

2018 / Nr. 98 vom 20. November 2018

Der Senat hat in der Sitzung vom 13. November 2018 folgende Verordnungen erlassen, das Rektorat hat die Studien eingerichtet.

**226. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (MA)“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Migration und Globalisierung)**

**227. Einrichtung des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (MA)“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

**228. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Chief Digital Officer (AE)“
(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien)**

**229. Einrichtung des Universitätslehrganges „Chief Digital Officer (AE)“
(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur)**

230. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (AE)“

**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)**

232. Einrichtung des Universitätslehrganges „Chief Digital Officer (MSc)“

(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur)

233. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (MSc)“

234. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Science Communication (CP)“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

235. Einrichtung des Universitätslehrganges „Science Communication (CP)“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

236. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Science Communication (CP)“

237. Druckfehlerberichtigung

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Leisure, Entertainment and Gaming Business Management (AE)“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften – Danube Business School)

226. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (MA)“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Migration und Globalisierung)

§ 1. Weiterbildungsziel

Das Anforderungsprofil an Personen, die in der Wirtschaft, im Sozial- und Gesundheitsbereich, der Pädagogik oder auch der Verwaltung tätig sind, erweitert sich stetig und erfordert ein Verständnis von globalen Prozessen und lokalen Zusammenhängen, Diversität und Interkulturalität. Ein hohes Ausmaß an Mobilität und Kompetenzen bei der Kooperation mit und Betreuung von internationalen Partnern und Kunden, aber auch in der täglichen Zusammenarbeit innerhalb von international zusammengesetzten Teams, die teilweise in Ländern rund um den Globus tätig sind, gehören zunehmend zu nachgefragten Kompetenzen. Der Universitätslehrgang zielt darauf ab, das hierfür nötige Wissen und Kompetenzen sowie deren Anwendung in der Praxis zu vermitteln, damit solche Herausforderungen bewältigt werden können.

Lernergebnisse (learning outcomes):

AbsolventInnen können

- Theorien zu Globalisierung, Glokalisierung, Diversität, Kultur und Interkulturalität sowie Gender diskutieren.
- Geschichte, politische Hintergründe und Zusammenhänge globaler Prozesse erläutern und die Auswirkungen auf lokaler Ebene (Glokalisierung) und auf gesellschaftliche Bereiche wie Wirtschaft, Politik und Kultur erklären.
- Grundlagen und Methoden der interkulturellen Kommunikation und des interkulturellen Managements benennen, in praktischen Fallbeispielen einsetzen und analysieren.
- Grundlagen und Methoden eines diversitätsorientierten Ansatzes des Personalmanagements benennen, in praktischen Fallbeispielen einsetzen und analysieren.
- Theorien und methodische Instrumente des interkulturellen Managements mit eigenen Praxis- und Arbeitsfeldern verknüpfen.
- themenspezifische Fragestellungen mit geeigneten wissenschaftlichen Methoden bearbeiten.

Zur Erreichung dieser Zielsetzung ist der Universitätslehrgang interdisziplinär angelegt und behandelt ökonomische, politische, kulturelle, historische und bildungsrelevante Aspekte von globalen Kompetenzen. Das Curriculum vermittelt globale, interkulturelle und diversitätsbezogene Kompetenz mit unterschiedlichen gesellschaftlichen Anwendungsfeldern in der Wirtschaft, im Management sowie im Sozial- und Bildungsbereich.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird berufsbegleitend angeboten. Der Universitätslehrgang wird großteils auf Deutsch abgehalten, einige Module werden komplett oder teilweise auf Englisch abgehalten.

§ 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

In der berufsbegleitenden Variante beträgt die Dauer 4 Semester mit 465 Unterrichtseinheiten und einer Workload von 2.250 Stunden (90 ECTS Punkte). Würde der Universitätslehrgang in einer Vollzeitvariante angeboten werden, so würde dieser 3 Semester (90 ECTS Punkte) betragen.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- (1) ein abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium in Wirtschafts-, Geistes- oder Sozialwissenschaften oder einem ähnlichen Bereich und
- (2) die positive Beurteilung im Rahmen des Aufnahmeverfahrens.

§ 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.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- (1) Es sind insgesamt neun (9) Pflichtfächer und zwei (2) Wahlfächer aus zwei Wahlfachgruppen zu absolvieren.
- (2) Das „Seminar zur Master-Thesis“ ist zu Beginn des Einreichprozesses der Master-Thesis zu absolvieren.
- (3) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt und in einer Lern-Vereinbarung dokumentiert werden.
- (4) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

	Fächer	LV- Art	UE	ECTS
A	Pflichtfächer		305	51
	Lernumgebung und Studienorganisation <ul style="list-style-type: none"> • Systeme an der DUK (Digi-Bib, Moodle, DUK-online) • Organisation des modularen Systems • Rahmen und Flexibilität im Lehrplan • Diversität und Teambuildung 	SE	20	2
	Wissenschaftliches Arbeiten <ul style="list-style-type: none"> • Klassifikation Literatur und Recherche • Bibliographieren und Zitieren • Aufbau einer wissenschaftlichen Argumentation • Verfassen von Hausarbeiten und Thesen 	SE	25	5

	Seminar zur Master-Thesis <ul style="list-style-type: none"> • Themenfindung und Eingrenzung • Forschungsfrage und Hypothesen • Forschungsdesign und Methodenwahl • Formalia und Richtlinien zum Schreiben 	SE	20	2
	Diversität, Kultur und Gender <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Reflexion der Grundbegriffe Diversität, Kultur und Gender • Multidisziplinäre Zugänge zu Diversität, Kultur, interkultureller Wahrnehmung und Gender • Interdependenzen zwischen Kultur und Gesellschaft und Individuum • Kulturell geprägtes Denken und Handeln 	SE	40	7
	Theorie und Praxis der Interkulturellen Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Theorien und Entwicklungen im Bereich interkultureller Kommunikation • Multidisziplinäre Zugänge zu interkultureller Kommunikation • Individuelle und persönliche Erfahrungen und Selbstreflexion • Praxisbeispiele interkultureller Begegnungen und Kooperationen 	SE	40	7
	Globalisation: History, Economy and Politics <ul style="list-style-type: none"> • Geschichte der Globalisierung 1492 - 2015 • Ökonomische Beziehungen: Produktion, Handel und Finanzwesen • Politische Grundlagen; Akteure und Regime • Postkoloniale Theorien und alternative Interpretationen 	SE	40	7
	Unternehmerisches Handeln in Zeiten der Globalisierung <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsdefinition und -genese: Global – Lokal – Glokal • Kultur und Identität im Spannungsfeld der Glokalisierung • Globale Kompetenzen lokal nützen: Handlungsfelder • Bedeutung und Nutzen der Glokalisierung für Wirtschaft und Unternehmen 	SE	40	7
	Interkulturelles Management <ul style="list-style-type: none"> • Diversitätsmanagement: Begriff und Anwendungsfelder • Diversität bei KooperationspartnerInnen und KundInnen • Unterschiedliche Formen von Zusammenarbeit unter besonderer Fokussierung interkultureller Relevanz • Zusammenarbeit in interkulturellen Projektteams 	SE	40	7

	<p>Human Resource Management und Diversity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Diversity Managements als Teil der Umsetzung von Personalmanagement • Strategische Umsetzung von Methoden des Diversity Managements als Teil des Personalmanagements • Theorien der sozialen Identität als Grundlage diversitätsbezogener Reflexion von Gruppenprozessen • Implementierungswege, Analyseinstrumente und Konflikte 	SE	40	7
B	Wahlfachgruppe 1 (1 aus den folgenden WF)		40	7
	<p>Methoden empirischer Sozialforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operationalisierung der Forschungsfrage • Erstellung von Leitfäden/Fragebögen • Kategorienbildung, Auswertung und Interpretation • IT gestütztes Arbeiten 	SE	40	7
	<p>Exkursion/Internationaler Studienaufenthalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akademischer Austausch im Gastland • Interethnisches Zusammenleben und Konflikte • Interreligiöser Dialog • AkteurInnen der Politik und Zivilgesellschaft 	EX	40	7
	<p>Interkulturelle Konflikttransformation und Mediation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auseinandersetzung mit neueren Ansätzen Interkulturellen und Internationalen Managements • Bearbeitung von Case Studies und Verknüpfungen eigener Erfahrungen und Kenntnisse mit im Modul vermittelten Theorien 	SE	40	7
	<p>Interkulturelles Trainingsdesign</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorien zur Entwicklung interkultureller Trainings • Vermittlung und praktische Einübung in aktuelle interkulturelle Trainingsmodelle 	SE	40	7
	<p>Pädagogik im interkulturellen Kontext</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversität und Interkulturalität im schulischen Bereich • Konzepte der Migrationspädagogik • Global Competences in der Lehre • Fallstudien zum Umgang mit Interkulturalität in Schulen 	SE	40	7
C	Wahlfachgruppe 2 (1 aus den folgenden WF)		40	7
	<p>International Law and Politics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Theorien Internationaler Beziehungen • Internationales Recht • Internationale Organisationen und weitere Akteure • Aktuelle politische Trends and Debatten 	SE	40	7
	<p>Aktuelle Themen aus Religion und Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdisziplinäre Vermittlung von neueren Theorien und Konzepten zu Themen Religion, Kultur und Identität 	SE	40	7

	Diversitätsmanagement im Gesundheitswesen <ul style="list-style-type: none"> • Kulturell geprägte Konzepte von Krankheit und Körper • Die Globalisierung und Glokalisierung von Konzepten zu Gesundheit und Krankheit • Interkulturelle Kommunikation im Setting von Gesundheit bzw. Krankheit • Diversitätsmanagement im Kontext von Gesundheitseinrichtungen 	SE	40	7
	Societal Mega Trends and Challenges <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und globale Ungleichheiten • Zukünftige Trends; Klimawandel und Umwelt • Zukünftige Trends: Digitalisierung und globale Arbeitsteilung • Politische Konsequenzen und Debatten 	SE	40	7
	Aktuelle Themen von Migration und Globalisierung <ul style="list-style-type: none"> • Interdisziplinäre Vermittlung von neueren Theorien und Konzepten zu Themen von Migration und Globalisierung 	SE	40	7
D	Abschlussarbeit			
	Master-Thesis			25
	Summe		385	90

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Lehrveranstaltungen werden aus einer Kombination aus Präsenzzeiten und Fernstudieneinheiten angeboten. Fernstudieneinheiten werden unterstützt durch e-learning. Die Erreichung des Lehrzieles wird durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sichergestellt.
- (2) In den methodisch und analytisch besonders anspruchsvollen Fächern, in denen der Eigenlernanteil hoch ist, kommt das Instrument des e-learning verstärkt zum Einsatz. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.
- (3) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre und auf der Website kundzumachen.

§ 10. Prüfungsordnung

Es ist eine Abschlussprüfung abzulegen. Diese besteht aus:

- (1) Der erfolgreichen Teilnahme am Seminar zur Master-Thesis.
- (2) In allen anderen Fächern ist eine Fachprüfung abzulegen. Diese kann mündlich, schriftlich oder in Form einer schriftlichen Arbeit abgenommen werden.
- (3) In den Fächern herrscht Anwesenheitspflicht und die Mitarbeit fließt in die Beurteilung mit ein.
- (4) Die Studierenden haben eine Master-Thesis zu verfassen. Diese muss positiv beurteilt und verteidigt werden.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

- (6) Leistungen aus den Universitätslehrgängen der Donau-Universität „Migrations- und Integrationsmanagement AE“, „Migrations- und Integrationsmanagement MSc“ „Interkulturelle Kompetenzen MA“ und „Interreligiöser Dialog. Begegnung von Juden, Christen und Muslimen MA“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- (1) regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- (2) durch eine Befragung der AbsolventInnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs 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 Arts in Global Competences and Management“ (MA) zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

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

227. Einrichtung des Universitätslehrganges „Global Competences and Management (MA)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Global Competences and Management (MA)“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.11.2018 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

228. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Chief Digital Officer (AE)“ (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der berufsbegleitende Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (AE)“ 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.

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.

§ 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 Lehrgangsleitung 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 drei Semester mit 60 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. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden. Oder
(1c) bei fehlender allgemeiner Universitätsreife mindestens 6 Jahre relevante Berufserfahrung (Fach- und Führungskräfte, Marketeers, CIO, CTO, Selbstständige) in qualifizierter Position. 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 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.

§ 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	
	Summe	60	255

§ 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.
- (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 (MSc)“ 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 Lehrgangs 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 die akademische Bezeichnung „Akademische/r CDO Experte/in“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

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

229. Einrichtung des Universitätslehrganges „Chief Digital Officer (AE)“ (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (AE)“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.11.2018 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur eingerichtet.

230. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (AE)“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (AE)“ wird mit € 11.900,00 festgelegt.

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-These 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 Lehrgangsstart 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 Modul Inhalte 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.

232. Einrichtung des Universitätslehrganges „Chief Digital Officer (MSc)“

(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (MSc)“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.11.2018 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur eingerichtet.

233. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (MSc)“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Chief Digital Officer (MSc)“ wird mit € 14.900,00 festgelegt.

234. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Science Communication (CP)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang versteht sich als intensives, fachspezifisches Kurzstudium im Bereich der Wissenschaftskommunikation. Er hat das Ziel, Kommunikatoren aus dem Wissenschaftsbetrieb einerseits und Menschen in Kommunikationsprofessionen andererseits Fachkenntnisse aus dem Wissenschaftssystem, verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen und Methoden und der internen Kommunikation, der externen Kommunikation sowie im Kommunikationsmanagement zu vermitteln und dieses Wissen zu verknüpfen. Die Studierenden werden darauf vorbereitet, das Planen und Umsetzen von Kommunikationszielen, -strategien und -maßnahmen professionell im Bereich Wissenschaftskommunikation anzuwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage, das im Studium erworbene Wissen im Sinne eines Know-How-Transfers weiterzugeben.

Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes):

AbsolventInnen des Universitätslehrganges sind in der Lage:

- relevante Schnittstellen zwischen den einzelnen Medien und dem Wissenschaftssystem zu identifizieren, dafür neue Kommunikationsstrategien sowie die dafür passenden inhaltlichen Konzepte zu gestalten und zu evaluieren.
- Instrumente der Medienarbeit zielgerichtet zu planen und in Projekten anzuwenden.
- wissenschaftliche Erkenntnisse zu interpretieren und für multiple Kanäle sowie für ein diverses nicht-wissenschaftliches Publikum aufzubereiten.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang „Science Communication (CP)“ wird als berufsbegleitendes Studium angeboten. Die Unterrichtssprache ist grundsätzlich Englisch. Sollte der Universitätslehrgang in einer anderen Sprache angeboten werden, so wird dies vor Start des Universitätslehrganges bekanntgegeben.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung 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

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester (30 ECTS Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „Science Communication (CP)“ ist
 - a. ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b. ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c. eine Qualifikation wie folgt, wenn damit eine dem Abs. 1a oder 1b gleichzuhaltende Eignung vorliegt:

- Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- (2) Nachweis von entsprechenden Englischkenntnissen. Die Art des Nachweises wird von der Lehrgangsleitung festgesetzt.
- (3) Als Zulassungsbedingung gilt ferner die positive Absolvierung eines Aufnahmeverfahrens.

§ 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.

§ 8. Unterrichtsprogramm

Der Universitätslehrgang „Science Communication (CP)“ besteht aus einem auszuwählenden Introductory Module (Einführungsfach), einem Core Module (Pflichtfach) und 2 auszuwählenden Specialization Modules (Wahlfächer) im Ausmaß von insgesamt 14 ECTS.

		UE	ECTS
I. Introductory Modules		40	7
I.1	Communication Theory	40	7
	Communication theories		
	Public Relations marketing and advertising		
	Communication psychology		
I.2	Science System	40	7
	Epistemology, disciplines & terminology		
	Science, policy and practice		
	Science and its social contexts		
II. Core Module		40	7
II.1	Media Relations	40	7
	Strategies and instruments of media relations		
	Media landscapes and media economics		
	Evaluation of media relations and other PR instruments		

III Specialization Modules		80	14
III.1	Theories and Tools of Digital Communication	40	7
	Technical developments in digital communication		
	Tool of content creation		
	Possibilities of digital communication		
III.2	Information Design	40	7
	Quality characteristics and evaluation		
	Best Practice		
	Legal implications		
III.3	Strategic Online Communication	40	7
	Online business models		
	Strategies of digital communication		
	Social media marketing		
III.4	Organisational Communication	40	7
	Applied integrated communication and stakeholder management		
	Strategy development		
	Corporate citizenship and CSR communication		
VI	Final project		2
	Gesamt	160	30

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangsstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind 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:
 - a) je einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Einführungsfach sowie dem Pflichtfach
 - b) zwei (2) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit

(3) Die Abschlussarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen. Das Thema der Abschlussarbeit ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen.

(4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Abschlussarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.

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

§ 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 Universitätslehrgangs und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

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

§ 13. Inkrafttreten

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

235. Einrichtung des Universitätslehrganges „Science Communication (CP)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Science Communication (CP)“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 15.11.2018 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

236. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Science Communication (CP)“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Science Communication (CP)“ wird mit € 5.400,00 festgelegt.

237. Druckfehlerberichtigung

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Leisure, Entertainment and Gaming Business Management (AE)“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften – Danube Business School)

Allgemeine Bestimmungen

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „Leisure, Entertainment and Gaming Business Management (AE)“ hat das Ziel, eine qualitativ anspruchsvolle Weiterbildung im Bereich Leisure, Entertainment & Gaming Business Management anzubieten und dabei einen hohen internationalen Standard zu erreichen.

Der Universitätslehrgang bietet eine Weiterqualifizierung von Personen, die direkt oder indirekt in der Freizeit- und Unterhaltungsindustrie tätig sind oder deren Arbeitsgebiet sich mit der Freizeit- und Unterhaltungsindustrie beschäftigt und/oder überschneidet, bzw. die sich mit aktuellen Entwicklungen und praktischen Ansätzen in diesem Bereich vertraut machen wollen. Dabei werden insbesondere die Bereiche Technologie, Recht, Ethik, Suchtprävention, Spieltheorie und Gamification behandelt. Responsible Gaming ist übergeordnet allen Bereichen zugeordnet.

Ein wesentliches Charakteristikum des Studiums ist ein interdisziplinärer Zugang, der es ermöglicht, das Thema der Freizeit- und Unterhaltungsindustrie aus verschiedenen für diesen Bereich relevanten Perspektiven zu behandeln und zu diskutieren. Dazu zählen vor allem die technologische, die spieltheoretische, die rechtliche und die ethische Perspektive jeweils mit besonderer Berücksichtigung des Responsible Gaming (Corporate und Social Responsibility). Ein weiterer Aspekt ist die Auseinandersetzung der Anwendungsmöglichkeiten von Gamification-Strategien und Nudging als gestalterisches Prinzip.

Lernergebnisse:

Die Absolventinnen/Absolventen des Universitätslehrganges „Leisure, Entertainment and Gaming Business Management (AE)“ sind nach der Vermittlung von Inhalten und Methoden und der individuellen Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des AE in der Lage

- die Verantwortung der Unterhaltungsindustrie zu argumentieren und Maßnahmen zur Umsetzung von Social Responsibility zu planen,
- die technologische Entwicklung der Branche zu beschreiben und künftige Entwicklungen abzuschätzen,
- die spieltheoretischen Grundlagen zu erläutern und die gesellschaftlichen Auswirkungen der sich in laufender Veränderung befindlichen Industrie zu diskutieren,
- Gamification und Nudging zu erläutern und Prinzipien daraus auch in der konzeptionellen Arbeit anzuwenden,

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen, diese zu diskutieren sowie das Gelernte anzuwenden,
- praktisch erworbene Handlungsweisen durch Beschäftigung mit den theoretischen Grundlagen einzuordnen, abzugrenzen und mit neuen Erkenntnissen zu verknüpfen,
- theoretisches Know-how in eigenständiger Planung und Durchführung in ihren Arbeitsbereichen und in Projekten als ManagerInnen umzusetzen,
- branchenübergreifend tätig zu sein, wesentliche Herausforderungen zu identifizieren und adäquat umzusetzen,
- ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zu analysieren und zu reflektieren, sowie daraus Entwicklungspotentiale abzuleiten.

Diesem Universitätslehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante angeboten. Die Organisation des Studiums erfolgt im Fernstudium und im Blended Learning Modus. Die Unterrichtssprache ist Deutsch und/oder Englisch.

§ 3. Lehrgangsführung

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

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante 3 Semester, im Vollzeitstudium 2 Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „Leisure, Entertainment and Gaming Business Management (AE)“ ist

- a) die allgemeine Universitätsreife und mindestens 2 Jahre studienrelevante Berufserfahrung in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden). Dies ist im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens zu beurteilen oder
- b) bei fehlender allgemeiner Universitätsreife mindestens 5 Jahre studienrelevante Berufserfahrung in adäquater Position (Aus- und Weiterbildungszeiten können eingerechnet werden). Dies ist im Rahmen des Aufnahmeverfahrens zu beurteilen.

§ 6. Studienplätze

- (1) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die für einen Lehrgangsstart zur Verfügung stehen, ist von der wissenschaftlichen Leitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.
- (2) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt nach Maßgabe vorhandener Studienplätze. Bei Platzmangel werden die Studienplätze in der Reihenfolge des Eintreffens der verbindlichen schriftlichen Bewerbung vergeben.

§ 7. Zulassung

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

§ 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm des Universitätslehrganges „Leisure, Entertainment and Gaming Business Management (AE)“ besteht aus 10 Pflichtfächern im Ausmaß von 35 ECTS und 4 Wahlfächern im Ausmaß von 14 ECTS. Die Pflichtfächer (1.1-1.4) und die Wahlfächer (2.1-2.4) werden im Fernstudium und die übrigen Fächer im Blended Learning Modus absolviert. Zusätzlich ist eine Projektarbeit im Ausmaß von 11 ECTS zu verfassen. Das Programm umfasst insgesamt 60 ECTS.

	ECTS	UE
1. Pflichtfächer		
1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaft/Fundamentals of Management	3,5	0
1.2 Grundlagen der Statistik und der Volkswirtschaft/Fundamentals of Analytics and Economics	3,5	0
1.3 Controlling & Reporting	3,5	0
1.4 Unternehmensfinanzierung/Corporate Financial Management	3,5	0
1.5 Verantwortung und Glücksspiel	3,5	24
1.6 Corporate Social Responsibility (Business Ethics)	3,5	24
1.7 Technologie	3,5	24
1.8 Glücksspielrecht	3,5	24
1.9 Spiel, Gesellschaft & Spieltheoretische Grundlagen	3,5	24
1.10 Gamification, Nudging & Spiel aus psychologischer Sicht	3,5	24
2. Wahlfächer		
2.1 Unternehmensplanspiel/Business Simulation	3,5	0
2.2 Marketing Management	3,5	0
2.3 Projektmanagement und Komplexität/Managing Complexity & Project Management	3,5	0
2.4 Wissensmanagement und Innovation/Knowledge Management & Innovation	3,5	0
2.5 Leisure, Entertainment & Gaming Business - Study Trip Las Vegas	3,5	24
Projektarbeit	11	0
Summe	60	

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangsstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen werden, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:

- schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen in Form von Teilprüfungen über die in §8 beschriebenen Pflichtfächer sowie die gewählten Fächer und
- dem Verfassen und der positiven Beurteilung der Projektarbeit.
- Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- Leistungen aus den Universitätslehrgängen „General Management College“ und „General Management“ AE 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 Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem Studierenden/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen und die Bezeichnung „Akademischer Leisure, Entertainment and Gaming Business Manager“/„Akademische Leisure, Entertainment and Gaming Business Managerin“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit der Veröffentlichung in Kraft.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

Univ.- Prof. Dr. Christoph Gisinger
Vorsitzender des Senats