

113. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Integrated Systems Management, MBA“ vormals „Integrated Management Systems, MBA“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Industrie 4.0 und digitale Transformation betreffen nicht nur einzelne Prozesse, sondern auch ganze Geschäftsmodelle. Zunehmende Komplexität trifft auf integrierte und dynamik-robuste Abläufe und Strukturen. Diese Veränderungen stoppen auch nicht vor Management Systemen und stellen viele Organisationen in den unterschiedlichen Branchen vor große Herausforderungen. Ständige und flexible Anpassungen werden zum künftigen Standard. Neue Organisationsformen und Führungsstile sind im digitalen Zeitalter entstanden und erfordern entsprechend neue Fertigkeiten und Kompetenzen. Auch die Rolle von Management Beauftragten verändert sich deutlich.

Ziel ist es, den Studierenden vertiefte, spezialisierte und anwendungsorientierte wissenschaftliche und praktische Kenntnisse über Modelle, Methoden und Werkzeuge für die Entwicklung von dynamik-robusten Prozessen und Strukturen und wirksame Integration unterschiedlicher Anforderungen in komplexen Umfeldern zu vermitteln.

Lernergebnisse

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Curriculums in der Lage,

- die Herausforderungen unterschiedlicher Managementsysteme und das Zusammenwirken zu bewerten.
- die unternehmerische Komplexität und deren Wechselwirkung auf Management Systeme, Strukturen und Prozesse zu bewerten.
- Steuerungsinstrumente für Integrierte Management Systeme abzuleiten.
- Auswirkungen der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle zu analysieren und ausgewählte Methoden und Werkzeuge zur digitalen Transformation von Integrierten Management Systemen in expliziten Aufgabenstellungen anzuwenden.
- unterschiedliche Organisationsformen und Führungsansätze im digitalen Kontext zu identifizieren und spezifische Maßnahmen abzuleiten.
- Grundzüge von Data Science zu implementieren und hinsichtlich der Anforderungen von Digital Governance zu interpretieren.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- 1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- 2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- 2) Zusätzlich ist im Aufnahmeverfahren ein Aufnahmegespräch zu führen, in dem die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den Studierenden die Auswahl der Wahlfächer vornimmt, und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 6. Studienplätze

- 1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- 2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat. Sie erfolgt auf Vorschlag der Lehrgangsleitung.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt drei (3) Pflichtfächer und sieben (7) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master-Thesis“ vor der Abgabe der Master-Thesis zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (betriebswirtschaftliche und allgemeine Management-Themen) absolviert werden.
- 5) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe C“ (Managementsystem-bezogene und QM-Themen) absolviert werden.
- 6) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe C“ wählen.
- 7) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			21	525
System-/Prozessintegration und Performance Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Zukunft von Integrierten Management Systemen und Modellen • Werkzeuge und Methoden zur Steuerung Integrierter Management Systeme • Business Excellence für Führungskräfte 				
Digitale Transformation und Agilität integrierter Systeme	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Digitisierung vs. Digitalisierung von Prozessen und Systemen • Data Science für Einsteiger und Rolle von IT-Tools bei der Transformation • Digitale Geschäftsmodelle und Digital Governance 				
Nachhaltige Entwicklung und Führung von Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neue Organisationsformen und Führungsansätze im digitalen Zeitalter • Komplexe und dynamik-robuste Prozesse und Systeme • Strategische Positionierung und Umsetzung der System-/Prozessintegration 				
Wahlfächer:			49	1225
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 				
Wahlfachgruppe B				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				
Strategic and Marketing Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Unternehmensanalyse • Ressourcenbasierte Analyse von Kernkompetenzen und Competitive Advantage • Marketingstrategien und das Konzept der Positionierung und Differenzierung 				

Controlling, Reporting and Corporate Financial Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Budgetierung, Controlling, Reporting Unternehmenskennzahlen Investition und Finanzierung 				
Personalmanagement und -führung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Zentrale HR-Aufgaben Personal- und Organisationsentwicklung Führen von Personalgesprächen 				
International Business and Business Ethics	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Rahmenbedingungen für international tätige Firmen Internationale Geschäftstätigkeit Management und Ethik, ethische Unternehmensstrategien 				
Business Analytics and Managerial Economics	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Quantitative Methoden Qualitative Methoden Verhaltensökonomie und Informationsökonomie 				
Studienreise: Leadership and Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Entrepreneurship Business Ethics Leadership 				
Management für Führungskräfte	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Problemlösungsansätze Controlling Bilanzanalyse 				
Wahlfachgruppe C				
Grundlagen im Lean Operations Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen zu Produktionssystemen Lean Thinking und Lean Culture Total Productive Management 				
Grundlagen im Prozessmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Ansätze und Zugänge zum Prozessmanagement Überblick über Methoden des Prozessmanagements Strategisches Prozessmanagement 				
Grundlagen im Projektmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Projekte klar abgrenzen und definieren Projektmanagement in seinen PM-Teilprozessen verstehen Projektmanagement Methoden richtig und praxisbezogen anwenden 				
Teammanagement und Teamdynamik	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Systemtheorie Teammanagement aus systemischer Sicht Konflikte in Teams und Organisationen 				

Lean Administration	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Lean Administration als Teil von Lean Enterprise sehen • Grundlagen für effizientes Arbeiten im Office verstehen • Methoden und Werkzeuge zur Optimierung von administrativen Prozessen beherrschen 				
Verbesserungsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzept und Fehlerkultur • Methoden im Verbesserungsmanagement • Six Sigma 				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für WM • Konzepte und Modelle des WM • Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 				
Grundlagen im Risikomanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Basiswissen Risikomanagement • Überblick über Normen • Managementkreisläufe und Managementsysteme 				
Grundlagen im Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel • Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign • Change Communication 				
Grundlagen im Innovationsmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Fach • Treiber und Motivation für Innovationsmanagement • Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 				
Wahlfachgruppe D				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				

Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				

Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zur Master-Thesis	16	4	4	100
Master-Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- 1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- 2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Sieben (7) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Master-Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Master-Thesis“
- 3) Die Master-Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master-Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- 4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master-Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- 5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:

- Change Management (MSc, AE, CP)
- Communications MBA
- Digitaler Journalismus, CP
- Digitale Kommunikation (MSc, AE, CP)
- Fernsehjournalismus
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium PR Basic (CP)
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Informationsdesign (MA, AE, CP)
- Informations- und Datenvisualisierung, CP
- Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement, MSc
- Internationales Projektmanagement (MSc, AE, CP)
- Integrierte Krisenkommunikation, CP
- Interne und Change-Kommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit, CP
- Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit, CP
- Printjournalismus, CP
- Professional MSc
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- PR dual, AE
- PR: Gesundheitskommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
- Qualitätsjournalismus, MA
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus, CP
- Risikomanagement (MSc, CP)
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (MSc, AE, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement, MSc
- TV-Produktion, CP
- Wirtschaftskommunikation, AE
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Universitätslehrganges.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Business Administration“, abgekürzt MBA zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das Curriculum tritt mit WS 2021/22 in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2010/2011 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 62/31.08.2010 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die vor dem WS 2013/2014 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 55/30.09.2011 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die vor dem WS 2017/2018 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 87/29.8.2013 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die ab WS 2017/2018 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 44/24.5.2017 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2025 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsführung können Studierende auch nach der aktuellen Verordnung abschließen.