

Universitätslehrgang „Executive MBA in General Management“,

Stammfassung veröffentlicht im Mitteilungsblatt am 07.07.2010, 21. Stück, Nr. 137.2 – 2009/2010

Geänderte Fassung in der Beilage 2 zum Mitteilungsblatt vom 17.11.2010, 4. Stück Nr. 20 – 2010/2011

Curriculum ALT		Curriculum NEU	
Seite		Seite	
1	4.3 Anrechnungsmöglichkeiten	1	4.3 Anerkennung von Vorleistungen 9 Übergangsbestimmungen
Seite		Seite	
23		23, NEU	<p>Wahlpflichtfach 3.1.2.13 Reducing the Risks of Foreign Investment (3 ECTS)</p> <p>Language – English</p> <p>Objectives In addition to normal entrepreneurial risk, firms deciding to invest abroad face a number of sovereign risks, such as expropriation, arbitrary or discriminatory regulation, etc. This course is designed to explain the legal framework of international investment protection ranging from bilateral and multilateral investment treaties to arbitration and other forms of dispute settlement.</p> <p>Contents This course will outline the scope of both substantive and procedural investment protection comprising standards of protection such as a fair and equitable treatment, non- discrimination, guarantees against uncompensated expropriation, etc., as well as the principles of investment arbitration as the main mechanism of enforcing such standards.</p>
Seite		Seite	
23		24, NEU	<p>Wahlpflichtfach 3.1.2.14 Social Media & Marketing (3 ECTS)</p> <p>Unterrichtssprache – Deutsch</p> <p>Ziel der Lehrveranstaltung</p> <p>Erkennen neuer Möglichkeiten und Chancen, die soziale Netzwerke im Vergleich zum klassischen Marketing-Mix bieten. Erwerben von Kenntnissen für die Konzeption und Umsetzung einer Social Media Marketing-Kampagne. Nutzung neuer Strategien für soziale Netzwerke, wie virales Marketing, Buzz-Marketing, Seeding und Mundpropaganda. Kenntnisse über einen neuen Dialog zur Kundengewinnung und Kundenbindung. Praktische Nutzung der Social Media Kommunikation im</p>

			<p>Web 2.0.</p> <p>Inhalt der Lehrveranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition, Entwicklung und Tools des Social Media Marketings • Unterscheidung des Marketings im Social Web vom klassischen Marketing sowie effektive Integration von Social Media Maßnahmen in den klassischen Marketing-Mix • Social Media Plattformen für ein effizientes Management von Kundenbeziehungen • Planung, Inhalte und Steps für eine Social Media Marketingkampagne • Key Factors für eine erfolgreiche Umsetzung • Nachhaltige Mediaplanung und virales Seeding im Social Web • Möglichkeiten eines fundierten Social Media Monitorings
Seite		Seite	
25	4.3 Anrechnungsmöglichkeiten	26, NEU	<p>4.3 Anerkennung von Vorleistungen</p> <p>(3) Um Vorleistungen aus vorangegangenen Studien anzuerkennen, stellt die/der Studierende hinreichende Informationen als Grundlage zur Entscheidung zur Verfügung. Die wissenschaftliche Leitung prüft diese um eine Gleichwertigkeit der erbrachten Leistungen feststellen zu können. Die Beweislast, dass ein Antrag auf Anerkennung nicht die entsprechenden Voraussetzungen erfüllt, liegt bei der Aufnahmekommission, deren Vorsitz der wissenschaftliche Leiter führt. Wird die Anerkennung von Studienleistungen abgelehnt, so ist dies zu begründen und der Studierende über mögliche Maßnahmen zu unterrichten. Als gesetzliche Grundlage gilt das österreichische Universitätsgesetz 2002.</p>
25	<p>5.1 Schriftliche Fachprüfung</p> <p>Die Prüfungsordnung sieht grundsätzlich für jeden Themenblock eine schriftliche Prüfung mit einer Dauer von mindestens 40 Minuten vor.</p>	27	<p>5.1 Schriftliche Fachprüfung</p> <p>Grundsätzlich ist für jeden Themenblock eine schriftliche Transferarbeit oder eine schriftliche Reflexion oder eine schriftliche Prüfung mit einer Dauer von mindestens 40 Minuten vorgesehen.</p>
27	5.6 Beurteilung von Prüfungen	28, NEU, 3. Absatz	<p>5.6 Beurteilung von Prüfungen</p> <p>Zur Benotung der einzelnen Pflichtfächer und Wahlpflichtfächer wird die jeweilige Beurteilung der schriftlichen Fachprüfung herangezogen. Bei der Ermittlung der Note für die Master-Thesis wird wie folgt gewichtet: 80% Beurteilung der Master-Thesis, 20% mündliche kommissionelle Abschlussprüfung.</p>

		29, NEU	9. Übergangsbestimmungen Diese Curriculumsänderungen gelten für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Lehrgangs – auch für jene, die zu diesem Zeitpunkt bereits zum Lehrgang zugelassen sind. Das geänderte Curriculum tritt mit dem auf die Verlautbarung im Mitteilungsblatt der Universität Klagenfurt nächstfolgenden Monatsersten in Kraft (Satzung Teil B § 21 Abs. 7).
--	--	---------	--