

Studienplan für das Masterstudium Management

Aufgrund des § 25 Abs 1 Z 10a des Universitätsgesetzes 2002, BGBl. I Nr. 120/2002, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 52/2023 wird verordnet:

§ 1 Qualifikationsprofil

Präambel

Das Masterstudium Management ist ein deutschsprachiges, sozial- und wirtschaftswissenschaftliches Studium im Sinne des § 54 Abs 1 Universitätsgesetz 2002. Es stehen forschungsgelenkt das Verhalten von Menschen in Organisationen und verschiedene Paradigmen der Steuerung und Veränderung von Organisationen im Fokus. Studierende mit wirtschaftswissenschaftlichem Bildungshintergrund setzen sich wissenschaftlich fundiert und interdisziplinär mit Führungs- und Managementprozessen auseinander und entwickeln ein tiefgreifendes Verständnis kritischer Managementstudien, um ein zukunftsfähiges Wirtschaftssystem in einer sich stark wandelnden und zunehmend unsicheren Welt mitzugestalten.

Im Masterstudium Management lernen Studierende nicht nur Führungstheorien und Managementinstrumente einzusetzen und ihre soziale Kompetenz weiterzuentwickeln. Sie erwerben auch die notwendigen Kompetenzen um die Spannungsbögen zwischen Individualität und Qualität, Nachhaltigkeit und Lebensstandard sowie Innovation und Fairness auszubalancieren und effektiv zu nutzen. Organisationen werden im Masterstudium Management aus einer Stakeholder-Perspektive betrachtet, daher liegt ein Schwerpunkt auf dem Umgang mit unterschiedlichen, oftmals konfliktären Zielen und deren Abwägung und Bewertung.

Die Studierenden lernen forschungsgeleitet in vielfältigen, interaktiven Lernsituationen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Anwendung des erworbenen Wissens, sowohl im Rahmen von Fallstudien, Simulationen, Planspielen und Projektarbeiten als auch mittels Teambuilding und videobasierten Reflexionen.

Der generalistische Charakter des Masterstudiums Management und die Spezialisierungsmöglichkeiten im Rahmen des Studiums führen zu vielfältigen Jobprofilen in For-Profit-, Non-Profit- und öffentlichen Organisationen. Das Masterstudium bereitet Absolvent*innen vor, allgemeine Management- und Führungsfunktionen zu übernehmen, mit Ziel-, Budget- und Personalverantwortung, oder in speziellen Funktionsbereichen tätig zu sein, mit Schwerpunkt im Personalbereich, in der Organisationsentwicklung oder internen/externen Beratung.

Allgemeines Qualifikationsprofil

Studierende des Masterstudiums Management erwerben folgende generelle Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen, die sich auf die Gesamtheit des Masterstudiums beziehen und daher in den einzelnen Lehrveranstaltungen nicht noch einmal explizit angeführt werden:

- Soziale Kompetenz: Mit anderen Personen kooperieren und in heterogenen Gruppen und Teams erfolgreich kommunizieren; Konzepte und Techniken zur Aktivierung von Individuen und Gruppen und zur Team- und Persönlichkeitsentwicklung einsetzen; Kooperative Problemlösungsprozesse in Gruppen aufstellen; Konflikte analysieren und passende Handlungsmöglichkeiten entwickeln;
- Entscheidungskompetenz: Unterschiedliche Handlungsperspektiven und Lösungsansätze kritisch evaluieren; die getroffene Entscheidung und deren Vor- und Nachteile argumentieren;
- Forschung: Screening aktueller Forschungsergebnisse und Ableitung von Handlungsempfehlungen für die eigene Managementpraxis; eigenständig, den fachspezifischen wissenschaftlichen Standards folgend Forschungsprojekte planen und umsetzen;
- Kommunikation: Komplexe Themen und Problemstellungen des modernen Managements von Organisationen zielgruppengerecht kommunizieren;
- Reflexion: Das eigene und auch fremde Persönlichkeitsprofile auf Grundlage wissenschaftlich fundierter Modelle zu erstellen und die verbundenen, potentiellen Auswirkungen für das Verhalten in Organisationen einschätzen; die Offenheit Erprobtes aufzugeben, um Neues auszuprobieren;
- Ethisch-soziale Verantwortung: Die Rolle von Organisationen in wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Systemen auf Basis von ethischen und ökonomischen Kreislaufmodellen kritisch reflektieren; Themen wie Ethik, Diversität und Nachhaltigkeit bei Managemententscheidungen zu berücksichtigen und entsprechend zu kommunizieren; Verschränkungen zwischen lokalen, regionalen, nationalen, internationalen und globalen Entwicklungen erkennen.

Fachliches Qualifikationsprofil

Auf der Basis des Allgemeinen Qualifikationsprofils erwerben die Studierenden darüber hinaus durch die Absolvierung des Masterstudiums Management folgende fachbezogene Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen:

- Systemisches Denken: Zusammenhänge von sozialen Prozessen und Funktionsweisen von Organisationen und deren Zielerreichung analysieren; die Beziehung von kontextuellen, individuellen, strukturalen und prozessualen Faktoren und dem Verhalten von und in Organisationen erkennen; die Schnittstellen und Wechselwirkungen zwischen Organisationen und aktuellen gesellschaftlichen und ökonomischen Entwicklungen identifizieren und für die Entwicklung von Organisationen innovativ nutzen;
- Implementierungsfähigkeit: Unterschiedliche Paradigmen der Management-Theorien, der Organisationstheorien, des Strategischen Managements, des Management Accounting und des Organisational Behavior in konkreten organisationalen Kontexten anwenden; erlernte Methoden und Instrumente der Analyse, Bewertung und Intervention selbständig in Bezug auf Steuerung in und von Organisationen einsetzen;
- Methodenkompetenz: Eigenständig adäquate, qualitative oder quantitative Methoden der Sozialforschung planen und durchführen; erhobene Daten mit Softwareprogrammen wie SPSS oder R, NVivo oder Atlas auswerten; grundlegende Methoden der ökonomischen empirischen Datenanalyse bei einfachen Analysen anwenden; Daten interpretieren und zielgruppengerecht aufbereiten;
- Analysekompetenz: Führungsverhalten, Organisationsstrukturen, Organisationsprozesse (wie Teamprozesse, Motivation, Konflikte u.ä.) kategorisieren, bewerten und optimieren; Verhaltensweisen von internen und externen Stakeholdern analysieren und Handlungsoptionen kritisch prüfen;
- Strategische Lösungskompetenz: Praktische Problemstellungen des Managements vor dem Hintergrund theoretischer Konzepte identifizieren, strukturieren und effizient lösen; Anknüpfungspunkte für Veränderungsprozesse in Organisationen erkennen und Umsetzungsstrategien entwickeln.

§ 2 Zulassung zum Studium

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Masterstudium Management ist der Abschluss eines Vorstudiums iSd § 64 Universitätsgesetz 2002.
- (2) Ein Vorstudium iSd Abs 1 ist jedenfalls das Bachelorstudium Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und das Bachelorstudium Business and Economics an der Wirtschaftsuniversität Wien.
- (3) Vor der Zulassung sind folgende qualitative Zulassungsbedingungen zu erfüllen:
 - a. ein Vorstudium im Umfang von mindestens 180 ECTS-Anrechnungspunkten

und

- b. Prüfungen in den Bereichen Betriebswirtschaft/Volkswirtschaft im Umfang von 70 ECTS-Anrechnungspunkten.
- (4) Eine Doppelverwendung von Prüfungen durch eine Anerkennung von Prüfungsleistungen aus dem Vorstudium iSd Abs 1 bis 3 auf das Masterstudium Management ist unzulässig.

§ 3 Studienaufbau, Gesamtstundenzahl und ECTS-Anrechnungspunkte

Das Masterstudium Management dauert 4 Semester und umfasst 120 ECTS-Anrechnungspunkte (ECTS) und 40 Semesterstunden (SSt.). Davon entfallen 20 ECTS-Anrechnungspunkte auf die Masterarbeit und 100 ECTS-Anrechnungspunkte auf die Fächer des Masterstudiums Management.

§ 4 Prüfungsarten und Platzvergabe

- (1) Die in diesem Studienplan angeführten Prüfungsarten sind in der Prüfungsordnung der Wirtschaftsuniversität Wien definiert. Dieser Studienplan bildet gemeinsam mit der Prüfungsordnung ein Curriculum gemäß § 25 Abs 1 Z 10a Universitätsgesetz 2002.
- (2) Die Zahl der möglichen Teilnehmer*innen zu Lehrveranstaltungen beträgt mindestens 20 und höchstens 650 pro Semester. Die Plätze werden nach dem first-come-first-served-Prinzip vergeben.

§ 5 Lehrveranstaltungen und Prüfungen

- (1) Lehrveranstaltungen und Prüfungen im Masterstudium sind:

Bezeichnung der Lehrveranstaltung	ECTS-Anrechnungspunkte	SSt	Prüfungsart
In Allgemeine Managementkompetenz (39,5 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Einführung in das Management	4	1	PI
Finanz- und Rechnungswesen	7,5	3	PI
Organisationstheorien	5	2	PI

Ethik und Diversität	5	2	PI
Human Resource Management	5	2	PI
Marketing Management	5	2	PI
Strategisches Management	5	2	PI
Unternehmenssimulation	3	2	PI
In Soziale Kompetenz (11 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Arbeiten in Teams	3	2	AG
Organizational Behavior	7,5	3	PI
Karriere Workshop	0,5	1	PI
In Projektkompetenz (9,5 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Masterarbeit Coaching	2	1	FS
Quantitative Forschungsmethoden	3	1	PI
Qualitative Forschungsmethoden	3	1	PI
Masterarbeit Defensio	1,5	1	FS
In Kontextwissen (15 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Wirtschaftspolitik	5	2	PI
<i>Wahlweise eine der folgenden Lehrveranstaltungen und Prüfungen:</i>			
Management und digitale Transformation	5	2	PI
<i>oder</i>			
Wirtschaftsgeschichte	5	2	PI
<i>Wahlweise eine der folgenden Lehrveranstaltungen und Prüfungen:</i>			
Arbeitsrecht	5	2	VUE
<i>oder</i>			
Unternehmensrecht – Corporate Governance	5	2	PI
In Wahlfach wahlweise eine der folgenden Lehrveranstaltungen (5 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Critical Perspectives on Management Communication	5	2	PI
<i>oder</i>			
Finanzierung und Finanzmärkte	5	2	PI
<i>oder</i>			
Internationales Steuerrecht	5	2	VUE
<i>oder</i>			
Management and Communication	5	2	PI
<i>oder</i>			
Nachhaltige Entwicklung	5	2	PI

oder Verhandeln in fremdsprachlicher Wirtschaftskommunikation	5	2	PI
--	---	---	----

- (2) Im Rahmen des Wahlfaches Verhandeln in fremdsprachlicher Wirtschaftskommunikation können folgende Sprachen gewählt werden: Englisch, Französisch und Spanisch.
- (3) Im Rahmen der Speziellen Managementkompetenz sind zwei Kompetenzfelder im Umfang von jeweils 10 ECTS-Anrechnungspunkten und 3 Semesterstunden, bestehend aus Lehrveranstaltungen mit prüfungsimmanentem Charakter, zu absolvieren. Kompetenzfelder sind:
1. Consulting und Organisationsanalyse
 2. Corporate Social Responsibility und Business Ethics
 3. Diversity und Sustainability
 4. Familienunternehmen
 5. Organizational Change und Innovation
 6. Organizational Governance und Corporate Communication
 7. Public und Nonprofit Governance und Management
 8. Systemdenken und Entscheidungsmanagement
 9. Management Course Abroad
- (4) Der Management Course Abroad wird nicht an der Wirtschaftsuniversität Wien angeboten, sondern kann nur anerkannt werden. Er muss einen wirtschaftlichen Bezug aufweisen, während des Studiums außerhalb Österreichs und außerhalb des Heimatstaates der bzw. des Studierenden an einer anerkannten ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung auf Masterniveau abgelegt werden, eine Prüfung beinhalten und umfangmäßig gleichwertig sein.

§ 6 Besondere Voraussetzungen für die Zulassung zu Prüfungen

- (1) Die Zulassung zu allen weiteren Lehrveranstaltungen des Masterstudiums Management setzt die positive Absolvierung der Lehrveranstaltung „Einführung in das Management“ voraus.
- (2) Die Zulassung zur Lehrveranstaltung „Unternehmenssimulation“ setzt die positive Absolvierung aller Lehrveranstaltungen aus dem Fach „Allgemeine Managementkompetenz“ mit Ausnahme der PI „Strategisches Management“ sowie aller

Lehrveranstaltungen des Faches „Soziale Kompetenz“ mit Ausnahme der PI „Karriere Workshop“ voraus.

- (3) Die Zulassung zur Lehrveranstaltung „Karriere Workshop“ setzt die positive Absolvierung aller Lehrveranstaltungen aus dem Fach „Allgemeine Managementkompetenz“ mit Ausnahme der PI „Unternehmenssimulation“ und der PI „Strategisches Management“ sowie aller Lehrveranstaltungen des Faches „Soziale Kompetenz“ voraus.
- (4) Die Zulassung zur Lehrveranstaltung „Organizational Behavior“ setzt die positive Absolvierung der Lehrveranstaltung „Arbeiten in Teams“ voraus.
- (5) Die Zulassung zur Lehrveranstaltung „Masterarbeit Coaching“ setzt die positive Absolvierung der Lehrveranstaltungen „Organisationstheorien“, „Human Resource Management“, „Organisational Behavior“, „Ethik und Diversität“, „Quantitative Forschungsmethoden“ und „Qualitative Forschungsmethoden“ voraus.
- (6) Die Zulassung zur Lehrveranstaltung „Masterarbeit Defensio“ setzt die positive Absolvierung der Lehrveranstaltungen „Masterarbeit Coaching“ voraus.

§ 7 Masterarbeit

- (1) Jede*r Studierende hat eine Masterarbeit im Umfang von 20 ECTS-Anrechnungspunkten zu verfassen.
- (2) Die Studierenden haben mit der Masterarbeit die Befähigung nachzuweisen, dass sie in der Lage sind, Themen mit Hilfe wissenschaftlicher Forschungsmethoden selbstständig zu bearbeiten.
- (3) Das Thema der Masterarbeit ist einem der Fächer des Masterstudiums Management zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, das Thema vorzuschlagen oder das Thema aus einer Anzahl von Vorschlägen der zur Verfügung stehenden Betreuerinnen und Betreuer auszuwählen. Im Übrigen gilt § 33 der Satzung der Wirtschafts-universität Wien.

§ 8 Abschluss des Masterstudiums

Nach der positiven Beurteilung aller Lehrveranstaltungen und Prüfungen sowie der Masterarbeit ist der bzw. dem Studierenden ein Zeugnis über den Abschluss des Masterstudiums Management auszustellen.

§ 9 Akademischer Grad

An Absolvent*innen des Masterstudiums Management wird der akademische Grad „Master of Science (WU)“, abgekürzt „MSc (WU)“, verliehen.

§ 10 In-Kraft-Treten

- (1) Dieser Studienplan tritt am 01.10.2014 in Kraft.
- (2) Dieser Studienplan ersetzt den Studienplan für das Masterstudium Management idF der Beschlüsse der Studienkommission vom 17.09.2009, 24.06.2010, 20.01.2011 und 05.06.2012, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 21.10.2009, 30.06.2010, 26.01.2011 und 20.06.2012.
- (3) Die Änderung dieses Studienplans gemäß Beschluss der Studienkommission vom 13.01.2015, genehmigt vom Senat am 28.01.2015, treten am 01.10.2015 in Kraft.
- (4) Die Änderung dieses Studienplans gemäß Beschluss der Studienkommission vom 21.04.2015, genehmigt vom Senat am 06.05.2015, treten am 01.10.2015 in Kraft.
- (5) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 27 vom 05.04.2017 treten mit 01. Oktober 2017 in Kraft.
- (6) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 12 vom 20.12.2017 treten mit 01. Oktober 2018 in Kraft.
- (7) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 27 vom 28. März 2018 treten mit 01. Oktober 2018 in Kraft.
- (8) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 38 vom 19. Mai 2021 treten mit 1. Oktober 2021 in Kraft.
- (9) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 20 vom 2. Februar 2022 treten mit 1. Oktober 2022 in Kraft.
- (10) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 27 vom 29. März 2023 treten mit 1. Oktober 2023 in Kraft.
- (11) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 19 vom 31. Jänner 2024 treten mit 1. Oktober 2024 in Kraft.

§ 11 Übergangsbestimmungen

- (1) Ordentliche Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieses Studienplanes das Masterstudium Management an der Wirtschaftsuniversität Wien gemäß den Beschlüssen der Studienkommission vom 17.09.2009, 24.06.2010, 20.01.2011 und 05.06.2012, genehmigt vom Senat der Wirtschaftsuniversität Wien am 21.10.2009, 30.06.2010, 26.01.2011 und 20.06.2012, aufgenommen haben, sind berechtigt, dieses Studium nach dem am 30.09.2014 geltenden Studienplan bis zum Ende des Wintersemesters 2016/17 abzuschließen. Wird das Studium nicht fristgerecht abgeschlossen, ist die oder der Studierende für das weitere Studium dem neuen Studienplan unterstellt. Im Übrigen sind die

Studierenden berechtigt, sich während der Zulassungsfristen freiwillig dem neuen Studienplan zu unterstellen.

- (2) Ordentliche Studierende sind berechtigt, das Fach Allgemeine Managementkompetenz in der am 30. September 2023 geltenden Fassung des Studienplans abzuschließen, sofern die Lehrveranstaltung Managerial Economics vor dem 30. September 2023 positiv absolviert oder anerkannt wurde.
- (3) Ordentliche Studierende, die die AG Karriere Workshop vor dem 30. September 2023 absolviert haben, sind berechtigt das Fach Soziale Kompetenz in der am 30. September 2023 geltenden Fassung des Studienplans abzuschließen.
- (4) Ordentliche Studierende, die die PI Wirtschaftsgeographie vor dem 30. September 2024 absolviert haben, sind berechtigt das Fach Kontextwissen in der am 30. September 2024 geltenden Fassung des Studienplans abzuschließen.
- (5) Ordentliche Studierende, die das Kompetenzfeld Leadership vor dem 30. September 2024 absolviert haben, sind berechtigt das Fach Spezielle Managementkompetenz in der am 30. September 2024 geltenden Fassung des Studienplans abzuschließen.

Anhang: Fächerbeschreibungen

Allgemeine Managementkompetenz

Nach Absolvierung des Faches „Allgemeine Managementkompetenz“ haben Studierende ein universell anwendbares, betriebswirtschaftliches Praxiswissen über Analyse, Steuerung, Kontrolle und Entscheidungsfindung in und von Organisationen und können dies in der, für das Studium notwendigen Weise verschränken. Studierende haben das spezifische Wissen und die Fähigkeiten für die weiteren vertiefenden Lehrveranstaltungen und Prüfungen des Masterstudiums:

- Methoden und Instrumente der internen und externen Unternehmensrechnung auf spezifische Problemstellungen anwenden und Handlungsempfehlungen ableiten;
- Informationen aus der Unternehmensrechnung interpretieren und hinsichtlich ihrer Steuerungsrelevanz und ihrer Konsequenzen auf das Handeln der Organisationsmitglieder beurteilen;
- Organisationalen Situationen adäquate Organisationstheorien zur Analyse heranziehen und zielgeleitet Handlungsoptionen ableiten;
- Grundlegende Ethiktheorien und EDI (Equity, Diversity and Inclusion) Theorien anwenden und deren Modelle unter Einbeziehung der ökonomischen Realität im Sinne von Kosten- und Ertragsstrukturen in die wirtschaftliche Praxis übersetzen können;
- Unterschiedliche Ansätze des strategischen Managements theoretisch einordnen und kritisch reflektieren;
- Einflussfaktoren der Unternehmensumwelt kategorisieren und deren Priorisierung im Entscheidungsprozess erläutern;
- Strukturen, Prozesse und Praktiken des Personalmanagements analysieren und gestalten;
- Kundenentscheidungen und relevante Trends im Marketing analysieren und Entscheidungen auf Basis statistischer Erkenntnisse ableiten;
- Ansätze des kritischen Marketings und des Makromarketings bei der Planung von Wachstumsstrategien zu integrieren und damit klarere Wirkungsbeziehungen zu generieren und unerwünschte Nebeneffekte zu minimieren;
- Marktpotenziale beurteilen und eine erfolgreiche Wettbewerbspositionierung entwickeln.

Spezielle Managementkompetenz

Nach Absolvierung des Faches „Spezielle Managementkompetenz“ haben Studierende in zwei selbst gewählten Bereichen, ein vertieftes, interdisziplinäres und kritisch reflektiertes Verständnis von Führungs- und Managementprozessen. Sie können in diesen Bereichen selbständig theoretische Konzepte und erlernte Methoden auf neuartige und komplexe Situationen anwenden:

Consulting und Organisationsanalyse

- Unterschiedliche Zugänge zur Organisationsberatung theoretisch einordnen, kritisch reflektieren und ihre situative Eignung für organisationale Probleme beurteilen;

-
- Die eigene Organisation, Konkurrenzorganisationen, Auftraggeber*innen, Organisationen von allgemeinem öffentlichen Interesse etc. auf wesentliche Merkmale hin analysieren und optimieren.

Corporate Social Responsibility und Business Ethics

- Die Rolle von Corporate Social Responsibility (CSR)-Konzepten in Organisationen verorten und an den Wertewandel anpassen;
- Best Practices der CSR ermitteln und in andere Kontexte übersetzen;
- Wechselwirkungen zwischen CSR und Ethik kritisch reflektieren und validieren;
- Die Relevanz von CSR und Ethik auf Managementhandeln und -entscheidungen plausibel kommunizieren können.

Diversity und Sustainability

- Theoretische Grundkonzepte hinsichtlich Diversity und Sustainability auf den organisationalen Kontext umlegen zu können;
- Die Stellung differenzierter Rollenbilder in Organisationen zu analysieren und deren Bedeutung und Akzeptanz weiterzuentwickeln;
- Nachhaltige Managementkonzepte und jene der Kreislaufökonomie zur Steuerung und Kommunikation im Rahmen der Erneuerung, insbesondere aber auch konfliktärer Situationen, von Organisationen anwenden;
- Wissenschaftliche Konzepte und Instrumente der Kommunikation und Steuerung in einer dieser konkreten Situation anwenden können.

Familienunternehmen

- Etablierte theoretische Sichtweisen und Modelle der Familienunternehmen-Forschung (z.B. Drei-Kreise-Modell, Familiness, Socioemotional Wealth, Systemtheorie von Familienunternehmen) auf konkrete Entscheidungssituationen im Management von Familienunternehmen anwenden;
- „Familiness“ von Familienunternehmen definieren und darlegen, wie sie zum Wettbewerbsvorteil werden kann;
- Die erfolgreiche Kombination von Tradition und Innovation in generationenübergreifenden Familienunternehmen erläutern;
- Die besonderen Anforderungen an Mitarbeiter*innen (insbesondere Führungskräfte) in Familienunternehmen identifizieren;
- Die Attraktivität von Familienunternehmen für familieninterne als auch familienexterne Nachfolger*innen erkennen und Möglichkeiten, wie die Nachfolge sinnvoll gestaltet werden kann, beurteilen.

Organizational Change und Innovation

- Die Fähigkeit, interne und externe Umwelten von Unternehmen mittels Instrumenten der Umwelt- und Organisationsanalyse beschreiben und interpretieren zu können;
- Den internen und externen Veränderungsbedarf zuzuordnen und in Verbindung zu setzen;

-
- Theoretische Konzepte – insbesondere Prozessmodelle –, die organisationalen Wandel sowie die Entstehung und die Integration von Innovationen erklären, einordnen und auf konkrete organisationale Gegebenheiten anwenden;
 - Die „Spielregeln“ von Organisationen in Bezug auf stabilisierende und verändernde Kräfte der Unternehmenskultur analysieren und verstehen zu können, um in der Organisation anschlussfähige Veränderungsprozesse initiieren zu können;
 - Veränderungsprozesse können identifiziert, analysiert und entsprechend Impulse für die Planung, Strukturierung und Betreuung von solchen Prozessen gesetzt werden.

Organizational Governance und Corporate Communication

- Organisationstheoretische Grundkonzepte von Kommunikation und Organizational Governance auf Passung analysieren und an organisationale Kontexte anpassen;
- Systematiken und Prozessmodelle zur Steuerung und Kommunikation in Transformationsphasen beurteilen und passend auswählen können;
- Kommunikationsmuster und Entscheidungsfindungsprozesse entsprechend den Richtlinien der Organizational Governance und der Corporate Communications adaptieren und umsetzen.

Public und Nonprofit Governance und Management (PNPGM)

- Differenzierung hinsichtlich der Struktur des Public- und Nonprofit-Sektors, sowie unterschiedliche Governance-Ansätze für diese Sektoren vergleichend analysieren, evaluieren und anwenden;
- Spezifika des Managements von Public- und Nonprofit-Organisationen differenzierend darstellen und in der Implementierung berücksichtigen können;
- Lösungsalternativen für komplexe Problemstellungen in heterogenen Teams erarbeiten, kritisch reflektieren und kommunizieren können.

Systemdenken und Entscheidungsmanagement

- Theoretisch fundierter Überblick über klassische und aktuelle Erkenntnisse der Führungs-, Persuasion- sowie sozialpsychologischen Forschung;
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede, Stärken und Schwächen der einzelnen Erklärungsansätze bzw. paradigmatischen Orientierungen herauszuarbeiten und zu vergleichen;
- Optimierung sozialer Kompetenz durch Erkennen und Immunisierung sozialer Beeinflussungsprozesse;
- Darstellung der unterschiedlichen Outputs differierender Managementstile.

Soziale Kompetenz

Nach Absolvierung des Faches „Soziale Kompetenz“ sind Studierende in der Lage stakeholderorientiert Individuen und Gruppen zu aktivieren sowie Team- und Persönlichkeitsentwicklung anzuleiten:

-
- Gruppen und Gruppendynamiken erläutern (theoretische Erklärungen, Denkprozesse, Entscheidungen, Einflüsse) und dieses Verständnis für die eigene Managementpraxis nutzen;
 - Unterschiedliche Theorien, Konzepte und Erklärungsansätze über menschliches Verhalten in Organisationen differenzieren und auf konkrete führungs-, motivations- und managementbezogene Alltagssituationen anwenden;
 - Kritisch organisationale Praktiken aufdecken und bewerten, wie Organisationen Menschen formen bzw. verformen.

Projektkompetenz

Nach Absolvierung des Faches „Projektkompetenz“ sind Studierende in der Lage selbständig wissenschaftlich zu arbeiten und Ziele innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens zu realisieren:

- Wissenschaftliche Projekte planen (zeitlich und operativ);
- Forschungsdesigns entwickeln (Entscheidung über die Forschungsstrategie, Gütekriterien des Forschungsdesigns);
- Quantitative Forschungsmethoden anwenden und auswerten (z.B. Messung latenter Konstrukte im Rahmen der klassischen Testtheorie, Hypothesenarten und -formulierung, bivariate Auswertungsverfahren, multivariate Regression inklusive moderierter Regression, Auswertungen mit SPSS oder R);
- Methoden der Datenerhebung der qualitativen Sozialforschung umsetzen (z.B. Befragung und Gesprächsführung, Beobachtung, Dokumente);
- Methoden der Datenauswertung der qualitativen Sozialforschung anwenden (z.B. Inhaltsanalyse, Konversationsanalyse, Kodierleitfaden, Softwareanwendungen wie NVivo oder Atlas);
- Zielgruppengerechtes Reporting erstellen und Handlungsoptionen ableiten.

Kontextwissen

Nach Absolvierung des Faches „Kontextwissen“ sind Studierende in der Lage historische, wirtschaftspolitische und rechtliche Rahmenbedingungen von Managementprozessen und -entscheidungen einzuordnen und in Entscheidungen zu berücksichtigen:

- Wesentliche wirtschaftspolitische Probleme anhand aktueller ökonomischer Mikro- und Makromodelle identifizieren und erklären;
- Auf Basis von empirischen Fakten und modernster wirtschaftspolitischer Theorien zentrale Elemente nationaler und internationaler Wirtschaftspolitik identifizieren;
- Die Bedeutung historischer Erfahrungen und Deutungen für das Verständnis aktueller wirtschaftlicher Zusammenhänge und Strukturen ableiten können;
- Zentrale Teilgebiete des österreichischen Arbeitsrechts zur Analyse und Lösung grundlegender arbeitsrechtlicher Problemstellungen anwenden;
- Querverbindungen zu angrenzenden Rechtsgebieten des Arbeitsrechts herstellen, insbesondere zum Sozialversicherungsrecht;
- Unternehmensrechtliche Problemstellungen, die bei der Leitung von Unternehmen in rechtlicher Hinsicht auftreten können, eigenständig erkennen und beurteilen;
- Die zivil- und strafrechtliche Verantwortung von Manager*Innen bestimmen.

-
- Einflussfaktoren der technologischen Unternehmensumwelt kategorisieren und deren Priorisierung im Entscheidungsprozess erläutern;
 - Screening und Bewertung von Technologien zur Unterstützung von Digitalisierungsprozessen und deren Einordnung in marktorientierte Geschäftsmodelle.

Wahlfach

Nach Absolvierung des „Wahlfachs“ haben Studierende vertiefte, anwendungsorientierte Fähigkeiten für die Managementpraxis in einem selbst gewählten Bereich:

„Critical Perspectives on Management Communication (in Englischer Sprache)“

- Die Bedeutung von sprachlichen Differenzen im Managementkontext offenzulegen, Problemfelder zu analysieren und sprachliche Lösung auszuarbeiten;
- Konstruktion sozialer Realität durch sprachliche Muster;
- Die (bourdieusche) Wechselwirkung von Sprache und Macht(ausübung);
- Beeinflussungsprozesse über fremdsprachliche Muster aufdecken und immunisieren.

Finanzierung und Finanzmärkte

- Risikoabschätzung und Risikomanagement von Finanzinstrumenten;
- Unterschied zwischen systematischem und unsystematischem Risiko analysieren und beeinflussen;
- Zusammenhang zwischen risikoeffizienten Portfolios und Kapitalkosten herstellen und das Capital Asset Pricing Modells auf reale Fragestellungen übertragen und anwenden.

Internationales Steuerrecht

- Analyse und Vergleich international Steuerrechtssysteme
- Vor- und Nachteile sowie Limitationen unterschiedlicher Steuerrechtssysteme ableiten können;
- Die OECD Model Convention als Basis unterschiedlicher Interpretationsansätze verwenden;
- Cross Boarder und Doppelbesteuerungsabkommen aktiv und passiv anwenden.

Management and Communication

- Analysieren der Unternehmenskommunikation und Entwicklung einer Kommunikationsstrategie;
- Unternehmenskommunikation und Change Management.

Nachhaltige Entwicklung

- Komplexe Zusammenhänge einer nachhaltigen Entwicklung verstehen, die dazu erforderlichen Informationen aufzubereiten, und mögliche Problemlösungen zu identifizieren.
- Modelle der Kreislaufwirtschaft zu analysieren und zielgruppenspezifisch zu kommunizieren;
- Dabei Humor als Kreativitäts- und Kommunikationstechnik einsetzen.

Verhandeln in fremdsprachlicher Wirtschaftskommunikation – Englisch, Französisch, Spanisch

- Richtige Einschätzung der strategischen Bedeutung von Kommunikation in Verhandlungen und gezielter Einsatz linguistischer Methoden;
- Anwendung von verhandlungssicherem Sprachgebrauch zumindest auf C1-Level nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen.

Zur Begründung:

Zu §5

Es hat sich gezeigt, dass für „Ethik im Management“ eine Schärfung des Titels notwendig ist. Daher die Änderung auf „Ethik und Diversität“.

Die Wahlmöglichkeit „Wirtschaftsgeographie“ wird durch „Management und Digital Transformation“ ersetzt. Bei der Programmevaluation hat sich gezeigt, dass sich die Studierenden einen stärkeren Fokus auf Digitalisierung wünschen.

Das Kompetenzfeld: „Leadership“ soll durch ein neues Kompetenzfeld „Familienunternehmen“ ersetzt werden. Durch die Pensionierung des LV-Leiters von „Leadership“ und die Neubesetzung des Lehrstuhls „Familienunternehmen“ bietet sich diese Neuausrichtung an.