# Antrag auf Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen

## Universitätslehrgang "Master of Business Administration in General Management (MBA)" 120 ECTS

| | |
|---|---|
| Vor- und Nachname des Antragstellers | |
| Strasse, Nr. | |
| PLZ, Wohnort | |
| Telefon | |
| E-Mail | |

**Hinweise:**

1. Füllen Sie den Antrag bitte sorgfältig aus.
2. Zur Prüfung Ihres Antrags auf Anrechnung sind folgende Unterlagen notwendig:
   - Übersicht über die Inhalte, der von Ihnen erfolgreich besuchten Lehrveranstaltungen
   - Übersicht über den zeitlichen Umfang (ECTS / CP), der von Ihnen erfolgreich besuchten Lehrveranstaltungen
   - Kopie der Leistungsnachweise bzw. einen Notenspiegel, der von Ihnen erfolgreich besuchten Lehrveranstaltungen

   Bitte achten Sie darauf, dass Sie alle für die Prüfung des Antrags notwendigen Unterlagen beifügen.

**Grundlage der Anrechnung:**

1. Gemäß § 9 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg können Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen unter folgenden Bedingungen anerkannt werden:
   (1) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in Studiengängen werden anerkannt, sofern und so weit keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen (Lernergebnisse) bestehen. Dafür ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen. Hinsichtlich des Anerkennungsausmaßes gilt sinngemäß §8 (4) PrivHG idgF.
   (2) Über die Anerkennung entscheidet die jeweilige Studiengangsleitung. Eine Anerkennung setzt einen schriftlichen Antrag des:der Studierenden unter Verwendung eines vom Prüfungsamt herausgegebenen Formulars voraus und kann nur erfolgen, wenn die Studienzeit, Studienleistung oder Prüfungsleistung, die auf Grund der Anerkennung erlassen werden soll, noch nicht erbracht wurde. Die für die Anerkennung erforderlichen Unterlagen sind dem Antrag beizulegen.

(3) Werden Studien- und Prüfungsleistungen anerkannt, sind die Noten – soweit die Notensysteme vergleichbar sind – zu übernehmen und in die Berechnung der Gesamtnote einzubeziehen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen. Eine Kennzeichnung der Anerkennung im Zeugnis ist vorzunehmen. Von der Kennzeichnung ausgenommen sind inhaltsgleiche Leistungen, die an der Privatuniversität Schloss Seeburg erbracht wurden.

(4) Hinsichtlich des Anerkennungsausmaßes gilt sinngemäß § 8 (4) PrivHG.

(5) Auf begründeten Antrag der:des Studierenden kann der Prüfungsausschuss in Abstimmung mit dem Prüfungsamt eine Leistungserbringung in einem nach Art, Inhalt und Vermittlungsform gleichen Modul in einem anderen Studiengang der Privatuniversität Schloss Seeburg gestatten, wenn der bzw. die Studierende nachweist, dass ihr bzw. ihm die Leistungserbringung im immatrikulierten Studiengang aufgrund nicht zu vertretender und triftiger Gründe nicht möglich ist. Es besteht kein Anspruch auf die Gestattung. Der im anderen Studiengang erbrachte Leistungsnachweis wird für das entsprechende Modul im immatrikulierten Studiengang anerkannt. Dies gilt auch für Fehlversuche. Die Gesamtzahl der Prüfungsantritte darf die nach § 19 Abs. 1 zulässige Anzahl nicht überschreiten, unabhängig davon, ob diese im immatrikulierten Studiengang erfolgt sind oder aufgrund dieses Absatzes anerkannt wurden.

Die Anerkennung der entsprechenden Vorleistungen erfolgt auf Basis der Zeugniskopie.

**Erklärung:**

Hiermit beantrage ich gemäß § 9 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg die Anrechnung bereits erbrachter Studien- bzw. Prüfungsleistungen. Bei den in Frage kommenden Modulen habe ich auf dem beiliegenden Formular meine Vorleistungen eingetragen. Die zur Bearbeitung notwendigen Unterlagen füge ich als Anlage bei.

| | |
|---|---|
| **Ort, Datum** | **Unterschrift** |

# Universitätslehrgang „Master of Business Administration“ (MBA)

| Modul | ECTS | Kompetenzen | Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen[1] | Erworben an der Hochschule[2] | ECTS[3] | Note | Anrechnung genehmigt |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1. Semester** | | | | | | | |
| **Leadership und Change** | **6** | • Change-Management: Begriff und Phasen<br>• Verschiedene Vorgehensweisen im Change-Management<br>• Instrumente des Change-Managements für die Arbeit mit der Organisation, mit der Großgruppe, mit einem Team und mit dem Individuum<br>• Kulturentwicklung, Teamentwicklung, Führungskräfteentwicklung, Strukturentwicklung<br>• Interkulturelles und transnationales Management<br>• Systemisches Denken und Handeln<br>• Organizational Behavior<br>• Führungsstile, Führungsinstrumente, Führungskommunikation | | | | | |

[1] Nennen Sie bitte Art und Namen des Moduls, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Notenübersicht, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung) ist beizufügen.
[2] Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.
[3] Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS des Moduls.

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Strategisches Management** | **6** | • Unternehmens-, Umfeld- und Stakeholderanalyse<br>• Strategiemodelle und Strategietypen<br>• Prozesse der Strategieformulierung<br>• Strategische Positionierungen und Wettbewerbsvorteile<br>• Unternehmensleitbild – Vision – Mission<br>• Arten und Bedeutung von Ressourcen<br>• Strategieumsetzung (Umsetzungsplanung, Durchführung, Analyse) | | | | | |
| **Human Resource Management** | **6** | • Begriff, Gegenstand, Ziele und Kontextfaktoren des Personalmanagements<br>• Personalbedarfsplanung<br>• Personalmarketing<br>• Personalauswahl<br>• Personalentwicklung<br>• Personalführung<br>• Personalbeurteilung<br>• Personalentlohnung<br>• Personalfreisetzung<br>• Diversitätsmanagement<br>• Einführung in die rechtlichen Grundlagen des Personalmanagements | | | | | |
| **Marketing** | **6** | • Marktanalyse und -segmentierung<br>• Motiv- und Bedürfnisanalyse potenzieller Kund:innen und Kund:innensegmente<br>• Wettbewerbsanalyse<br>• Positionierungsstrategie<br>• Customer Journey und Storytelling<br>• Customer Relationship Marketing | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Operationalisierung von Marketingzielen<br>• Marketingkonzeption und Marketingmix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Channelpolitik)<br>• Spezielle Marketingkonzepte: Social Media- und Neuromarketing<br>• Gestaltung, Anwendung und Controlling von Marketinginstrumenten<br>• Dienstleistungsmarketing | | | | | |
| **Accounting und Finance** | **6** | • Zwecke der Unternehmensrechnung<br>• Rechnungslegung nach UGB ergänzt um Grundzüge der internationalen Rechnungslegung<br>• Grundlagen der Steuerlehre<br>• Werkzeuge der modernen Kostenrechnung (Target-Costing, Prozesskostenrechnung, Kalkulationsformen)<br>• Methoden der Unternehmenssteuerung<br>• Finanzierung und Finanzplanung - traditionelle und moderne Alternativen der Unternehmensfinanzierung<br>• Zusammenspiel von Finanzierungsanlässen und Finanzierungsinstrumenten<br>• Investitionsrechnung und Risikobewertung<br>• Startup-Finanzierung, Business-Angels, KMU | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **2. Semester** | | | | | | | |
| Action Learning und Research/ Schwerpunktprojekt | | • Projekte zeichnen sich zunehmend durch unvorhergesehene Dynamiken und geringere Planbarkeit aus. Die Studierenden lernen in diesem Semester den Ansatz des Action Learning vertieft kennen und bauen nach erfolgreicher Absolvierung des Semesters ihre beruflichen Handlungskompetenzen aus. Die Studierenden sind in der Lage, während des Lernprozesses auftretende Probleme zu bearbeiten sowie diesen Prozess wissenschaftlich auszuwerten. Durch die praktischen Übungen wird eine ganzheitliche Forschungshaltung entwickelt. Der Philosophie des Lernens durch Tun entsprechend werden im Modul konkrete Projekte lösungsorientiert bearbeitet und die begleitende Reflexion zum Lernen genutzt. | | | | | |
| **3. Semester** | | | | | | | |
| **Schwerpunkt B: Responsible Leadership** | | | | | | | |
| **Entrepreneurial Leadership** | **6** | • Grundkonzepte Leadership und Führungsstile mit Relevanz für Entrepreneurship<br>• Spezifische Anforderungen an Entrepreneurial Leadership: Fähigkeit | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | unternehmerische Gelegenheiten zu erkunden und auszunutzen, Motivieren und Orchestrieren von Teams in unsicheren und dynamischen Kontexten<br>• Entrepreneurial Leadership für unterschiedliche Kontexte: Startups, junge Unternehmen, Corporate Entrepreneurship<br>• Persönlichkeitseigenschaften und Entrepreneurship<br>• Emotionen und Führung von Entrepreneurial Teams<br>• Face-to-face Kommunikation und virtuelle Kommunikation für Entrepreneurial Leadership | | | | | |
| **Teamorganisation und -entwicklung** | **6** | • Aufgabentypen und deren Zusammenhang zu theoretisch erwartbarer Leistung sowie zur konkreten Leistung<br>• Kreativität in Gruppen (Nominalgruppentechnik, Brainstorming)<br>• Synergiegewinne und Synergieverluste<br>• Kohäsion und Groupthink<br>• Rangordnungsdynamik nach Schindler<br>• Besonderheiten der Führung von Teams (wie Leadership Inclusiveness)<br>• Reflexion von Teamprozessen und Feedback für die Gruppenmitglieder | | | | | |
| **Personal und Organisationsentwicklung (OE)** | **6** | • Change Management und Organisationsentwicklung<br>• Widerstände gegen Veränderung<br>• Bedeutung, Geschichte und Ansätze der OE | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Modelle, Phasen und Prozesse der OE<br>• Mitarbeitendenbefragung als Feedback- und Veränderungsprozess<br>• Kulturentwicklung, Teamentwicklung, Führungskräfteentwicklung, Strukturentwicklung<br>• Onboarding als soziale und fachliche Integration<br>• Modelle der Laufbahn- und Karriereentwicklung<br>• Prinzipien und Methoden des Outplacements<br>• Fallbeispiele | | | | | |
| **Business Ethics** | **6** | • Grundlagen und Schulen der Ethik in der Philosophie<br>• Konkrete Einführung in die Wirtschaftsethik<br>• Unternehmensethisches Verhalten – an Fallstudien reflektiert und diskutiert<br>• Wechselwirkungen zwischen unternehmensethischem Verhalten und anderen Zielen von Unternehmen<br>• Fallstudienarbeit | | | | | |
| **Corporate Social Responsibility** | **6** | • Das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns bzw. der ehrbaren Kauffrau<br>• Unternehmenszweck (Purpose)<br>• Stakeholderansatz vs. Shareholderansatz<br>• Rechtliche Rahmenbedingungen (z.B. Schutzvorschriften der Anspruchsgruppen; CSR-Directive)<br>• Institutioneller Rahmen und Initiativen<br>• Verantwortung für die Lieferkette | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • ESG in der Unternehmensführung<br>• Nachhaltigkeit und finanzielle Performance | | | | | |
| **Schwerpunkt C:<br>Sports Leadership** | | | | | | | |
| **Strategisches Management im Sport** | **6** | • Unternehmens-, Umfeld- und Stakeholderanalyse im Sportkontext<br>• Anwendung von Strategiemodellen und Strategietypen im Sport<br>• Prozesse der Strategieformulierung<br>• Strategieumsetzung (Umsetzungsplanung, Durchführung, Analyse)<br>• Herausforderungen und Besonderheiten von strategischen Entscheidungen im Sportmanagement | | | | | |
| **Leadership im Sport** | **6** | • Führungsstile, Führungsinstrumente, Führungskommunikation<br>• Leadership Modelle im Sportkontext<br>• Besonderheiten der Führung im Sport<br>• Herausforderungen für Leadership in ehrenamtlichen Sportorganisationen | | | | | |
| **Innovation und neue Technologien im Sport** | **6** | • Modelle und Theorien im Innovationsmanagement<br>• Innovation und Digitalisierung im aktiven Sport und im Zuschauer:innensport<br>• Datenbasierte Produktentwicklung im Sport<br>• Digitale Sportapplikationen<br>• Innovative Entwicklungen im Sport, wie KI, Augmented/Virtual/Mixed Reality, Fan Tokens, Wearable Technologies | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Finanzmanagement im Sport** | **6** | • Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Finanzwirtschaft<br>• Finanzierungsstrategien von Non-Profit-Organisationen im Sport<br>• Kostenkalkulation und Beitragsgestaltung<br>• Sportanlagenfinanzierung<br>• Finanzierungsstrategien von For-Profit-Organisationen im Sport<br>• Monetäre Bewertung sportlicher Leistung: der Wert eines Teams<br>• Vermarktungs- und Vertriebsstrategien im Profisport<br>• Investitionsbewertungsmodelle im Profisport | | | | | |
| **Corporate Social Responsibility im Sport (Cases)** | **6** | • Begriffsdefinition CSR<br>• Relevanz von CSR im Sportkontext<br>• Fallstudien und Anwendungsbeispiele zum Themenfeld CSR aus dem Profisport, dem Vereins- und Amateursport, sowie dem Sporteventmanagement<br>• Entwicklung von CSR-Strategien für Sportverbände | | | | | |
| **Schwerpunkt D: Immobilienmanagement** | | | | | | | |
| **Immobilienfinanzierung** | **6** | • Das österreichische Bankensystem, regulatorische Bestimmungen<br>• Rechtliche Grundlagen im Rahmen der privaten Immobilienfinanzierung<br>• Kreditsicherheiten und der Kreditvergabeprozess in der Praxis<br>• Instrumente zur Finanzierung von Immobilien, inklusive besonderer | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Finanzierungsmodelle, Wohnbauförderung<br>• Grundlagen der gewerblichen Immobilienfinanzierung<br>• Schema bzw. Berechnung einer Wertermittlung, eines Finanzierungsplanes und einer Rentabilitätsberechnung zur Beratung des Auftraggebers | | | | | |
| **Immobilienbewertung** | **6** | • Allgemeine und rechtliche Grundlagen der Liegenschaftsbewertung<br>• Raumordnungsrecht, Baurecht, Straßenrecht und sonstige Gesetze<br>• Verkehrswertermittlung unbebauter Grundstücke<br>• Ermittlung des Bodenwertes bebauter Grundstücke<br>• Ermittlung des Verkehrswertes im Vergleichs-, Sachwert-, und Ertragswertverfahren<br>• Besonderheiten bei der Ermittlung des Verkehrswertes und die Berücksichtigung von Rechten und Lasten<br>• Einführung in die Bautechnik für Immobilientreuhänder:innen | | | | | |
| **Rechtliche Grundlagen** | **6** | • Zivilrecht, einschließlich Vertragsrecht<br>• Recht der Unternehmer/in, Unternehmens- und Gesellschaftsrecht<br>• Recht der Konsumenten/innen (Verbraucherschutz)<br>• Arbeits- und Sozialrecht<br>• Abgaben- und Steuerrecht | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Öffentliches Recht, gewerberechtliche Vorschriften, Wettbewerbsrecht | | | | | |
| **Immobilienmanagement** | | • Wohn- und Immobilienrecht (Wohnungseigentumsgesetz, Miet- und Bestandsrechte)<br>• Bauträgervertragsrecht (Ziele, Inhalte, Sicherungsmodelle, etc.)<br>• Energieausweis-Vorlage-Gesetz (Anwendung, Pflichten, Rechtsfolgen, etc.)<br>• Datenschutzgrundverordnung für Immobilientreuhänder/innen<br>• Vertragsrecht im Immobilienwesen (Mindestinhalte, Formvorschriften, etc.)<br>• Grundverkehrsrecht<br>• Praxisfragen aus dem Miet- und Wohnrecht<br>• Praxisfragen zum Betrieb und zur Bewirtschaftung von Immobilien<br>• Haftungsfragen im Zusammenhang mit der Liegenschaftsverwaltung und zur Gebäudesicherheit | | | | | |
| **Immobilienprojektentwicklung** | **6** | • Immobilienprojektentwicklung<br>• Immobilienklassen: Wohn-, Büro-, Logistik-, Sonderimmobilien<br>• Beteiligte: Projektbauträger, Stakeholder, Sachverständige<br>• Durchführung von Analysen: Standort und Markt, Rentabilität, Risiko, Kennzahlen<br>• Erfolgsfaktoren: Organisation, Planprozess, Umsetzung<br>• Finanzierung: Ausgangssituation, Entscheidung, Kennzahlen | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Steuerliche und sonstige rechtliche Aspekte<br>• Fallstudie | | | | | |
| **Facility Management** | **6** | • Grundlagen der Immobilienverwaltung: Zahlen, Daten, Fakten<br>• Besonderheiten der Immobilien als Wirtschaftsgut, Arten von Immobilien Dienstleistungen, Erwartungen an eine gute Hausverwaltung<br>• Verwaltung versus Verfügung, Versammlungstätigkeit, ordentliche und außerordentliche Verwaltung, Willensbildung im WEG (Wohnungseigentumsgesetz), Fristen, Beschlussanfechtung<br>• Grundsätze WGG (Wohnungsgemeinnützigkeitsgesetz), Normenwesen in Österreich<br>• Instandhaltungsstrategien, Lebenszykluskosten<br>• Aufgaben und Befugnisse Verwaltender, Haftungsfragen Immobilienverwaltender<br>• Überblick über die Jahresabrechnung in der Immobilienverwaltung<br>• Die Eigentümer:innenversammlung: Willensbildung, Beschlussfassung, Anfechtung von Beschlüssen<br>• Die Übernahme einer Verwaltung: Verwaltungsvollmacht und Verwaltungsvertrag, Maßnahmen und Veranlassungen im Zuge der Verwaltungsübernahme und Verwaltungsübergabe | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Vorschreibungen, Abrechnungen und Berechnungen nach den gesetzlichen, insbesondere wohnrechtlichen Bestimmungen<br>• Kommunikation, Rolle und Haftung Immobilienverwaltender, Verwaltungswechsel | | | | | |
| **Schwerpunkt E:<br>Innovation und Entrepreneurship** | | | | | | | |
| **Einführung in Innovation und Entrepreneurship** | **6** | • Grundkonzepte von und Zusammenhänge zwischen Entrepreneurship, Innovation, Technologie und Policy<br>• Einführung Innovationökosysteme: Akteure und Zusammenhänge<br>• Interaktion und Zusammenarbeit mit anderen Akteuren in Innovationökosystemen (z.B. Zusammenarbeit zwischen Startups und Großunternehmen, Fördermaßnahmen für Startups)<br>• Fallbeispiele Entrepreneurship in Innovationökosysteme<br>• Praxisbeispiele Entrepreneurship und Innovation | | | | | |
| **Finanzierung für Gründung und Skalierung von Startups** | **6** | • Konzepte und Begrifflichkeiten im Bereich Entrepreneurial Finance und Venture Capital<br>• Überblick über die verschiedenen Finanzierungsquellen für Startups und junge Unternehmen.<br>• Vergleich der unterschiedlichen Kontexte (Gründung, Frühphase, Skalierungsphase) | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Grundlagen der Unternehmensbewertung von Startups und jungen Unternehmen<br>• Grundlagen Finanzierungsplanung und Projektion<br>• Pitching und Verhandlung für Finanzierung<br>• Möglichkeiten der Vertragsgestaltung zwischen Entrepreneurs und externen Investierenden, inklusive Exitoptionen | | | | | |
| **Management von Gründungsteams** | **6** | • Grundkonzepte von Entrepreneurial Teams<br>• Unternehmer:innen und Gründungsteams: Einzelgründungen vs. Gründungen in Teams, Eigentümer:innen<br>• Management von Homogenität und Diversität in Gründungsteams<br>• Netzwerke und Gründungsteams: Rolle von externen Netzwerkbeziehungen<br>• Teamentwicklung und Innovation: Funktionale Ziele und Rollen, z. B. Exploration vs. Exploitation<br>• Raum-zeitliche Organisation: klassische Büroarbeit vs. flexible Arbeitsmodelle, Management von virtuellen Teams<br>• Projektmanagement in Gründungsteams: traditionelle und agile Methoden | | | | | |
| **Marketing für junge Unternehmen und neue Produkte** | **6** | • Grundlagen des Entrepreneurial Marketing: Besonderheiten von jungen Unternehmen. Beziehungen | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | zwischen klassischem Marketing und Entrepreneurial Marketing<br>• Marktbewertung und Märkte schaffen: Möglichkeiten und Grenzen von Marktforschung im Entrepreneurial Marketing, Schaffen neuer Märkte durch Entrepreneurial Marketing<br>• Entwicklung neuer Produkte und Services: Integration der Kundenperspektive, z.B.Lean Startup Ansatz<br>• Strategien und Instrumente des Entrepreneurial Marketing: Marketingplan, Marketing mit knappen Ressourcen, Rolle von neuen Ansätzen wie Onlinemarketing oder viralem Marketing, Marketingcontrolling | | | | | |
| **Entrepreneurial Leadership** | **6** | • Grundkonzepte Leadership und Führungsstile mit Relevanz für Entrepreneurship<br>• Spezifische Anforderungen an Entrepreneurial Leadership: Fähigkeit unternehmerische Gelegenheiten zu erkunden und auszunutzen, Motivieren und Orchestrieren von Teams in unsicheren und dynamischen Kontexten<br>• Entrepreneurial Leadership für unterschiedliche Kontexte: Startups, junge Unternehmen, Corporate Entrepreneurship<br>• Persönlichkeitseigenschaften und Entrepreneurship | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Emotionen und Führung von Entrepreneurial Teams<br>• Face-to-face Kommunikation und virtuelle Kommunikation für Entrepreneurial Leadership | | | | | |
| **Schwerpunkt F: Sustainable Finance** | | | | | | | |
| **Sustainable Finance – Grundlagen und regulatorische Rahmenbedingungen** | **6** | • Grundlagen der Sustainable Finance<br>• Geschichte des verantwortungsvollen und ethischen Investierens<br>• "ESG-Ökosystem" (Sustainable Investment Forum, Initiativen, Regulatoren, etc.)<br>• Regulatorische Rahmenbedingungen und (globale) Standards (u.a. EU-Taxonomie, SFDR - Sustainable Finance Disclosure Regulation, MiFID II und nachhaltige Präferenzen, CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive)<br>• Greenwashing<br>• Aktuelle Trends und Herausforderungen<br>• Fallstudien und Praxisbeispiele | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Nachhaltigkeit in der Finanzwirtschaft** | **6** | • Grundlagen des nachhaltigen Finanzierens und Investierens<br>• Nachhaltige Finanzprodukte<br>• Nachhaltige Investitionsstrategien<br>• Auswirkungen von ESG-Investitionen auf Preise von Vermögenswerten (Aktien, Anleihen, etc.) und Portfoliorenditen<br>• Der Markt für ESG-Investitionen<br>• Aktuelle Trends und Herausforderungen<br>• Fallstudien und Praxisbeispiele | | | | | |
| **Management von Nachhaltigkeitsrisiken** | **6** | • ESG-Risiken<br>• Greenwashing und ESG-Fraud<br>• ESG-Daten<br>• ESG-Risikoanalysen<br>• ESG-Materialitätsanalysen<br>• Aktuelle Trends und Herausforderungen<br>• Fallstudien und Praxisbeispiele | | | | | |
| **Nachhaltigkeitsberichterstattung und -ratings** | **6** | • Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung, insbesondere CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive<br>• Grundlagen von Nachhaltigkeitsratings (Definition, Marktüberblick und Anbieter, ESG-Daten, Ratingprozess, Vergleich zu Credit Ratings)<br>• Aktuelle Trends und Herausforderungen<br>• Fallstudien und Praxisbeispiele | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Kapitalmarkt und nachhaltige Wirtschaftstransformation** | **6** | • Grundlegende Konzepte und Funktionen des Kapitalmarkts<br>• Nachhaltige Wirtschaftstransformation<br>• Nachhaltige Kapitalmarktstrategien, insbesondere Impact Investing<br>• Rolle und Bedeutung des Kapitalmarkts in Bezug auf die nachhaltige Wirtschaftstransformation<br>• Aktuelle Trends und Herausforderungen<br>• Fallstudien und Praxisbeispiele | | | | | |
| **Schwerpunkt G:**<br>**Coaching** | | | | | | | |
| **Coaching Basismodul I** | **6** | • Was ist Coaching: Definition, Prozessüberblick, Coaching-Ziele und -Themen<br>• Die erste Sitzung: Vertrauensaufbau, Erwartungsklärung, Zielklärung<br>• Erste zwei Sitzungen mit dem Aufbau einer vertrauensvollen Arbeitsbeziehung, der Operationalisierung von und Arbeit mit Zielen, gezielten Selbstreflexionen, Ressourcenaktivierung, Visualisierungen | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Verwendung von Coaching-Tools zur Visualisierung und Selbstreflexion | | | | | |
| **Praxis Peer-Coaching mit Gruppenreflexion für Basismodul I** | **6** | • Selbstreflexion<br>• Coaching-Kompetenzen üben<br>• Selbsterfahrung | | | | | |
| **Coaching Basismodul II** | **6** | • Wie geht es weiter: Von der Arbeit mit Zielen, der Aktivierung von Ressourcen, dem Schaffen einprägsamer Momente im Coaching bis zum Abschluss des Coachings<br>• Verwendung von Coaching-Tools zur Visualisierung und Selbstreflexion<br>• Wissen über Hürden, nachhaltiger Transfersicherung und Evaluation | | | | | |
| **Praxis Peer-Coaching mit Gruppenreflexion für Basismodul II** | **6** | • Selbstreflexion<br>• Coaching-Kompetenzen üben<br>• Selbsterfahrung | | | | | |
| **Aktuelle Themen der Coachingforschung** | **6** | • Wissen über aktuelle Forschungsfelder / ein aktuelles Forschungsfeld im Coaching<br>• Einbauen von wissenschaftlichen Kenntnissen in das erlernte Coaching-Konzept<br>• Fallstudien und Diskussionsrunden | | | | | |
| **Schwerpunkt H:**<br>**Künstliche Intelligenz** | | | | | | | |
| **Fundamentals von KI** | **6** | • Einführung in die Künstliche Intelligenz: Definitionen, Geschichte, aktuelle Entwicklungen<br>• Relevante Fachbegriffe (z. B. Machine Learning, Deep Learning, generative KI, LLMs, KI-Agenten, AGI)<br>• Überblick über Anwendungsfelder in verschiedenen Unternehmensbereichen | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | (Marketing, Vertrieb, HR, Finance, Operations)<br>• Chancen und Grenzen des KI-Einsatzes (u. a. ethische und rechtliche Aspekte)<br>• Grundlagen und Beispiele zu generativer KI in Text, Bild, Audio, Video und 3D<br>• Ausblick auf zukünftige Trends und Einsatzmöglichkeiten | | | | | |
| **KI und Text: Von der Recherche zur Veröffentlichung** | **6** | • Einführung in KI-gestützte Textgenerierung: Tools, Methoden und typische Anwendungsfelder<br>• Recherche und Quellenarbeit mit KI: effiziente Unterstützung bei Literatur-, Daten und Faktenrecherchen<br>• Schreiben für unterschiedliche Zielgruppen: wissenschaftliche Community, Fachpublikum, interne Unternehmenskommunikation<br>• Qualitätssicherung: Umgang mit Limitierungen (z. B. Stil, Kohärenz, Länge) und Prüfen von KI-generierten Inhalten auf Richtigkeit<br>• Erweiterung durch visuelle Elemente: Grafiken, Diagramme und Bilder mithilfe von KI-Tools<br>• Ethische und rechtliche Aspekte (Urheberrecht, Zitation, wissenschaftliche Redlichkeit) | | | | | |
| **Kreatives Schaffen mit KI** | **6** | • Vertiefter Überblick über generative KI-Methoden (Bild- und Videogenerierung, KIMusik, 3D-Modellierung) | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Kreative Kollaboration: Abläufe, Rollen und Erfolgsfaktoren für Co-Kreation<br>• Ideenfindung und Innovationsprozesse mit KI (z. B. erste Website-Generierung, Erstellen von Marketing-Kampagnen)<br>• Bewertung KI-generierter Inhalte: Ästhetik, Zielgruppenbezug und rechtliche Aspekte (z. B. Urheberrechte)<br>• Praxisworkshops und Fallbeispiele: Einsatzmöglichkeiten in verschiedenen Branchen<br>• Reflexion ethischer Fragestellungen (u. a. Originalität, kulturelle Sensibilität) | | | | | |
| **Automatisierte Contentproduktion mit KI** | **6** | • KI-Agenten und Workflows für automatisierte Content-Erstellung (z. B. Chatbots, EMail-/Social-Media-Automation)<br>• Vertiefung: „Programmieren mit KI-Unterstützung“ (z. B. Pair Programming in VSCode, Low-Code-/No-Code-Plattformen) • Entwickeln einfacher KI-Anwendungen:<br>• Erstellen von Web-Frontends (HTML/CSS/JavaScript) mit KI-Hilfe<br>• Python-Skripte zur Automatisierung<br>• Einbindung von Backend-Diensten (Google Firebase), Deployments (z. B. Netlify)<br>• Anbinden von KI-APIs oder Webhooks zur Erweiterung der Funktionen | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Kommunikationsstrategien: Abstimmung zwischen Fachbereichen, IT und externen Stakeholdern<br>• Qualitätskontrolle und Monitoring: KPIs, Performance-Optimierung, Risikomanagement<br>• Rechtliche und ethische Aspekte (Datenschutz, Compliance, Markenrecht)<br>• Praxisbeispiele aus unterschiedlichen Branchen | | | | | |
| **Co-Leadership mit KI** | **6** | • Konzept „Co-Leadership“: KI als Ergänzung zu menschlicher Führung und Entscheidungsfindung<br>• Prozess-Mapping und Prozessoptimierung: Akquise-, Fulfillment- und Innovationsprozesse mithilfe KI<br>• Kommunikation bei Veränderungsprozessen: Stakeholder-Management, Umgang mit Widerständen<br>• Brainstorming und Business-Building mit KI: Methoden zur Ideengenerierung und schnellen Umsetzung<br>• Planung und Umsetzung von Pitches:<br>• Interner Pitch (z. B. Team, Geschäftsleitung)<br>• Externer Pitch (z. B. Investor:innen, Kund:innen)<br>• Ethische, soziale und organisatorische Aspekte (z. B. Akzeptanzförderung, Lernkultur, Arbeitsrecht)<br>• Fallbeispiele und Best Practices | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Schwerpunkt I: Branchenfokus** | | | | | | | |
| **Aktuelle Trends und Herausforderungen in der ausgewählten Branche** | **6** | • Einführung in die aktuellen Herausforderungen der ausgewählten Branche<br>• Analyse und Bewertung der Auswirkungen von Branchentrends und aktuellen Herausforderungen | | | | | |
| **Wahlpflichtfach** | **6** | • Je nach Wahlpflichtfach | | | | | |
| **Wahlpflichtfach** | **6** | • Je nach Wahlpflichtfach | | | | | |
| **Branchenspezifische Fallstudien** | **6** | • Je nach Branchenfokus | | | | | |
| **Projekt: ausgewählte Branche** | **6** | • Anwendung von fortgeschrittenem Fachwissen in der Forschung oder Praxis<br>• Eigenständige Durchführung und Bewältigung umfangreicher Aufgaben im Rahmen eines Forschungs- oder Transferprojekts<br>• Entwicklung innovativer Lösungen im spezialisierten Bereich einer ausgewählten Branche<br>• Erstellung von Konzepten unter Berücksichtigung von fachlichen, ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen<br>• Vorausschauende und flexible Reaktion auf neue Gegebenheiten<br>• Kommunikation mit verschiedenen Stakeholdern auf professionellem Niveau<br>• Recherche und kritische Bewertung von Informationen aus verschiedenen Medien und Disziplinen | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Auswahl und Anwendung relevanter Methoden und Techniken in der Forschung | | | | | |
| **4. Semester** | | | | | | | |
| **Journal Club** | **6** | • Methoden und Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens<br>• Prinzipien des Aufbaus und der Berichterstattung wissenschaftlicher Publikationen<br>• Sichtung aktueller wissenschaftlicher Forschungs-, Transfer- und Literaturarbeiten<br>• Erschließung, Analyse und kritische Reflexion von aktuellen Publikationen mit hoher fachlicher Relevanz<br>• Vertraut werden mit aktuellen und hochrangigen wissenschaftlichen Erträgen aus dem Fachgebiet<br>• Methoden und Instrumente zur Analyse und kritischen Reflexion wissenschaftlicher Publikationen<br>• Umgang mit kritischen Aspekten bei der Bewertung der Validität von Studienergebnissen (z.B. Bias, Interessenkonflikte)<br>• Standards der Aufbereitung und Kommunikation von Studienergebnissen<br>• Richtlinien für die angemessene Publikation unterschiedlicher Studientypen<br>• Vertraut werden mit aktuellen und hochrangigen wissenschaftlichen Erträgen aus dem Fachgebiet | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Management Methods und Skills** | **6** | • Überblick zu Managementmethoden und Gütekriterien für deren Bewertung<br>• Modelle und Tools im Kontext von Managementfunktionen<br>• Individuelle Potenzialanalyse und Auseinandersetzung mit Anforderungen an die verschiedenen Rollen einer Führungskraft im Management<br>• Selbstmanagement und individuelle Arbeitstechniken | | | | | |
| **Master-Thesis** | | | **Nicht anrechenbar** | | | | |

**Ort, Datum**

**Unterschrift**