

Informationsblatt: Elective-Modulkatalog¹ des „MBA – General Management“

Stand: 24.05.2024

Modul Controlling & Business Simulation	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, den Blick der Geschäftsführung einzunehmen und deren betriebswirtschaftliche Schlüsselherausforderungen zu verstehen. - verstehen die Führungsphilosophie des Controllings und die Rolle des Controllers als Business Partner. - können an der Strategieentwicklung mitwirken und einfache Budgets erstellen, Abweichungen analysieren und entsprechende Maßnahmen entwickeln. - können das System der integrierten Planungsrechnung in Beispielen anwenden. - können ausgewählte Controlling-Instrumente anwenden und Informationen der Kosten- und Leistungsrechnung für betriebswirtschaftliche Entscheidungen nutzen. - können Entscheidungen unter Einbeziehung einer antizipierten Wettbewerbssituation treffen. - können mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit und Zeitdruck umgehen.

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Controlling
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Controlling-Philosophie und Controller-Rolle als Business Partner • Controlling-Regelkreis und typische Planungs- und Budgetierungskalender • Controlling-Instrumente und Kostenrechnungsinformationen als Entscheidungsgrundlage • System und Einsatzbereiche der integrierten Planungsrechnung (Erfolgsplanung, Finanzplanung und Planbilanz) • Plan/Ist-Vergleich, Abweichungsanalyse und Forecast • Maßnahmen zur Verbesserung der finanziellen Performance
Titel der Lehrveranstaltung	Business Simulation
Umfang	3 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung

¹ Electives sind Wahlpflichtmodule, die laut Curriculum aus einem bestimmten Katalog ausgewählt werden, sodass die vorgegebene ECTS-Anzahl erreicht wird. Die Auswahl ist verpflichtend und die zum jeweiligen Modul gehörigen Lehrveranstaltungen werden dann zu Pflichtfächern.

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensführung unter Wettbewerbsbedingungen mittels Business Simulation • Erarbeitung und Umsetzung einer Unternehmensstrategie • Arbeiten mit Produktlebenszyklen und Markteinschätzungen • Absatzplanung und Marketing-Mix • Beschaffung und Lagerhaltung • Investitionspolitik, Make-or-Buy-Entscheidungen • Produktionsplanung • Personalplanung • Anwendung von Controlling-Instrumenten zur Entscheidungsunterstützung • Nutzung einer Computer-Simulation zur Beurteilung der finanziellen Auswirkungen geplanter Maßnahmen
-------------	--

Modul Cross-Cultural Management

Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundbegriffe und Konzepte interkulturellen Managements. - erkennen die Bedeutung kultureller Einflussfaktoren für erfolgreiche internationale Geschäftstätigkeit und Kommunikation. - sind in der Lage, kulturelle Einflussfaktoren auf konkrete Situationen im Geschäftsleben (Projektmanagement, Teamarbeit, Teamführung, Vertrieb, Verhandlungen/Negotiations) umzulegen. - kennen Lösungsansätze für interkulturelle Konfliktlösung in den Bereichen Projektmanagement, Teams, Vertrieb, Verhandlungen. - sind in Lage, kulturelle Einflussfaktoren und konkrete Herausforderung in Online-Settings zu erkennen und darauf adäquat zu reagieren.
-----------------	---

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Interkulturelles Management von Projekten und Teams
Umfang	1 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen von Grundlagen und Konzepten interkulturellen Managements für internationale Business-Kontexte • Erkennen interkultureller Einflussfaktoren auf Projektmanagement und -arbeit im internationalen Kontext • Analyse interkultureller Herausforderungen bei Führung von und Arbeit mit internationalen Teams • Erarbeiten interkultureller Kommunikationsstrategien für internationale Geschäftssituationen (Schwerpunkt: Projekte & Teams) • Erfahren interkultureller Brennpunkt-Situationen im Geschäftsleben anhand von Rollenspielen und Simulationen • Einblick in die Praxis durch Erfahrungsaustausch mit ausgewählten Gastvortragenden (Online-„Kurzinputs“) • Anwendung der gewonnenen Einsichten auf digitale Geschäftssituationen (digitale Projekt-, Teamarbeit)

Titel der Lehrveranstaltung	Interkulturelles Management im Vertrieb & bei Verhandlungen
Umfang	1 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Umlegen der erlernten Grundlagen und Konzepte interkulturellen Managements auf Problemfelder in internationalen Vertriebs- und Verhandlungssituationen • Kennenlernen interkultureller Kommunikationsstrategien für online- und offline-Settings im internationalen Vertrieb & bei Verhandlungen • Anwendung der gewonnenen Einsichten auf digitale Vertriebs- und Verhandlungssituationen in Form von Mini-Cases • Einblick in die Praxis durch Online-„Kurzinputs“ ausgewählter Gastvortragender mit internationaler Vertriebs- & Verhandlungserfahrung

Modul Digital Marketing and Sales Lab

Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind durch eigenes Handeln und Experimentieren entlang des Vertriebs- und Marketingprozesses in der Lage, Kund*innen auch aus dem „Home Office“ zu gewinnen. - kennen die Praktiken der virtuellen Verhandlung. - sammeln Erfahrung mit der digitalen Dimension des Marketingprozesses/der Lead-Generierung. - erlangen digitale Marketingexpertise durch die Entwicklung und Anwendung von Chats und Chatbots. - wenden im Rahmen von konkreten Situationen, wie Kund*innentrainings und -schulungen, die digitale Dimension des Verkaufsprozesses (u.a. Multimedia-Konferenzen, Konfiguratoren und Simulatoren, erweiterte Realität und VR-Brillen) selbst an.
-----------------	---

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	KI/Digitales Marketinglabor (DSM)
Umfang	3 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Erfahrung mit der digitalen Dimension des Marketingprozesses/der Lead-Generierung • Big Data Management • Marketing Automatisierung • Prospecting und digitale Promotions • Social Media Camapaigning • Blogger-Akquisition • Chatboterstellung und Anwendung • Dripping Campaigns • Metaverse Marketing Applikationen
Titel der Lehrveranstaltung	KI/Digitales Sales Labor (DSM)

Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung klassischer Verhandlungstechniken, wie z.B. Nenaderthal, BANT, BATNA, COPA, Harvard u.a. • Digitaler CRM-Prozess und Anwendungen neuer webbasierter CRM-Software, wie Octopuscrm u.a. • Argumentieren und Verhandeln mit AR • Gestaltung und Führung virtueller Verhandlungsm Meetings • Simulatanwendung von Configurators, Value Creators und Übersetzungs- und Transkriptionswerkzeugen • Avatar- und Metaverse-Einsätze

Modul Digital Transformation – Ethics meets Business	
Kompetenzerwerb	<p>Die Teilnehmer*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - können Basiswissen zu Ethik und Moral in der Arbeitswelt erläutern. - können mögliche Einflussfaktoren auf „ethisch korrektes Verhalten“ in der Arbeitsumgebung identifizieren. - kennen ethische Faktoren bei der Einführung digitaler Tools und können diese reflektieren. - haben ein Verständnis für Arbeiten in interdisziplinären Teams. - haben ein Verständnis von partizipativen Prozessen im Sinne von „Responsible Research and Innovation“. - können mit Widerständen bei der Einführung von digitalen Tools bei den Mitarbeiter*innen umgehen.

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Ethische Entscheidungsfindung und digitaler Humanismus
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Verständnis von Ethik und Moral im Arbeitskontext: <ul style="list-style-type: none"> ○ Begrifflichkeiten verstehen, Zuschreibungen erkennen sowie auf den Arbeitskontext umlegen lernen ○ Zusammenhang zwischen Ethik und sozialen Werten erkennen ○ Identifikation von Werten in der Arbeitskultur ○ Moralische Bilanz • Kennenlernen und praktische Anwendung des Konzepts „Responsible Research and Innovation“ (RRI) • Übersetzung von RRI in den Arbeitskontext (insbesondere im Hinblick auf Ethik, Gender/Diversität und Partizipation) • Identifikation und Erprobung von Praktiken für den Umgang mit Widerständen • Kennenlernen von Reflexionstechniken, um Ethik und Digitalisierungsvorhaben in Einklang bringen zu können

Titel der Lehrveranstaltung	Angewandtes Digitalisierungs-Design Lab
Umfang	1 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen und Anwenden von Design Thinking Methoden und Tools <ul style="list-style-type: none"> ○ Inspiration ○ Verstehen und beobachten: den Markt, die Kund*innen und/oder deren Kund*innen ○ Identifikation der Pains and Gains durch Digitalisierung im speziellen hinsichtlich ethischem Diskurs • Ideation: <ul style="list-style-type: none"> ○ Anwendung von Kreativitätstechniken, um neue Lösungen mittels Digitalisierung und in der digitalen Transformation zu suchen und Identifikation von Potentialen durch Digitalisierung und durch Einsatz von KI-Anwendungen im oder für das Unternehmen (Prozesse, Produkte / Services, Geschäftsmodelle) ○ Identifikation der Pains and Gains durch Digitalisierung im Speziellen hinsichtlich des ethischen Diskurses • Roadmapping – Digitalisierungs-Design für das eigene Unternehmen

Modul Diversity Management for Leaders

Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - entwickeln ein Verständnis von Diversity als Ressource für ihr Unternehmen/ihre Organisation und werden entsprechend sensibilisiert - kennen Konzepte und Rahmenbedingungen von Vielfalt und dessen Management - können Diversity Management in ihre täglichen Führungsaufgaben (face-to-face und digital) integrieren - können durch bewussten Umgang mit Diversität Diskriminierungsthemen professionell behandeln - können Diversity Management für das eigene Unternehmen nutzbar machen.
-----------------	--

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Diversität als Kernaufgabe für Unternehmen
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Begrifflichkeit und gesetzliche Rahmen • Konzepte und Logiken von Diversität in Unternehmen und Organisationen • Strategische Dimensionen von Diversitätsmanagement • Diversität als Wettbewerbsvorteil • Diversität und Digitalisierung • Kennzeichen einer diversitätsbewussten Unternehmenskultur
Titel der Lehrveranstaltung	Diversity Management und die eigene Rolle
Umfang	1 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Die Führungskraft als Role Model für einen sensiblen und wertschätzenden Umgang mit Vielfalt • Critical Incidents und kontextsensible Anwendung von Diversity-Kompetenzen • Auseinandersetzung mit dem eigenen Verhalten: Wie ist mein eigenes Verständnis von Diversitätsmanagement? Wie mache ich mir und auch meinen Mitarbeiter*innen die Vielfalt in einer Organisation deutlich? Welche Maßnahmen kann ich selbst setzen?

Modul Law in the Digital Era	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - können einen kompakten Überblick zu österreichisch relevanten Rechtsgebieten (Arbeitsrecht, Gesellschaftsrecht, Steuerrecht, allgemeines Vertragsrecht, Gewerberecht, Unternehmensgründung und -übertragung, Datenschutz u.ä.), denen sie in ihrer täglichen Praxis gegenüberstehen, geben. - können Grundlagen der Haftungs- und Streitvermeidung erörtern. - kennen Auswirkungen der digitalen Transformation auf ausgewählte Rechtsthemen im Unternehmenskontext.
Titel der Lehrveranstaltung	Recht kompakt
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	Grundzüge relevanter Rechtsgebiete des Wirtschaftsrechts (Arbeitsrecht, Gesellschaftsrecht, Steuerrecht, allgemeines Vertragsrecht, Gewerberecht, Unternehmensgründung und -übertragung, gewerbliche Schutzrechte, Urheberrecht, europäisches und österreichisches Kartellrecht, Kartelltatbestand, Datenschutz, u.a.) unter besonderer Berücksichtigung der digitalen Transformation

**Modul Leading in Change:
Emotional Intelligence, Values, and Negotiation Skills**

Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - können Wirkungsmuster bei emotional herausfordernden Change-Prozessen anhand von Immunity of Change erkennen und selbstgesteuert Lösungsansätze einbringen. - sind in der Lage ihr eigenes Führungsverhalten selbstreflektiert in Hinblick auf Emotionen, Macht & Verantwortung zu erkennen und dieses zu beschreiben. - sind in der Lage, sich der eigenen Werte bewusst zu sein und diese auf Passung mit den Unternehmenswerte zu reflektieren. - werden dazu angeleitet, in ihrer Rolle als Führungskraft werteorientierte Führung umzusetzen. - können professionelles Verhandeln durchführen und dieses entsprechend vorbereiten und dokumentieren. - kennen Strategien zur Verhandlungsführung unter der Zuhilfenahme von systemischen Fragetechniken - sind in der Lage, das (Ver)-Handlungsprinzip IRRE® zu beschreiben, anzuwenden und kritisch zu hinterfragen.
-----------------	---

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Adaptive Change und Emotionen
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • The Practice of Adaptive Leadership: Einführung, Grundlagen und praktische Anwendung • Immunity to Change: Grundzüge, Entwicklungsstufen, und Widerstände • Conscious Leadership: Ansätze der bewusstseinsgeleitenden Führung • Macht und Verantwortung in Change- bzw. Transformationsprozessen • Emotionale Agilität & Ehrlichkeit
Titel der Lehrveranstaltung	Verhandeln neu denken: Das IRRE®-Prinzip
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das IRRE®-Modell • Einflussfaktoren Intellect, Relationship, Result and Emotion und Spannungsfelder auf der Personen-Ebene: (Intellect vs. Emotion) und der Strategie-Ebene: (Result vs. Relationship) • Verhandlungsstrategien und deren taktische Umsetzung • Systemische Fragetechniken • Professioneller Umgang mit Emotionen im (Ver)-Handlungsprozess
Titel der Lehrveranstaltung	Werte in der Führung
Umfang	1 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensionen der Wertegeleiteten Führung (Stärken/Schwächen) • Wertematrix als Anwendung bei Führungskräften • Einführung in die Werteforschung & Werteorientierung • Werte im Unternehmenskontext: Die/der Vorgesetzte als Coach und die eigenen Werte – Reflexion und Prüfung auf Kompatibilität mit den Unternehmenswerten • Werte-geprägte Zieldefinition
-------------	--

Modul Operations Planning	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die mittelfristigen Planungsmethoden MRP und Kanban anwenden und erkennen deren Einsatzbereiche. - erkennen den Einfluss von Sales Forecasts und Engpässen auf die Performance und die Planung einer Fertigung. - können die Planungsmethoden MRP und Kanban in den hierarchischen Planungsprozess einordnen und erkennen deren Wechselwirkung mit den vor- und nachgelagerten Planungsstufen. - sind in der Lage den Einsatz und die IT-Unterstützung verschiedener Planungsmethoden in realen Unternehmen zu erkennen und zu diskutieren. - können den konfliktären Einfluss von Planungsparametereinstellungen auf logistische Kenngrößen erklären. - können einfache logistische Grundzusammenhänge für die Diskussion produktionswirtschaftlicher Fragestellungen applizieren.

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Planungs- und Steuerungsmethoden
Umfang	3 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlen zur Performancemessung: Erklärung außen- und innengerichteter Kennzahlen zur Messung der Performance von Produktionssystemen. Fokus auf Auswirkung von Verbesserungen im Produktionssystem, auf die Kennzahlen. • Mittelfristige Planungsmethoden: Einführung MRP (Material Requirements Planning) und Kanban. Fokus auf plangesteuerte Materialbedarfsplanung mittels MRP sowie verbrauchsgesteuerte Materialdisposition mittels Kanban. Auswirkung von Schwankungen in der Produktion und Identifikation von Engpässen. • Grundzüge des Sales & Operations Planning-Prozesses. • Hierarchischer Planungsprozess: Überblick über MRP II (Manufacturing Resource Planning) mit Fokus auf Zusammenhänge zwischen Planungsebenen. Konzeptionelle Einführung der Planungsschritte von Forecastermittlung bis zur Freigabe eines Fertigungsauftrags.

	<ul style="list-style-type: none"> Produktionslogistik: Einführung in produktionslogistische Grundgesetze. Fokus auf Zusammenhang zwischen Produktionsdurchlaufzeit, Umlaufbestand und Durchsatz.
Titel der Lehrveranstaltung	Planspiel Produktionsplanung
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefung Planungs- und Steuerungsmethoden: Der Einfluss verschiedener Entscheidungsparameter (z. B. Losgröße, Sicherheitsbestand, Planübergangszeit, Anzahl Kanbans) auf logistische Kennzahlen (wie Lagerbestand, Durchlaufzeit, Liefertreue) wird anhand eines Planspiels (inkl. Selbstreflexionsphasen) verdeutlicht. Der Fokus liegt auf der selbstständigen Erarbeitung von verbesserten Planungsparametern zur Vertiefung des Verständnisses für die Mittelfristplanung. Weiters wird der Einfluss von Schwankungen in der Produktion und von Engpässen auf logistische Kennzahlen erarbeitet.

Modul Praxis Meets MBA – Visits

Kompetenzerwerb	<ul style="list-style-type: none"> Die MBA-Studierenden erhalten die Möglichkeit, unterschiedliche Organisationen und Unternehmen zu besuchen und spezifische Einsichten in Unternehmensabläufe vermittelt zu bekommen. Sie gewinnen direkt von Führungskräften aus national und international agierenden Unternehmen und Organisationen, Einblicke in aktuelle Herausforderungen und strategische Unternehmensprojekte. Sie werden dazu angeregt, aktiv an Diskussionen teilzunehmen, bisheriges Wissen auszutauschen und neue Ideen und innovative Ansätze gemeinsam zu entwickeln. Sie werden dazu ermutigt, kritisch über Unternehmensstrategien und Projekte nachzudenken und ihre Standpunkte reflektiert einzubringen.
-----------------	---

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Praxis meets MBA – Kamingespräche II
Umfang	1 ECTS
Typ	Projekt
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> Kennenlernen von unterschiedlichen Führungspersönlichkeiten und ihre Wirksamkeit in Abhängigkeit von Markt, Unternehmenskultur und sonstigen Rahmenbedingungen. Kennenlernen von Erfolgsstrategien von Manager*innen und Unternehmer*innen und den unterschiedliche Werthaltungen und Führungsstilen in Abhängigkeit von unterschiedlichen Entwicklungsphasen einer Organisation und unterschiedlichen Branchen.
Titel der Lehrveranstaltung	Praxis meets MBA – Kamingespräche III

Umfang	1 ECTS
Typ	Projekt
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen von unterschiedlichen Führungspersönlichkeiten und ihre Wirksamkeit in Abhängigkeit von Markt, Unternehmenskultur und sonstigen Rahmenbedingungen. • Kennenlernen von Erfolgsstrategien von Manager*innen und Unternehmer*innen und den unterschiedliche Werthaltungen und Führungsstilen in Abhängigkeit von unterschiedlichen Entwicklungsphasen einer Organisation und unterschiedlichen Branchen.

Modul Professional Management Skills Development	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, die wesentlichen Tools der Personalentwicklung situationsadäquat in ihrem Unternehmen einzusetzen. - können unterschiedliche Personalentwicklungsstrategien aus einer Unternehmensstrategie ableiten und die passenden Instrumente auszuwählen und im Unternehmen zu implementieren. - können eigene Ideen und Geschäftsmodelle reflektieren und erwerben spezielle Kenntnisse in der Umsetzung durch zielgerichtete Übungen.

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Talent Management
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundsätze der Personalentwicklung • Bedarfserkennung und -planung • High Performers richtig entwickeln • Zielgruppengerechtes Talent Searching • Coaching und Mentoringsysteme einführen • Methoden (Appreciative Inquiry, Reframing, etc.) • Eigene Stärken analysieren und Strategien zur persönlichen Weiterentwicklung definieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Critical Analytical Thinking
Umfang	2 ECTS
Typ	Seminar
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundsätze der Logik und Analytik in der Kommunikation und Argumentation (Kant). • Interpretation unsicherer Informationen, richtiges Entscheiden bei unvollständiger und/oder widersprüchlicher Informationslage • Umgang mit Komplexität und radikalen Veränderungen intern und extern (z.B. VUCA)

	<ul style="list-style-type: none"> • Risiko, Führung und Entscheidung
Lehrveranstaltung	Ich als Führungskraft
Umfang	1 ECTS
Typ	Individualtraining
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Mein persönlicher Führungsstil • Vorbereitung auf (erste) Führungsaufgaben • Checkliste Einstieg in die Führungsrolle • Selbstreflexion Führung: Ursache und Wirkung von Führungsverhalten • Führung, Sinnvermittlung und Motivation • Eigene Werte und Grenzen erkennen und danach handeln können

Modul Project Management in outstanding organisations

Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen den Projektmanagement-Ansatz und spezifische Methoden und wenden diesen an. - wissen über spezifischen Anforderungen an das Projektmanagement Bescheid. - kennen Prozesse, die notwendig sind, um ein Projekt zu planen und zu kontrollieren und können diese umsetzen. - können das Erreichen der Projektziele durch Soll-Ist-Vergleiche, Feststellung der Abweichungen, Bewerten der Konsequenzen und Vorschlagen von Korrekturmaßnahmen sowie Kontrolle der Durchführung sicherstellen. - können Projekte online in dislozierten Gruppen unter Zuhilfenahme von Online Tools in virtuellen Räumen durchführen. - kennen Techniken der effektiven Teamkommunikation, der Motivation und Vertrauensbildung in virtuellen Teams.
-----------------	---

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Projektmanagement
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Begrifflichkeiten und Grundlagen des Projektmanagements • Projektmanagement als Geschäftsprozess • Motivation in virtuellen Settings • Durchführung von Projektmeetings • Projektcontrolling • Projektdokumentation • Integration von agilen Werten in die einzelnen Projektmanagementphasen • Nutzung virtueller Projektmanagement Tools • Erstellung, Management und Kommunikation in virtuellen Teams und effektive Führung virtueller Projekte

Titel der Lehrveranstaltung	Case Study Projektmanagement
Umfang	3 ECTS
Typ	Übung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Lösung konkreter betrieblicher Problemstellungen vor Ort in einem Unternehmen oder Lösung konkreter betrieblicher Problemstellungen im Rahmen einer Aufgabenstellung unter gleichzeitiger Nutzung virtueller Projektmanagement-Techniken • Gemeinsame und selbstorganisierte Abwicklung in virtuellen Teams seitens der Studierenden über Entfernungen hinweg. • Einübung im Gebrauch von Online-Werkzeugen mit dislozierten Teams, virtuelles Teambuilding und virtuelle Motivation, Workshops und Präsentationen im virtuellen Raum. • Anforderung der fachlichen Problemlösung als auch eigenständige Projektorganisation (PMA Standards).

Modul Startup und Entrepreneurship

Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - können ihre eigene Idee, ihr eigenes Produkt oder eigene Dienstleistung sowie das dazugehörige Geschäftsmodell entwickeln. - sind in der Lage eigene Trend- und Marktanalysen (inkl. Wettbewerbs-Anspruchgruppen) zu erstellen und einen Business-Plan sowie erste Marketingmaßnahmen (im Off- und Online-Bereich) zu erarbeiten. - können das österreichische Startup-Ökosystem sowie die österreichischen Förderinstrumente beschreiben. - kennen den Rahmen zur selbständigen Gestaltung von Förderanträgen. - können eigene Ideen und Geschäftsmodelle reflektieren und erwerben spezielle Kenntnisse in der Umsetzung durch zielgerichtete Übungen.
-----------------	---

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Entrepreneurship als Zukunftskompetenz
Umfang	3 ECTS
Typ	Übung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmerische Frühphase <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmerische Erfolgsfaktoren ○ Vision/Mission/Ziel ○ Ideenfindung und-konkretisierung ○ Zielgruppendefinition ○ Kundenverhalten ○ Unternehmerischer Wandel ○ Umsetzung der Geschäftsideen ○ Business Model Canvas ○ Anwendung des Business Model Canvas ○ Vertriebsgestaltung und Logistik

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Der Business Plan ○ Theorie zum Thema Business Plan ○ Erstellung eines eigenen Business Planes ○ Coaching und Hilfestellung ○ Anwendung der Businessplan-Tools „plan4you easy“ ● Einblick in die Kapitalbeschaffung <ul style="list-style-type: none"> ○ Start-up Finance vs. corporate Finance ○ Der financial Startup Life Cycle ○ Die Unternehmensfinanzierung nach Startup Phasen ○ Alternative Finanzierungsformen (Crowdfunding/Investing, Security Token Offering) ● Early Stage Marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Einblick in die Möglichkeiten der gesamten Bandbreite von Marketing im Rahmen von Entrepreneurship ● Anwendungsorientierte Praxisbeispiele
--	---

Modul Sustainable Business of Tomorrow	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundlagen des Nachhaltigkeitskonzepts. - sind in der Lage für spezifische Unternehmen, Berührungspunkte der jeweiligen Kerngeschäftstätigkeit zu Themen unternehmerischer Nachhaltigkeit zu identifizieren. - können Nachhaltigkeitsmanagementmethoden und -voraussetzungen für die Anwendung benennen sowie die Umsetzung dieser Methoden in Unternehmen initiieren und begleiten. - beherrschen die Grundlagen von nachhaltigen Geschäftsmodellen und können dieses Wissen auf digitale und nachhaltige Geschäftsmodelle anwenden. - verfügen über ein grundlegendes Verständnis verschiedener digitaler und nachhaltiger Geschäftsmodelle im Konsumgüter- (B2C) und Investitionsgüterbereich (B2B). - sind in der Lage im Team ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu entwickeln. - kennen die wesentlichen Grundlagen des Sustainable Marketings, insbesondere der Nachhaltigkeitskommunikation. - sind in der Lage, eigenständig die Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen zu analysieren, Stories zu entwickeln und konkrete Verbesserungspotentiale aufzuzeigen.

Lehrveranstaltungen im Modul

Titel der Lehrveranstaltung	Nachhaltigkeitsmanagement
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> ● Grundlagen und Geschichte des Nachhaltigkeitsmanagements ● Konzepte zur Umsetzung unternehmerischer Nachhaltigkeit ● Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagementsysteme ● Standards und Zertifikate des Nachhaltigkeitsmanagements ● Methoden unternehmerischen Nachhaltigkeitsmanagements ● Nachhaltigkeit in Wertschöpfungsketten

	<ul style="list-style-type: none"> • Messung und Steuerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit • Ökobilanzierung • Bewertung von Nachhaltigkeitsinnovationen • Kernelemente eines Nachhaltigkeitsberichts • Global Compact-, DNK- und GRI-Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung • Wichtige Indizes und Kennzahlen mit Nachhaltigkeitsbezug sowie deren Erhebung • Glaubwürdigkeit und Verifizierung von Nachhaltigkeitsberichten • Prinzipien, Beispiele und Praxis guter Nachhaltigkeitsberichterstattung • Labels und Zertifizierungen: Pro & Contra
Titel der Lehrveranstaltung	Nachhaltige Geschäftsmodelle und Nachhaltigkeitsprojekt
Umfang	2 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • State-of-the Art Konzepte im Bereich nachhaltiger Geschäftsmodelle im 4-fachen Sinne: <ul style="list-style-type: none"> ○ Schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen wie Energie, Rohstoffen, Luft, Wasser ○ Ökologische Nachhaltigkeit, profitable Produkte, Prozesse und Anlagen, die auf eine dauerhafte Wettbewerbsfähigkeit ausgelegt sind und wirtschaftliche Ressourcen sichern ○ ökonomische Nachhaltigkeit und soziale Nachhaltigkeit (ausreichende Berücksichtigung relevanter Interessengruppen unter Wahrung der Humanität) ○ technologische Nachhaltigkeit: den technologischen Wandel nutzen und die beste verfügbare Technik einsetzen, sind Teil des Diskurses. • Übertragung von State-of-the Art Konzepten im Bereich nachhaltiger Geschäftsmodelle auf spezifische Situationen von Unternehmen • Selbständige Anwendung und damit Vertiefung der konzeptionell erlernten Inhalte aus den Bereichen nachhaltiges Wirtschaften auf ein von den Studierenden vorgeschlagenes Praxisprojekt. Dieses muss zwingend in Zusammenhang mit einem konkreten Bedarf in einem Unternehmen oder einer Institution stehen und sollte mindestens einen Kernbereich der Lehrveranstaltungen treffen. Der Auftrag kann z.B. die Entwicklung, Umgestaltung eines nachhaltigen Geschäftsmodells, die Er- oder Überarbeitung eines Nachhaltigkeitsberichts oder der Aufbau oder die Weiterentwicklung diverser Aspekte der Nachhaltigkeitskommunikation umfassen.
Titel der Lehrveranstaltung	Storytelling für nachhaltiges Wirtschaften
Umfang	1 ECTS
Typ	Integrierte Lehrveranstaltung
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen von Storytelling • Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation als Erweiterung des traditionellen Marketingkonzepts • Kommunikationsmodelle und systemisches Verständnis der Nachhaltigkeitskommunikation

	<ul style="list-style-type: none">• Spezieller Fokus auf relevante Stakeholder, die wesentlichen Kanäle (u.a. Webseiten, Social Media) und Botschaften der Nachhaltigkeitskommunikation• Kritische Diskussion des Sustainable Marketings unter den Aspekten des „Impression Managements“ und „Greenwashing“• Analyse der Nachhaltigkeitskommunikation an ausgewählten Beispielen
--	--