

231. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Chief Digital Officer (MSc)“

(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der berufsbegleitende Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (MSc)“ ist eine akademische Weiterbildung, die den Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmen und Organisationen mit der Vermittlung von praxisorientierten Kompetenzen begegnet.

Der Universitätslehrgang richtet sich an mit Digitalisierung befasste Entscheidungsträgerinnen und -träger, Fach- und Führungskräfte, Consultants, Spezialistinnen und Spezialisten aus Wirtschaft, Verwaltung und anderen Organisationen (Selbstständige, CEOs, Marketeers, CIOs, CTOs, Web- oder Social Media Manager), die sich mithilfe der im Studienprogramm vermittelten interdisziplinären Fähigkeiten, erfolgreich mit den Herausforderungen der Industrie 4.0 auseinandersetzen wollen.

Im Rahmen des Studiums werden u.a. Themen wie die digitale Revolution (Transformation), aber auch sämtliche Aspekte der Dematerialisierung aufgegriffen, wobei das Ziel des Universitätslehrganges ist, eine optimale Symbiose aus wissenschaftlichen Erkenntnissen und deren Umsetzung in der Praxis zu schaffen. Bei der Projektarbeit sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Möglichkeit bekommen, ein an eine konkrete Unternehmenssituation angepasstes, digitales Geschäftsmodell zu entwickeln. Im Rahmen der Master Thesis soll schließlich ein Gegenstandsbereich der Digitalen Transformation wissenschaftlich untersucht und den wissenschaftlichen Gütekriterien entsprechend dargelegt werden.

Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes):

Die AbsolventInnen sind in der Lage,

- die Rolle von Social Media als Treiber für disruptive Prozesse zu erläutern,
- bestehende Geschäftsmodelle zu digitalisieren,
- neue digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln,
- den Erfolg von Online-Kampagnen zu überprüfen,
- die wichtigsten gesetzlichen Grundlagen des Internetrechtes (Datenschutz, Medienrecht, Urheberrecht, AGB) zu erklären,
- Methoden der Digitalen Transformationsforschung bei der Problemanalyse und Evaluierung anzuwenden,
- sich mit Herausforderungen der Digitalisierung nach wissenschaftlichen Kriterien im Rahmen einer Master-Thesis auseinander zu setzen.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird berufsbegleitend angeboten und in modularisierter Form eines Blended Learning Konzeptes durchgeführt. Der Universitätslehrgang wird je nach Bedarf in deutscher oder englischer Sprache angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante beträgt die Dauer vier Semester mit 90 ECTS Punkten.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- (1a) ein österreichischer oder gleichwertiger ausländischer Hochschulabschluss oder
- (1b) allgemeine Universitätsreife und mindestens 4 Jahre relevante Berufserfahrung (Fach- und Führungskräfte, Marketeers, CIO, CTO, Selbstständige) in qualifizierter Position, wenn damit eine (1a) gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden. Oder
- (1c) bei fehlender allgemeiner Universitätsreife mindestens 8 Jahre relevante Berufserfahrung (Fach- und Führungskräfte, Marketeers, CIO, CTO, Selbstständige) in qualifizierter Position, wenn damit eine (1a) gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

Sowie

- (2) die positive Beurteilung im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens.

§ 6. Studienplätze

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

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 8. Unterrichtsprogramm

Nr.	Fächer / Module	ECTS	UE
01	Digitaler Darwinismus	3	15
02	Digitale Markenführung	3	15
03	Digital Marketing	4	20
04	Social Media Marketing	6	30
	<ul style="list-style-type: none">• <i>Social Media Networking</i>• <i>Digitales Reputationsmanagement</i>	3 3	15 15

05	Digitale Geschäftsmodelle	6	30
06	Digital Leadership	6	30
07	Internet of Things (IoT)	3	15
08	Datenanalyse	3	20
09	Datenschutz und Internetrecht	3	15
10	Arbeit 4.0	3	15
11	Neue Märkte und Künstliche Intelligenz	3	15
12	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	3	15
13	Seminar zur Projektarbeit	2	20
14	Projektarbeit	12	
15	Empirische Forschungsmethoden	3	15
16	Wissenschaftstheorie & wissenschaftliches Argumentieren	3	15
17	Seminar zur Master-Thesis	4	20
18	Master-Thesis	20	
	Summe	90	305

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Alle Module werden im Blended Learning Format angeboten. Der studentische Workload (1 ECTS-Punkt = 25 Stunden Workload) beinhaltet eine Online-Vorphase, Präsenzeinheiten und eine Online-Nachphase.
- (2) In der Online-Vorphase sind den Studierenden geeignete digitale Lernressourcen über die Lernplattform zur Verfügung zu stellen, die im Selbststudium durchzuarbeiten sind. Ergänzende Aufgabenstellungen, die in Gruppen oder individuell bearbeitet werden, sichern im Sinne eines konstruktivistischen Lernverständnisses den Erwerb von konkreten Handlungskompetenzen.
- (3) Die Präsenzeinheiten sind mittels vielfältiger didaktischer Methoden möglichst interaktiv zu gestalten. Der wissenschaftliche Diskurs sowie konkrete Anregungen zur Entwicklung von Transferkompetenzen stehen im Fokus.
- (4) In der Online-Nachphase werden Lernartefakte (in Gruppen und/ oder Einzelarbeit) erstellt, anhand derer die Erreichung der vorab definierten Learning Outcomes unter Beweis zu stellen sind.
- (5) In die Online-Phasen wird, sofern didaktisch sinnvoll, Fachexpertise durch ergänzende Webinare eingebracht.

Die Aufgliederung der Modulinhalte auf Online-Phasen und Präsenzphasen (inklusive Zeitplan) und die vorgesehenen Lernmaterialien sind, ebenso wie die Aufteilung der Lehrveranstaltungen in Form von Vorlesungen, Übungen und Seminaren, den Studierenden vor Beginn des jeweiligen Moduls in geeigneter Weise über die Lernplattform bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

(1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.

(2) Die Abschlussprüfung besteht aus:

a) je einer schriftlichen oder mündlichen Fachprüfung in Form von Teilprüfungen über die in §8 beschriebenen Fächer,

b) dem Abfassen, der Präsentation und der positiven Beurteilung einer schriftlichen Projektarbeit,

d) dem Abfassen, der positiven Beurteilung sowie der Verteidigung einer Master-Thesis. Die Verteidigung der Master-Thesis (Defensio) besteht aus einem Vortrag über die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit, einer wissenschaftlichen Diskussion sowie einer Prüfung durch eine Kommission.

(3) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

(4) Leistungen aus den Universitätslehrgängen „Akademische/r ExpertIn Online Media Marketing“ und „MSc Online Media Marketing“ und „Chief Digital Officer (AE)“ der Universität für Weiterbildung Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 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 und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

(1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

(2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad „Master of Science“, abgekürzt „MSc“, zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.