



MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA)

o.a. Masterstudium der
Universität Innsbruck



WISSENSCHAFT &
WEITERBILDUNG



LEADERSHIP &
MANAGEMENT

Das MBA-Programm bietet eine Auseinandersetzung mit der eigenen Management- bzw. Führungspraxis, befähigt die Studierenden zu einer souveränen Anwendung zeitgemäßer Managementkonzepte und ermöglicht ein Networking mit spannenden Persönlichkeiten. Der Konnex zur Universität Innsbruck und zu deren ausländischen Partnern ermöglicht den Bezug zu aktuellen Forschungsergebnissen und eine Ausbildung auf höchstem akademischen Niveau.

Kundenberatung



» Ein internationales Referierendes-Team, die Verschmelzung von state-of-the-Art Theorien, Fallstudien und best-practice Beispielen sowie die Kooperationen mit der Universität in Stockholm machen den MBA zu einem attraktiven Programm.

KOMPETENZEN

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, mittels theoriegeleiteter Ansätze forschungsbezogene und anwendungsorientierte Problemstellungen in Unternehmen und anderen Institutionen zu bearbeiten, Lösungsalternativen zu entwickeln, verantwortungsbewusst fundierte Entscheidungen zu treffen sowie deren Konsequenzen einzuschätzen.

Zu Beginn des MBA-Programms steht eine grundlegende Einführung in die paradigmatischen Konzepte und die grundlegenden Theorien des Managements. Ziel ist das Verstehen und Reflektieren unternehmerischen und organisationalen Gestaltens, Entscheidens, Führens und Handelns. Besonderes Augenmerk wird auf die verhaltenswissenschaftlichen Grundlagen des Managements gelegt. Im Anschluss setzen sich die Studierenden in Ergänzung zu ihrem persönlichen Erfahrungshintergrund mit den zentralen Themen des Managements und der Unternehmensführung auseinander. Dabei stehen Strategieentwicklung, Change-Prozesse, Marketing, Branding und Markenführung genauso auf dem Programm wie Controlling, Führung und Organisationsentwicklung. Einen speziellen Fokus legen wir dabei auf die Driver-Technologien der digitali-

sierten Wirtschaft und ihren Einfluss auf Management- und Organisationsprozesse: Big Data, Internet der Dinge (inklusive IIoT), Robotik und künstliche Intelligenz). Vorträge und Kamingsgespräche mit erfahrenen Spezialisten ermöglichen eine Kontextualisierung verschiedener Wissenskomponenten. Schließlich werden in den zusammenführenden Veranstaltungen Modelle, Konzepte, Theorien und Praxisfelder verbunden und anhand von konkreten Fallstudien (Living Cases) reflektiert. Dabei werden das Verantwortungsbewusstsein geschärft sowie Komplexitäten und Konsequenzen organisationaler Entscheidungen deutlich gemacht. Die Thematisierung von ethischen Fragestellungen und Entscheidungsdilemmata ergänzt diesen Teil.

Eine Auseinandersetzung mit Grundzügen der Wissenschaftstheorie, wissenschaftlichen Methoden und Unternehmensethik ermöglicht schließlich eine Verdeutlichung und Diskussion der Potenziale und Grenzen von Theorien und Wissenschaft in der Managementpraxis. Den Abschluss des Studienprogramms bildet die Masterarbeit, in der eine praktische Problemstellung wissenschaftlich fundiert aufgearbeitet, Lösungswege diskutiert und vor dem Hintergrund verschiedener theoretischer Perspektiven reflektiert werden.

ZIELGRUPPE

Das MBA-Programm richtet sich an Führungskräfte einer gehobenen Managementebene und EntscheidungsträgerInnen, die in eine Führungsposition hineinwachsen wollen. Ebenso zählen UnternehmerInnen und Selbständige, die in ähnlich anspruchsvollen Umfeldern tätig sind zur Zielgruppe des Masterstudiums.

Inhaltlich vermittelt der Master of Business Administration (MBA) den Studierenden vertiefte wissenschaftliche und anwendungsorientierte Kenntnisse im Bereich der Managementwissenschaften und ermöglicht eine theorieunterstützte Reflexion des eigenen Führungshandelns.

PROFIL

Ein postgraduales Programm auf diesem Niveau erschließt den Studierenden eine Vielzahl an Nutzendimensionen:

- ▶ international anerkannter Abschluss der Universität Innsbruck
- ▶ persönliche und inhaltliche Weiterentwicklung durch die Auseinandersetzung mit dem State-of-the-Art der Managementforschung
- ▶ Auslandsstudium an der Stockholm Business School (3 Module)
- ▶ kritische Betrachtung zentraler wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen
- ▶ Vernetzung mit KollegInnen aus anderen Umfeldern und Branchen
- ▶ Einbindung in das Weiterbildungsnetzwerk von Schloss Hofen und der Universität Innsbruck

- ▶ Kamingespräche mit erfahrenen Führungspersönlichkeiten aus dem deutschsprachigen Raum geben Einblick in unternehmerische Entscheidungen und deren Tragweite.
- ▶ Auffrischen und festigen der englischen Sprachfertigkeiten im Rahmen von zwei englischsprachigen Modulen
- ▶ Nutzbarmachung wissenschaftlicher Analyse- und Forschungsmethoden für den unternehmerischen Alltag (z. B. mixed method approaches, Handling von Big Data, Reduktion des information bias)

LEHR- UND LERNKONZEPT

Im Sinne einer modernen Didaktik werden im MBA-Programm verschiedene Lehr- und Lernmethoden stimmig miteinander kombiniert.

In der executive Education werden einerseits Wissensvermittlung und -reflexion adäquat mit den vorhandenen beruflichen Erfahrungen der Teilnehmenden verknüpft und andererseits auch Lernpotentiale durch Vernetzung praktischer Expertise aus verschiedenen Branchen genützt. Dies wird bei der Didaktik des Kurses insofern unterstützt, als in verschiedenen Modulen auch reflexive Lernelemente Anwendung finden (z. B. kollegiale Beratungen).

Außerdem werden mit Hilfe eines Blended-Learning-Konzeptes ausgewählte Präsenzeinheiten mit vorbereitenden asynchronen Lernelementen und nachgeschalteten Reflexionseinheiten kombiniert. Damit können entbehrliche Präsenzzeiten vermieden und Reisetätigkeiten reduziert werden.

CURRICULUM

Module	SWS	ECTS
Kommunikation und Lerndidaktik	2	5
Management und Strategie	2	5
Financial Performance & Analyse	3	5
Strategische Steuerung, Controlling und Finanzierung	3	5
Konzeptionelles Denken	2	5
Agile Organisation und Transformation	3,5	15
Komplexe Unternehmenssituationen: Living Cases	3	5
Leadership, Führung & Organisation	2,5	10
Kosten-, Finanz- und Investitionsmanagement	2,5	5
Management und Steuerung unternehmerischer Potenziale: Logistik und Human Resources	2,5	5
Strategische Unternehmensentwicklung	3	5
Strategisches Marketing: Einführung und Positionierung	2,5	5
Strategisches Marketing: Marktinformation und Markenführung	2,5	5
Forschungsperspektiven und Forschungsmethoden	2	5
Begleitung der Masterarbeit	1	5
Masterthesis und Verteidigung	2,5	30
GESAMT	39,5	120

ECTS Leistungspunkte nach dem „European Credit Transfer and Accumulation System“.
1 ECTS-Punkt entspricht 25 Std. Arbeitsaufwand.

SWS 15 Unterrichtseinheiten à 45 Minuten.

INHALTE

Zu Beginn des Studienprogramms steht eine fundierte Einführung in die grundlegenden Theorien und Konzepte des Managements. Ziel ist das Verstehen und Reflektieren unternehmerischen und organisationalen Gestaltens, Entscheidens, Führens und Handelns.

► Modul: Kommunikation und Lerndidaktik

Das einführende Modul vermittelt Schlüsselkompetenzen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit in der Gruppe. Die Teilnehmenden erlernen die Grundlagen gelingender Kommunikation, die Moderation von Gruppenprozessen und den Umgang mit

Konflikten. Ergänzend stehen Teambuilding, innovative Lernmethoden und -tools im Fokus. Das Modul stärkt die Fähigkeiten Teams zu organisieren und zu führen sowie die Gruppenlernprozesse zu gestalten.

► Modul: Management und Strategie

In diesem Modul werden die wesentlichen Funktionen des Managements erläutert: Strategizing, Planning, Organizing, Staffing, Directing und Coordinating. Im Anschluss wird der Fokus einerseits auf die Behandlung von Strategiefindung, -implementierung, -entwicklung und -kontrolle und andererseits auf Planning, Budgeting und Forecasting gelegt.

► **Modul: Financial Performance & Analyse**

Das Modul „Financial Performance & Analyse“ vermittelt praxisorientierte Kompetenzen zur Bewertung und Optimierung der finanziellen Leistungsfähigkeit von Unternehmen. Im Fokus stehen die Analyse von Jahresabschlüssen, die Interpretation von Key Performance Indicators (KPIs) sowie Benchmarking und Branchenvergleiche. Ergänzend werden moderne Ansätze des Management Reportings, IFRS-Standards und der Einsatz von Business Intelligence (BI)-Systemen behandelt.

► **Modul: Strategische Steuerung, Controlling und Finanzierung**

In diesem Modul werden die zentralen Aspekte des operativen und strategischen Controllings und der Corporate Finance vermittelt. Die Teilnehmenden lernen, Planung, Budgetierung und Kostenmanagement mit strategischer Steuerung und Finanzierungsentscheidungen zu verknüpfen. Themen wie Finanzanalyse, Risikobewertung und Strategieevaluation ermöglichen eine nachhaltige und effiziente Unternehmenssteuerung.

► **Modul: Konzeptionelles Denken**

Einführung in ein systematisches Herangehen an Problemstellungen; Formen der Analyse, des Dialoges sowie Behandlung von Komplexitäten; spezielle Einheit zur Verfassung von Texten: Aufbau, Struktur und Gliederung.

► **Modul: Agile Organisation und Transformation**

Das Modul „Agile Organisation und Transformation“ vermittelt zukunftsorientierte Kompetenzen zur Gestaltung und Begleitung von Veränderungsprozessen in dynamischen Umfeldern. Die Teilnehmenden lernen, Change-Management-Strategien

zu entwickeln, ethische Entscheidungsdilemmata zu bewältigen und nachhaltige Unternehmenswerte zu fördern. Im Rahmen eines praxisnahen Innovationsprojekts werden Grundlagen der Organisationsentwicklung angewandt, um adäquate Lösungen zu konzipieren, implementieren und kritisch zu reflektieren.

► **Modul: Komplexe Unternehmenssituationen: Living Cases**

Im Rahmen der Living Cases werden in-vivo Fallstudien in der unternehmerischen Praxis erhoben und analysiert. Dabei geht es um die Analyse und Entwicklung strategischer Optionen sowie um die Anwendung verschiedener Entscheidungsstrategien. Die Veranstaltung zielt auf ein Verständnis von Komplexitäten und deren Handhabung sowie auf die Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen ab.

► **Modul: Leadership, Führung & Organisation**

Das Modul „Leadership, Führung & Organisation“ vermittelt die zentralen Kompetenzen für die Führung in komplexen Systemen. Schwerpunkte sind die Steuerung von Veränderungsprozessen und die Gestaltung organisationaler Prozesse. Die Teilnehmenden reflektieren Führungs- und Kommunikationsverhalten, entwickeln Change-Management-Strategien und wenden diese praxisnah in einem Change-Projekt an.

► **Modul: Kosten-, Finanz- und Investitionsmanagement**

Das Modul vermittelt fundierte Kenntnisse im Finanz-, Liquiditäts- und Kostenmanagement. Die Teilnehmenden lernen mit unterschiedlichen Arten der Kostenrechnung umzugehen. Cash-Flow- und Deckungsbeitragsanalysen sowie Kapitalfluss- und Investitionsrechnungen ergänzen die Inhalte.

► **Modul: Strategische Entscheidungen und Krisenmanagement**

Management in Sondersituationen: Krisen, Übernahmen, Sanierungs- und Restrukturierungsprozesse; Analyse von Cases Studies: Zusammenführung und Interdependenzen unternehmerischer Potenziale; Behandlung von Konflikten und erarbeiten adäquater Lösungen.

► **Modul: Management und Steuerung unternehmerischer Potenziale: Logistik und Human Resources**

Schwerpunkte des Moduls sind digitales Supply-Chain-Management, die organisationale Logistik und die Gestaltung der Supply-Chain. Im Bereich HR stehen Talentmanagement, Personalentwicklung, Vergütungssysteme und HR-Controlling im Fokus. Die Teilnehmenden lernen Potenziale zu entwickeln und daraus dauerhafte Wettbewerbsvorteile zu generieren.

► **Modul: Strategisches Marketing: Einführung und Positionierung**

Das Modul vermittelt essenzielle Grundlagen des operativen und strategischen Marketings. Im Fokus steht die Positionierung als zentraler Prozess zur Schaffung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile. Die Teilnehmenden analysieren Marketingstrategien sowie wichtige Elemente der Kundenbindung und entwickeln Ansätze für eine erfolgreiche Kundeninteraktion.

► **Modul: Strategisches Marketing: Marktinformation und Markenführung**

In diesem Modul werden fundierte Kenntnisse in Marktforschung und moderner Markenführung vermittelt. Die Teilnehmenden analysieren Erfolgsfaktoren und Entscheidungsfelder der Markenführung, lernen die Verbindung zwischen Positionierung und Markenstrategie kennen und entwickeln

Ansätze für ein effektives Markenmonitoring. Ziel ist es, starke Marken aufzubauen und nachhaltig am Markt zu positionieren.

► **Modul: Forschungsperspektiven, Forschungsmethoden und Begleitung der Masterthesis**

Den Abschluss des Studienprogramms bildet die Masterthesis, in der die Studierenden eine konkrete Problemstellung wissenschaftlich bearbeiten. Dabei wird das erworbene Wissen und Können auf eine praktische Unternehmenssituation umgelegt. In den beiden Begleitmodulen werden die Studierenden durchgängig von der Themenfindung bis zur Fertigstellung inhaltlich und methodisch unterstützt.

► **Masterthesis**

Den Abschluss des Studienprogramms bildet die Masterthesis, in der die Studierenden eine konkrete Problemstellung wissenschaftlich bearbeiten. Dabei wird das erworbene Wissen und Können auf eine praktische Unternehmenssituation umgelegt. Im Modul „Begleitung und Coaching der Masterthesis“ werden die Studierenden durchgängig von der Themenfindung bis zur Fertigstellung unterstützt.

ORGANISATORISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Das MBA-Programm umfasst insgesamt 4 Semester mit einem Workload von 120 ECTS. Die Durchführung der Präsenzlehreveranstaltungen erfolgt vorwiegend in zwei- oder drei-Tagesblöcken (Freitag Nachmittag bis Samstag oder Donnerstag Nachmittag bis Samstag) im Rhythmus von ca. 3 Wochen. Anspruchsvolle und umfangreiche Module werden durch vorgeschaltete blended-learning Einheiten ergänzt (z. B. Videos und



Sprache-
bildung (Lernprozess)



Kommunikation/
Interaktion

» Der Master of Business Administration richtet sich an Führungskräfte einer gehobenen Managementebene; Unternehmer:innen und Selbständige sowie Leistungsträger:innen, die ein breit gefächertes Managementwissen erwerben wollen.

Case Studies), um die Präsenzzeiten im Rahmen zu halten. Zusätzlich finden einige zentrale Veranstaltungen in Form eines Auslandsstudiums in Stockholm an der Stockholm Business School statt. Die Veranstaltungen werden in interaktiver Form (Kurzvorträge verbunden mit interaktiven Elementen und Workshops) abgehalten.

ZULASSUNGSBEDINGUNGEN

In das MBA-Programm können Personen zugelassen werden, die folgende Kriterien erfüllen:

- ▶ Universitäts- oder Fachhochschulabschluss eines Bachelorstudiums (mind. 180 ECTS) und qualifizierte mind. 3-jährige Berufserfahrung im Management oder
- ▶ Personen mit einem AHS- bzw. BHS-Abschluss bzw. einer qualifizierten Grundausbildung und mind. 10-jährige einschlägige Berufserfahrung mit Leitungstätigkeit und
- ▶ positiv absolviertes schriftliches Assessment & Zulassung durch die Zulassungskommission der Universität Innsbruck.

ZEUGNIS UND ABSCHLUSS

Nach der erfolgreichen Absolvierung des MBA-Programms mit der Ablegung der erforderlichen Prüfungsleistungen (immanente Lehrveranstaltungsprüfungen, Masterarbeit und Verteidigung) wird von der Universität Innsbruck ein Zeugnis und der akademische Grad „Master of Business Administration“, abgekürzt MBA gem. § 58 Abs. 2 UG 2002 verliehen.

REFERIERENDE UND STAFF

Im Lehrgang unterrichten ausgewiesene Expert:innen aus verschiedenen Schlüsselbereichen des Managements. Die Kooperation mit wichtigen Unternehmen aus der DACH-Region wie z. B. der MTU aus Friedrichshafen (D) oder der HILTI AG (LIE) ermöglichen den Teilnehmenden direkten Zugang zu wertvollem Insiderwissen, cutting-edge Beispielen und erweitern das berufliche Netzwerk.

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Piber

Institut für Organisation und Lernen an der Universität Innsbruck, Schwerpunktbereiche Strategisches Management, Controlling und Organisationsforschung.

KONTAKT

SCHLOSS HOFEN

Bodensee Weiterbildungszentrum

Hofer Straße 26
6911 Lochau, Austria

Mag. Mag. Rainer Längle, MPH

Leiter Kompetenzfeld
»Leadership und Management«

Caroline Ebner

Lehrgangsmangement
T +43 5574 4930 440
E wirtschaft@schlosshofen.at
W www.schlosshofen.at

SCHLOSS HOFEN

An der Schwelle zum 17. Jahrhundert von den Herren von Raitenau als Renaissancewohnsitz erbaut, gehört Schloss Hofen mit dem Palast in Hohenems zu den bedeutendsten Renaissancebauten Vorarlbergs. Nach langer wechselvoller Geschichte gelangt das Gebäude 1972 in den Besitz des Landes Vorarlberg. Seit 1981 wird Schloss Hofen als Wissenschafts- und Weiterbildungszentrum des Landes Vorarlberg und der Vorarlberg University of Applied Sciences (FHV) geführt.

Derzeit umfasst das Angebot von Schloss Hofen rund 30 staatlich anerkannte Lehrgänge in Kooperation mit in- und ausländischen Universitäten bzw. Fachhochschulen sowie ein breites Seminarprogramm.

