

# **Master of Advanced Studies in International Management**

## *1 Zielsetzung des Universitätslehrgangs*

Aufgrund der zunehmenden Verflechtung der Weltwirtschaft im Zusammenwirken mit einem begrenzten Heimatmarkt ist für viele österreichische Unternehmen eine Internationalisierung ihrer Geschäftstätigkeit zur Sicherung ihres erfolgreichen Weiterbestandes erforderlich. Um von den Wachstumschancen auf ausländischen Märkten profitieren zu können, benötigen Unternehmen gut ausgebildete Mitarbeiter und Führungskräfte, die mit den Besonderheiten des internationalen Marketings und Managements vertraut sind.

Mit dem an der Universität Klagenfurt eingerichteten Universitätslehrgang „Master of Advanced Studies in International Management“ werden den Teilnehmer/innen die dazu erforderlichen, über das betriebswirtschaftliche Grundwissen hinausreichenden, fachlichen und sozialen Qualifikationen vermittelt. Aufbauend auf einer fundierten Ausbildung werden die erforderlichen Methoden und Instrumente anwendungsbezogen erarbeitet, um die für eine erfolgreiche Umsetzung notwendige Praxisorientierung sicherzustellen.

Der Abschluss des Lehrgangs befähigt die Absolvent/inn/en, sowohl in konzeptioneller als auch in operativer Hinsicht in zentralen Bereichen des internationalen Marketings und des internationalen Managements erfolgreich tätig zu sein. Sie qualifizieren sich dadurch für Führungsfunktionen in Unternehmen mit internationaler Ausrichtung.

## 2 Dauer und Gliederung des Universitätslehrgangs

Der Lehrgang besteht aus drei Abschnitten, die insgesamt **vier Semester** umfassen (vgl. Abbildung 1).

<p style="text-align: center;"><b>4. Semester</b></p>	<p>Vertiefung in folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationales Marketing</li> <li>• Internationales Management</li> <li>• Internationales Recht</li> <li>• Internationales Kooperationsmanagement und</li> <li>• Volkswirtschaft</li> </ul> <p>Erstellen der Master-Thesis und Teilnahme an einem Seminar für Diplomand/inne/n</p>	<p>Abschluss mit dem Titel „Master of Advanced Studies in International Management“</p>
<p style="text-align: center;"><b>3. Semester</b></p>	<p>Vertiefung im internationalen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmanagement</li> <li>• Recht</li> <li>• Management</li> <li>• Marketing</li> <li>• Länderschwerpunkt Osteuropa</li> <li>• Wirtschaftssprache Englisch</li> </ul>	<p>Abschluss mit dem Titel „Akademisch geprüfte/r Exportkauf/frau/mann“</p>
<p style="text-align: center;"><b>2. Semester</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1. Semester</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Außenhandels</li> <li>• Volkswirtschaftliche Grundlagen des Außenhandels</li> <li>• Rechtliche Grundlagen des Außenhandels</li> <li>• Wirtschaftssprache Englisch</li> <li>• Praxisprojekt im 2. Semester zur Vertiefung</li> </ul>	

Abb. 1: Gliederung des Universitätslehrgangs

Der erste Abschnitt umfasst zwei Semester. Im Mittelpunkt des **ersten Semesters** (19 ECTS-Punkte) und **zweiten Semesters** (23,5 ECTS-Punkte) stehen die betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen des Außenhandels. Ein Schwerpunkt wird dabei auf marketing-spezifische Themenbereiche gelegt. Wesentlicher Bestandteil des zweiten Semesters ist ein Praxisprojekt, in dem die Teilnehmer/innen das im ersten Semester erworbene Wissen in Teamarbeit anwendungsbezogen vertiefen. Über beide Semester erhalten die Teilnehmer/innen eine fundierte Ausbildung in der Wirtschaftssprache Englisch.

Der zweite und dritte Abschnitt umfassen jeweils ein Semester. Im **dritten Semester** (20,5 ECTS-Punkte) werden den Teilnehmer/inne/n weitere zentrale Kenntnisse im internationalen Management, Controlling und

Finanzmanagement sowie im internationalen Wirtschaftsrecht vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden vertieft, ebenso wie das Fachwissen im internationalen Marketing. Die Ausbildung in der Wirtschaftssprache Englisch wird weitergeführt. Mit dem erfolgreichen Abschluss des dritten Semesters wird an die Teilnehmer/innen der Titel „Akademisch geprüfte/r Exportkauf/ frau/mann“ verliehen.

Das vierte Semester (14 + 13 ECTS-Punkte) dient der Vertiefung und Spezialisierung im internationalen Marketing und internationalen Management, im internationalen Wirtschaftsrecht und in der Volkswirtschaftslehre. Zusätzlich ist von den Teilnehmer/innen eine Master Thesis, die mit einer Diplomarbeit vergleichbar ist, zu verfassen und im Rahmen eines Diplomand/inn/enseminars zu präsentieren. Mit dem erfolgreichen Abschluss des vierten Semesters wird an die Teilnehmer/innen der akademische Titel „Master of Advanced Studies in International Management“ verliehen.

### *3 Voraussetzungen für die Zulassung*

Entsprechend den Ausbildungszielen des Universitätslehrgangs wendet sich dieser an Personen mit ausreichender Berufserfahrung, insbesondere auf dem Gebiet der internationalen Geschäftstätigkeit. Der Lehrgang wendet sich auch an Absolvent/inn/en und Studierende einer anerkannten in- oder ausländischen Universität sowie Maturanten. Fehlt bei dieser Gruppe die geforderte ausreichende Berufserfahrung, so kann in begründeten Fällen eine Zulassung trotzdem erfolgen. Über die endgültige Zulassung entscheidet hier die wissenschaftliche Leitung.

Die ersten beiden Semester bzw. der erste Abschnitt ähneln in ihrer Grundkonzeption dem derzeitigen Universitätslehrgang für Export und Internationale Geschäftstätigkeit der Universität Klagenfurt. Absolventen dieses Lehrgangs können sich dessen Inhalte auf die ersten beiden Semester des Universitätslehrgangs „Master of Advanced Studies in International Management“ anrechnen lassen. Dadurch wird es ihnen ermöglicht, direkt in das dritte Semester des Universitätslehrgangs „Master of Advanced Studies in International Management“ einzusteigen

und dieses mit dem Titel „Akademisch geprüfte/r Exportkauf/frau/mann“ abzuschließen.

Jene Teilnehmer/inne/n, die ein abgeschlossenes Studium an einer anerkannten in- oder ausländischen Universität oder Fachhochschule absolviert haben, sind in weiterer Folge zur Teilnahme am vierten Semester des Universitätslehrgangs berechtigt, das mit dem akademischen Titel „Master of Advanced Studies in International Management“ abschließt.

In begründeten Fällen können auch Teilnehmer/innen ohne abgeschlossene akademische Ausbildung zum vierten Semester zugelassen werden. Dabei wird eine gleichzuhaltende Qualifikation in Verbindung mit entsprechender mehrjähriger Praxiserfahrung bzw. das Innehaben einer Position, in der üblicherweise ein akademischer Bildungsabschluss vorausgesetzt wird, erwartet. Als Mindestvoraussetzung gilt in jedem Fall der Maturaabschluss oder eine positiv absolvierte Studienberechtigungsprüfung. Darüber hinaus kann der Zugang zum vierten Semester auch durch eine postsekundäre Ausbildung begründet werden. Diese hat im Einzelfall auf ihre Vergleichbarkeit mit einem universitären Studium hin überprüft zu werden. Der Akademiker/innen/anteil am vierten Semester des Universitätslehrgangs sollte zumindest 50 % betragen.

#### *4 Ausmaß der ECTS-Anrechnungspunkte der Pflicht- und Wahlfächer und Lehrveranstaltungen aus den Pflicht- und Wahlfächern*

Der **erste Abschnitt** vermittelt den Teilnehmer/inne/n das notwendige Basiswissen für die internationale Geschäftstätigkeit. Schwerpunkt des 1. Semesters, das 190 Unterrichtseinheiten bzw. 19 ECTS-Punkte umfasst, bilden die Grundlagen des Internationalen Marketing, die in insgesamt 120 Unterrichtseinheiten vermittelt und durch volkswirtschaftliche Grundlagen, Grundlagen des Projektmanagements sowie durch die englische Wirtschaftssprache ergänzt werden. Im 2. Semester werden rechtliche Grundlagen des Exports, Grundlagen des internationalen Finanzmanagements, der internationalen Logistik und des Kommunikations-

managements erarbeitet. Eine zentrale Rolle kommt dem geforderten Praxisprojekt zu, in dem die Teilnehmer/innen das erworbene Wissen praktisch anwenden und in Kleingruppen für ein konkretes Produkt/Unternehmen eine Exportstrategie erarbeiten. Für das Praxisprojekt werden insgesamt 9 ECTS-Punkte angerechnet: 6 ECTS-Punkte für die Projektarbeit, die aus einem umfassenden schriftlichen Projektbericht besteht, und 3 ECTS-Punkte für das Projektseminar, in dem Zwischen- und Endergebnisse des Praxisprojekts zu präsentieren sind. Abgerundet wird das Lehrangebot des 2. Semesters wiederum durch eine fundierte Ausbildung in der englischen Wirtschaftssprache.

### **Lehrveranstaltungsübersicht 1. Abschnitt:**

1. Semester:

<b>Fächer</b>	<b>UE</b>	<b>ECTS</b>
<b>Grundlagen des Internationalen Marketing</b>		
Grundlagen des Exports und des Internationalen Marketing	20	2
Entwicklung einer Exportstrategie	20	2
Exportmarktforschung und Käuferverhalten	20	2
Geschäftsanbahnung, Angebotserstellung und Auftragsabwicklung	20	2
Marketing-Mix	30	3
Exportförderung	10	1
<b>Volkswirtschaftliche Grundlagen</b>		
Volkswirtschaftliche Grundlagen des Außenhandels	10	1
<b>Grundlagen des Projektmanagements</b>		
Projektmanagement	25	2,5
<b>Wirtschaftssprache Englisch</b>		
Wirtschaftssprache Englisch I	35	3,5
<b>Insgesamt</b>	<b>190</b>	<b>19</b>

## 2. Semester:

<b>Fächer</b>	<b>UE</b>	<b>ECTS</b>
<b>Rechtliche Grundlagen</b>		
Rechtliche Grundlagen des Exports	20	2
<b>Grundlagen des internationalen Finanzmanagements</b>		
Internationaler Zahlungsverkehr und Exportfinanzierung	20	2
Exportgarantien	10	1
Exportkalkulation und Preispolitik (inkl. Controlling)	20	2
<b>Grundlagen der internationalen Logistik</b>		
Transportwirtschaft	10	1
<b>Grundlagen des Kommunikationsmanagements</b>		
Verhandlungs- und Verkaufstraining	15	1,5
Internet und Electronic Commerce	15	1,5
<b>Praxisprojekt</b>		
Projektseminar	30	3
Projektarbeit		6
<b>Wirtschaftssprache Englisch</b>		
Wirtschaftssprache Englisch II	35	3,5
<b>Insgesamt</b>	<b>175</b>	<b>23,5</b>

Der **zweite Abschnitt** umfasst ein Semester. Den Teilnehmer/inne/n werden zunächst weitere Grundlagen des internationalen Managements vermittelt. Eine stärkere Betonung wird hier jedoch bereits auf eine kritische Diskussion und Reflexion der Konzepte und Methoden gelegt. Darüber hinaus erweitern die Teilnehmer/innen ihre spezifischen Kenntnisse im Internationalen Marketing, Controlling und Finanzmanagement sowie im internationalen Wirtschaftsrecht und lernen, interdisziplinär zu denken und Zusammenhänge zu verstehen. Weiter vertieft werden Kompetenzen im Bereich der Kommunikation und der englischen Wirtschaftssprache. Mit dem erfolgreichen Abschluss des zweiten Abschnitts/dritten Semesters wird an die Teilnehmer/innen der Titel „Akademisch geprüfte/r Exportkauf/ frau/mann“ verliehen.

**Lehrveranstaltungsübersicht 2. Abschnitt:**

## 3. Semester

<i>Fächer</i>	<i>UE</i>	<i>ECTS</i>
<b>Internationales Management</b>		
Strategisches Management	15	1,5
Organisation und Personalmanagement	10	1
Internationales Projektmanagement	10	1
<b>Vertiefung Internationales Marketing</b>		
Planspiel zum internationalen Marketing	20	3
<b>Internationales Controlling und Finanzmanagement</b>		
Internationales Controlling	15	1,5
Internationales Finanzmanagement	15	1,5
Internationale Rechnungslegung	15	1,5
<b>Vertiefung Kommunikationsmanagement</b>		
Präsentation und Moderation	15	1,5
Verhandlungsführung	15	1,5
Internationale Kommunikation	15	1,5
<b>Internationales Recht</b>		
Grundlagen des Internationalen Wirtschaftsrechts/ Vertragstechniken	15	1,5
<b>Wirtschaftssprache Englisch</b>		
Wirtschaftssprache Englisch III	35	3,5
<b>Insgesamt</b>	<b>195</b>	<b>20,5</b>

Der **3. Abschnitt** umfasst ein Semester und zielt auf die Erweiterung, Vertiefung und Integration der in den ersten drei Semestern erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten ab. In den Fächern Internationales Marketing und Internationales Management sind von den Teilnehmer/inne/n zur Erreichung dieser Lehrziele u.a. umfangreiche Fallstudien zu bearbeiten. Abgerundet wird das Lehrangebot durch vertiefende Lehrveranstaltungen zum internationalen Wirtschaftsrecht und zur Volkswirtschaftslehre, wobei in letzterem Fach auch globale Zusammenhänge sehr gut erklärt werden können.

Einen zentralen Schwerpunkt bildet die Verfassung einer Master Thesis, die mit einer Diplomarbeit vergleichbar ist. Die Master Thesis sollte zeigen, dass die Teilnehmer/innen in der Lage sind, ihr theoretisches Wissen selbständig und anwendungsorientiert umzusetzen. Das Diplomandenseminar dient der didaktisch-methodischen Anleitung zur Erstellung der Master Thesis. Zunächst werden die Grundlagen für wissenschaftliches Arbeiten vermittelt. In weiterer Folge werden die von den Teilnehmer/innen erarbeiteten Konzepte präsentiert und mit Betreuer/innen und Teilnehmer/innen diskutiert, um ein sowohl in wissenschaftlicher Hinsicht als auch unter praxisbezogenen Aspekten anspruchsvolles Qualitätsniveau zu gewährleisten. Über die Vergabe der Themen für die Master Thesis entscheidet die Lehrgangsführung.

### Lehrveranstaltungsübersicht 3. Abschnitt:

#### 4. Semester

<b>Fächer</b>	<b>UE</b>	<b>ECTS</b>
<b>Vertiefung Internationales Marketing</b>		
Fallstudien zum internationalen Marketing	20	3
Länderschwerpunkt Osteuropa	10	1
<b>Vertiefung Internationales Management</b>		
Internationale Kooperationen/Kooperationsmanagement	10	1
Fallstudien zum internationalen Management	20	3
<b>Vertiefung internationales Wirtschaftsrecht</b>	15	1,5
<b>Vertiefung Volkswirtschaftslehre</b>	15	1,5
Master Thesis		13
Diplomandenseminar	30	3
<b>Insgesamt</b>	<b>120</b>	<b>27</b>

### 5 Prüfungsordnung

Im ersten Abschnitt sind schriftliche Prüfungen über folgende Fachbereiche bzw. Fächer abzulegen:



- Grundlagen des internationalen Marketing
- Volkswirtschaftliche Grundlagen
- Grundlagen des Projektmanagements
- Rechtliche Grundlagen
- Grundlagen des internationalen Finanzmanagements
- Grundlagen der internationalen Logistik
- Grundlagen des Kommunikationsmanagements
- Wirtschaftssprache Englisch

Im zweiten Abschnitt sind schriftliche Prüfungen über folgende Fachbereiche bzw. Fächer abzulegen:

- Internationales Management
- Internationales Controlling und Finanzmanagement
- Vertiefung Kommunikationsmanagement
- Internationales Recht
- Wirtschaftssprache Englisch

Am Ende des dritten Abschnitts/vierten Semesters wird eine mündliche kommissionelle Prüfung über die zentralen Fächer des Lehrganges abgehalten.

Pflichtfächer:

- Internationales Marketing
- Internationales Management

Nach Wahl der Teilnehmer/innen eines der folgenden Wahlfächer:

- Internationales Finanzmanagement
- Internationales Controlling
- Internationales Wirtschaftsrecht

Die Prüfungstermine werden den Lehrgangsteilnehmer/inne/n jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben. Eine gesonderte Anmeldung zu den schriftlichen Prüfungen ist nicht erforderlich. Für die mündliche kommissionelle Abschlussprüfung hat eine schriftliche Anmeldung mit Bekanntgabe des jeweiligen Wahlfaches bis spätestens vier Wochen vor dem Prüfungstermin zu erfolgen.

Voraussetzung zur Zulassung zu den schriftlichen Prüfungen im ersten und zweiten Abschnitt ist der Besuch der im Curriculum vorgeschriebenen Lehrveranstaltungen. Die Zulassung zur mündlichen kommissionellen Prüfung am Ende des dritten Abschnitts ist von der positiven Beurteilung der in den ersten beiden Abschnitten vorgesehenen schriftlichen Prüfungen sowie vom Besuch der im Curriculum vorgeschriebenen Lehrveranstaltungen des vierten Semesters abhängig. Weitere Antrittsvoraussetzungen für die kommissionelle Abschlussprüfung sind die positive Beurteilung der im ersten Abschnitt zu erstellenden Projektarbeit sowie die positive Beurteilung der im dritten Abschnitt zu verfassenden Master Thesis.