

# KURSKATALOG

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

## Wintersemester 2026/27

(September 2026 – Jänner 2027)

FHWien der WKW  
University of Applied Sciences for  
Management & Communication

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



# Überblick über die deutschsprachigen Kurse

## Wintersemester 2026/27 (September bis Jänner)

<b>1</b>	<b>INFORMATIONEN ZUM KURSKATALOG</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>INDIVIDUELLE KURSÜBERSICHT</b>	<b>4</b>
2.1	CONTENT PRODUCTION & DIGITAL MEDIA MANAGEMENT (JOCOBA)	4
2.2	DIGITAL BUSINESS (DiB)	4
2.3	DIGITAL INNOVATION	4
2.4	DIGITAL TECHNOLOGY & INNOVATION	4
2.5	FINANZWESEN, STEUERWESEN UND CONTROLLING (FIM)	5
2.6	IMMOBILIENWIRTSCHAFT UND –MANAGEMENT (REM)	5
2.7	JOURNALISMUS UND MEDIEN (JOUR)	5
2.8	KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT (COM)	5
2.9	MARKETING & SALES (MARS)	6
2.10	TOURISMUS-MANAGEMENT (TM)	6
2.11	UNTERNEHMENSFÜHRUNG - ENTREPRENEURSHIP (MGMT)	6
<b>3</b>	<b>KURSBESCHREIBUNGEN</b>	<b>7</b>
3.1	CONTENT-PRODUKTION & DIGITALES MEDIENMANAGEMENT (JOCOBA)	7
3.2	DIGITAL BUSINESS (DiB)	16
3.3	DIGITAL INNOVATION	21
3.4	DIGITAL TECHNOLOGY & INNOVATION	22
3.5	FINANZWESEN, STEUERWESEN UND CONTROLLING (FIM)	24
3.6	IMMOBILIENWIRTSCHAFT UND –MANAGEMENT (REM)	30
3.7	JOURNALISM & MEDIA MANAGEMENT (JOUR)	41
3.8	KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT (COM)	52
3.9	MARKETING & SALES (MARS)	57
3.10	TOURISMUS-MANAGEMENT (TM)	67
3.11	UNTERNEHMENSFÜHRUNG – ENTREPRENEURSHIP (MGMT)	70

# 1 Informationen zum Kurskatalog

Liebe Incoming-Studierende,

die FHWien der WKW hat drei Studienbereiche, die zusammen zehn Bachelor- und neun Master-Programme anbieten. In diesem Dokument finden Sie die **deutschsprachigen Kurse**, die für unsere Incomings im Wintersemester 2026/27 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 aufgeteilt, die nochmals in **Bachelor- und Master-Kurse** unterteilt werden. Alle Bachelor-Kurse sind in hellblau und alle Master-Kurse in lila hinterlegt. Masterkurse können Sie nur buchen, wenn Sie an Ihrer Heimatuniversität auch auf Masterlevel studieren.

Wir möchten Sie darauf hinweisen, dass Sie Kurse aus verschiedenen Themenbereichen und Studiengängen kombinieren können. Darüber hinaus können Sie das Kursangebot aus dem deutschsprachigen mit dem englischsprachigen Course Guide kombinieren.

Bitte beachten Sie ggf. fachliche Voraussetzungen, die in den einzelnen Kursbeschreibungen angegeben sind.

## Platzvergabe

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

## Informationen zum Ausfüllen des Online / Digital Learning Agreements:

### Receiving institution:

Name: FHWien der WKW  
Adresse: 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](mailto:ista@fh-wien.ac.at)  
Position der administrativen Kontaktperson: Office Manager

### Verantwortliche Person an der aufnehmenden Institution:

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

## Weitere Hinweise

- Bitte beachten Sie, dass einige Kurse aus verschiedenen Teilmodulen bestehen können, die nur in Kombination gewählt werden können. Sollte dies der Fall sein, finden Sie eine entsprechende Anmerkung in der Kursbeschreibung.
- Das Kursangebot gilt nur für das erwähnte Semester. In zukünftigen Semestern kann das Kursangebot abweichen.
- Wir möchten Sie auch darauf hinweisen, dass Kosten für Kursmaterialien (Bücher u. ä.) anfallen können.

## 2 Individuelle Kursübersicht

### 2.1 Content Production & Digital Media Management (JOCOBA)

Bachelor	
Bildbearbeitung & Grafikdesign	2 ECTS
Bildsprache & Wahrnehmungspsychologie	1 ECTS
Communication Management	3 ECTS
Fotografie	3 ECTS
Marketing & Sales	3 ECTS
Medienökonomie	2 ECTS
Multimedia	6 ECTS
Video- & Content-Produktion 1	6 ECTS
VWL	4 ECTS

### 2.2 Digital Business (DiB)

Wenn Sie Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) absolvieren möchten, müssen Sie mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen. Dazu können Sie Kurse aus dem englisch- und dem deutschsprachigen Course Guide kombinieren.

Zu Semesterbeginn findet eine **Info-Veranstaltung** statt, die verpflichtend zu besuchen ist.

Bachelor	
AI-Based Information Systems	6 ECTS
Business and Information Law	6 ECTS
Data Modeling and Databases	6 ECTS
Project Management	3 ECTS
Project Work: Business Process Management	6 ECTS

### 2.3 Digital Innovation

Voraussetzungen:

1. abgeschlossener CB-IT Bachelor Wirtschaftswissenschaften
2. Onboarding-Gespräch mit der Studiengangsleitung in der ersten Semesterwoche

Master	
Cloud-based IT-Infrastructure	6 ECTS

### 2.4 Digital Technology & Innovation

Voraussetzungen:

1. abgeschlossener HIT Bachelor in Wirtschaftsinformatik
2. Onboarding-Gespräch mit der Studiengangsleitung in der ersten Semesterwoche

Master	
Human Technology Interaction	6 ECTS

## 2.5 Finanzwesen, Steuerwesen und Controlling (FIM)

Bachelor	
Derivatives Fostering Sustainable Finance*	3 ECTS
Rhetorik	1 ECTS
Sustainable Investment Management*	3 ECTS
Unternehmensprojekt*	2 ECTS
Master	
International Accounting*	6 ECTS
Leadership Skills	6 ECTS

## 2.6 Immobilienwirtschaft und -management (REM)

Bachelor	
Finanzmathematik	2 ECTS
Immobilienmarketing	3 ECTS
Immobilienmarkt	3 ECTS
Immobilien-Projektmanagement	3 ECTS
Investition & Finanzierung	4 ECTS
Liegenschaftsbewertung	3 ECTS
Maklerwesen in der Praxis	3 ECTS
Makro- und Mikroökonomie	3 ECTS
Master	
Bauträgerwesen	6 ECTS

## 2.7 Journalismus und Medien (JOUR)

Bachelor	
Capital Investment & Funding	3 ECTS
Interviewtechniken*	2 ECTS
Investigative Recherche*	1 ECTS
Project Controlling	3 ECTS
Schreiben*	3 ECTS
TV Magazine (Input)*	2 ECTS
TV Magazine (Produktion)*	4 ECTS
Master	
Datenjournalismus*	4 ECTS
Entrepreneurial Journalism: Project*	4 ECTS
Investigative Recherche*	2 ECTS
Media Entrepreneurship*	2 ECTS

## 2.8 Kommunikationswirtschaft (COM)

Bachelor	
Betriebswirtschaftslehre und Finanzen	6 ECTS
Praxisprojekt 1	6 ECTS
Master	

\* Bitte beachten Sie die Anmerkung in der Kursbeschreibung.

## 2.9 Marketing & Sales (MARS)

Bachelor	
Grundlagen der Distributionspolitik*	3 ECTS
Konsumentenverhalten	3 ECTS
Management der Distributionsprozesse*	3 ECTS
Marktforschungsmethoden	3 ECTS
Praxisprojekt 1	6 ECTS
Preisstrategien	2 ECTS
Produkt- & Markenstrategien	4 ECTS
Master	
Multivariate Analyseverfahren	3 ECTS
Praxisprojekt	6 ECTS
Quantitative Designs	3 ECTS

## 2.10 Tourismus-Management (TM)

Bachelor	
Digital Marketing Project	6 ECTS
Digitale Transformation im Tourismus	3 ECTS
Organizational Design & Process Management	6 ECTS

## 2.11 Unternehmensführung - Entrepreneurship (MGMT)

Bachelor	
Business Presentations 2	2 ECTS
Datenmanagement und Datensicherheit	1 ECTS
Digital Business Concepts	2 ECTS
Finanzwirtschaft	2 ECTS
Internationalisierungsstrategien	3 ECTS
Investitionsrechnung	1 ECTS
Personalmanagement	3 ECTS
Projektmanagement	3 ECTS
Steuerrecht	3 ECTS
Strategisches Management	3 ECTS
Wirtschaftspolitik	3 ECTS

## 3 Kursbeschreibungen

### 3.1 Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)

#### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Bildbearbeitung & Grafikdesign
Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Einsatz und Ziele von Bildbearbeitung im Journalismus zu beschreiben;</li><li>• digitale Bildformate und deren Eigenschaften zu unterscheiden;</li><li>• Fachbegriffe und grundlegende Konzepte des Grafikdesigns (z.B. Gestaltgesetze, Farbharmonien, Farbpsychologie, Typografie) zu erläutern;</li></ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• einen digitalen Workflow für die Ablage und Organisation von Bilddateien aufzusetzen;</li><li>• Fotos digital zu bearbeiten (Retusche, Korrekturen etc.);</li><li>• multimediale Inhaltselemente (z.B. Bilder, Videos, Grafiken, Text) unter Anwendung der Gestaltungsprinzipien in einem digitalen Medienprodukt zusammenzustellen;</li><li>• Gestaltgesetze, Typografie und Farbenlehre für digitale Medienprodukte anzuwenden;</li></ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bilder und Fotos für die Verwendung in digitalen Medienprodukten bereitzustellen;</li><li>• digitale Medienprodukte mit professioneller Software (z.B. Adobe Photoshop, InDesign) umfassend zu gestalten.</li></ul>	

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• theoretische Aspekte der visuellen Kommunikation (Aufgabenbereiche, Gestaltung und Wirkung) zu beschreiben;</li> <li>• Grundsätze und Prinzipien des Einsatzes von Bildern in der (massen)medialen Kommunikation (Bildsprache, Bildpsychologie und Bildwahrnehmung) zu erläutern;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Forschungsansätze zur Beschreibung, Analyse und Interpretation von Bildern anhand von Beispielen anzuwenden;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Wirkung von Bildern und deren Einsatz im Journalismus kritisch zu analysieren und anhand aktueller Themenfelder zu diskutieren</li> </ul>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Prüfung, Projektergebnisse (Case Study) in der Gruppe
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe, Aufgabe und Funktion von Communication Management (externe und interne PR sowie Kommunikations-, Presse- und Medienarbeit) nach außen und innen in einem digitalisierten Umfeld zu verstehen und zu erklären;</li> <li>• Prozesse und Strategien des Communication Management zu erläutern;</li> <li>• die Vielzahl der Instrumente für die Unternehmenskommunikation zu kennen, zu verstehen und zu präsentieren;</li> <li>• Österreichs Medienlandschaft in Zahlen, Daten und Fakten zu verstehen und zu beschreiben;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmen und deren Communication Management zu analysieren bzw. Ideen für das Communication Management von Unternehmen zu entwickeln;</li> <li>• nationale und internationale Medienplattformen, -unternehmen und -netzwerke im Überblick zu erläutern und zu diskutieren;</li> <li>• diverse Instrumente der Kommunikation in einer digitalisierten Medienwelt zu kennen und im Hinblick auf Maßnahmen auszuwählen;</li> <li>• Kommunikationsstrategien zu entwerfen und die Nutzung/den Einsatz diverser Medien als Kommunikationsplattformen zu strukturieren, zu erläutern und zu begründen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u> (Fokus hier auf Kenntnisse und Fertigkeiten)</p>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• technische und gestalterische Grundlagen der Fotografie zu beschreiben;</li> <li>• Grundbegriffe der Fotografie (z.B. Brennweite, Belichtung) zu erläutern;</li> <li>• Einsatzbereiche der Fotografie in der journalistischen Berufspraxis zu skizzieren;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen digitalen Fotoapparat unter Verwendung der manuellen Einstellungen in unterschiedlichen Settings zu bedienen;</li> <li>• grundlegende Konzepte der Bild- und Objektdramaturgie im Bereich Fotografie anzuwenden;</li> <li>• die Motivauswahl und -erfassung für Fotos sinnhaft umzusetzen;</li> <li>• Bild- und Gestaltungsgesetze in der Fotografie praktisch anzuwenden (z.B. Goldener Schnitt);</li> <li>• die Inszenierung von Bildern für die journalistische Anwendung (z.B. Porträtfotos) umzusetzen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• qualitativ hochwertige digitale Fotos für journalistische Geschichten zu erstellen.</li> </ul>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Schriftliche Prüfung und/oder Projektergebnisse (Case Study) in der Gruppe
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe, Aufgabe und Funktion des Marketings in einem digitalisierten Umfeld zu erklären;</li> <li>• Prozesse und Strategien in der Marketingplanung zu erläutern;</li> <li>• Marketingmix-Modelle gegenüberzustellen und diverse Instrumente des Marketings zu beschreiben;</li> <li>• die Nutzung von Medien als Marketingplattform zu verstehen;</li> <li>• Medienmarketing vom Unternehmensmarketing zu differenzieren;</li> <li>• Trends wie Digitalisierung, Disruption &amp; Innovation, Technologie &amp; Automatisierung (AI), Customer Journey &amp; Content Production etc. für externe &amp; interne Plattformen zu beschreiben und zu verstehen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• diverse Instrumente des Marketings im Hinblick auf Maßnahmen sinnvoll auszuwählen und die getroffene Auswahl zu argumentieren;</li> <li>• Marketingstrategien für und mit Medien in einer digitalisierten Welt zu entwerfen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u> (Fokus hier auf Kenntnisse und Fertigkeiten)</p>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienmanagement-Begriffe, -Paradigmen, -Modelle und -Systeme zu benennen und einzuordnen;</li> <li>• Kernaspekte der Medienökonomie zu benennen und zu diskutieren;</li> <li>• die spezielle BWL sowie VWL der Medien zu erklären;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die speziellen BWL- sowie VWL-Komponenten und Aspekte der Medienökonomie anhand von konkreten aktuellen Beispielen zu diskutieren;</li> <li>• Modelle in einen aktuellen Kontext setzen zu können;</li> <li>• aktuelle Geschehnisse mit volkswirtschaftlichem Bezug erklären und in einen Kontext setzen zu können;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Medienmärkte oder –Marktsituationen zu analysieren und daraus Schlussfolgerungen zu ziehen.</li> </ul>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Merkmale von Multimedia, Crossmedia und Transmedia im Journalismus zu unterscheiden;</li> <li>• Qualitätskriterien für Multimedia-Journalismus beispielhaft zu erläutern;</li> <li>• den Einsatz und die dramaturgische Kombination von Text-, Audio-, Video- und Bildinhalten für multimediales Storytelling und verschiedene Formate (z.B. Newsgames, Social-Media-Stories) zu diskutieren;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• geeignete journalistische Themen und digitale Formate für multimediales Storytelling auszuwählen und zu begründen;</li> <li>• aktuell relevante multimediale Formate mit geeignetem Equipment (z.B. Spiegelreflexkamera, 360-Grad-Kamera, Smartphone) zu produzieren;</li> <li>• ausgewählte digitale Tools (z.B. Wordpress, Pageflow) für die Präsentation bzw. Publikation von Multimedia-Inhalten zu nutzen</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• in journalistische Multimedia-Projekt (z.B. Multimedia-Reportage) mittels eines Storyboards dramaturgisch zu planen und in Teams arbeitsteilig umzusetzen.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Multimedia-Grundlagen: Vermittlung und Festigung grundlegender Konzepte des Multimedia-Journalismus mittels Blended Learning Elementen.</p> <p>Multimedia-Projekt: Umsetzung eines journalistischen Multimedia-Projekts (z.B. Multimedia-Reportage) in Kleingruppen mit begleitenden Redaktions- und Feedbacksitzungen.</p>

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeit und Übungen
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Umsetzung der theoretischen und praktischen Grundlagen für die Gestaltung von Videos erfolgreich zu demonstrieren;</li> <li>• technische Produktionsweisen (Kamera und Schnitt) im TV- und Videobereich auszuführen;</li> <li>• Interview- und Sprechtechniken abzuleiten;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen Videobeitrag inhaltlich und organisatorisch zu planen;</li> <li>• die dafür nötige Recherche durchzuführen, wie auch die Umsetzung der einzelnen Produktionsschritte;</li> <li>• die technische Fertigstellung eigenständig durchzuführen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Verwendung von dramaturgischen Gestaltungsprinzipien und Bildregeln zu begründen;</li> <li>• Texte für den TV- und Videobereich zu schreiben;</li> <li>• theoretische Regeln der Sprechtechnik in der Praxis abzuleiten.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Theoretische Grundlagen für die Gestaltung von Videos in der Praxis anzuwenden und in einem Videoprojekt umzusetzen.

Studiengang	Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (JOCOBA)/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aus dem Bereich der Wirtschaftspolitik Grundbegriffe der VWL zu beschreiben und Wirtschaftssysteme und -schulen zu kennen;</li> <li>• ideologische Grundlagen der Wirtschaftspolitik zu benennen;</li> <li>• die aktuelle Wirtschaftspolitik und staatliche Institutionen zu verstehen und kritisch zu hinterfragen;</li> <li>• Formen/Ursachen des Marktversagens zu kennen und anhand aktueller Beispiele zu diskutieren;</li> <li>• aus dem Bereich der Mikroökonomie das wirtschaftswissenschaftliche Verhaltensmodell zu schildern;</li> <li>• das Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage auf Märkten zu verstehen und mit Hilfe verschiedener Theorien (Haushaltstheorie, Produktions- und Kostentheorie) zu erklären;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• volkswirtschaftliche Formeln anwenden, Ergebnisse analysieren und auf Beispiele der eigenen Branche übertragen können;</li> <li>• konjunkturelle Entwicklungen abschätzen können;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Märkte oder Marktsituationen analysieren, daraus Schlussfolgerungen ziehen und Vorschläge für Entscheidungsträger konzipieren können;</li> <li>• wirtschaftspolitische Maßnahmen, verstehen, analysieren und bewerten können.</li> </ul>

## 3.2 Digital Business (DiB)

1. Um Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) zu besuchen, müssen Sie mindestens **7 ECTS** in diesem Studiengang wählen. Dazu können Sie Ihre Kursauswahl mit individuellen Lehrveranstaltungen aus dem englisch- oder deutschsprachigen Course Guide kombinieren, um genügend ECTS Credits zu erreichen.
2. Der Besuch der **Infosession** zu Semesterbeginn ist verpflichtend.

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		AI-Based Information Systems
Um Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) zu besuchen, müssen Sie <b>mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang</b> wählen.		
Studiengang	Digital Business (DiB)/Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen	
Kompetenzerwerb	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage:</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <p>AbsolventInnen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AbsolventInnen kennen KI-Funktionalitäten und deren theoretische Hintergründe und Konzepte (z.B. Prognose und Mustererkennung, maschinelles Lernen, generative KI mit Sprachmodellen)</li> <li>• verbreitete Typen betrieblicher Standardsoftware mit KI-Funktionalität</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <p>AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• typische KI-Funktionalitäten hinsichtlich betriebswirtschaftlicher Einsatzmöglichkeiten und technischer Komplexität zu beurteilen (z.B. Chatbots und intelligente Sprachassistenten)</li> <li>• Chancen und Risiken von KI-unterstützten Standardanwendungssystemen zu beurteilen (z.B. ökologische, ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen)</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <p>AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Auswahl und Integration von KI-unterstützten Standardanwendungssystemen aus betriebswirtschaftlicher und technischer Sicht zu begleiten</li> <li>• die Bedeutung aktueller Trends für konkrete Unternehmen abzuschätzen</li> </ul>	
Lehrinhalte	<p>Das Modul beschäftigt sich mit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verbreiteten Typen betrieblicher Informationssysteme, die durch KI-Funktionalitäten erweitert und unterstützt werden</li> <li>• Good Practices zur Abbildung typischer Geschäftsprozesse mit diesen Systemen</li> <li>• deren Anforderungen an die Unternehmensarchitektur sowohl aus technischer als auch aus wirtschaftlicher Sicht</li> </ul>	

Um Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) zu besuchen, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.**

Studiengang	Digital Business (DiB)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p><u>Kenntnisse</u> AbsolventInnen verstehen Grundbegriffe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• der Rechtswissenschaften</li> <li>• der allgemeinen Vertragsgestaltung</li> <li>• des Unternehmens- und Gesellschaftsrechts</li> <li>• der Rechtsdurchsetzung</li> </ul> <p>wesentliche Normen und Unterschiede im</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenschutzrecht</li> <li>• Urheberrecht</li> <li>• Markenrecht</li> <li>• Internetrecht</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u> AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ausgewählte, standardisierte Herangehensweisen zur Risikobewältigung mit Bezug zum Informationsrecht vorzuschlagen.</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u> AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bei der Gestaltung und dem Betrieb von Informationssystemen wesentliche informationsrechtliche Normen im Auge zu behalten und gezielt juristische Expertinnen und Experten beizuziehen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Einführung in die Rechtswissenschaften Grundbegriffe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• des allgemeinen Vertragsrechts</li> <li>• des Unternehmens- und Gesellschaftsrechts</li> <li>• des Wettbewerbsrechts</li> </ul> <p>Ausgewählte Fragen aus den folgenden Rechtsgebieten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E-Business bzw. Internetrecht</li> <li>• Urheberrecht</li> <li>• Markenrecht</li> </ul> <p>Rechtsdurchsetzung</p>

Um Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) zu besuchen, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.**

Studiengang	Digital Business (DiB)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p><u>Kenntnisse</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenbankstrukturen, SQL/noSQL-Konzepte, Datentransfermodelle und gängige Umsetzungsmöglichkeiten</li> <li>• Wirkungsweisen von Datenbankenabfragen durch gängige Technologien</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <p>AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenflüsse strukturiert und interdisziplinär lesbar zu dokumentieren bzw. entsprechende Dokumentationen kritisch zu interpretieren</li> <li>• Daten aus Datenbanken mittels einfacher Abfragen zu extrahieren</li> </ul> <p><u>Kompetenz</u></p> <p>AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Datenbankenlösungen hinsichtlich ihrer grundsätzlichen Eignung – sowohl technisch als auch wirtschaftlich – für den praktischen Einsatz in Grundzügen zu evaluieren</li> <li>• bestehende und neue Applikationen hinsichtlich ihrer Eignung in puncto Datentransfermodell einzuschätzen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Einführung in Datenbanken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenquellen, Datenmodelle, Datenbanksysteme</li> <li>• Überblick/Funktionsweisen gängiger Datenbankenlösungen (SQL / NoSQL)</li> <li>• Grundlagen Data Warehouses (Einsatzbeispiele, Vergleich mit anderen Ansätzen)</li> <li>• Kosten-, Ressourcen- und Anforderungsanalyse</li> </ul> <p>Datenbeschreibungskonzepte &amp; Modelle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gegenstand und Notation von Datenmodellierung</li> <li>• Standards und Technologien</li> <li>• Transfermodelle für Daten</li> </ul> <p>Datenbankabfragen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfache Schritte in MySQL</li> <li>• Daten manuell &amp; maschinell aus Datenbanken abfragen - Praxis / Überblick</li> </ul>

Um Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) zu besuchen, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.**

Studiengang	Digital Business (DiB)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p><u>Kenntnisse</u> AbsolventInnen kennen Projekte und Projektmanagement als Bestandteile einer modernen und effizienten Unternehmensorganisation</p> <p><u>Fertigkeiten</u> AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, die wichtigsten Werkzeuge des Projektmanagements richtig an-zuwenden.</p> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz, Projekte eigenständig zu definieren, zu beauftragen, zu planen und zu steuern und „eigene Projekte“ mit den Mitteln des Projektmanagements zu begleiten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p><b>Grundlagen des Projektmanagements</b></p> <p>In Anlehnung an die Voraussetzungen für die IPMA Level D Zertifizierung: ICB4, Methodiken &amp; Prozesse in der jeweils aktuellen PM-Baseline</p> <p>Projektorganisation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektdefinition und -beauftragung</li> <li>• Tools der Projektplanung (Projektstrukturplan, Projektumweltanalyse...)</li> <li>• Projektrisikomanagement</li> </ul> <p>Elemente des Projektmarketings Elemente des Projektcontrollings</p>

Um Lehrveranstaltungen im Studiengang Digital Business (DiB) zu besuchen, müssen Sie **mindestens 7 ECTS in diesem Studiengang wählen.**

Studiengang	Digital Business (DiB)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen
Kompetenzerwerb	<p><u>Kenntnisse</u> AbsolventInnen kennen für die Aufgaben entlang des Lebenszyklus für das Geschäftsprozessmanagement verbreitete Ansätze und Methoden mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen</p> <p><u>Fertigkeiten</u> AbsolventInnen verfügen über die Fertigkeit, für konkrete Anwendungsfälle des Geschäftsprozessmanagements Methoden begründet auszuwählen und reflektiert einzusetzen</p> <p><u>Kompetenz(en)</u> AbsolventInnen verfügen über die Kompetenz, verbesserbare und verbesserwürdige Geschäftsprozesse zu identifizieren, zu analysieren und Verbesserungsmöglichkeiten zu erarbeiten um damit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wichtige Vorarbeiten für die Gestaltung von IS zu leisten</li> <li>• Grundlagen für die zielgerichtete Kommunikation zwischen Usern, technischen Expertinnen und Experten und kaufmännischen Führungskräften zu erarbeiten</li> <li>• zur effizienteren und effektiveren Führung von Unternehmen beizutragen</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Das Modul beschäftigt sich mit dem Erheben, Analysieren und Verbessern von Geschäftsprozessen im Rahmen konkreter Anwendungsprojekte aus dem beruflichen Umfeld der Studierenden oder bei Partnerunternehmen des Studiengangs:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektplanung</li> <li>• Prozess</li> <li>• Identifizierung, Abgrenzung mit Hilfe von Referenzmodellen und Prozesslandkarten, Bewertung</li> <li>• Erhebung, Dokumentation und Analyse mit unterschiedlichen Methoden</li> <li>• Ausgewählte Modellierungstools</li> <li>• Verbesserung (top-down und kontinuierliche Ansätze)</li> <li>• Planung der Prozesseinführung</li> <li>• Planung der Prozessüberwachung und Weiterentwicklung</li> <li>• Ergebnispräsentation</li> </ul>

## 3.3 Digital Innovation

### Master

#### Voraussetzungen:

1. abgeschlossener CB-IT Bachelor Wirtschaftswissenschaften
2. Onboarding-Gespräch mit der Studiengangsleitung in der ersten Semesterwoche

Course Title	Cloud-based IT-Infrastructure
German Course Title	Cloud-based IT-Infrastructure
Studiengang	Digital Innovation/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	1. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Leistungsbeurteilung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Test zu Fragestellungen entsprechend der Basisliteratur</li> <li>• Bewertung der Gruppenarbeit</li> </ul>
Lernergebnisse	Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage:  <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• allgemeine Cloud-Computing-Grundlagen und Cloud-Geschäftsmodelle zu erklären</li> <li>• technische Grundlagen und Hauptservices globaler cloudbasierter IT-Infrastrukturen (z. B. Datenverarbeitung, Entwicklung, Speicherung) zu beschreiben</li> <li>• zentrale Verwaltungsservices (z. B. Datenmigration, Kontenverwaltung, Containerverwaltung) zu benennen.</li> </ul> <u>Fertigkeiten</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• technische und organisationale Anforderungen globaler cloudbasierter IT-Infrastrukturen zu analysieren</li> <li>• Auswirkungen auf Datenschutz, Datensicherheit und Compliance zu beurteilen</li> <li>• Preisgestaltung und Kostenkalkulation globaler Anbieter*innen zu vergleichen.</li> </ul> <u>Kompetenz(en)</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• organisationale Konsequenzen cloudbasierter IT-Infrastrukturen zu reflektieren und Entscheidungen mitzugestalten</li> <li>• grundlegende Verwaltungstätigkeiten im Rahmen von Entwicklungsprojekten durchzuführen.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereitetes Text- und Videomaterial zur verdichteten, selbstverantwortlichen Erarbeitung theoretischer Grundlagen und Fachbegriffe</li> <li>• Interaktive Vorträge zur Vermittlung komplexer technischer Sachverhalte sowie Vertiefung des Verständnisses der Zusammenhänge der theoretischen Inhalte.</li> <li>• Gruppenarbeiten zur Spezifizierung von cloudbasierten Projektvorhaben und Architekturbeschreibungen</li> </ul>

## 3.4 Digital Technology & Innovation

### Master

#### Voraussetzungen:

1. abgeschlossener HIT Bachelor in Wirtschaftsinformatik
2. Onboarding-Gespräch mit der Studiengangsleitung in der ersten Semesterwoche

Course Title	Human Technology Interaction
German Course Title	Human Technology Interaction
Studiengang	Digital Technology & Innovation/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	1. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Leistungsbeurteilung <ul style="list-style-type: none"> <li>• laufende Einzelaufgaben</li> <li>• abschließende Projektarbeit (ggf. in Gruppen) mit Präsentation</li> </ul>
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage:</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Designprinzipien und Strategien für user-freundliche Schnittstellen zu erläutern</li> <li>• wesentliche Konzepte, die Zugang zu Technologien für alle Menschen ermöglichen (Barrierefreiheit, geschlechtersensibles Design) zu beschreiben</li> <li>• Werkzeuge und Technologien der Human-Technology-Interaction (z. B. Prototyping-Software, an der FHWien vorhandene Eye-Tracking-Systeme und VR/AR-Technologien) zu benennen</li> <li>• gesellschaftliche und technische Herausforderungen der neuesten Technologie-Trends zu erklären</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologieprozesse als Querschnittsmaterie von Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Technik zu analysieren</li> <li>• die Notwendigkeit kritischer Reflexion bei der Gestaltung und Beurteilung technischer Systeme zu erkennen</li> <li>• Methoden, um Designprozesse digitaler Produkte an der Schnittstelle Mensch-Computer zu konzipieren und zu begleiten</li> <li>• Grundregeln der Usability und des UX Designs anzuwenden</li> <li>• Prototyping als Methode, um Mensch-Maschine-Schnittstellen auf Usability und Akzeptanz zu prüfen</li> <li>• die Rolle von sozialen, kognitiven und kulturellen (insbesondere Gender-) Aspekten im technologischen Gestaltungsprozess zu berücksichtigen</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• technologischen Entwicklungen kritisch zu evaluieren</li> <li>• die Vorteile und Hürden von partizipatorischen und menschenzentrierten Prozessen zu begründen</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p><b>Inputphasen</b> (Vorträge im Plenum, ggf. mit anschließender Diskussion)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usability und User Experience</li> <li>• Gender &amp; Diversity im Technologie-Design</li> <li>• barrierefreie Technologie</li> <li>• Interface und Interaction Design</li> <li>• unterschiedliche Interaktions-Domänen mit Technologie (VR, Sprachassistentz, Chat-Bot, ...)</li> </ul>

- besondere Herausforderungen bei der Interaktion mit Künstlicher Intelligenz

**Projektarbeit**

- theoretisches und praktisches Wissen über die Schnittstelle Mensch-Computer soll in einer Projektarbeit eingesetzt und implementiert werden

## 3.5 Finanzwesen, Steuerwesen und Controlling (FIM)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Derivatives Fostering Sustainable Finance
Studierende müssen auf höherem BA-Niveau sein sowie fundierte Vorkenntnisse in Mathematik, Statistik und Finance haben.		
Studiengang	Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (FIM)/Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	5. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung	
Kompetenzerwerb	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• derivative Finanzinstrumente zu erläutern, zu bewerten und als Risikoabsicherungs-, Hedging- und Arbitrageinstrument anzuwenden,</li> <li>• die einzelnen Parameter in der Bewertung von Derivaten darzustellen und deren Bedeutung auf deren Kursentwicklung zu erläutern,</li> <li>• aktuelle Tendenzen bei Börse gehandelten bzw. OTC gehandelten ESG-Derivaten zu analysieren.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unter Berücksichtigung der wesentlichen Parameter und Modelle zur Bewertung von Derivaten, optimale Handelsstrategien ableiten zu können,</li> <li>• die Struktur und die Funktionsweise von Börse gehandelte bzw. OTC gehandelter ESG-Derivate zu erläutern und deren Entwicklungspotential einzuschätzen.</li> </ul>	
Lehrinhalte	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Futures-Märkte und Absicherungsstrategien mit Futures, Swaps darzustellen,</li> <li>• Bewertungen für Optionen, Sensitivitäten von Optionspreisen zu durchzuführen und dementsprechend Handelsstrategien für Optionen abzuleiten,</li> <li>• Schätzung von Volatilitäten, Korrelationen und Volatility Smiles durchzuführen,</li> <li>• die Funktionsweise von Exotischen Optionen zu skizzieren,</li> <li>• Konvexität, Zahlungstermine und Quantos zu erläutern,</li> <li>• Digitalisierung: derivative Preisberechnungsmodelle anzuwenden und aktuelle Digitalisierungstendenzen im Derivatehandel zu erläutern,</li> <li>• Die Funktionsweise von Börse gehandelten bzw. OTC gehandelten ESG-Derivaten zu erläutern.</li> </ul>	

Studiengang	Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (FIM)/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage, <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumente systematisch zu suchen und themenspezifisch einzuordnen,</li> <li>• rhetorische Stilmittel zu erläutern.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rhetorische Stilmittel zielgerichtet auszuwählen,</li> <li>• Spannungsbögen mittels Storytelling zu erzeugen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die eigenen rhetorischen Fähigkeiten realistisch einzuschätzen und weiterzuentwickeln.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Üben von unterschiedlichen rhetorischen Settings inkl. Feedbackrunden und Reflexionen

Studierende müssen auf höherem BA-Niveau sein sowie fundierte Vorkenntnisse in Mathematik, Statistik und Finance haben.

Studiengang	Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (FIM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	5. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Kompetenzerwerb	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die modernen Instrumente und Portfoliomodelle des Asset-Managements für Portfolioberechnungen anwenden zu können,</li> <li>• Digitalisierung: Portfolio-Theorie-Modelle softwaretechnisch abbilden zu können, um damit Simulationen durchzuführen,</li> <li>• die Besonderheiten von ESG-Analysen im Fall von institutionellen Nachhaltigkeitsveranlagungen zu beschreiben.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf Basis der Anwendung aktueller Portfoliomodelle optimierte Veranlagungsempfehlungen abzugeben,</li> <li>• Digitalisierung: Softwarelösungen von Portfolio-Theorie-Modellen zu evaluieren und etablierte Produktportfoliomanagementsystemen zu erläutern,</li> <li>• nachhaltige Portfolioveranlagungen herkömmlichen Veranlagungsportfolio vergleichend gegenüberzustellen und deren Entwicklung Angesichts der aktuellen Nachhaltigkeitsbestrebungen zu prüfen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Begriffe und Modelle (u.a. Global Equilibrium, Renditen, das Black-Litterman-Modell, institutionelle Fonds, Risikobudgetierung) im Asset Management erläutern zu können</li> <li>• traditionelle u. alternative Investment zu charakterisieren und zu unterscheiden,</li> <li>• grundlegende Charakteristika und Regularien betreffend nachhaltige Veranlagungen (u.a. Green Bonds, passive Anlagestrategien, Impact Investments) zu erläutern,</li> <li>• Digitalisierungstendenzen im Asset Management zu beschreiben, bedingt durch das regulatorische Umfeld, die Entstehung von „execution only“ Plattformen und Eintritt von FinTech-Unternehmen.</li> </ul>

Studierende sollten Vorkenntnisse in Social Skills und Projektmanagement haben.

Studiengang	Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (FIM)/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Instrumente und Werkzeuge des Projektmanagements für ein reales Unternehmensprojekt einzusetzen.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• komplexe Aufgabenstellungen aus der Unternehmensrealität zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die ausgearbeiteten Lösungsvorschläge zu präsentieren, zu verteidigen und zu argumentieren.</li> </ul>

# Master

Course Title	International Accounting
German Course Title	International Accounting
<b>Empfohlene Voraussetzungen für diesen Kurs: Grundkenntnisse in Buchhaltung</b>	
Studiengang	Financial Management & Controlling (FIM)/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage:</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen der Konzernrechnungslegung zu erklären.</li> <li>• den Entstehungsprozess der IAS/IFRS und die Organisation sowie den Aufbau des International Accounting Standards Boards (IASB) zu erläutern.</li> <li>• die Bestandteile des Jahresabschlusses nach den IAS/IFRS zu nennen sowie deren Aufbau und Funktionsweise zu erläutern.</li> <li>• zentrale Bilanzierungssachverhalte (Sachanlagen, Immaterielles Vermögen, Impairment Test, Fair Value, Finanzinstrumente, Rückstellungen, etc.) in der internationalen Rechnungslegung zu erklären.</li> <li>• die Grundsätze der Bewertung (im Vergleich zum UGB) zu erläutern.</li> <li>• zentrale Aspekte der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu nennen.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Standards des IAS/IFRS anhand konkreter Beispiele anzuwenden.</li> <li>• für Fragestellungen zu einem IFRS-Jahresabschluss Lösungen zu erarbeiten und zu begründen.</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Auswirkungen einzelner Standards auf die Bestandteile des Jahresabschlusses nach IAS/IFRS zu beurteilen.</li> <li>• Bewertungsspielräume, die ein IFRS-Jahresabschluss eröffnet, zu identifizieren und Schlussfolgerungen für die Praxis abzuleiten.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Praktische Anwendungsfälle
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Doralt, Werner (Hrsg.) / Wagenhofer, Alfred: Kodex Internationale Rechnungslegung IAS/IFRS, Linde ·</li> <li>• Fröhlich, Christoph: Praxis der Konzernrechnungslegung (aktuelle Auflage), Linde ·</li> <li>• Grünberger, David. IFRS. Ein systematischer Praxisleitfaden. LexisNexis</li> <li>• Pellens, Bernhard / Fülbier, Rolf Uwe / Gassen, Joachim / Sellhorn, Thorsten: Internationale Rechnungslegung. Schäffer Poeschel</li> </ul>

Studiengang	Financial Management & Controlling (FIM)/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage:</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wesentlichen Kriterien von Konflikten (u.a. Konfliktarten, Konfliktdynamik, Konfliktmuster, Eskalationsstufen) und den Einsatz von Konfliktanalyse zu kennen;</li> <li>• den Phasenverlauf im Mediationsprozess zu beschreiben;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mittels Konfliktanalyse komplexe Konfliktsituationen in Organisationen zu beleuchten, um adäquate Strategien und Handlungsalternativen zu entwickeln;</li> <li>• Konfliktgespräche erfolgreich vorzubereiten und deeskalierend zu führen;</li> <li>• mediative Kompetenzen einzusetzen, um Konflikte zwischen MitarbeiterInnen in und zwischen Teams und innerhalb der Organisation zu lösen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eigene Konfliktlösungsmuster zu reflektieren;</li> <li>• in Konflikten lösungsorientiert zu agieren und gegebenenfalls auch präventive Maßnahmen zu setzen.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Reflexion des eigenen Konfliktverhaltens, durch Konfliktanalyse alternative Handlungsstrategien sichtbar machen

## 3.6 Immobilienwirtschaft und –management (REM)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Finanzmathematik
Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Versicherungs- und Finanzmathematik für die Immobilienfinanzierung zu beschreiben,</li> <li>• mathematische Verfahren in einer (EDV- unterstützten) Tabellenkalkulation zu erläutern.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für Anwendungsfälle die zutreffende Berechnungsart zu wählen.</li> <li>• mit einer EDV-unterstützten Tabellenkalkulation (z.B. MS Excel) finanzmathematische Anwendungsfälle zu lösen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mathematische Grundlagen der Versicherungs- und Finanzmathematik anzuwenden.</li> <li>• Problemstellungen aus dem Umfeld der Finanzmathematik mit geeigneten mathematischen Verfahren in einem Tabellenkalkulationsprogramm richtig und effizient darzustellen.</li> <li>• selbständige und eigenverantwortliche Lösungen dieser Problemstellungen durchzuführen.</li> <li>• Ergebnisse, Informationen und Schlussfolgerungen verständlich aufzubereiten und vorzutragen.</li> </ul>	
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer Grundlagen der Finanzmathematik und EDV-unterstützte Berechnungen von Praxisbeispielen (z.B. mit MS Excel)	
Literatur	Bienert, S. / Funk, M. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Immobilienbewertung Österreich. ÖVI Immobilienakademie, Wien	

Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die strategischen Instrumente des Immobilienmarketings zu erläutern.</li> <li>• Marktforschung zu beschreiben (Primär-, Sekundärmarktforschung).</li> <li>• Vermarktungsmanagement und -strategien zu beschreiben und darüber diskutieren zu können.</li> <li>• die unternehmenswirtschaftlichen Modelle (z.B. SWOT-Analyse, Benchmark, BCG-Portfolio, Umweltanalyse etc.) zu benennen und zu erläutern.</li> <li>• die Grundlagen, Ziele und Funktionen unterschiedlicher Marketingansätze zu erläutern und darüber diskutieren zu können.</li> <li>• Vermietung- und Verwertungsmanagement zu beschreiben.</li> <li>• Instrumente der Erfolgsmessung zu nennen und zu beschreiben.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen Marketingplan für ein Unternehmen in der Immobilienbranche zu formulieren und zu begründen.</li> <li>• absatzfördernde Maßnahmen in den Betrieben zu formulieren und zu implementieren.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wichtigsten Marketingkonzepte, Theorien und Modelle auf/in ein/einem Immobilienunternehmen anzuwenden und umzusetzen, um eine Immobilie optimal zu vermarkten bzw. zu bewirtschaften.</li> <li>• einzelne Marketinginstrumente (z.B. Wortinserat oder eine Presseaussendung) anzuwenden sowie eine vorliegende Umsetzung zu beurteilen.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer Grundlagen des Immobilienmarketings anhand von Fallbeispielen/Cases sowie selbstständige Erstellung eines Marketingkonzeptes (studentisches Praxisprojekt)
Literatur	<p>Braunisch, K. / Fuhrmann, K. / Ledl, R. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Handbuch Immobilienbewirtschaftung. Linde Verlag, Wien</p> <p>Kippes, S. (aktuelle Auflage): Professionelles Immobilienmarketing - Marketing-Handbuch für Makler, Bauträger, Projektentwickler und Immobilienverwalter. Verlag Franz Vahlen, München</p> <p>Kotler, P. / Keller, K. / Opresnik, M. (aktuelle Auflage): Marketing-Management - Konzepte - Instrumente - Fallstudien. Pearson, München</p>

Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende statistische Kennwerte eines Immobilienmarktes zu benennen und deren Aussagekraft zu diskutieren.</li> <li>• öffentlich zugänglichen Datenquellen zu benennen und zu erläutern.</li> <li>• nationalen und internationalen Immobilienmärkte zu beschreiben und darüber diskutieren zu können.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zwischen den einzelnen Immobilienmärkten zu unterscheiden (u.a. Wohn- und Gewerbeimmobilienmarkt).</li> <li>• konjunkturelle Entwicklungen am Immobilienmarkt aufgrund eigener Datenrecherche feststellen und realistische Trends und Prognosen daraus ableiten zu können.</li> <li>• die wichtigsten öffentlich zugänglichen Datenquellen der nationalen und internationalen Immobilienmärkte auszuwählen und die Aussagekraft der Daten bzw. Datenquellen abzuleiten.</li> <li>• die Informationen der ausgehobenen Quellen zu interpretieren, sinnvoll miteinander zu verbinden und auf eigene Immobilienprojekte übertragen zu können.</li> <li>• statistische Daten mit EDV Anwendung (z.B. MS Excel) auszuwerten und zu interpretieren.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche nationale wie auch internationale Immobilien märkte oder Marktsituationen zu analysieren, daraus Schlussfolgerungen abzuleiten und Vorschläge für EntscheidungsträgerInnen konzipieren zu können.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Unterschiedliche Immobilienmärkte sind von den Studierenden anhand von öffentlich zugänglichen Datenquellen (u.a. der Immobilienmarktberichte nationaler und internationaler Immobiliendienstleister) zu analysieren, kritisch zu reflektieren sowie Schlussfolgerungen für eigene Immobilienprojekte abzuleiten.
Literatur	<p>Eberhardt, S. / Klaubetz, J. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Handbuch Immobilienprojektentwicklung. Linde Verlag, Wien</p> <p>Österreichische Nationalbank (aktuelle Auflage): Immobilien aktuell – Österreich, Die Immobilienmarktanalyse der OeNB. Österreichische Nationalbank, Wien</p>

Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundsätze und Instrumente des Projektmanagements zu erläutern.</li> <li>• die Abgrenzung der Projektleitung und Projektsteuerung zu beschreiben.</li> <li>• die allgemeinen Grundsätze bei der Abwicklung von Bauaufträgen sowie die wichtigsten Begriffsbestimmungen zu beschreiben,</li> <li>• die Inhalte und Anwendungsfälle der ÖNORM B2110 und BVerG zu erläutern.</li> <li>• die Vergabearten zu beschreiben.</li> <li>• den Prozess der Ausschreibung bis über Auftrag/Vergabe und Abrechnung eines Bauauftrages darzustellen.</li> <li>• den Aufbau und Inhalt einer Leistungsbeschreibung zu beschreiben.</li> <li>• die Entscheidungskriterien einer Vergabe zu erläutern.</li> <li>• Arten von Rechnungen zu beschreiben.</li> <li>• Aufbau und Beilagen einer Rechnung zu erläutern.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Abwicklung von Bauaufträgen zu organisieren.</li> <li>• eine (freie) Leistungsbeschreibung zu konzipieren sowie standardisierte Leistungsbeschreibungen zu berücksichtigen.</li> <li>• die Auftragsvergabe zu betreuen, Vertragsunterlagen (u.a. das Leistungsverzeichnis) zu überprüfen und Auftragnehmer auszuwählen.</li> <li>• einfache Rechnungen des Bau- und Baunebengewerbes zu überprüfen und die technische und vertragliche Vollständigkeit zu beurteilen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kleine Bauprojekte abzuwickeln (u.a. Durchführung der Projektsteuerung).</li> <li>• größere Bauprojekte einzuschätzen, mitzuwirken bzw. zu beurteilen (u.a. die Beurteilung der technischen Unterlagen der Projektsteuerung, insbesondere der Terminplanung sowie die fachkompetente Teilnahme an den Besprechungen der Projektsteuerung).</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer Grundlagen des Immobilienprojektmanagements sowie Fallbeispiele/Cases individuell und in Kleingruppen erarbeiten, präsentieren und diskutieren
Literatur	<p>Fellner, T. (aktuelle Auflage): Baubetriebslehre - Baubetrieb und Baumanagement, Band 1 – 3. Hölzel Verlag, Wien</p> <p>Lucht, D. (aktuelle Auflage): Immobilien-Projektmanagement, Ein Praxishandbuch. Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Sommer, H. (aktuelle Auflage): Projektmanagement im Hochbau mit BIM und Lean Management. Springer Vieweg, Berlin Heidelberg</p>

Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierungen von Wohn-, Gewerbe- und Sonderimmobilien zu erläutern.</li> <li>• Die Anfertigung EDV-gestützter Planrechnungen (u.a. hinsichtlich Zinsendienst, Tilgungsformen, periodische Liquiditätssituation) mittels derer die Wirtschaftlichkeit einzelner Finanzierungsarten für das konkrete Projekt verifiziert bzw. falsifiziert werden kann zu beschreiben und darzustellen.</li> <li>• Instrumente zur Beurteilung von Finanzierungsangeboten unter Berücksichtigung insbesondere der aktuellen Situation auf dem Geld- und Kapitalmarkt zu beschreiben.</li> <li>• Grundverfahren der dynamischen Investitionsrechnung, Modellerweiterungen und Risikoüberlegungen zu erörtern.</li> <li>• neue Finanzierungsalternativen (z.B. Krypto, Crowdfunding, Crowdfunding) zu benennen, zu erläutern sowie ihre Wirkungsweise im Immobilienprojekt zu beschreiben.</li> <li>• die Bedeutung der Blockchain-Technologie/Tokenisierung in der Immobilienfinanzierung zu beschreiben und über Anwendungsfälle diskutieren zu können.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Finanzierungsmodell für ein Immobilienprojekt unterschiedlicher Assetklasse mit einer EDV-unterstützten Tabellenkalkulation (z.B. MS Excel) zu erstellen und zu berechnen.</li> <li>• statische und dynamische Investitionsrechnungen zu erstellen.</li> <li>• Risikokriterien in den Finanzierungsrechnungen zu quantifizieren, zu qualifizieren und zu berücksichtigen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unter den verschiedenen Finanzierungsangeboten das für ein Immobilienobjekt/-projekt kosten-/ergebnisgünstigste auszuwählen, die Entscheidungsparameter dafür zu erkennen und zu analysieren.</li> <li>• die verfügbaren immobilienrelevanten Finanzierungsformen zu analysieren und für konkrete Immobilienobjekte/-projekte anzuwenden.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer Grundlagen der Immobilienfinanzierung und EDV-unterstützte Durchführung von Immobilienprojektrechnungen (z.B. mit MS Excel)
Literatur	<p>Braunisch, K. / Fuhrmann, K. / Ledl, R. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Handbuch Immobilienbewirtschaftung. Linde Verlag, Wien</p> <p>Gramann, M. (aktuelle Auflage): Basiswissen Immobilienfinanzierung. MANZ Verlag, Wien</p> <p>Walch, P. / Weichselbaum, K. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Handbuch Immobilienfinanzierung – Strukturierte Finanzierung von Gewerbeimmobilien. Linde Verlag, Wien</p>

Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	5. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die gesetzlichen Grundlagen und Normen der nationalen Liegenschaftsbewertung zu benennen und deren Inhalte zu erläutern.</li> <li>• die Grundlagen der Bewertung zu erklären.</li> <li>• Bewertungsanlässe zu formulieren.</li> <li>• den Prozess einer Liegenschaftsbewertung erläutern und darüber diskutieren zu können.</li> <li>• den Aufbau eines Bewertungsgutachtens zu beschreiben.</li> <li>• die verschiedenen Verfahren der Liegenschaftsbewertung gemäß LBG und ÖNORM B 1802 zu beschreiben und zu unterscheiden.</li> <li>• exemplarische Datenquellen der Eingangsparameter der Liegenschaftsbewertung zu benennen.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Begutachtung einer Liegenschaft anhand von Checklisten durchzuführen.</li> <li>• einfache Berechnung der gesetzlichen und normierten Liegenschaftsbewertungsverfahren zu erstellen und zu beurteilen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für die entsprechende Liegenschaft das entsprechende Bewertungsverfahren auszuwählen und zu begründen.</li> <li>• einfache Liegenschaftsbewertungen selbst vorzunehmen und die Ergebnisse marktkonform zu interpretieren.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer Grundlagen der Liegenschaftsbewertung sowie Fallbeispiele/Cases individuell und in Kleingruppen erarbeiten, präsentieren und diskutieren.
Literatur	<p>Bienert, S. / Funk, M. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Immobilienbewertung Österreich. ÖVI Immobilienakademie, Wien</p> <p>Kranewitter, H. (aktuelle Auflage): Liegenschaftsbewertung. MANZ Verlag, Wien</p> <p>Stabentheiner, J. (aktuelle Auflage): LBG - Liegenschaftsbewertungsgesetz. MANZ Verlag, Wien</p>

Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	5. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage:</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Gewerberecht für Immobilienmakler, das Treuhandwesen, die Standesregeln und die damit zusammenhängende Berufsethik zu erläutern.</li> <li>• den (idealtypischen) Ablauf des Vermittlungsprozesses zu beschreiben.</li> <li>• die Vermittlung von Kauf, Verkauf und Tausch von unbebauten und bebauten Grundstücken und von Rechten an Immobilien zu erörtern.</li> <li>• die Vermittlung von Bestandrechten über Immobilien einschließlich der Vermittlung von Bestandverträgen über Wohnungen, Geschäftsräume und Unternehmen zu beschreiben.</li> <li>• die Entwicklung der Vermarktungs- und Verwertungsstrategie darzustellen.</li> <li>• die Besonderheiten des Konsumentengeschäftes darzustellen.</li> <li>• den Umfang der Aufklärungsverpflichtung zu beschreiben.</li> <li>• die Honorargestaltung zu erläutern.</li> <li>• die Nebenkosten bei Kauf und Verkauf einer Immobilie, Nebenkosten bei Vermietung und Verpachtung zu skizzieren.</li> <li>• die Maklerhaftung zu erörtern.</li> <li>• die Bedeutung von nachhaltigen Immobilien zu beurteilen (u.a. Energieausweis, Gebäudezertifizierungen).</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Berufstätigkeit von MaklerInnen in ihren rechtlichen und wirtschaftlichen Eigenschaften und Auswirkungen kennen und auszuüben.</li> <li>• Objektdokumentationen, -präsentationen und Exposés zu verfassen.</li> <li>• die Auswahl und den Einsatz von Internet-Plattformen für die Verwertung vorzunehmen.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Themen des Maklerbereichs zu recherchieren, aufzuarbeiten und zu präsentieren.</li> <li>• sämtliche Bereiche der Maklertätigkeit zu kennen und anzuwenden (insbesondere Kontaktaufnahme mit dem KundInnen, Datenaufbereitung inkl. Objektaufnahme, erstellen und umsetzen eines Marketingplans, Einschätzen der Kundenqualifizierung, Besichtigungsdurchführungen, Angebotsverhandlungen, Kaufvertragsabwicklung, Kaufnachbetreuung). die praktische Anwendung und Auswirkungen der verschiedenen Vorschriften/ Gesetze: Maklergesetz, Besonderheiten Konsumentengeschäfte, Umfang der Aufklärungspflichten, Honorargestaltung, Nebenkosten bei Kauf/Verkauf, Vermietung/Verpachtung einer Immobilie zu erkennen und einzuschätzen.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vermittlung theoretischer Grundlagen des Maklerwesens sowie Fallbeispiele/Cases individuell und in Kleingruppen erarbeiten, präsentieren und diskutieren
Literatur	Friesenegger, C. (aktuelle Auflage): Praxishandbuch Immobilienmakler, Inhalte und Aufgaben der Immobilienvermittlung – eine Einführung. Linde Verlag, Wien Gartner, H. / Karandi, D. (aktuelle Auflage): Maklergesetz – Kurzkommentar. MANZ Verlag, Wien



Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter Integratives Modul
Kompetenzerwerb	<p>Nach Absolvierung dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage: <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das ökonomische Verhaltensmodell des Homo oeconomicus zu beschreiben und darüber diskutieren können.</li> <li>• Wirtschaftssysteme und wirtschaftspolitische Ansätze zu beschreiben und darüber diskutieren können.</li> <li>• wirtschaftspolitische Konzeptionen (z.B. Liberalismus, Keynesianismus, Monetarismus, Soziale Marktwirtschaft und Kommunismus) zu erläutern.</li> <li>• die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung zu beschreiben und grundlegende Kennwerte (z.B. BIP, Konjunktur, Inflation) zu benennen, deren Berechnung zu erläutern und deren Aussagekraft zu diskutieren.</li> <li>• die Marktformen (vollkommene Märkte, Monopol, Oligopol) zu beschreiben.</li> <li>• das Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage auf Märkten zu skizzieren und mit Hilfe verschiedener Theorien (z.B. Haushaltstheorie, Produktions- und Kostentheorie) zu erklären.</li> <li>• den Preismechanismus und das Marktgleichgewicht zu beschreiben und darüber diskutieren zu können.</li> <li>• öffentlich zugänglichen Datenquellen zu volkswirtschaftlichen Daten aufzuzählen (z.B. Statistik Austria, EZB, OECD, IWF). Fertigkeiten</li> <li>• volkswirtschaftliche Formeln anwenden zu können und deren Ergebnisse analysieren und auf Beispiele der eigenen Branche übertragen zu können.</li> <li>• konjunkturelle Entwicklungen abschätzen können.</li> <li>• die digitalen volkswirtschaftlichen Daten der Forschungsinstitute WIFO, IHS und OENB auszuwerten und für die Entwicklungen der Praxis anzuwenden bzw. zu argumentieren. Kompetenzen</li> <li>• unterschiedliche Märkte oder Marktsituationen zu analysieren, daraus Schlussfolgerungen ziehen und Vorschläge für Entscheidungsträger konzipieren zu können.</li> <li>• wirtschaftspolitische Maßnahmen verstehen, analysieren und bewerten zu können.</li> </ul>
Lehrinhalte	Fallbeispiele/Cases
Literatur	<p>Altmann, J. (aktuelle Auflage): Wirtschaftspolitik. UVK, Konstanz/München</p> <p>Mankiw, N. / Taylor, M. (aktuelle Auflage): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart</p> <p>Zorn, V. (aktuelle Auflage): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre – Einführung, Mikroökonomik, Makroökonomik und Emperie. Facultas, Wien</p>

Lehrveranstaltungstitel		Bauträgerwesen
Studiengang	Immobilienwirtschaft (REM)/Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage:</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gesetzliche und standesrechtliche Immobilientreuhänderbestimmungen zu erklären.</li> <li>• nachfolgende Grundlagen der Immobilienprojektentwicklung zu erläutern:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zivilrechtliche Bestimmungen (Sachenrecht, Gewährleistung, Schadenersatz)</li> <li>○ Grundbuch</li> <li>○ Flächenwidmung, Bebauungsbestimmungen</li> <li>○ Kontamination von Liegenschaften</li> <li>○ Residualwertberechnung und Wirtschaftlichkeitsberechnung (Feasibility)</li> <li>○ Kostenberechnung nach ÖNORM</li> <li>○ Flächenberechnung nach ÖNORM</li> </ul> </li> <li>• Konzepte der Stadtentwicklung in Wien zu erläutern.</li> <li>• rechtliche Gestaltungen von Immobilienprojektabläufen zu beschreiben.</li> <li>• Werkverträge für Planer und ausführende Unternehmen zu definieren.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Berufsbild der BauträgerIn von den Berufs- und Leistungsbildern der ZiviltechnikerInnen und BaumeisterInnen sowie verwandter Berufsgruppen abzugrenzen.</li> <li>• die Grundlagen der Immobilienprojektentwicklung für die Praxis anzuwenden.</li> <li>• eine Studie zur Nutzung einer Liegenschaft durchzuführen und zu präsentieren.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Gesamtverantwortung der BauträgerIn in den Bereichen Bauherrnfunktion, Drittbindung, Treuhandschaft und Konzentration zu argumentieren.</li> <li>• den Prozess der Projektentwicklung zu strukturieren und projektspezifisch abzuwickeln.</li> <li>• die Leistungen der BauträgerInnen in einer Immobilienprojektentwicklung zu werten.</li> <li>• die Projektkalkulation ÖNORM-konform durchzuführen.</li> <li>• für konkrete Projekte die geeignete Abwicklungsform (Totalunternehmer, Generalunternehmer, Generalplaner, Einzelvergaben etc.) begründet unter Abwägung der jeweiligen Vor- und Nachteile auszuwählen und (mit)zugestalten.</li> <li>• die Leistungsbilder und Regelungsinhalte der mit Planer, Ausführenden und Baudienstleistern abzuschließenden Verträge zusammenzustellen.</li> <li>• die auf dieser Basis vom Rechtskundigen erstellten Verträge auf</li> </ul>	

	<p>Schlüssigkeit zu überprüfen und umzusetzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die für die BauträgerInnen verbindlichen Bestimmungen des BTVG bei der Projektrealisierung umzusetzen.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Fallbeispiele/Cases
Literatur	<p>Faudon, A. / Maly, A. / Trenner, A. (aktuelle Auflage): Bauträger- und Projektentwicklungsbeispiele. MANZ Verlag, Wien.</p> <p>Gartner, H. (aktuelle Auflage): Praxiskommentar Bauträgervertragsgesetz. Linde Verlag, Wien.</p> <p>Kallinger, W. / Gartner H. / Stingl, W. (aktuelle Auflage): Bauträger und Projektentwickler. MANZ Verlag, Wien.</p>

## 3.7 Journalism & Media Management (JOUR)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Capital Investment & Funding
Studiengang	Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung ODER immanenter Prüfungscharakter	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• statische und dynamische Investitionsrechenverfahren zu erklären;</li> <li>• Finanzierungsinstrumente, Finanzpläne und deren Bedeutung für Finanzierungsentscheidungen zu beschreiben;</li> <li>• grundlegende Zusammenhänge im Bereich Investition und Finanzierung zu diskutieren;</li> <li>• die Bedeutung grundlegender finanzwirtschaftlicher Überlegungen für die Unternehmensführung zu verstehen;</li> <li>• die wichtigsten Finanzinstitutionen zu unterscheiden und deren Funktionsweise in der Praxis nachvollziehen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Instrumente und Rechenverfahren der Finanzwirtschaft zielgerichtet auszuwählen und anzuwenden;</li> <li>• finanzwirtschaftliche Berichte kritisch zu lesen und deren Ergebnisse zu interpretieren;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitions- und Finanzierungsentscheidungen vorzubereiten;</li> <li>• an finanzwirtschaftlichen Prozessen in der Unternehmenspraxis proaktiv mitzuarbeiten.</li> </ul>	

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit folgenden Lehrveranstaltungen belegt werden:  
*Schreiben und Investigative Recherche*

Studiengang	Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Übungen)
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspekte der Gesprächsführung zu kennen;</li> <li>• Bedeutung, Unterschiede und Einsatz verschiedener Interviewtechniken auszuführen;</li> <li>• Interviews als Recherchemethode und als Darstellungsform zu verstehen und im Wesentlichen anzuwenden;</li> <li>• unterschiedliche Interviewtechniken zu erläutern und zu verstehen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Interviewtechniken grundsätzlich anzuwenden;</li> <li>• Interviews als Recherchemethode und als Darstellungsform im Wesentlichen anzuwenden;</li> <li>• eine Grobanalyse der Gesprächsführung durchzuführen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Interview als Recherchemethode einzusetzen;</li> <li>• weitgehend souverän ein Gespräch im Rahmen eines Interviews zu führen;</li> <li>• Vorbereitung, Vorrecherche und Durchführung eines Interviews für Print- und AV-Medien zu planen und anzuwenden;</li> <li>• die Gefahr „Suggestion“: Zwischen Authentizität, Fiktionalität und „Going Native“ zu diskutieren.</li> </ul>

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit folgenden Lehrveranstaltungen belegt werden:  
*Schreiben und Interviewtechniken*

Studiengang	Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Übungen)
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den investigativen Journalismus, Merkmale und Arbeitstechniken zu beschreiben;</li> <li>• den sicheren Umgang mit Quellen, Daten und Informationen zu beschreiben;</li> <li>• den Stellenwert von und die Problemfelder im Umgang mit Informant*innen (Leaks, Typologien, Schutz von Informant*innen, Schwachstellen etc.) zu benennen und anhand von Beispielen zu bewerten;</li> <li>• Grenzen der journalistischen Recherche (rechtliche und ethische Rahmenbedingungen, z.B. Privatsphäre) zu benennen und zu diskutieren;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Themen für investigative Geschichten zu erkennen;</li> <li>• Recherchestrategien für investigative journalistische Geschichten zu planen;</li> <li>• Rechercheinterviews, Recherchen in Datenbanken und bei Behörden und Institutionen durchzuführen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• adäquate, ausgewogene und vielfältige Quellen für eine investigative Geschichte zu finden;</li> <li>• die Recherche für eine investigative Geschichte eigenständig umzusetzen und in einem Rechercheprotokoll zu dokumentieren.</li> </ul>

Studiengang	Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung ODER immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• begriffliche Grundlagen des Controllings zu erklären;</li> <li>• Controlling-Theorie und -Konzeptionen inkl. deren Entwicklung zu diskutieren;</li> <li>• die Aufgaben des Controllings in den Zusammenhängen von Plankoordination, Kennzahlen und Kennzahlensysteme bzw. Berichtswesen zu erläutern;</li> <li>• aktuelle Entwicklung im Bereich der Informationsversorgung und Digitalisierung einzuschätzen;</li> <li>• die Grundlagen und Anwendungsbereiche des Projektcontrollings zu diskutieren;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlling-Instrumente anzuwenden;</li> <li>• praxisrelevante Aufgabenstellungen im Controlling-Bereich zu lösen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• an Controlling-Prozessen in Unternehmen proaktiv mitzuarbeiten;</li> <li>• Prinzipien und Instrumente des Projektcontrollings zur Projektsteuerung einzusetzen.</li> </ul>

### *Interviewtechniken und Investigative Recherche*

Studiengang	Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (Übungen)
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• verschiedene Textsorten und Stilrichtungen zu erkennen;</li><li>• Techniken journalistischen Schreibens zu kennen und zu unterscheiden;</li><li>• unterschiedlichen stilistische Mitteln zu benennen;</li></ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• verschiedene Stilmittel anzuwenden;</li><li>• die Bedeutung von zielgruppenspezifischen Schreiben zu diskutieren;</li><li>• unterschiedliche Textgattungen, Textsorten &amp; Genres zu diskutieren;</li></ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• die Techniken journalistischen Schreibens gezielt anzuwenden;</li><li>• ein Thema für verschiedene Zielgruppen und mit unterschiedlichen stilistischen Mitteln aufzubereiten;</li><li>• zu einer vorgegebenen Themenstellung unterschiedliche Beiträge zu konzipieren und umzusetzen;</li><li>• stilistisch weitestgehend souverän einen Text herzustellen;</li><li>• Texte hinsichtlich ihrer journalistischen Qualität zu bewerten.</li></ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Intensives Schreibtraining mit Feedbackschleifen

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung *TV Magazine (Produktion)* belegt werden.

**Voraussetzungen:** Dreh- und Schnittkenntnisse zur eigenständigen Beitragsproduktion.

Studiengang	Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiede von audiovisuellen, journalistischen Darstellungsformen zu beschreiben;</li> <li>• theoretische Grundlagen einer Nachrichtensendung zu benennen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eine Magazinsendung für den TV-Bereich zu planen;</li> <li>• Rezipient*innenverhalten zu analysieren;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• relevante TV-Beitragsformen zu konzipieren;</li> <li>• die journalistische Relevanz von unterschiedlichen Beitragsthemen zu bewerten.</li> </ul>

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung *TV Magazine (Input)* belegt werden.

**Voraussetzungen:** Dreh- und Schnittkenntnisse zur eigenständigen Beitragsproduktion.

Studiengang	Journalismus & Medienmanagement (JOUR)/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Projektarbeit
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>erweiterte Moderationskenntnisse zu demonstrieren;</li> <li>vertiefende Kenntnisse bei der Verwendung der Studioteknik zu demonstrieren;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kameraführung und Schnitttechnik selbständig anzuwenden und kritisch zu analysieren;</li> <li>aktuelle, TV-journalistische Problemstellungen eigenständig zu lösen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Auswahl der Interviewtechnik zu argumentieren;</li> <li>in Redaktionssitzungen TV-/Video-Beiträge und ganze Sendungen inhaltlich zu konzipieren und selbstständig zu entwerfen.</li> </ul>

# Master

Lehrveranstaltungstitel	Datenjournalismus
Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung <i>Investigative Recherche</i> belegt werden.	
Studiengang	Journalismus & Neue Medien (JOUR)/Master
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter mit Projektarbeit
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merkmale, Prozesse und Herausforderungen von Datenjournalismus zu erläutern;</li> <li>• Strategien zur Recherche und Analyse von Daten für journalistische Geschichten zu skizzieren;</li> <li>• Dos and Don'ts bei der Visualisierung von Daten für journalistische Geschichten aus Beispielen herzuleiten;</li> <li>• Qualitätskriterien für datenjournalistische Geschichten beispielhaft zu diskutieren.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragestellungen und Thesen für journalistische Geschichten aus Daten zu entwickeln;</li> <li>• die eigenständige Recherche und/oder Erhebung von Daten für journalistische Themen durchzuführen;</li> <li>• einfache Techniken und Tools der Datenauswertung und -visualisierung (z.B. Excel, Datawrapper, Flourish) für kleine Datensätze anzuwenden;</li> <li>• Daten-Visualisierungen in einem journalistischen Bericht einzuordnen und miteinander zu verknüpfen.</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein datenjournalistisches Projekt, wahlweise zu einem Nachhaltigkeitsthema im Rahmen der SDGs, eigenständig zu konzipieren und mit vorgegebenen Tools (z.B. Datawrapper, Flourish, Pageflow) umzusetzen.</li> </ul>

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung *Media Entrepreneurship* belegt werden.

Studiengang	Journalismus & Neue Medien (JOUR)/Master
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Projektarbeit
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eine geeignete Strategie und ein dazu passendes Geschäftsmodell zu erarbeiten;</li> <li>• Entrepreneurial Marketing zu betreiben und eine geeignete Marktausrichtung vorzunehmen; d. h. auch, die Bedeutung von Markt- und Zielgruppen-Analysen zu erfassen und eine solche grundsätzlich durchzuführen;</li> <li>• Möglichkeiten der Gründungsfinanzierung zu kennen;</li> <li>• die rechtlichen Grundlagen einschätzen zu können;</li> <li>• einen Business Plan zu erstellen (z. B. via business model canvas) und zu präsentieren;</li> <li>• Voraussetzungen und Gelegenheiten für Corporate Entrepreneurship erkennen;</li> <li>• Erfahrungen aus bisherigen Medienprojekten vergleichbaren Typus im Sinne von best practise bzw. case studies zu reflektieren und einzustufen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Medienmärkte oder –Marktsituationen zu analysieren und daraus Schlussfolgerungen zu ziehen;</li> <li>• inhaltlich wie wirtschaftlich die Konzeption eines (cross- und multimedialen) Medienprodukts zu bewerten;</li> <li>• wirtschaftspolitische Maßnahmen, verstehen, analysieren und einordnen zu können.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Arbeit mit Planspielen oder Case-Studies

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung *Datenjournalismus* belegt werden.

Studiengang	Journalismus & Neue Medien (JOUR)/Master
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den investigativen Journalismus, Merkmale und Arbeitstechniken zu beschreiben;</li> <li>• den sicheren Umgang mit Quellen, Daten und Informationen zu beschreiben;</li> <li>• den Stellenwert von und die Problemfelder im Umgang mit Informant*innen (Leaks, Typologien, Schutz von Informant*innen, Schwachstellen etc.) zu benennen und anhand von Beispielen zu bewerten;</li> <li>• Grenzen der journalistischen Recherche (rechtliche und ethische Rahmenbedingungen, z.B. Privatsphäre) zu benennen und zu diskutieren;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Themen für investigative Geschichten zu erkennen;</li> <li>• Recherchestrategien für investigative journalistische Geschichten zu planen;</li> <li>• Rechercheinterviews, Recherchen in Datenbanken und bei Behörden und Institutionen durchzuführen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• adäquate, ausgewogene und vielfältige Quellen für eine investigative Geschichte zu finden;</li> <li>• die Recherche für eine investigative Geschichte eigenständig umzusetzen und in einem Rechercheprotokoll zu dokumentieren.</li> </ul>

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung *Entrepreneurial Journalism: Project* belegt werden.

Studiengang	Journalismus & Neue Medien (JOUR)/Master
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unternehmerische Gelegenheiten und Rahmenbedingungen zur Umsetzung von Media Entrepreneurship zu erläutern;</li> <li>• den Journalisten/die Journalistin als Entrepreneur und sein/ihr beruflichem Selbstverständnis (Stichwort: vom freiberuflichen Journalisten zur ökonomisch agierenden Ich-AG) zu benennen;</li> <li>• Gründungsfinanzierung grundsätzlich zu verstehen;</li> <li>• die grundsätzliche Bedeutung von Strategie und Geschäftsmodell zu kennen;</li> <li>• den Stellenwert von Entrepreneurial Marketing und Marktausrichtung zu erläutern;</li> <li>• Wesensmerkmale und persönliche Voraussetzungen eines Entrepreneur zu beschreiben;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Planning (z. B. via business model canvas) anzuwenden;</li> <li>• mögliche unternehmerische Gelegenheiten zu erkennen;</li> <li>• Corporate Entrepreneurship hinsichtlich Herausforderungen und Möglichkeiten zu diskutieren und zu bewerten;</li> <li>• die Bedeutung von Innovation für Entrepreneurship einzuschätzen;</li> <li>• rechtliche Grundlagen von Media Entrepreneurship zu diskutieren;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u> siehe Teilmodul 2 (hier geht es um die Kenntnisse somit Fertigkeiten).</p>

## 3.8 Kommunikationswirtschaft (COM)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Betriebswirtschaftslehre und Finanzen
Studiengang	Kommunikationswirtschaft (COM)/Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung oder immanenter Prüfungscharakter	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die theoretischen Grundlagen und Zusammenhänge des internen und externen Rechnungswesens zu erfassen;</li> <li>• das System der einfachen (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) und doppelten Buchhaltung zu beschreiben;</li> <li>• die Bedeutung von Konten, Geschäftsfällen und Buchungssätzen zu erklären;</li> <li>• die Grundprinzipien der Themen Umsatzsteuer, Forderungen und Verbindlichkeiten, Buchungen im Beschaffungs- und Absatzbereich und Verbuchung von Aufwendungen und Erträgen zu erklären;</li> <li>• Bewertungsprinzipien, Abgrenzungen und Abschlussbuchungen zu erläutern;</li> <li>• die Zusammenhänge von Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung zu demonstrieren;</li> <li>• Inhalt, Zweck und Interpretation des Jahresabschlusses zu diskutieren;</li> <li>• die Prinzipien der Kostenerfassung, Kostenverrechnung und Erfolgsermittlung etc. zu erklären;</li> <li>• die Bedeutung der Kostenrechnung als Entscheidungsinstrument zu erläutern;</li> <li>• die Bedeutung grundlegender finanzwirtschaftlicher Überlegungen für die Unternehmensführung zu verstehen;</li> <li>• Finanzierungsinstrumente, Finanzpläne und deren Bedeutung für Finanzierungsentscheidungen zu beschreiben;</li> <li>• Grundlagen und Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung zu diskutieren;</li> <li>• statische und dynamische Investitionsrechenverfahren zu erklären;</li> <li>• die wichtigsten Finanzinstitutionen zu unterscheiden und deren Funktionsweise in der Praxis nachvollziehen;</li> <li>• Grundlagen des Controllings zu erklären (Unternehmensplanung und Kontrolle, Abweichungsanalyse, Kennzahlen(systeme) etc.);</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumente, Techniken und Prinzipien des internen und externen Rechnungswesens sinnvoll anzuwenden;</li> <li>• Ergebnisse von Berechnungen bzw. Dokumentationen von Geschäftsvorgängen kritisch zu interpretieren und deren Auswirkungen einzuschätzen;</li> <li>• einfache Bewertungen und Abschlussbuchungen vorzunehmen sowie einen Jahresabschluss zu erstellen und zu interpretieren;</li> <li>• einfache Jahresabschlüsse zu analysieren und ausgewählte Kennzahlen zu berechnen und zu interpretieren;</li> <li>• Kosten zu erfassen und zu verrechnen sowie den betrieblichen Erfolg anhand von konkreten Beispielen zu ermitteln und zu interpretieren;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kostenrechnung als Steuerungsinstrument für kurz- und langfristige Entscheidungen einzusetzen;</li> <li>• ausgewählte Instrumente der Kostenrechnung anzuwenden;</li> <li>• finanzwirtschaftliche Berichte kritisch zu lesen und deren Ergebnisse zu interpretieren;</li> <li>• grundlegende Instrumente und Rechenverfahren der Finanzwirtschaft zielgerichtet auszuwählen und anzuwenden, finanzwirtschaftliche Berichte kritisch zu lesen und deren Ergebnisse zu interpretieren;</li> <li>• ausgewählte Controlling Instrumente einzusetzen und die Ergebnisse zu interpretieren;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Fachkenntnisse im internen und externen Rechnungswesen in der betriebswirtschaftlichen Praxis anzuwenden und bei Entscheidungen zu berücksichtigen;</li> <li>• an Budgetierungs- und Kontrollprozessen in Unternehmen proaktiv mitzuarbeiten;</li> <li>• Investitions- und Finanzierungsentscheidungen vorzubereiten;</li> <li>• betriebswirtschaftliche Fragestellungen mithilfe der Instrumente der Kostenrechnung zu beantworten;</li> <li>• an Controlling-Prozessen im betrieblichen Kontext proaktiv mitzuarbeiten</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Starker praxisorientierter Bezug; Planspiel

Studiengang	Kommunikationswirtschaft (COM)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die theoretischen Grundlagen des traditionellen, agilen und hybriden Projektmanagements zu erfassen;</li> <li>• Projekte und Projektmanagement als Bestandteile einer modernen Unternehmensorganisation zu verstehen;</li> <li>• Kosten der Maßnahmen für die Budgetplanung zu berechnen und die Evaluierung durch entsprechende Goals/KPIs gegenüberzustellen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wichtigsten Werkzeuge der unterschiedlichen Projektmanagementsysteme auszuwählen, sinnvoll miteinander zu verbinden und anzuwenden;</li> <li>• im Rahmen eines Unternehmensprojektes ein Briefing, Re-Briefing, Zwischen- und Endpräsentation für einen Pitch durchzuführen;</li> <li>• eine Umfeldanalyse durchzuführen, Zielgruppen, Ziele und Strategien zu definieren, den Online-/Offline-Marketing- bzw. Kommunikationsmix zu bestimmen und in einer Medien- und Maßnahmenplanung darzustellen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekte eigenständig zu definieren, zu beauftragen, zu planen, zu steuern und „eigene Projekte“ mit den Mitteln des Projektmanagements zu begleiten;</li> <li>• in einem Projektteam verantwortungsbewusst und sozial kompetent zur erfolgreichen Zusammenarbeit beizutragen;</li> <li>• ein integratives Kommunikations- bzw. Marketingkonzept zu konzipieren, es überzeugend zu argumentieren und den Erfolg der Maßnahmen zu evaluieren.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Problem-/challenge-based learning: Erstellung eines Konzeptes nach Gegebenheit für einen realen Auftraggeber als Gruppenarbeit

Lehrveranstaltungstitel		Praxisprojekt 2
Studiengang	Communication Management (COM)/Master	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• im Rahmen eines Unternehmensprojektes ein Briefing, Re-Briefing, Zwischen- und Endpräsentation für einen Pitch auszuführen;</li> <li>• komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge gegebenenfalls für eine Marktforschung darzustellen;</li> <li>• theoretisches Wissen auf juristischer Ebene zum Medienrecht und Datenschutzrecht sowie Wettbewerbsrecht und Immaterialgüterrecht aus der Perspektive der (digitalen) Kommunikation und Marketing zu erfassen und zu diskutieren;</li> <li>• vertiefende fachliche Inhalte passend zum Projektauftrag und nach Bedarf in das Konzept einzubringen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gegebenenfalls eine Marktforschung zu planen, geeignete Auswertungsverfahren auszuwählen, praxisfallbezogene Daten zu erheben, aufzubereiten, auszuwerten, zu dokumentieren und zu interpretieren;</li> <li>• 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;</li> <li>• die Eignung von Media-Kanälen für spezifische Marketingziele und Zielgruppen zu beurteilen und datengetriebene Werbemaßnahmen zu planen und in einer Medien- und Maßnahmenplanung darzustellen;</li> <li>• das erforderliche Budget zu berechnen und in der Evaluierung der Maßnahmen passend zum Projektauftrag zu überprüfen;</li> <li>• bei Projektplanung im Vorfeld auf wesentliche Faktoren des Datenschutz- und Medienrechts und Immaterialgüterrechts einzugehen und vorbereitende Schritte für eine gesetzlich konforme Werbestrategie (Auswahl von Werbe-tools, Einsatz von Bildern, Markenschutz, Domain-, Muster- und Urheberrecht) zu setzen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Untersuchungsdesign zu entwickeln, die ausgewerteten Daten entsprechend zu interpretieren und verschiedene Untersuchungsdesigns zu beurteilen;</li> <li>• ein integratives Kommunikations- bzw. Marketingkonzept zu konzipieren, gegebenenfalls auf Nachhaltigkeit hin zu überprüfen, es überzeugend zu argumentieren und den Erfolg der Maßnahmen zu evaluieren;</li> <li>• Begleitung einer rechtskonformen Umsetzung von Projekten und mögliche Konsequenzen bei der Verletzung des Medienrechts und Datenschutzgesetzes sowie Immaterialgüterrechts bei nationaler und/oder internationaler unternehmerischer Tätigkeit im Bereich (digitaler) Kommunikation zu beachten und abzuschätzen.</li> </ul>	
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Problem-/challenge-based learning: Erstellung einer Marktforschung und eines Kommunikations- und Maßnahmenkonzepts, nach Gegebenheit für eine/n	



## 3.9 Marketing & Sales (MARS)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel	
Grundlagen der Distributionspolitik	
Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung <i>Management der Distributionsprozesse</i> belegt werden.	
Studiengang	Marketing & Sales (MARS)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen der Distribution widerzugeben;</li><li>• zu verstehen und darzustellen, welche Organe, Funktionen und Kooperationsformen innerhalb der Distributionskette gegeben sein können;</li><li>• Ausblick und Trends in der Distribution – mit besonderem Fokus auf die digitalen Vertriebskanäle und Online-Distribution – zu erörtern;</li></ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• die Implementierung und Optimierung von Distributionskonzepten zu vollführen;</li><li>• interorganisatorische Wertschöpfungspartnerschaften (Hintergründe, Ursprung, Entstehung) zu analysieren;</li><li>• Erfolgsfaktoren bei der Implementierung von ECR-Techniken – mit besonderem Fokus auf die digitalen Vertriebskanäle und On-line-Distribution – herauszukristallisieren;</li></ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ziele und Strategien der Distribution in Zusammenhang zueinander zu stellen und verschiedene Distributionssysteme zu bewerten;</li><li>• die Distribution von Produkten sowohl analog als auch online systematisch zu planen und vorzubereiten.</li></ul>

Studiengang	Marketing & Sales (MARS)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktivierende Prozesse: Aktivierung, Emotion, Motivation, Einstellungen, Exkurs Konsumententypologie bezeichnen zu können;</li> <li>• kognitive Prozesse (Informationsaufnahme, -verarbeitung und -speicherung) erklären zu können;</li> <li>• Umweltdeterminanten des Kvs (physische Umwelt, nähere soziale Umwelt - Familie) bestimmen zu können;</li> <li>• Umweltdeterminanten des Kvs (nähere soziale Umwelt - Bezugsgruppe, weitere soziale Umwelt) bestimmen zu können;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die geplanten Marketing- und Sales-Konzepte an den Bedürfnissen der Konsumenten ausrichten zu können;</li> <li>• die mannigfaltigen Einflussfaktoren auf Einstellungen und Verhalten der Konsumenten diskutieren zu können;</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Instrumente der Markt-/Konsumentenforschung (problem- bzw. zielgruppenspezifische Einsatzbereiche, Methoden, Kosten-Nutzen-Aspekte) gestalten zu können.</li> </ul>

Diese Lehrveranstaltung muss gemeinsam mit der Lehrveranstaltung *Grundlagen der Distributionspolitik* belegt werden.

Studiengang	Marketing & Sales (MARS)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziele und Strategien des Distributionsmanagements zu erörtern;</li> <li>• Kooperationsformen in der Distributionskette zu kennen;</li> <li>• Spacemanagement im Handel zu beschreiben;</li> <li>• in den Themenbereich Efficient Consumer Response (ECR) sowie Standards und Prozesse näher einzutauchen;</li> <li>• kollaborative Planung, Prognose und Bestandsführung (CPFR) zu beschreiben;</li> <li>• einen Überblick über die Weiterentwicklung von Absatzkanälen – mit besonderem Fokus auf die digitalen Vertriebskanäle und Online-Distribution – zu geben;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Implementierung und Optimierung von Distributionskonzepten zu vollführen, indem die Distribution von Produkten sowohl klassisch als auch digital systematisch geplant, vorbereitet und umgesetzt wird;</li> <li>• interorganisatorische Wertschöpfungspartnerschaften (Hintergründe, Ursprung, Entstehung) zu analysieren;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die klassischen sowie innovativen Instrumente zur Optimierung des Distributionsprozesses (u.a. Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR) sowie Efficient Consumer Response Techniken (ECR)) zu verstehen, zu evaluieren und einzusetzen;</li> <li>• die Chancen und Gefahren unterschiedlicher Offline- und Online-Vertriebswege bzw. -Kooperationsformen in der Wertschöpfungskette zu analysieren und zu bewerten;</li> <li>• Erfolgsfaktoren bei der Implementierung von ECR-Techniken herauszukristallisieren;</li> <li>• Ziele und Strategien des Distributionsmanagements in Zusammenhang zueinander zu stellen und Handlungsempfehlungen für klassische, digitale und hybride Formen abzuleiten.</li> </ul>

Studiengang	Marketing & Sales (MARS)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswahl von Stichproben zu formulieren;</li> <li>• die Formulierung und Testung von Hypothesen durchzuführen;</li> <li>• die Prognose von Marktanteilen berechnen zu können;</li> <li>• Testverfahren zur Lösung von quantitativen/qualitativen Marktforschungsfragestellungen zu kennen</li> <li>• Markttests zur Planung neuer Produkte erklären zu können;</li> <li>• ethische Verhaltensprämissen in der Markt- und Meinungsforschung zu beschreiben;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eine Stichprobe entsprechend der Definition der Grundgesamtheit auszuwählen;</li> <li>• Hypothesen zu formulieren und zu testen;</li> <li>• Marktanteile aufgrund von Paneldaten zu prognostizieren;</li> <li>• im Zuge der Planung einer Studie auf die Gütekriterien einer Messung Rücksicht zu nehmen:</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Testverfahren zur Lösung von quantitativen/qualitativen Marktforschungsfragestellungen anzuwenden;</li> <li>• Markttests zur Planung neuer Produkte anzuwenden;</li> <li>• die ethischen Verhaltensprämissen im Wirtschaftszweig MAFO zu reflektieren.</li> </ul>

Studiengang	Marketing & Sales (MARS)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die theoretischen Grundlagen des traditionellen, agilen und hybriden Projektmanagements zu erfassen;</li> <li>• Projekte und Projektmanagement als Bestandteile einer modernen Unternehmensorganisation zu verstehen;</li> <li>• Kosten der Maßnahmen für die Budgetplanung zu berechnen und die Evaluierung durch entsprechende Goals/KPIs gegenüberzustellen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wichtigsten Werkzeuge der unterschiedlichen Projektmanagementsysteme auszuwählen, sinnvoll miteinander zu verbinden und anzuwenden;</li> <li>• im Rahmen eines Unternehmensprojektes ein Briefing, Re-Briefing, Zwischen- und Endpräsentation für einen Pitch durchzuführen;</li> <li>• eine Umfeldanalyse durchzuführen, Zielgruppen, Ziele und Strategien zu definieren, den Online/Offline-Marketing- bzw. Kommunikationsmix zu bestimmen und in einer Medien- und Maßnahmenplanung darzustellen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekte eigenständig zu definieren, zu beauftragen, zu planen, zu steuern und „eigene Projekte“ mit den Mitteln des Projektmanagements zu begleiten;</li> <li>• in einem Projektteam verantwortungsbewusst und sozial kompetent zur erfolgreichen Zusammenarbeit beizutragen;</li> <li>• ein integratives Kommunikations- bzw. Marketingkonzept unter der besonderen Berücksichtigung der Themengebiete Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu konzipieren, es überzeugend zu argumentieren und den Erfolg der Maßnahmen zu evaluieren.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Problem-/challenge-based learning: Erstellung eines Kommunikations- und Maßnahmen-Konzeptes, nach Gegebenheit für eine/n reelle/n AuftraggeberIn als Gruppenarbeit.

Studiengang	Marketing & Sales (MARS)/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter (schriftliche Prüfung + Ausarbeitung und Präsentation von Fallbeispielen)
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Preisstrategien und Preispositionierungen darstellen und erläutern zu können;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dynamische Aspekte der Preisentscheidung und die Preisbildung im digitalen Onlinebereich beschreiben zu können;</li> <li>• branchenspezifisches Preis-Management im Handel, Industrie, Dienstleistungen und im Onlinebereich analysieren zu können;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die betriebswirtschaftliche Gewichtigkeit der „Preis-Komponente“ gegenüberstellen und begründen zu können;</li> <li>• die Grundlagen der Produktpreisbildung und -festsetzung beurteilen und entwickeln zu können;</li> <li>• Preisentscheidungen optimieren und zielgruppen- bzw. branchenspezifische Preistaktiken anzuwenden zu können.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vortrag, Diskussion, Ausarbeitung von Case Studies

Studiengang	Marketing & Sales (MARS)/Bachelor
Credits	4 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	<p>Immanenter Prüfungscharakter</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftliche Ausarbeitung einer fiktiven Fallstudie mittels Konzeptpapier (60%).</li> <li>• Mündliche Präsentation der Produktentwicklung, Positionierung inkl. Marketingplanung und Budgetierung (40%).</li> </ul>
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Differenzierung, Positionierung, Strategien des Produkt- und Markenmanagements erläutern zu können;</li> <li>• Bereiche des Marken- und Produktmanagements und deren dazugehörigen Skills und Tools benennen zu können;</li> <li>• Produktentwicklung abzuleiten und Kreativitätstechniken zu skizzieren;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markenanalysen durchzuführen, deren Potenziale zu erkennen und zu erheben;</li> <li>• innovative Produkte bzw. Dienstleistungen mit Hilfe von Kreativitätstechniken auf Konsum- und Industriegütermärkten zu entwerfen und zu positionieren;</li> <li>• einen branchenspezifischen Marketingplan, inklusive Strategie und Budgetierung, zu konzipieren und entlang des Produktlebenszyklus zu simulieren.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vortrag, Workshop, Fallstudie mit Coaching-Einheiten

# Master

Lehrveranstaltungstitel		Multivariate Analyseverfahren
Studiengang	Marketing- & Salesmanagement (MARS)/Master	
Credits	3 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Verfahren der multivariaten Analyse (z.B. Varianzanalyse, Regressionsanalyse, Clusteranalyse, Faktorenanalyse, Conjoint Measurement) zu verstehen;</li> <li>• fortgeschrittene Verfahren der multivariaten Analyse (z.B. Multidimensionale Skalierung, Korrespondenzanalyse) zu kennen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die methodischen Anwendungsvoraussetzungen der unterschiedlichen Verfahren zu berücksichtigen;</li> <li>• den Ablauf der einzelnen Analyseschritte zu verstehen;</li> <li>• die Ergebnisse korrekt zu interpretieren und</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Anwendungsmöglichkeiten multivariater Verfahren für den Bereich Marketing &amp; Sales adäquat einzuschätzen.</li> </ul>	
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Die Anwendung und Interpretation der multivariaten Analyseverfahren wird mit Hilfe von Statistiksoftware und Datensätzen geübt.	

Studiengang	Marketing- & Salesmanagement (MARS)/Master
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Abschließende Prüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• im Rahmen eines Unternehmensprojektes ein Briefing, Re-Briefing, Zwischen- und Endpräsentation für einen Pitch auszuführen;</li> <li>• komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge gegebenenfalls für eine Marktforschung darzustellen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gegebenenfalls eine Marktforschung zu planen, geeignete Auswertungsverfahren auszuwählen, praxisfallbezogene Daten zu erheben, aufzubereiten, auszuwerten, zu dokumentieren und zu interpretieren;</li> <li>• 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;</li> <li>• die Eignung von Media-Kanälen für spezifische Marketing-Ziele und Zielgruppen zu beurteilen und datengetriebene Werbemaßnahmen zu planen und in einer Medien- und Maßnahmenplanung darzustellen;</li> <li>• das erforderliche Budget zu berechnen und in der Evaluierung der Maßnahmen passend zum Projektauftrag zu überprüfen;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Untersuchungsdesign zu entwickeln, die ausgewerteten Daten entsprechend zu interpretieren und verschiedene Untersuchungsdesigns zu beurteilen;</li> <li>• ein integratives Kommunikations- bzw. Marketingkonzept zu konzipieren, gegebenenfalls auf Nachhaltigkeit hin zu überprüfen, es überzeugend zu argumentieren und den Erfolg der Maßnahmen zu evaluieren.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Problem-/challenge-based learning: Erstellung einer Marktforschung und eines Kommunikations- und Maßnahmen-Konzeptes, nach Gegebenheit für eine/n reelle/n AuftraggeberIn als Gruppenarbeit

Studiengang	Marketing- & Salesmanagement (MARS)/Master
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage</p> <p><u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wissenschaftstheoretischen Grundlagen quantitativer Forschung zu begreifen;</li> <li>• die Gütekriterien quantitativer Forschung zu kennen;</li> <li>• quantitative Stichprobenkonzepte zu verstehen;</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche quantitative Methoden der Datenerhebung anzuwenden (vor allem Fragebögen mit Online-Marktforschungstools);</li> <li>• quantitative Datenanalysen in dafür geeigneter Software vorzubereiten;</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• im Rahmen konkreter Anwendungsbeispiele die geeigneten Datenerhebungsverfahren auszuwählen, die Umsetzung zu planen und durchzuführen.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Im Zuge der Lehrveranstaltung wird anhand eines Praxisbeispiels eine quantitative Datenerhebung geplant und durchgeführt.

## 3.10 Tourismus-Management (TM)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Digital Marketing Project
Studiengang	Tourismus-Management (TM)/Bachelor	
Credits	6 ECTS	
Semester in Curriculum	5. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen und theoretischen Modelle der Konsument:innenforschung zu skizzieren.</li> <li>• Einflussfaktoren und psychische Variablen des Konsument:innenverhaltens zu erläutern</li> <li>• Den Entscheidungsfindungsprozess bei touristischen Produkten von Konsument:innen in einem digitalisierten Marktumfeld diskutieren.</li> <li>• Die Wirkungsmuster des Marketings auf das Konsument:innenverhalten darzustellen</li> <li>• Begrifflichkeiten digitaler Medien, Kanäle und Tools, sowie digitaler Geschäftsmodelle zu differenzieren.</li> <li>• Aspekte der Internet Security und des Datenschutzes zu benennen.</li> <li>• Die Möglichkeiten und Risiken des datengetriebenen Marketings für touristische Geschäftsmodelle zu erläutern.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingkonzepte an den Bedürfnissen und dem Verhalten von Konsument:innen orientieren.</li> <li>• Adäquate Marketingmaßnahmen für touristische Produkte entsprechend dem Konsument:innenverhalten in einem digitalisierten Marktumfeld planen.</li> <li>• Digitale Medien, Kanäle und Tools (Website, Mobile Apps, Social Media, Digital Analytics und Monitoring, E-Commerce Plattformen, CMS Tools, CRM Systeme) für touristische Geschäftsmodelle zu nutzen.</li> <li>• Trends und Entwicklungen der Digitalisierung für touristische Marketingkonzept nutzbar zu machen.</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Den Einfluss von Digitalisierungsprozessen auf touristische Geschäftsmodelle zu beurteilen.</li> </ul>	
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vortrag und Übung anhand eines digitalen Marketingprojekts	

Studiengang	Tourismus-Management (TM)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arten von nicht-digitalen und digitalen Geschäftsmodellen zu benennen</li> <li>• Digitale Geschäftsmodellen im Tourismus zu erfassen und verstehen</li> <li>• Die Voraussetzungen zur Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle im Tourismus zu erfassen</li> <li>• Für ausgewählte touristische Bereiche relevante (digitale) Technologien identifizieren</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswirkungen neuer (digitaler) Technologien auf bestehende Geschäftsmodelle und Strategien einschätzen und beurteilen.</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die fortschreitende Digitalisierung und damit einhergehende neue Technologien und deren Relevanz für touristische Fragestellungen einzuschätzen</li> <li>• Chancen und Bedrohungen der Digitalisierung für touristische Unternehmen zu erkennen</li> <li>• Auf Basis davon, bestehende touristische Geschäftsmodelle zu hinterfragen und adaptieren und eine Grundlage für Managemententscheidungen vorzubereiten</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vorlesung und Projektarbeit (z.B. kritische Analysen von digitalen Geschäftsmodellen)

Studiengang	Tourismus-Management (TM)/Bachelor
Credits	6 ECTS
Semester in Curriculum	5. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanenter Prüfungscharakter
Lernergebnisse	<p>Ziel des Moduls ist es, Kernprinzipien guter Organisationsgestaltung zu verstehen und Herausforderungen bei der Umsetzung von (Organisations-) Prozessen zu identifizieren. In vielen Fällen stehen Ziele der Organisationsstruktur im Konflikt mit Zielen eines effizienten Prozessmanagements. Die Studierenden diskutieren relevante Organisationstheorien und entwickeln Fähigkeiten in der Analyse und Gestaltung von Prozessen mit einem starken Fokus auf die Auswirkungen der Digitalisierung.</p> <p>Nach positivem Abschluss dieses Moduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die formalen Elemente der Organisation (Aufgaben, Stellen...) zu definieren.</li> <li>• die Unterschiede und Zusammenhänge von Aufbau- und Ablauforganisation zu erläutern.</li> <li>• unterschiedliche Organisationsformen sowie deren Vor- und Nachteile im Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit zu beschreiben.</li> <li>• die wesentlichen klassischen, neoklassischen und modernen Organisationstheorien zu diskutieren.</li> <li>• verschiedene Konzepte des organisatorischen Wandels und Modelle von Veränderungsprozessen zu diskutieren.</li> <li>• die Ziele, Aufgaben und Phasen des Prozessmanagements sowie die wesentlichen Elemente von Prozessen zu erläutern.</li> <li>• das Wesen von Geschäftsprozessen, Prozessmodellierung, Prozessoptimierung und prozessorientierten Organisationsformen zu beschreiben.</li> <li>• Faktoren eines erfolgreichen Prozessmanagements zu bestimmen.</li> <li>• Auswirkungen der Digitalisierung auf Organisationsformen und Prozessmanagement zu diskutieren.</li> <li>• Auswirkungen von nachhaltigen Geschäftsmodellen auf Organisationsformen und Prozessmanagement zu diskutieren.</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmen hinsichtlich ihrer Umwelt sowie internen Gegebenheiten zu analysieren.</li> <li>• Unternehmen hinsichtlich ihrer Aufbau- und Ablauforganisation zu analysieren und diese den Organisationsmodellen und -konzepten zuzuordnen.</li> <li>• Prozesse zu beschreiben und Teilprozesse und Prozesslandkarten zu konzipieren.</li> </ul> <p><u>Kompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• organisatorische Herausforderungen zu analysieren, gängige Ansätze kritisch zu reflektieren und Lösungen im Bereich Organisationsdesign und Prozessmanagement zu entwickeln.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Vortrag und Übung anhand eines digitalen Marketingprojekts

## 3.11 Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)

### Bachelor

Lehrveranstaltungstitel		Business Presentations 2
Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor	
Credits	2 ECTS	
Semester in Curriculum	3. Semester	
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen	
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Vor- und Nachteile von Präsentationsformaten und -tools zweckdienlich zu bestimmen</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die eigene Auftrittskompetenz zielgerichtet zu optimieren</li> <li>Business Präsentationen sowohl einzeln als auch im Team anlassbezogen zu planen und durchführen zu können</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>mit Stakeholdern professionell und situationsgemessen zu interagieren</li> <li>die eigenen Leistungen und Fähigkeiten realistisch einzuschätzen und weiterzuentwickeln</li> </ul>	
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	Üben von unterschiedlichen Präsentationsformaten inklusive Feedbackrunden und Reflexionen.	

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegende Funktionsweise von Datenbank-Systemen, Datenarchitekturen und Datenmodelle zu erläutern</li> <li>• Vorgehensweisen im Datenqualitätsmanagement zu beschreiben</li> <li>• Informationssicherheit und ihre allgemeinen Schutzziele zu erklären</li> <li>• Ziele und Methoden von Angriffen auf die Informationssicherheit zu beschreiben</li> <li>• Schutzmaßnahmen gegen Angriffe auf die Informationssicherheit zu erläutern</li> <li>• Grundlagen und Grundsätze der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) sowie daraus sich ergebene Rechte von Betroffenen und Pflichten von datenverarbeitenden Stellen darzustellen</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mögliche Bedrohungen der Informationssicherheit für Unternehmen und geeignete Gegenmaßnahmen zu identifizieren</li> <li>• Anwendungsbereiche der DSGVO in Unternehmen zu erkennen und daraus nötige Konsequenzen abzuleiten</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nötige Anpassungen der IT, des Geschäftsmodells bzw. von Geschäftsprozessen zu empfehlen, um die Informationssicherheit zu gewährleisten</li> <li>• nötige Anpassungen der IT, des Geschäftsmodells bzw. von Geschäftsprozessen zu empfehlen, um die DSGVO-Konformität zu gewährleisten</li> <li>• Querverbindungen zu Inhalten anderer Module des Studiums herzustellen und deren Zusammenwirken im Hinblick auf ganzheitlich vernetzte Lösungsansätze zu argumentieren.</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgabenstellungen zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken beziehen sich nach Möglichkeit auf zukunftsfähige Projekte, die ökologische und soziale Verantwortung miteinbeziehen</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anknüpfungspunkte mit den Teilmodulen „Business Information Systems“ und „Digital Business Concepts“ werden mit den Aufgabestellungen dieses Teilmoduls thematisiert.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Relevanz globaler Lösungsanbieter für Themenbereiche, die Inhalt dieses Teilmoduls sind, wird aufgezeigt und daraus ableitbare Konsequenzen, vor allem im Hinblick auf die DSGVO, aufgezeigt.</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Begriffe Digital Business, Electronic Business und Digitale Transformation zu erklären und voneinander abzugrenzen</li> <li>• die digitale Wertekette und mögliche Anknüpfungspunkte mit realwirtschaftlichen Werteketten zu beschreiben</li> <li>• aktuelle Megatrends der IT, ihre Anwendungsfelder, Chancen und Herausforderungen zu beschreiben. Beispielhaft und regelmäßig anzupassen sind dies <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 5G-Mobilfunktechnologie</li> <li>○ Industrie 4.0</li> <li>○ Virtual/Augmented/Mixed Reality</li> <li>○ Internet of Things</li> <li>○ Big Data</li> <li>○ Künstliche Intelligenz (inkl. Machine/Deep Learning)</li> <li>○ Blockchain</li> </ul> </li> <li>• technologische Voraussetzungen für aktuelle digitale Businessmodelle zu erläutern</li> <li>• Merkmale und Formen aktueller, digitaler Geschäftsmodelle darzustellen. Beispielhaft und regelmäßig anzupassen sind dies <ul style="list-style-type: none"> <li>○ E-Commerce</li> <li>○ Marktplatz-Modell (Plattform Business)</li> <li>○ Gratis-Modell</li> <li>○ Freemium-Modell</li> <li>○ Sharing-Economy</li> <li>○ Abo-Modell</li> <li>○ On Demand Modelle (inkl. XaaS)</li> <li>○ User-Designed-Modell</li> <li>○ Peer-to-Peer Modelle</li> </ul> </li> <li>• das Konzept der Geschäftsmodellinnovation und der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie zu erklären</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovation und/oder Digitalisierung von bestehenden Geschäftsmodellen zu konzeptionieren und zu argumentieren</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nachhaltige Geschäftsmodelle an aktuelle Rahmenbedingungen unter Berücksichtigung aktueller Megatrends anzupassen</li> <li>• Querverbindungen zu Inhalten anderer Module des Studiums herzustellen und deren Zusammenwirken im Hinblick auf ganzheitlich vernetzte Lösungsansätze zu argumentieren</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgabenstellungen zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken beziehen sich nach Möglichkeit auf zukunftsfähige Projekte, die ökologische und soziale Verantwortung miteinbeziehen.</li> <li>• Auswirkungen der Megatrends der IT werden auch im Hinblick auf ihre gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen kritisch beleuchtet.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p>

- Anknüpfungspunkte aus dem Teilmodul „Business Information Systems“ werden aufgegriffen und gegebenenfalls weiter vertieft.

Querschnittsthema Internationalisierung

- Die Relevanz globaler Lösungsanbieter für Themenbereiche, die Inhalt dieses Teilmoduls sind, wird aufgezeigt und daraus ableitbare Konsequenzen aufgezeigt
- Businessmodellinnovationen werden auch unter dem Gesichtspunkt von Internationalisierungsstrategien entwickelt.

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	2 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Bedeutung grundlegender finanzwirtschaftlicher Überlegungen für die Führung von Unternehmen, Abteilungen bzw. sonstigen Organisationen zu verstehen</li> <li>• Finanzierungsarten zu unterscheiden und zu erklären</li> <li>• die wichtigsten Finanzierungsquellen zu vergleichen und deren Funktionsweise in der Praxis nachvollziehen</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen Finanzplan zu erstellen und die daraus resultierenden Ergebnisse zu analysieren sowie zu interpretieren</li> <li>• grundlegende Instrumente und Rechenverfahren der Finanzwirtschaft zielgerichtet auszuwählen und anzuwenden</li> <li>• die jeweiligen Parameter der wesentlichen Finanzierungsarten im Zusammenhang mit Finanzierungserfordernissen miteinzubeziehen und zu berücksichtigen</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Vor- bzw. Nachteile von Finanzierungsarten im Hinblick auf Finanzierungserfordernisse zu analysieren</li> <li>• Finanzierungsentscheidungen vorzubereiten, zu treffen und deren Umsetzung zu argumentieren</li> <li>• mittel- und langfristige Auswirkungen von Finanzierungsentscheidungen vorausszusehen und zu berücksichtigen</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgabenstellungen zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken beziehen sich auf zukunftsfähige Projekte, die ökologische und soziale Verantwortung miteinbeziehen</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzplan sowie sonstige Aufgabenstellungen zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken werden nach Möglichkeit digital umgesetzt (z.B. MS Excel o.ä.)</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrachtung von Finanzierungsentscheidungen auch im Hinblick auf internationale Entwicklungen</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe- und Theorien der Internationalisierung und des internationalen Managements zu erklären</li> <li>• Rechtliche, und politische und kulturelle Rahmenbedingungen des Internationalen Managements zu verstehen und deren Auswirkungen zu beurteilen</li> <li>• Aspekte und Implikationen des interkulturellen Managements zu erfassen</li> <li>• Einflussfaktoren eines Internationalisierungsprozesses auf betriebliche Teilbereiche einzuordnen</li> <li>• Methoden internationaler Strategieentwicklung zu erklären</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Herausforderung von unternehmerischen Internationalisierungsbestrebungen ganzheitlich, d. h. aus strategischer, finanzieller und kultureller Sicht, zu erfassen</li> <li>• Rahmenbedingungen sowie Risiken der Internationalisierung zu analysieren und zu klassifizieren</li> <li>• makroökonomische Faktoren im Hinblick auf den Internationalisierungsprozess einschätzen zu können</li> <li>• Modelle zur strukturierten Auswahl von Expansionsmärkten zu beurteilen und exemplarisch anzuwenden</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interkulturelle Aspekte des internationalen Managements und deren Implikationen auf Elemente der Unternehmensführung zu erklären und für konkrete Situationen anzuwenden</li> <li>• die Einflussfaktoren für Internationalisierungsentscheidungen zu analysieren und konkrete Strategien daraus zu entwickeln</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fallbeispiele zur Internationalisierung beinhalten Fragestellungen, die die ökologische und soziale Verantwortung internationaler Unternehmen thematisieren</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilnahme an einer International Week/an einem internationalen Projekt mit Schwerpunkt Economics und International Markets.</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	1 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffe aus dem Themenfeld der Investitionsrechnung zu beschreiben</li> <li>• grundlegende, finanzmathematische Rechenmethoden nachzuvollziehen</li> <li>• Statische &amp; Dynamische Investitionsverfahren zu erläutern</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzmathematische Aufgabenstellungen zu lösen</li> <li>• Statische &amp; Dynamische Investitionsrechenverfahren durchzuführen</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für den jeweiligen Anwendungsfall das passende Investitionsrechenverfahren auszuwählen</li> <li>• Ergebnisse dieser Rechenverfahren zu interpretieren</li> <li>• Investitionsentscheidungen anhand der erlernten Rechenverfahren zu treffen, diese Entscheidungen auf Basis der Ergebnisse zu argumentieren und nicht-finanzielle Rahmenbedingungen in diese Entscheidungen miteinzubinden sowie zu argumentieren</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionsrechenverfahren mit Fallbeispielen zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken beziehen sich ausschließlich auf zukunftsfähige Projekte, die ökologische und soziale Verantwortung miteinbeziehen</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzplan sowie sonstige Aufgabenstellungen zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken werden nach Möglichkeit digital umgesetzt (zB MS Excel o.ä.)</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionsrechenverfahren mit Fallbeispielen zu Übungs- und Prüfungszwecken mit internationalem Bezug und Berücksichtigung dementsprechend erweiterter Risiken</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die historische Entwicklung und grundlegende Fragestellungen des HRM zu begreifen</li> <li>• die Beziehung zwischen Unternehmensstrategie und Personalstrategie zu beleuchten</li> <li>• Interessengruppen und Akteure im Personalmanagement zu identifizieren</li> <li>• den Employee Lifecycle zu erfassen, daraus grundlegende Handlungsfelder des HRM abzuleiten und anhand von Fallbeispielen zu diskutieren – im Besonderen: Personalbedarfsplanung, Recruiting und Auswahl, Personalentwicklung und Personalcontrolling</li> <li>• aktuelle Trends in Bezug auf die lebenszyklusorientierten Handlungsfelder des HRM zu analysieren und zu diskutieren</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Handlungsfelder des lebenszyklusorientierten HRM den Erfordernissen des individuellen Unternehmens entsprechend zu ermitteln</li> <li>• eine Personalbedarfsplanung zu erstellen und Maßnahmen in Bezug auf Recruiting, Auswahl und Entwicklung abzuleiten sowie umzusetzen</li> <li>• grundlegende Kennzahlen des Personalcontrollings zu berechnen</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das theoretisch erworbene Wissen zu den Grundlagen des Personalmanagements zu vernetzen und in Bezug zur Praxis zu setzen</li> <li>• aktuelle Trends im Personalmanagement kritisch zu durchleuchten und daraus künftige Chancen und Herausforderungen abzuleiten</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Thema Nachhaltigkeit aus dem Blickwinkel der Handlungs- (und Gestaltungs-)Felder des Personalmanagements beleuchten und diesbezüglich konkrete Einflussmöglichkeiten aufzeigen.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Chancen von Digitalisierung in den einzelnen Handlungsfeldern des Personalmanagements anzudeuten.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allfällige internationale Handlungsfelder des Personalmanagements zu erkennen und in den Employee Life Cycle aufzunehmen.</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die theoretischen Grundlagen des traditionellen, agilen, hybriden sowie neuer Formen des Projektmanagements &amp; deren Instrumente zu erfassen</li> <li>• Projekte und Projektmanagement als Bestandteile einer modernen und effizienten Unternehmensorganisation zu verstehen</li> <li>• mit den erworbenen Kenntnissen an der PMA Zertifizierung teilnehmen zu können</li> <li>• insbesondere folgende Lehrinhalte anzuwenden und aus ihnen Schlussfolgerungen zu ziehen:</li> <li>• Projektmanagementsysteme (traditionelles, agiles &amp; hybrides Projektmanagement sowie neue Formen)</li> <li>• Projektmanagementrichtlinien und -standards (z. B. DIN 69901:2009, ICB 4.0, PMBOK®, PRINCE2®) und Vorgehensmodelle (z. B. Scrum, Critical Chain Project Management, V-Modell XT, Spotify Modell)</li> <li>• Projektmanagement im Unternehmen (Programm- und Portfoliomanagement, Projektorganisation und Rollen im Projekt)</li> <li>• methodische Grundkenntnisse zu Themen &amp; Tools im Bereich (Initiierung und Projektstart, Planung (Leistungsumfang, Termin-, Kosten- und Ressourcenplanung, Finanzierung), Überwachung und Steuerung (Controlling), Projektabschluss, Information und Kommunikation, Qualitätsmanagement, Soft Skills (Teamführung, Sozialkompetenz, Selbst- und Zeitmanagement), Stressbewältigung</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wichtigsten Werkzeuge der unterschiedlichen Projektmanagementsysteme auszuwählen, sinnvoll miteinander zu verbinden und anzuwenden</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekte eigenständig zu definieren, zu beauftragen, zu planen, zu steuern und eigene Projekte mit den Mitteln des Projektmanagements zu begleiten und die Rolle der Projektleitung zu übernehmen</li> <li>• in einem Projektteam verantwortungsbewusst und sozial kompetent zur erfolgreichen Zusammenarbeit beizutragen</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fallbeispiele zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken beziehen sich auf zukunftsfähige Projekte, die ökologische und soziale Verantwortung miteinbeziehen.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgabenstellungen zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken werden nach Möglichkeit digital umgesetzt (zB MS Excel o.ä.).</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fallbeispiele zu Übungs- bzw. Prüfungszwecken beinhalten Fragestellungen im internationalen Kontext.</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die theoretischen und praktischen Grundlagen des Steuerrechts zu erfassen</li> <li>• Steuerrecht als wichtigen Bestandteil der Wirtschaft zu verstehen</li> <li>• insbesondere folgende Lehrinhalte anzuwenden und aus ihnen Schlussfolgerungen zu ziehen: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einkommensteuer (inkl. beschränkte versus unbeschränkte Steuerpflicht, betriebliche und außerbetriebliche Einkunftsarten, steuerliche Gewinnermittlungsarten, Einkommensteuertarif etc.)</li> <li>○ Körperschaftsteuer</li> <li>○ Umgründungssteuerrecht</li> <li>○ Umsatzsteuer (inkl. Binnenmarktregelung)</li> <li>○ Rechtsverkehrssteuern (Gründerwerbsteuer, Rechtsgeschäftsgebühren)</li> <li>○ Internationales Steuerrecht (Doppelbesteuerungsabkommen, nationale Kollisionsregeln)</li> <li>○ Abgabenverfahren und Rechtsschutz</li> <li>○ Finanzstrafrecht</li> </ul> </li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Steuerrechtliche Sachverhalte auf ihre rechtlichen Konsequenzen hin zu überprüfen und Lösungen zu erarbeiten</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem juristisch spezialisierten Parteienvertreter (Anwalt, Steuerberater) in Bezug auf steuerrechtliche Themenbereiche ein/e kompetente/r Gesprächspartner/in zu sein</li> <li>• Vor- und Nachteile relevanten Handelns im Steuerrecht weitgehend selbständig abzuschätzen und Risiken daraus zu minimieren</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Anwendungsbezogene Bearbeitung von Beispielen Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die gesetzeskonforme Handhabung steuerrechtlicher Rahmenbedingungen als Beitrag zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen diskutieren.</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte und Instrumente des strategischen Managements zu verstehen</li> <li>• die Rolle und die Ziele des Strategischen Managements unter Berücksichtigung unternehmerischer bzw. organisationaler Rahmenbedingungen zu erläutern</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• geeignete Konzepte und Instrumente des strategischen Managements für die jeweilige Aufgabenstellung auszuwählen, deren Anwendbarkeit zu prüfen und mögliche Auswirkungen hinsichtlich des Einsatzes strategischer Konzepte und Instrumente einzuschätzen</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte und Instrumente des strategischen Managements gezielt zur Analyse bzw. Entwicklung von Unternehmens- bzw. Organisationsstrategien einzusetzen</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmerische Verantwortung als Basis strategischer Entscheidungen berücksichtigen.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Unterstützung digitaler Analyse- und Entwicklungsinstrumente für das Strategische Management diskutieren.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswirkungen strategischer Entscheidungen mit Bezug zu internationalen Aktivitäten berücksichtigen.</li> </ul>

Studiengang	Unternehmensführung – Entrepreneurship (MGMT)/Bachelor
Credits	3 ECTS
Semester in Curriculum	3. Semester
Leistungsbeurteilung	Immanente Teilleistungen und/oder Abschlussprüfung
Lernergebnisse	<p>Nach positivem Abschluss dieses Teilmoduls sind Absolvierende in der Lage <u>Kenntnisse und Lehrinhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Wirtschaftssysteme und –schulen zu kennen</li> <li>• ideologische Grundlagen der Wirtschaftspolitik zuzuordnen</li> <li>• die aktuelle Wirtschaftspolitik und die staatlichen Institutionen - national und international - zu verstehen und kritisch zu hinterfragen</li> <li>• Formen/Ursachen des Marktversagens zu kennen und anhand aktueller Beispiele zu diskutieren</li> <li>• insbesondere folgende Lehrinhalte anzuwenden und aus ihnen Schlussfolgerungen zu ziehen: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Globalisierung, Konjunkturzyklen und Wirtschaftspolitik, Rolle des Staates, Kapitalmärkte und Finanzsektor</li> </ul> </li> <li>• Interventionen, Umwelt, Institutionen (Förderungen, Steuern, EU)</li> <li>• Fiskalpolitik und Geldpolitik, Institutionen (Zentralbanken, IWF)</li> <li>• Marktversagen (öffentliche Güter, asymmetrische Informationen, ext. Effekte, natürliche Monopole)</li> <li>• Heterodoxe Ökonomie</li> <li>• Beyond GDP, Post-Keynesianismus, Neo-Liberalismus, Feministische Ökonomie, Einkommens-Konzentration</li> <li>• Green Economy, Nachhaltigkeit, aktuelle Themen</li> </ul> <p><u>Fertigkeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• globale Zusammenhänge in der Weltwirtschaft und die Rollen verschiedener Akteure zu verstehen und zu erklären</li> <li>• wirtschaftspolitische, staatliche Eingriffe in Bezug auf die ökonomischen Auswirkungen zu erklären</li> </ul> <p><u>Kompetenz(en)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftspolitische Maßnahmen zu verstehen, zu analysieren und deren Bedeutung für betroffene Unternehmen bewerten zu können</li> </ul>
wichtigste Lehr-/Lernaktivitäten	<p>Querschnittsthema Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbeziehung von Fallbeispielen für zukunftsfähige wirtschaftspolitische Maßnahmen, die durch ökologische und soziale Verträglichkeit gekennzeichnet sind.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung von digitalem Zugang zu volkswirtschaftlichen Daten für Analysen, z B: Statistik Austria, EZB, OECD, IWF.</li> </ul> <p>Querschnittsthema Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilnahme an einer International Week/an einem internationalen Projekt mit Schwerpunkt Economics und International Markets.</li> </ul>