

Mitteilungsblatt – Sondernummer der Paris Lodron-Universität Salzburg

151. Curriculum für den Universitätslehrgang Master in International Business an der Universität Salzburg (Version 2017W)

Inhalt

§ 1	Allgemeines.....	2
§ 2	Zulassungsvoraussetzungen	2
§ 3	Qualifikationsprofil, Berufsfelder und Zielgruppen	3
(1)	Gegenstand des Universitätslehrgangs.....	3
(2)	Qualifikationsprofil und Kompetenzen (Learning Outcomes).....	3
	Bereich Exportwirtschaft	4
(3)	Bedarf und Relevanz des Universitätslehrgangs für Gesellschaft und Arbeitsmarkt.....	4
(4)	Zielgruppen.....	4
§ 4	Aufbau und Gliederung des Universitätslehrgangs	5
§ 5	Typen von Lehrveranstaltungen	5
§ 6	Studieninhalt und Studienverlauf	5
§ 7	Master-Thesis.....	7
§ 8	Auslandsaufenthalt.....	7
§ 9	Prüfungen.....	8
§ 10	Masterprüfung	8
§ 11	Lehrgangsbeitrag	8
§ 12	Evaluierung	8
§ 13	Inkrafttreten.....	8
§ 14	Übergangsbestimmungen.....	8
	Anhang I: Modulbeschreibungen	9
	Impressum.....	14

Der Senat der Paris Lodron-Universität Salzburg hat in seiner Sitzung am 20.06.2017 das von der Curricularkommission Management der Universität Salzburg in der Sitzung vom 18.05.2017 beschlossene Curriculum für den Universitätslehrgang „Master in International Business (MIB)“ in der nachfolgenden Fassung erlassen.

Rechtsgrundlage sind das Bundesgesetz über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002 – UG), BGBl. I Nr. 120/2002, sowie der Studienrechtliche Teil der Satzung der Universität Salzburg in der jeweils geltenden Fassung.

§ 1 Allgemeines

- (1) Der Gesamtumfang für den Universitätslehrgang „Master in International Business (MIB)“ beträgt 90 ECTS-Anrechnungspunkte. Es handelt sich um ein berufsbegleitendes Teilzeitstudium und umfasst vier Semester. Absolventinnen und Absolventen wird der akademische Grad „Master in international Business“, abgekürzt „MIB“ verliehen.
- (2) Allen Leistungen, die von Studierenden zu erbringen sind, werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht 25 Arbeitsstunden und beschreibt das durchschnittliche Arbeitspensum, das erforderlich ist, um die erwarteten Lernergebnisse zu erreichen.
- (3) Studierende mit Behinderung und/oder chronischer Erkrankung dürfen keinerlei Benachteiligung im Universitätslehrgang erfahren. Es gelten die Grundsätze der UN-Konvention für die Rechte von Menschen mit Behinderungen, das Gleichstellungsgesetz sowie das Prinzip des Nachteilsausgleichs.

§ 2 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „Master in International Business (MIB)“ ist das Vorliegen eines international anerkannten Studienabschlusses einer postsekundären Bildungseinrichtung in einem fachlich relevanten Studienbereich. Es können auch Personen mit einer vergleichbaren Qualifikation zugelassen werden. Eine vergleichbare Qualifikation weisen insbesondere jene Personen auf, die durch eine mindestens fünfjährige Berufspraxis in einschlägigen Tätigkeitsbereichen erhebliche Kenntnisse im Bereich des Managements nachweisen können.
- (2) Bewerberinnen und Bewerber um eine Teilnahme am Lehrgang müssen zwei voneinander unabhängige Empfehlungsschreiben vorlegen, die insbesondere Auskunft über die Qualität der bisherigen Berufspraxis, Art der Erfahrung, Spezialkenntnisse und über besondere Befähigungen in einem den Lehrgang berührenden Themenbereich geben. Die Empfehlungsschreiben sind bevorzugt von Vorgesetzten oder Ausbildungsleiterinnen und Ausbildungsleitern zu verfassen.
- (3) Zu einem Jahrgang des „Master in International Business (MIB)“ werden bis zu 30 Studierende zugelassen.
- (4) Übersteigt die Anzahl der geeigneten Studienbewerbungen die Zahl der Studienplätze je Aufnahmetermin, muss ein Reihungsverfahren durchgeführt werden. Entscheidend sind dabei die Formal und die Berufsqualifikation, der Studienerfolg, die Ergebnisse des Aufnahmegesprächs, die Reihenfolge des Einlangens der Bewerbungen, der Branchenmix, der ausgewogene Anteil an Damen und Herren sowie die Internationalität im Jahrgang.
- (5) Über die Aufnahme zum Universitätslehrgang entscheidet die Lehrgangsleitung.

§ 3 Qualifikationsprofil, Berufsfelder und Zielgruppen

(1) Gegenstand des Universitätslehrgangs

Der „Master in International Business (MIB)“ wendet sich an Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte, die ihre berufliche Laufbahn durch eine fundierte und praxisorientierte Ausbildung auf hohem akademischem Niveau optimieren wollen und die sich speziell auf die Anforderungen des internationalen Exportgeschäfts vorbereiten wollen. Dazu werden neben einer fundierten Ausbildung in den Bereichen: Grundlagen des General Managements, Leadership und soziale Kompetenzen auch Vertiefungsinhalte im Bereich Exportwirtschaft angeboten. Ziel ist es die Führungsqualitäten und die Managementqualitäten der Studierenden wesentlich zu steigern.

Um dieses Ziel zu erreichen, fokussiert der „Master in International Business (MIB)“ drei zentrale Ziele:

- Qualifizierungsziel 1 – Die Vermittlung aller relevanten betriebswirtschaftlichen Wissensgebiete, die für die erfolgreiche Unternehmensführung bzw. für die Ausübung einer erfolgreichen Führungsfunktion im Unternehmen erforderlich sind.
- Qualifizierungsziel 2 – Die Vermittlung der Kenntnisse und Fertigkeiten, die helfen, Führungsverantwortung im Spannungsfeld zwischen Spezialisierung, Globalisierung und kostenorientiertem Wachstum erfolgreich wahrzunehmen.
- Qualifizierungsziel 3 – Die Vermittlung jener Kenntnisse und Fertigkeiten, die notwendig sind, um im internationalen Exportgeschäft die rechtlichen, finanztechnischen und die logistischen Vorschriften und Verfahrensabläufe zu beherrschen.

(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen (Learning Outcomes)

Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs eignen sich Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen in zwei Schwerpunktbereichen an:

- (1) General Management
- (2) Exportwirtschaft

Bereich General Management:

Absolventinnen und Absolventen ...

- haben ein fundiertes Überblickswissen im Bereich des General Managements, das an neueste Erkenntnisse in diesem Bereich anknüpft
- kennen wesentliche Methoden und Instrumente für eine erfolgreiche Unternehmensführung und können diese anwenden
- können Ergebnisse in Wirkung und Qualität beurteilen.

Dazu eignen sie sich insbesondere folgende Kompetenzen und Fähigkeiten an:

- Sie kennen die für eine erfolgreiche finanzielle Unternehmenssteuerung erforderlichen Controlling-Prozesse und –Instrumente, sie können mit Kennzahlen zur Beurteilung der Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage eines Unternehmens steuern und ihre Bezüge zur Rechnungslegung herleiten, Marketingkonzepte und Strategien entwickeln und beurteilen, Märkte auf ihre wesentlichen Eigenschaften hin untersuchen, ein Strategiekonzept entwickeln und implementieren, Maßnahmen und Projekte auf operativer Ebene entwickeln und implementieren, sie kennen die wesentlichen Elemente der Investitionspolitik, lernen mittels einer Business Simulation die wechselseitigen Einflussfaktoren der Unternehmensführung zu beurteilen.

len und in komplexen Entscheidungssituationen methodische, rationale und effektive Entscheidungen zu treffen.

Bereich Exportwirtschaft

Absolventinnen und Absolventen ...

- wissen welche Möglichkeiten der Exportfinanzierung und Förderung bestehen und können für die jeweilige Branche und die primären Exportrisiken die besten Finanzierungs- und Förderungsformen identifizieren und umsetzen.
- kennen die wichtigsten Bestimmungen und Abläufe im internationalen Zollverkehr
- können die für das jeweilige Exportgeschäft besten Zahlungsmethoden im internationalen Zahlungsverkehr identifizieren und realisieren.
- kennen die wichtigsten Theorien und Ansätze im Bereich des interkulturellen Managements, sind mit den zentralen Inhalten des Diversity Managements vertraut und haben diese in ausgewählten Praxisfällen geübt
- können internationale Marketing- und Vertriebsstrategien mit den Möglichkeiten und Einschränkungen der exportwirtschaftlichen Gegebenheiten in Zusammenhang bringen und entsprechende Handlungsstrategien ableiten.

(3) Bedarf und Relevanz des Universitätslehrgangs für Gesellschaft und Arbeitsmarkt

Der primäre Markt der SMBS umfasst mit Österreich, Deutschland und der Schweiz stark exportorientierte Länder. Der MIB fokussiert zwar primär auf die österreichische Situation, kann bei Bedarf allerdings schnell modifiziert werden und auch ländervergleichend realisiert werden. Da sich die Bedeutung der internationalen Exporttätigkeit in diesen Regionen auch in Zukunft nicht verringern wird, ist mit einem nachhaltigen Bedarf an gut ausgebildeten Exportmanagern zu rechnen. Die Verknüpfung von gut ausgebildeten Exportfachkräften mit einer hochwertigen Managementausbildung erweitert zudem den Einsatzbereich der Absolventen und Absolventinnen. Management ist eine der zentralen Funktionen und Herausforderungen unserer hoch arbeitsteiligen Gesellschaft. Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrgangs „Master in International Business (MIB)“ stehen u.a. folgende Berufsfelder offen:

- Führungsfunktion in kleinen und mittleren Unternehmen mit einer stark exportwirtschaftlichen Ausrichtung
- Unternehmensberatung im exportwirtschaftlichen Bereich
- Nachwuchsführungskräfte und Leistungsträger in exportorientierten Großunternehmen

(4) Zielgruppen

Der „Master in International Business (MIB)“ steht in erster Linie folgenden Zielgruppen offen:

- Führungskräften in allen Wirtschaftssparten in kleineren und mittleren Betrieben
- Nachwuchsführungskräften, die auf eine verantwortungsvolle Führungsaufgabe vorbereitet werden sollen
- Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberatern
- Unternehmerinnen und Unternehmern

§ 4 Aufbau und Gliederung des Universitätslehrgangs

Der Universitätslehrgang „Master in International Business (MIB)“ beinhaltet 6 Module, für die 90 ECTS- Anrechnungspunkte vorgesehen sind. Davon sind 12 ECTS-Anrechnungspunkte für die Abschlussarbeit/Master-Thesis und 2 ECTS-Anrechnungspunkt für die Masterprüfung veranschlagt.

	ECTS
Modul 1: Grundlagen der Unternehmensführung	13
Modul 2: Finanzmanagement	12
Modul 3: Exportwirtschaft	14
Modul 4: Gestaltung betrieblicher Abläufe	13
Modul 5: Transfersicherung	14
Modul 6: Angewandtes strategisches Management	10
Master-Thesis	12
Masterprüfung	2
Summe	90

§ 5 Typen von Lehrveranstaltungen

Im Universitätslehrgang sind folgende Lehrveranstaltungstypen vorgesehen:

Übung mit Vorlesung (UV) verbindet die theoretische Einführung in ein Teilgebiet mit der Vermittlung praktischer Fähigkeiten. Es besteht Anwesenheitspflicht.

Übung (UE) dient dem Erwerb, der Erprobung und Perfektionierung von praktischen Fähigkeiten und Kenntnissen des Studienfaches oder eines seiner Teilbereiche. Eine Übung ist eine prüfungsimmanente Lehrveranstaltung.

Die Dauer einer Unterrichtseinheit beträgt 45 Minuten.

§ 6 Studieninhalt und Studienverlauf

Im Folgenden sind die Module und Lehrveranstaltungen des Universitätslehrgangs „Master in International Business (MIB)“ aufgelistet. Die Zuordnung zur Semesterfolge ist eine Empfehlung und stellt sicher, dass die Abfolge der Lehrveranstaltungen optimal auf das Vorwissen aufbaut.

Die detaillierten Beschreibungen der Module inkl. der zu vermittelnden Kenntnisse, Methoden und Fertigkeiten finden sich im Anhang I: Modulbeschreibungen.

Universitätslehrgang „Master in International Business (MIB)“								
Modul	Lehrveranstaltung	SSt.	Typ	ECTS	Semester mit ECTS			
					I	II	III	IV

(1) Pflichtmodule

Modul 1 Grundlagen der Unternehmensführung								
M 1.1	Gesamtwirtschaftliches Umfeld	2	UV	3	3			
M 1.2	Strategisches Management	2	UV	4	4			
M 1.3	CSR, Nachhaltigkeit und integrierte Managementsysteme	1	UV	2	2			
M 1.4	Marketing	2	UV	4	4			
Zwischensumme Modul 1		7	UV	13	13			

Modul 2 Finanzmanagement								
M 2.1	Bilanzierung und Bilanzanalyse	3	UV	6	6			
M 2.2	Kostenrechnung und Kostenmanagement	2	UV	4	4			
M 2.3	Investition und Finanzierung	1	UV	2	2			
Zwischensumme Modul 2		6		12	12			

Modul 3 Exportwirtschaft								
M 3.1	Exportfinanzierung und förderung	2	UV	3		3		
M 3.2	Internationaler Zahlungsverkehr und Zollwesen	2	UV	3		3		
M 3.3	Kommunikationstraining im internationalem Umfeld	2	UE	2		2		
M 3.4	Betriebliche Abläufe der Exportwirtschaft	2	UV	3		3		
M 3.5	Internationales und strategisches Marketing	2	UV	3		3		
Zwischensumme Modul 3		10		14		14		

Modul 4 Gestaltung betrieblicher Abläufe								
M 4.1	Projekt-, Prozess-, und Qualitätsmanagement	3	UV	6		6		
M 4.2	Operations Management	2	UV	4		4		
M 4.3	Rechtliche Aspekte der Unternehmensführung	2	UV	3			3	
Zwischensumme Modul 4		7		13		10	3	

Modul 5 Transfersicherung							
M 5.1 Wissenschaftliches Arbeiten	1	UE	3			3	
M 5.2 Aktuelle Entwicklungen im Management	2	UV	3			3	
M 5.3 Projektarbeit			8			8	
Zwischensumme Modul 5	3		14			14	
Modul 6 Angewandtes Strategisches Management							
M 6.1 Shareholder Value Analysis und Marktanalysen	2	UV	4			4	
M 6.2 Finanzmärkte: Grundlagen, Instrumente und Risikobewertung	3	UV	6				6
Zwischensumme Modul 6	5		10			4	6
Summe Pflichtmodule	38		76	25	24	21	6
(4) Master-Thesis			12				12
(5) Masterprüfung			2				2
Summen Gesamt	38		90	25	24	21	20

§ 7 Master-Thesis

- (1) Die Master-Thesis hat theoretische und anwendungsorientierte Teile zu enthalten. Schwerpunktmäßig erworbenes Wissen und Kompetenzen sind auf konkrete (berufspraktische) Frage- und Problemstellungen anzuwenden. Die Master-Thesis ist mit 12 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet. Die Master Thesis ist eigenständig und in Einzelarbeit zu verfassen. Der Textteil (d.h. die Arbeit ohne Inhalts-, Literatur- oder Abbildungsverzeichnis) hat einen Umfang von 60 Seiten (+/- 10%) aufzuweisen.
- (2) Die Beurteilung der Master-Thesis erfolgt durch die Lehrgangsleitung oder eine von der Lehrgangsleitung benannte Person, die aus dem Pool der Lehrgangsreferentinnen und –referenten oder des Lehrpersonals der Universität Salzburg stammt oder die eine andere fachlich hochqualifizierte Person sein kann. Erfolgt die Beurteilung der Master-Thesis nicht durch die Lehrgangsleitung, so ist die Begutachtung und Benotung durch die Lehrgangsleitung zu bestätigen.

§ 8 Auslandsaufenthalt

Der Universitätslehrgang „Master in International Business (MIB)“ beinhaltet ein Auslandsmodul in London (der Veranstaltungsort kann sich ändern).

§ 9 Prüfungen

Es gelten die Bestimmungen der §§ 72-79 UG 2002 und der studienrechtliche Teil der Satzung der Universität Salzburg.

§ 10 Masterprüfung

- (1) Der Universitätslehrgang „Master in International Business (MIB)“ wird mit einer kommissionellen Masterprüfung im Ausmaß von 2 ECTS-Anrechnungspunkt abgeschlossen.
- (2) Voraussetzung für das Antreten zur Masterprüfung ist der Nachweis der positiven Absolvierung aller vorgeschriebenen Prüfungen und der Master-These.
- (3) Die Masterprüfung besteht aus einer Präsentation und Verteidigung der Master-These.

§ 11 Lehrgangsbeitrag

Für den Besuch des Lehrgangs haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen Lehrgangsbeitrag zu entrichten.

§ 12 Evaluierung

Der Universitätslehrgang wird unter Mitwirkung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, der Referentinnen und Referenten und der Lehrgangsleitung laufend evaluiert.

§ 13 Inkrafttreten

Das Curriculum sowie allfällige Änderungen des Curriculums treten mit dem ersten Tag des dritten Monats, der auf die Verlautbarung folgt in Kraft.

§ 14 Übergangsbestimmungen

- (1) Studierende, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Curriculums für den Universitätslehrgang „Executive Master of International Business (MIB)“ an der Paris Lodron-Universität Salzburg (Version 2007S, Mitteilungsblatt 110, 15 Mai 2007 gemeldet sind, sind berechtigt, ihr Studium bis längstens. 30.11.2020 abzuschließen.
- (2) Die Studierenden sind berechtigt, sich jederzeit freiwillig innerhalb der Zulassungsfristen diesem Curriculum zu unterstellen. Eine diesbezügliche schriftliche unwiderrufliche Erklärung ist an die Studienabteilung zu richten.

Anhang I: Modulbeschreibungen

Modulbezeichnung	Grundlagen der Unternehmensführung
Modulcode	M 1
Arbeitsaufwand gesamt	13 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen grundlegende Managementmodelle als Bezugsrahmen zielorientierter Unternehmensführung. - kennen die Zielkonflikte und Schlüsselherausforderungen in der Führung eines Unternehmens. - kennen die Grundlagen markt- und kundenorientierter Unternehmensführung und können Marketing und Marketing-Management mit seinen vier „P’s“ definieren. - können Marktveränderungen sowie Stärken und Schwächen des Unternehmens im Wettbewerbsumfeld analysieren, beurteilen und den strategischen Handlungsbedarf ableiten. - kennen Methoden zum Aufbau von Wettbewerbsvorteilen und können diese anwenden. - kennen die grundlegenden Konzepte und Instrumente der strategischen Unternehmensplanung und können die Erfolgsaussichten von Strategien beurteilen und Strategien selbst entwickeln. - kennen die Geschichte und Bedeutung der CSR-Ansätze und können CSR-Strategien entwickeln und implementieren. - kennen die grundlegenden Instrumente der Makroökonomie und verstehen die grundlegenden Zusammenhänge in einer Volkswirtschaft.
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Managementmodelle als Bezugsrahmen der Führung - Elemente ganzheitlicher Unternehmensführung - Messgrößen des kurz- und langfristigen Unternehmenserfolgs - Anspruchsgruppen und Wettbewerbsbedingungen - der Marketingprozess und seine vier „P’s“ - Marktsegmentierung, Preisstrategien und -politik - Grundlagen der Strategieentwicklung und der strategischen Unternehmensplanung - Wettbewerbsstrategien, -positionierung, Wettbewerbsvorteile - Grundlegende strategische Konzepte und Instrumente (Kernkompetenzen, PIMS, Produktlebenszyklus, Erfahrungskurve, Portfolio) - Erfolgsfaktoren der Strategieumsetzung - CSR in Theorie und Praxis - Entwicklung von strategischen CSR Projekten - Grundlegende Funktionsweise und Zusammenhänge einer Volkswirtschaft - Aktuelle makroökonomische Entwicklungen
Lehrveranstaltungen	<p>M 1.1 UV Gesamtwirtschaftliches Umfeld</p> <p>M 1.2 UV Strategisches Management</p>

	M 1.3 UV CSR, Nachhaltigkeit und integrierte Managementsysteme M 1.4 UV Marketing
Prüfungsart	Modulteilprüfungen (schriftliche Prüfung, Fallstudien)
Modulbezeichnung	Modul 2 Finanzmanagement
Modulcode	M 2
Arbeitsaufwand gesamt	12 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen den grundlegenden Aufbau und die Zusammenhänge wesentlicher finanzieller Steuerungsinstrumente, insbesondere von Bilanz, Gewinn und Verlustrechnung und Cashflow-Statement - kennen die wichtigsten Kennzahlen zur Beurteilung der Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage eines Unternehmens und können diese auf Basis des Rechnungswesens herleiten - können die finanzielle Performance eines Unternehmens mit Hilfe von Kennzahlen in Relation zum Wettbewerb beurteilen - kennen die Funktionsweise und Limitationen der wesentlichen Investitionsrechnungsverfahren und können Investitionen auf Ihre Vorteilhaftigkeit beurteilen - können den Kapitalbedarf mit Hilfe von Finanzplänen bestimmen und investorengerecht aufbereiten - kennen die grundlegenden Formen der Unternehmensfinanzierung und deren Vor- und Nachteile - können die Kapitalkosten eines Unternehmens auf Basis der Kapitalstruktur bestimmen - kennen wichtige Finanzierungsregeln und –grundsätze - verstehen die Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung - kennen die Einsatzmöglichkeiten der Kosten- und Leistungsrechnung und können diese zur Fundierung von Entscheidungen einsetzen. - können Produkte und Dienstleistungen kalkulieren - kennen die unterschiedlichen Instrumente und Methoden der Unternehmens- und Projektfinanzierung
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Regelkreis und ausgewählte Instrumente des Controllings. - Ausgewählte Kennzahlen und deren Verwendung - Grundlagen der Bilanzanalyse - Steuerungswirkung von Kennzahlen - Aufgaben, Funktionsweisen und Ziele der Kostenrechnung <ul style="list-style-type: none"> o Zentrale Instrumente der Kostenrechnung (z.B. Kostenrechnungssysteme der Voll- und Teilkostenrechnung) o kurzfristige Erfolgsrechnung o Stufenweise Deckungsbeitragsrechnung - Eignung der Kostenrechnung für Produktpreiskalkulation und Kostenma-

	<p>nagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Investitionsrechnung. - Instrumente und Methoden der Unternehmens- und Projektfinanzierung - Beurteilung und Auswahl von Finanzierungsformen
Lehrveranstaltungen	<p>M 2.1 UV Bilanzierung und Bilanzanalyse</p> <p>M 2.2 UV Kostenrechnung und Kostenmanagement</p> <p>M 2.3 UV Investition und Finanzierung</p>
Prüfungsart	Schriftliche Prüfung mit Fallanalyse

Modulbezeichnung	Modul 3: Exportwirtschaft
Modulcode	M 3
Arbeitsaufwand gesamt	14 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die unterschiedlichen Finanzierungsformen im Bereich der Exportwirtschaft und können eine Risikoeinschätzung dieser Formen für ein bestimmtes Exportgut und eine bestimmte Exportregion erstellen - sind mit den unterschiedlichen Versicherungsformen und -angeboten im Bereich der Exportwirtschaft vertraut - kennen die wichtigsten Rechtsbereiche und Normen für Exporte von Österreich aus und können die wichtigsten Dokumente erstellen und überprüfen - sind mit den Grundlagen der interkulturellen Kommunikation und des Diversity-Managements vertraut und können diese aktiv in die Gestaltung von Kommunikationsprozessen integrieren. - kennen die Elemente der Supply Chain, die für die Exportwirtschaft besonders wichtig sind und können Risikofaktoren identifizieren - kennen die Eigenheiten des Logistikmarktes und können den jeweils am besten geeigneten Verkehrsträger identifizieren - kennen die erforderlichen Marketingmaßnahmen, die für den Export und die Vermarktung von heimischen Gütern auf internationalen Märkten relevant sind und können in den Grundlagen ein entsprechendes Marketingkonzept erstellen.
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des internationalen Zahlungsverkehrs - Risikoprofile unterschiedlicher Zahlungsformen - Optimierung der Finanzierung von Exporten und Auslandsinvestitionen - Exportcontrolling - Rechtsfragen im Außenhandel - Standardprozesse im Güter- und Dienstleistungsexport - Zollrecht und die operative Abwicklung - Risikomanagement und Versicherungswesen im internationalen Warentransport - Grundlagen und Modelle der interkulturelle Kommunikation

	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Methoden des Diversity Management s - Verhandlungstechniken - Grundlagen des Supply Chain Managements - Optimierungspotentiale im Supply Chain Management - Logistikmarkt - Optimierung der Verkehrsträgerwahl in der Supply Chain - Globales Marketing: Segmentierung, Zielgruppenansprache und Marktpositionierung - Grundlagen und Instrumente des Exportmarketings
Lehrveranstaltungen	<p>M 3.1 UV Exportfinanzierung und Förderung</p> <p>M 3.2 UV Internationaler Zahlungsverkehr und Zollwesen</p> <p>M 3.3 UE Kommunikationstraining im internationalen Umfeld</p> <p>M 3.4 UV Betriebliche Abläufe der Exportwirtschaft</p> <p>M 3.5 UV Internationales und strategisches Marketing</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Hausarbeit</p> <p>Schriftliche Prüfung</p>

Modulbezeichnung	Modul 4: Gestaltung betrieblicher Abläufe
Modulcode	M 4
Arbeitsaufwand gesamt	13 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die grundlegenden Instrumente und Prozesse des Projektmanagements und können diese in einfachen Projekten anwenden. - können die Methoden des Prozessmanagements und der Prozessoptimierung im richtigen Kontext einsetzen, planen und realisieren. - kennen den Zusammenhang von Prozess- und Qualitätsmanagement. - kennen die wichtigsten QM Systeme und können deren Stärken und Schwächen beurteilen. - verstehen Planung, Organisation, Durchsetzung und Kontrolle von Wertschöpfungs- und Leistungserstellungsprozessen. - können Supply-Chain Analysen vornehmen und Strategien zur Optimierung entwickeln - können eine Entscheidung treffen bezüglich der besten Rechtsform für ein bestimmtes Unternehmen. - kennen die wichtigsten juristischen Problemfelder bei der Gestaltung von Verträgen.
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Projektstart, Projektcontrolling, Projektabschluss - Elemente des Prozessmanagements - Prozessanalyse und Prozessmodellierung

	<ul style="list-style-type: none"> - Elemente des Qualitätsmanagements - Systeme des Qualitätsmanagements - Produktions- und Wertschöpfungsplanung - Optimierung von Supply Chains - Grundzüge des Unternehmensrechts, Vertragsrechts, Arbeitsrechts - Unternehmensführung und Haftung
Lehrveranstaltungen	<p>M 4.1 UV Projekt-, Prozess-, und Qualitätsmanagement</p> <p>M 4.2 UV Operations Management</p> <p>M 4.3 UV Rechtliche Aspekte der Unternehmensführung</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Schriftliche Hausarbeit</p>

Modulbezeichnung	Modul 5 Transfersicherung
Modulcode	M 5
Arbeitsaufwand gesamt	14 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlangen wissenschaftliche und praktische Kompetenz über die eigenständige Vertiefung von Schwerpunktthemen und die Erstellung von wissenschaftlichen Studienarbeiten - erstellen ein Projekt, das auch Vorbereitung für die Master-Thesis sein soll. - erstellen einen eigenständigen Businessplan - kennen Trends und Methoden aus der aktuellen Managementdiskussion
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Methoden des wissenschaftlich-systematischen Arbeitens - Recherche und Konzepterstellung - Datensuche und –bewertung - Inhalt und Methodik eines Businessplans - Ausgewählte Themen aus der aktuellen Managementliteratur und -methodik
Lehrveranstaltungen	<p>M 5.1 UE Wissenschaftliches Arbeiten</p> <p>M 5.2 UV Aktuelle Entwicklungen im Management</p> <p>M 5.3 Projektarbeit</p>
Prüfungsart	<p>Projektarbeit</p> <p>Präsentation</p>

Modulbezeichnung	Modul 6: Angewandtes strategisches Management
Modulcode	M6
Arbeitsaufwand gesamt	10 ECTS
Learning Outcomes	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - beherrschen die Instrumente zur Beurteilung der finanziellen Risiken eines Unternehmens und kennen die wichtigsten Strategien, mit diesen Risiken umzugehen. - können mit Hilfe der Shareholder Value Analysis den Unternehmenswert bestimmen und die Auswirkungen von Projekten und Investmentstrategien auf den Unternehmenswert beurteilen. - können Marktchancen und Risiken in Zielmärkten ermitteln und bewerten, sowie Marktforschungsergebnisse beurteilen. - können die erworbenen Kenntnisse und Instrumente zur Entwicklung von entsprechenden Unternehmensstrategien anwenden. - verstehen die grundlegende Funktionsweise von Finanzmärkten zur Geldanlage und zur Kapitalbeschaffung. - verstehen die unterschiedlichen Anlageformen der Kapitalmärkte und die damit verbundenen Risiken.
Modulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Schaffung und Messung des Share Holder Value - Berechnung der durchschnittlichen gewichteten Kapitalkosten - Bewertung von Markt- und Projektrisiken - Risikoarten: Kredit-, Markt-, Wechselkurs-, Volatilitäts-, Sektor-, Liquiditäts- und Inflationsrisiken - Grundlagen quantitativer und qualitativer Marktforschung - Marktstrukturen, Marktsegmentierung und Marktrisiken - Planung und Durchführung von quantitativen Marktforschungen - Grundlagen der Finanzmärkte - Aktien, Anleihen, Derivative - Anlegerstrategien und Risikoabsicherung
Lehrveranstaltungen	<p>M 6.1 Shareholder Value Analysis und Marktanalysen</p> <p>M 6.2 Finanzmärkte: Grundlagen, Instrumente und Risikobewertung</p>
Prüfungsart	<p>Schriftliche Prüfung</p> <p>Schriftliche Hausarbeit</p>

Impressum

Herausgeber und Verleger:
Rektor der Paris Lodron-Universität Salzburg
O.Univ.-Prof. Dr. Heinrich Schmidinger
Redaktion: Johann Leitner
alle: Kapitelgasse 4-6
A-5020 Salzburg