ablauf von Architekturwettbewerben sowie die Funktion des Gestaltungsbeirates von Wien zu beschreiben. • Nachhaltigkeit in Architektur und Stadtplanung zu erläutern und Folgen abzuleiten. • Inhalte eines Bauaktes zu beschreiben. • Inhalt und Elemente von Plänen zu beschreiben. • Grundprinzipien der Gebäudelehre für den Wohnbau sowie für den Büro- und Verwaltungsbau zu erläutern und darüber diskutieren zu können. • aktuelle nachhaltige Gebäudezertifizierungen zu definieren. • wesentliche Merkmale einer nachhaltigen Sanierung in bautechnischer, bauphysikalischer Hinsicht zu erläutern, sowie häufige Problempunkte mangelhafte Baudurchführungen zu beschreiben. Fertigkeiten • einen Bauakt auszuheben und auszuwerten. • die verschiedenen Pläne (Vorentwurfs-, Einreich-, Konsens-, Bestands-, Ausführungs-, Detail-, Polier-, Umbau- und Vermessungsplan) zu lesen und zu interpretieren. Kompetenzen • fächerübergreifende Zusammenhänge (Bautechnik – Architektur und Planung) anwendungsorientiert herzustellen. • wesentliche Merkmale einer nachhaltigen Sanierung in bautechnischer, bauphysikalischer Hinsicht zu erläutern, mangelhafte Baudurchführungen und die damit verbundenen „Gefahren“ zu erkennen.	
Lehrinhalte	Vermittlung theoretischer Grundlagen der Architektur & Planung sowie Erarbeitung von praxisorientierten Fallbeispielen/Cases	
Literatur	Koch, W. (aktuelle Auflage): Baustilkunde – Das Standardwerk zur europäischen Baukunst. Prestel Verlag, München Seiss, R. / Achleitner, F. (aktuelle Auflage): Wer baut Wien? Hintergründe und Motive der Stadtentwicklung Wiens seit 1989. Anton Pustet, Salzburg Wüstenrot Stiftung (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Raumpilot, Band 1-4. Karl Krämer Verlag, Stuttgart und Zürich	

Studiengang	REM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer bautechnischer und planungsrelevanter Grundlagen anhand von Fallbeispielen/Cases
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage: Kenntnisse und Lehrinhalte • Funktionen eines Bauwerkes, Einwirkungen/Lasten, Konstruktionssysteme zu beschreiben. • die anzuwendenden ÖNORMEN/OIB-Richtlinien zu erläutern. • die diversen Sonderfachleute und deren Zusammenwirkung zu beschreiben. • eine Klassifizierung und Beschreibung der Eigenschaften folgen der Baustoffe zu erläutern: Natursteine, Ziegel, Beton, Holz, Eisen und Stahl, Nichteisenmetalle, Glas, Mörtel, Putze, Estrich und Dämmstoffe. • die Einteilung der Böden zu erläutern und den Prozess der Bodenuntersuchungen und etwaigen Maßnahmen der Bodenverbesserungen zu beschreiben. • die Grundlagen der Bauphysik (u.a. Energieausweis), der Behaglichkeit, des Feuchteschutzes und der Bauakustik zu beschreiben und darüber diskutieren zu können. Fertigkeiten • bestehende und geplante Bauten in Konstruktionstypen einzuordnen und mit den zu erwarteten technischen Bauwerkseigenschaften zu verknüpfen. Kompetenzen • die Anwendungserfordernisse technischer Richtlinien, insbesondere Normen zu beurteilen. • eine Analyse von bautechnischen Unterlagen Dritter aus den zu vor angegebenen Bereichen (Bodengutachten, Energieausweis etc.) vorzunehmen sowie technische Zielvorgaben für nachhaltige Immobilienprojekt-entwicklungen zu formulieren. • eine grundsätzliche Einordnung/Einschätzung und Erstbeurteilung von Bauwerksschäden aus den zuvor angegebenen Bereichen vorzunehmen. • Bauwerksschäden an Hochbauten einzuordnen und zu beurteilen sowie die weiteren Untersuchungsschritte im Zusammenwirken mit Sonderfachleuten festzulegen sowie die weiteren Untersuchungen und Sanierungsschritte zu koordinieren.
Literatur	Neufert, E. (aktuelle Auflage): Bauentwurfslehre. Springer Vieweg, Wiesbaden. Pech, A. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Baukonstruktionen Band 1 bis 17 und die erweiterten Sonderbände Mauerwerkstrockenlegung, Ziegel im Hochbau und Holz im Hochbau. Birkhäuser Verlag, Wien. Riccabona, C. / Bednar, T. / Mezera, K. et al. (aktuelle Auflage): Baukonstruktionslehre Teil 1 bis 5. Hölzel Verlag, Wien.

Studiengang	REM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer bautechnischer Grundlagen anhand von Fallbeispielen/Cases
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage: Kenntnisse und Lehrinhalte • die Elemente der Rohbauarbeiten, Dacharbeiten, Spenglerarbeiten, Stiegen, Ausbauarbeiten, nichttragende Innenwände, Verputz und Verkleidungen, Anstreicherarbeiten, Tapeziererarbeiten, Fenster und Türen, Haustechnik, Sanitärinstallationen, Gas- und Elektroinstallationen zu erläutern und darüber diskutieren zu können. • Elemente der Plandarstellung wie Bemaßung, Maßstäbe, Symbole gemäß ÖNORM A 6240-2 in Architekturplänen zu beschreiben. • die Inhalte von Konstruktionsplänen (z.B. Statikerpläne), Geometerplänen und Haustechnikpläne zu erläutern. Fertigkeiten • die verschiedenen Pläne zu lesen und zu interpretieren. • die einzelnen Gebäudearten und deren Bau- und Ausstattungsmerkmale anhand realer Beispiele nach deren Konstruktion und Aufbau zu erkennen. Kompetenzen • eine Analyse von Planunterlagen vorzunehmen sowie technische Zielvorgaben für nachhaltige Immobilienprojektentwicklungen zu formulieren. • eine kompetente Ansprechperson für Planer und Sonderfachleute in bautechnischen Anwendungsfällen zu sein.
Literatur	Neufert, E. (aktuelle Auflage): Bauentwurfslehre. Springer Vieweg, Wiesbaden. Pech, A. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Baukonstruktionen Band 1 bis 17 und die erweiterten Sonderbände Mauerwerkstrockenlegung, Ziegel im Hochbau und Holz im Hochbau. Birkhäuser Verlag, Wien. Riccabona, C. / Bednar, T. / Mezera, K. et al. (aktuelle Auflage): Baukonstruktionslehre Teil 1 bis 5. Hölzel Verlag, Wien.

Studiengang	REM Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	2. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • an den Prozessen des internen Rechnungswesens in Unternehmen proaktiv durch grundlegende Fachkenntnisse im internen und externen Rechnungswesen mitzuarbeiten. • an Budgetierungs- und Kontrollprozessen in Unternehmen proaktiv mitzuarbeiten. • an finanzwirtschaftlichen Prozessen in der Unternehmenspraxis proaktiv mitzuarbeiten. • Investitions- und Finanzierungsentscheidungen vorzubereiten. • Funktionen von Frühwarnsystemen und Ursachen von Unternehmenskrisen (insbesondere Liquiditätskennzahlen, etc.) zu verstehen.
Lehrinhalte	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • die Modellbildung in der BWL erklären zu können und einen konkreten Bezug zur Praxis herzustellen. • die Aufgaben der ControllerInnen, BuchhalterInnen und KostenrechnerInnen zu beschreiben. • die Überleitung von Buchhaltung zur Kostenrechnung zu beschreiben. • die Grundlagen der Kostenrechnung (u.a. der Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger) und der Kostenrechnungssysteme, allgemein und auf Immobilienunternehmen fokussiert zu erörtern. • Personalkosten zu beschreiben und einen konkreten Bezug zur Praxis herzustellen. • die Grundlagen des Controllings darzustellen und zwischen strategischem und operativem Controlling zu unterscheiden. • die üblichen Instrumente des Controllings zu benennen und deren Aufbau und Inhalt zu beschreiben. • den Prozess des Kostencontrollings zu erläutern und einen konkreten Bezug zur Praxis herzustellen. • die Grundlagen und den Aufbau einer Unternehmensbewertung darzustellen. • die Grundlagen und Zusammenhänge von Finanzierung & Investitionsrechnung zu beschreiben sowie zwischen statischen und dynamischen Investitionsrechnungen zu unterscheiden. • Formen der Finanzierung (Innen-, Außen-, Eigen- und Fremdfinanzierung) zu beschreiben und zu erläutern. • die wichtigsten Finanzsituationen, insbesondere auch ESG konforme Finanzierung zu unterscheiden und deren Funktionsweise in der Praxis nachzuvollziehen sowie die Bedeutung der EU-Taxonomie und des ESG Rating in Grundzügen zu skizzieren.

Lehrveranstaltungstitel	Software für MaklerInnen & BewerterInnen (Betriebliche Informationssysteme)
-------------------------	--

Studiengang	REM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage: Kenntnisse und Lehrinhalte • angewandte Technologie (Digitalisierung) in Unternehmen der Immobilienwirtschaft inklusive der Sicherheitsaspekte zu beschreiben. • Anwendung und Einsatz von Softwarelösungen in Immobilienunternehmen darzustellen (u.a. für Grundbuchsabfragen, Vermarktung, virtuelles Homestaging, Liegenschaftsbewertung). • Einsatz internetbasierter Datenbanklösungen für die Vermarktung, Vermittlung und Bewertung von Immobilien zu beschreiben. • soziale Medien in der Immobilienwirtschaft zu benennen und darüber zu diskutieren. Fertigkeiten • angewandte Technologie (Digitalisierung) in Unternehmen der Immobilienwirtschaft inklusive der Sicherheitsaspekte zu beschreiben. • Anwendung und Einsatz von Softwarelösungen in Immobilienunternehmen darzustellen (u.a. für Grundbuchsabfragen, Vermarktung, virtuelles Homestaging, Liegenschaftsbewertung). • Einsatz internetbasierter Datenbanklösungen für die Vermarktung, Vermittlung und Bewertung von Immobilien zu beschreiben. • soziale Medien in der Immobilienwirtschaft zu benennen und darüber zu diskutieren. Kompetenzen • Prozesse und Abläufe in Immobilienunternehmen zu analysieren und darzustellen sowie informationstechnologische Zusammenhänge im Unternehmen zu erkennen. • IT-sicherheitsrelevante Gefahren im Unternehmen abzuschätzen. • notwendige Informationen für Immobilienrechtshändler aus dem Internet abzuleiten. • soziale Medien im Immobilienbereich einzuschätzen und anzuwenden. • mit der Software gesamtimmobilienswirtschaftliche Zusammenhänge für Liegenschaften abzubilden.
wichtigste Lehr/Lernaktivitäten	Erarbeitung, Präsentation und Diskussion von praxisorientierten Fallbeispielen/Cases durch die Studierenden (individuell und in Kleingruppen)
Literatur	Braunisch, K. / Fuhrmann, K. / Ledl, R. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Handbuch der Immobilienbewirtschaftung. Linde Verlag, Wien. Hofer, V. / Klinger, M. (aktuelle Auflage): Handbuch der Immobilienverwaltung. Linde Verlag, Wien.

Lehrveranstaltungstitel	Software für VerwalterInnen (Betriebliche Informationssysteme)
-------------------------	---

Studiengang	REM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage: Kenntnisse und Lehrinhalte • angewandte Technologie (Digitalisierung) in Unternehmen der Immobilienwirtschaft inklusive der Sicherheitsaspekte zu beschreiben. • Anwendung und Einsatz von Softwarelösungen in Immobilienunternehmen darzustellen (u.a. für Mietzins- und Betriebskostenabrechnungen und Abrechnung der Rücklagen bei Wohnungseigentumsobjekten). • Einsatz internetbasierter Datenbanklösungen für die Bewirtschaftung von Immobilien zu beschreiben. • soziale Medien in der Immobilienwirtschaft zu benennen und dar über zu diskutieren. Fertigkeiten • geeignete Software für ein Unternehmen auszuwählen. • die (in Vormodulen) erarbeiteten Grundlagen der Immobilienbewirtschaftung anhand von praktischen Beispielen und der vorhandenen Softwarelösungen am Immobilienmarkt anzuwenden. Kompetenzen • Prozesse und Abläufe in Immobilienunternehmen zu analysieren und darzustellen sowie informationstechnologische Zusammenhänge im Unternehmen zu erkennen. • IT-sicherheitsrelevante Gefahren im Unternehmen abzuschätzen. • notwendige Informationen für Immobilienreuhändler aus dem Internet abzuleiten. • soziale Medien im Immobilienbereich einzuschätzen und anzuwenden. • mit der Software gesamtimmobilienswirtschaftliche Zusammenhänge für Liegenschaften abzubilden.
wichtigste Lehr /Lernaktivitäten	Erarbeitung, Präsentation und Diskussion von praxisorientierten Fallbeispielen/Cases durch die Studierenden (individuell und in Kleingruppen)
Literatur	Braunisch, K. / Fuhrmann, K. / Ledl, R. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Handbuch der Immobilienbewirtschaftung. Linde Verlag, Wien Hofer, V. / Klinger, M. (aktuelle Auflage): Handbuch der Immobilienverwaltung. Linde Verlag, Wien

Studiengang	REM Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage: Kenntnisse und Lehrinhalte - grundlegende statistische Kennwerte zu benennen und deren Aussagekraft zu diskutieren, - Verfahren der deskriptiven und schließenden Statistik zu unterscheiden und zentrale Verfahren sowie deren Anwendungsmöglichkeiten zu beschreiben. Fertigkeiten - die Voraussetzung statistischer Verfahren zu prüfen sowie das für eine Fragestellung passende Verfahren begründet auszuwählen und eigenständig anzuwenden, - statistische Kennwerte der deskriptiven und schließenden Statistik fundiert zu interpretieren und vor dem Hintergrund der jeweiligen Fragestellung kritisch zu diskutieren. Kompetenzen - auf eine Fragestellung hin angewandte statistische Verfahren und deren Ergebnisse miteinander zu verknüpfen und Entscheidungen abzuleiten, - statistische Fragestellungen eigenständig zu lösen und Hypothesen angemessen zu prüfen.
wichtigste Lehr /Lernaktivitäten	Fallbeispiele/Cases
Literatur	Alt, R. (aktuelle Auflage): Statistik - Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Linde, Wien Braunecker, C. (aktuelle Auflage): How to do empirische Sozialforschung. Eine Gebrauchsanleitung. facultas, UTB, Wien Hedderich, J. & Sachs, L. (aktuelle Auflage): Angewandte Statistik: Methodensammlung mit R. Springer, Berlin

Lehrveranstaltungstitel		Berufsethik & Nachhaltigkeit
Studiengang	REM Master	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Lernergebnisse	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung 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 dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage: • die grundlegenden Konzepte im Zusammenhang mit unternehmerischer Nachhaltigkeit (z.B. 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 (z.B. Change Management, Sustainable Investments, Nachhaltigkeitsberichtserstattung) zu erkennen. Wichtigste Lehr- und Lernaktivität: Fallbeispiele/Cases	

Studiengang	REM Master
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: • Projektentwicklung und -management unter zusammenführender Fokussierung auf die Immobilienbranche und unter Beachtung der Auswirkungen auf das jeweilige Unternehmen zu gestalten. • die Umsetzung dieser Strategien durch den Einsatz von Instrumenten des Immobilien- und Projekt-Controllings sicherzustellen. • gesamtunternehmerische Zusammenhänge zu entwickeln. • durch vernetztes Denken nachhaltig richtige Entscheidungen im Unternehmen zu treffen und deren Auswirkungen auf das Unternehmen zu antizipieren.
Lehrinhalte	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage: • unter zusammenführender Fokussierung auf die Immobilienbranche Bilanzierung, Kostenrechnung, Investitionsrechnung, Finanzierung, Controlling und Projektmanagement zu beschreiben und darüber diskutieren zu können. Wichtigste Lehr- und Lernaktivität: Fallbeispiele/Cases

Studiengang	REM Master
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: • 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 dieser Lehrveranstaltung 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		Immobilienbewertung
Studiengang	REM Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen sowie Erstellung eines Liegenschaftsbewertungsgutachtens und Verteidigung des Gutachtens in einem mündlichen Fachgespräch	
Kompetenzerwerb	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung 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		Immobilienmanagement
Studiengang	REM Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	4. Semester	
Notwendige Voraussetzungen	Berufserfahrung und fortgeschrittene Kenntnisse der Immobilienwirtschaft auf Masterniveau.	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Lernergebnisse	Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage: <u>Themenblock Asset-Management</u> • Immobilien Asset- und Risikomanagement zu definieren. • Schnittstellen zwischen Portfolio-, Asset- und Facility-Management zu beschreiben. • die Abgrenzung des Asset-Managements zum Property-, Facility und Center-Management zu erläutern. • Leistungsbilder und Anforderungen des Asset-Managements zu beschreiben. • Kapitalmarkttheorien und die Eigenschaft von Immobilienobjekten als Asset-Klasse zu erläutern. • Performancemessung sowie Controlling und Reporting im Asset-Management zu beschreiben. • Investitions- und Potenzialanalysen zu skizzieren. • den Prozess des Transaktionsmanagements darzustellen, zu erläutern und darüber diskutieren zu können. • die Anwendungsfälle und Notwendigkeiten der Digitalisierung im Asset Management darzustellen (insbesondere hinsichtlich des Nachhaltigkeitsreportings). <u>Fertigkeiten</u> • Research auf der Objektebene durchzuführen. • kaufmännische Budgetierungen von Beständen zu erstellen. • Immobilien- bzw. Objektstrategie zu formulieren (Erstellung von immobilienpezifischen Business-Plänen, Wertmanagement und -entwicklung, Immobilieninvestition und -finanzierung, Identifikation und Nutzung von Potenzialen, Performance Management, etc.). • die Auswahl, Steuerung und Kontrolle von Dienstleistern (u.a. Property-, Facility- und Center-Management, Gutachter, Konsulenten) durchzuführen. <u>Kompetenzen</u> • Wertsteigerungspotenziale von Objekten zu identifizieren und eine wertorientierte Planung, Steuerung und Kontrolle von Objekten durchzuführen. • objektbezogene Maßnahmen zur Optimierung zu definieren, zu bewerten und zu steuern. • Investitionsentscheidungen vorzubereiten, zu analysieren und an die Portfolioebene zu berichten. • in der Steuerung des Transaktionsmanagements mitzuwirken (Akquisitions-, Exit- und Mietmanagement, Initiierung, Steuerung und ggf. Durchführung von Due Diligence und Immobilienbewertungen).	

	<u>Themenblock Portfolio-Management</u> Kenntnisse und Lehrinhalte • die Ansätze aktueller Portfoliotheorien zu unterscheiden. • die Werkzeuge der Immobilienbewirtschaftung zu beschreiben. Kompetenzen • die gewählte Unternehmensstrategie durch den zielgerichteten An- und Verkauf geeigneter Immobilien und den Aufbau risiko-gestreuter Immobilienbestände langfristig abzusichern. • die Absicherung bzw. Steigerung des Portfoliowertes zu gewährleisten. • Unternehmensstrategien für Unternehmen mit Immobilienbesitz zu entwickeln. • die Umsetzung dieser Strategien durch den Einsatz von digitalen Instrumenten des Immobilien- und Projekt-Controllings sicherzustellen. • die Ansätze aktueller Portfoliotheorien an ausgewählten Fallbeispielen anzuwenden. • die Struktur für einen aufzulegenden geschlossenen Immobilienfonds zu konzipieren. <u>Themenblock Facility-Management</u> Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage Kenntnisse und Lehrinhalte • 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. • FM-Leistungsbilder und die daraus resultierenden Honorare/Kostenbandbreiten zu definieren. Kompetenzen • Facility Management Leistungen objektbezogen zu beauftragen und zu betreuen.
Wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer Grundlagen sowie Fallbeispiele/Cases individuell und in Kleingruppen erarbeiten, präsentieren und diskutieren

3.7 Tourismus-Management (TM)

Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Business Information Systems
Bei dieser Lehrveranstaltung handelt es sich um eine Selbstlernstrecke , die Studierende über eine e-Learning Plattform absolvieren.		
Studiengang	TM Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Schlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • an der Implementierung und dem laufenden Betrieb betrieblicher Informationssysteme mitzuarbeiten. • betriebliche Datenquellen zu gestalten und zu nutzen.	
Lehrinhalte	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, eine erste Auseinandersetzung mit grundlegenden Fragen rund um die Verwendung betrieblicher Informationstechnologien und Fragen des betrieblichen Datenmanagements zu ermöglichen. Darüber hinaus werden digitale Geschäftsprozesse und generelle Fragen zur fortschreitenden Digitalisierung unserer Gesellschaft diskutiert. Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • die Bedeutung von betrieblichen Informationstechnologien für moderne Unternehmen zu beschreiben. • grundlegende Konzepte und Begriffe der Informationstechnik (z.B. Computersysteme, Hardware, Software, Netzwerke & IT-Sicherheit usw.) zu erklären. • Die Verknüpfung zwischen Geschäftsprozessen und betrieblichen Informationssystemen zu demonstrieren. • Aspekte der Auswahl, Planung, Entwicklung und des Betriebs von Informationssystemen zu diskutieren. • Grundlagen des betrieblichen Datenmanagements zu skizzieren. • aktuelle Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung der Unternehmenssteuerung zu diskutieren.	

Studiengang	TM Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • durch Gespräche mit Tourismus-Verantwortlichen und Recherchearbeiten die Nachhaltigkeitsdimensionen einer Destination ganzheitlich zu analysieren und • entsprechende strategische und praktische Handlungsempfehlungen zu formulieren.
Lehrinhalte	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist eine vertiefende Auseinandersetzung mit aktuellen touristischen Trends und Themen. Verschiedene Impulse zu unterschiedlichen Entwicklungen im Tourismus werden analysiert und von den Studierenden im Rahmen eines Projekts bearbeitet, geplant und präsentiert. Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • relevante touristische Themen und Trends zu benennen und zu diskutieren. • relevante Informationen zu aktuellen, touristischen Trends zu generieren, zusammenzufassen und aufzubereiten.

Studiengang	TM Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • das Potenzial aktueller Entwicklungen und relevanter Trends für den Tourismus zu bewerten und im Bedarfsfall sinnvoll zu integrieren.
Lehrinhalte	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist die vertiefte Auseinandersetzung mit touristischen Destinationen als Raum, in dem die Interessen und Bedürfnisse unterschiedlicher AkteurInnen und Stakeholder aufeinandertreffen. Wettbewerbsmerkmale und Nachhaltigkeitsdimensionen werden anhand von touristischen Destinationsstrategien, -angeboten und -produkten kritisch analysiert und diskutiert. Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • die AkteurInnen, Ressourcen und Stakeholder einer touristischen Destination zu benennen, • interne und externe Einflussfaktoren auf eine Destination zu erläutern, • die Aufgaben einer zeitgemäßen Destinationsmanagement-Organisation sowie Trends in der Destinationsentwicklung zu erklären.

Lehrveranstaltungstitel		Grundlagen der Datenkompetenz
Studiengang	TM Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	2. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder schriftliche Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • eigenständig statistische Fragestellungen auf höherem Niveau zu lösen • statistische Instrumente, unter Berücksichtigung entsprechender theoretischer Überlegungen, auszuwählen und lösungsorientiert einzusetzen • die unternehmerische Relevanz von Daten erfassen und argumentieren	
Lehrinhalte	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, grundlegende Fragen zur Relevanz von Daten im betrieblichen Kontext und damit einhergehende Herausforderungen zu diskutieren. Darüber hinaus werden statistische Grundlagen und die softwaregestützte Analyse von Daten geübt und angewandt. Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • grundlegende Fragen und Herausforderungen im Umgang mit Daten zu erfassen • die grundlegenden Ideen und Ziele von statistischen Fragestellungen und wahrscheinlichkeitstheoretischen Konzepten zu verstehen • datenbezogene und statistische Grundbegriffe zu erklären	

Studiengang	TM Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	4. Semester
Leistungsbeurteilung	immanente Teilleistungen und/oder schriftliche Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • den innovativen Charakter eines selbstentwickelten touristischen Produkts sowie eine potenzielle Markteinführung überzeugend zu präsentieren und • im Rahmen einer schriftlichen Ausarbeitung die Schritte der Produktentwicklung nachvollziehbar zu formulieren und zu visualisieren.
Lehrinhalte	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist die Identifikation und Entwicklung innovativer Produkte im Tourismus- und Hospitalitybereich unter Berücksichtigung der Customer Experience. Die Kenntnisse theoretischer Abläufe sollen von den Studierenden unter Anleitung von Service Design Expert:innen in die Praxis transferiert werden, um konkrete touristische Produkte zu entwickeln. Nach positivem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind Absolvierende in der Lage: • die Begriffe Service Design, Experience Design, Design Thinking und Co-Creation zu definieren und voneinander abzugrenzen, • die Relevanz von Innovation und Innovationsprozessen, Kenntnisse und Lehrinhalt für die touristische Produktentwicklung zu erläutern.

Studiengang	TM Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	6. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	Nach positivem Abschluss des Moduls sind Absolvierende in der Lage: Kenntnisse und Lehrinhalte - Wirtschaftssysteme und wirtschaftspolitische Ansätze zu kennen und darüber diskutieren zu können. - Modelle zur Darstellung und Analyse ökonomischer Zusammenhänge und von Einflussfaktoren auf das System Tourismus zu diskutieren. - Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen dem System Tourismus und der ökologischen Umwelt erklären zu können. - Instrumente der (Tourismus-)politik zu erfassen und zu diskutieren. Fertigkeiten - die politische Dimension sowie die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zu beurteilen. - aktuelle Entwicklungen im Wirtschaftssystem Tourismus zu analysieren und zu bewerten. - die ökologischen und soziokulturellen Auswirkungen von Tourismusaktivitäten zu erfassen und zu beschreiben. Kompetenzen - Zusammenhänge zwischen Tourismus, Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft und Politik erklären und kritisch hinterfragen zu können. - Wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten sowie politische Handlungsfelder einzuschätzen. - Konkrete Lösungsvorschläge zu entwickeln und deren Folgewirkungen zu hinterfragen.
Lehrinhalte	Ganzheitlich integrative Analyse des System Tourismus anhand eines konkreten Beispiels (Systemanalyse) Ziel dieses Moduls ist eine ganzheitliche Betrachtung des System Tourismus unter Berücksichtigung der SDGs. Darüber hinaus werden volkswirtschaftliche Grundlagen und Denkweisen diskutiert und Zusammenhänge zwischen (Tourismus-)wirtschaft, Ökologie, Gesellschaft und politischen Handlungsinstrumenten analysiert.