

CURRICULUM

für den Universitätslehrgang
"Tourismusmanagement"

Gemäß § 56 Universitätsgesetz 2002, BGBl. I Nr. 120/2002 i.d.g.F., und der Satzung Teil B § 21 ff. der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt wird der Universitätslehrgang "Tourismusmanagement" eingerichtet.

Das Curriculum des Universitätslehrganges tritt mit dem auf die Verlautbarung im Mitteilungsblatt der Universität Klagenfurt nächstfolgenden Monatsersten in Kraft (Satzung Teil B § 22 Abs. 4)

Inhaltsverzeichnis

§ 1 Allgemeines	3
§ 2 Kompetenz und Zielsetzung.....	3
§ 2.1 Ziele des Universitätslehrganges	3
§ 2.2 Zielgruppen	3
§ 2.3 Berufs- und Tätigkeitsfelder	4
§ 2.4 Intendierte Lernergebnisse.....	4
§ 2.5 Lehr- und Lernkonzept	4
§ 3 Voraussetzung für die Zulassung und Aufnahmeverfahren	5
§ 4 Anerkennung von Prüfungen	5
§ 5 Gliederung	6
§ 5.1 Pflichtfächer und Lernergebnisse	7
§ 5.2 Lehrveranstaltungstypen	9
§ 5.3 Pflichtfächer und Lehrveranstaltungen	9
§ 5.4 Unterrichtssprache	11
§ 6 Master Thesis	11
§ 7 Prüfungsordnung	12
§ 7.1 Lehrveranstaltungsprüfungen.....	12
§ 7.2 Kommissionelle Abschlussprüfung	13
§ 7.3 Gesamtbeurteilung.....	13
§ 8 Akademischer Grad	13
§ 9 Evaluierung des Universitätslehrganges	13
§ 10 Inkrafttreten des Curriculums	13

§ 1 Allgemeines

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitender Universitätslehrgang eingerichtet. Der Umfang des Universitätslehrganges beträgt 90 ECTS-Anrechnungspunkte und umfasst eine Studiendauer von vier Semestern, höchstens jedoch 6 Semester. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht einem Arbeitspensum von 25 Echtstunden.

Es handelt sich um einen Universitätslehrgang der M/O/T School of Management, Organizational Development & Technology® der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Der Universitätslehrgang wird in Kooperation mit dem Wirtschaftsförderungsinstitut der Wirtschaftskammer Österreich angeboten. Der Lehrgang kann an einem oder mehreren Standorten des Wirtschaftsförderungsinstituts Österreich sowie an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt abgehalten werden.

§ 2 Kompetenz und Zielsetzung

§ 2.1 Ziele des Universitätslehrganges

Zielsetzung des Universitätslehrganges ist es, die Qualifikation der in Tourismus und insbesondere Hotellerie tätigen MitarbeiterInnen und Führungskräfte in den dargestellten Kompetenzfeldern umfassend zu entwickeln. Führungskräfte in diesem Bereich müssen die „klassischen“ Fach- und Methodenkompetenzen, Sozial- und Selbstkompetenzen auf organisatorischer bzw. betriebswirtschaftlicher Seite aufweisen. Der Universitätslehrgang vermittelt daher wissenschaftlich-theoretische sowie praktische Kenntnisse und Fähigkeiten für MitarbeiterInnen mit Führungsaufgaben. Im Sinne des Gender Mainstreaming und Diversity Managements wird im Rahmen des Curriculums auch auf Maßnahmen explizit Bezug genommen, die zur Bewältigung jener Herausforderungen beitragen können, die sich durch den Wandel der Gesellschaft in eine humanere und geschlechtergerechtere ergeben (z.B. flexible Arbeitszeitmodelle insb. für Frauen, Förderung von Awareness hinsichtlich eines Unconscious Bias).

Der Lehrgang weist Inhalte in den folgenden Kompetenzfeldern auf:

- a) Der Lehrgang bietet den TeilnehmerInnen – ausgehend von einer Vertiefung der betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse – eine berufsqualifizierende Spezialisierung im Bereich Tourismusmanagement. Es stehen sowohl Fachkompetenzen sowie auch Sozial- und Selbstkompetenzen im Zentrum des Lehrganges. Diese werden integrativ vermittelt.
- b) Die TeilnehmerInnen bereiten sich wissenschaftlich fundiert und berufsorientiert auf berufliche Tätigkeiten im Bereich Tourismusmanagement vor, was die Anwendung wissenschaftlicher sowie praxisbezogener Erkenntnisse und Methoden erfordert.
- c) Weitergehend werden in den Lehrveranstaltungen die Themen Digitalisierung und Innovation als Querschnittsthemen vertieft.

§ 2.2 Zielgruppen

Der Lehrgang richtet sich an Personen, die Interesse an einer wissenschaftlich fundierten Ausbildung haben, mit dem Ziel, sich für Führungspositionen im Bereich Tourismus und Hotellerie

zu qualifizieren. Somit werden insbesondere MitarbeiterInnen in Unternehmen und Organisationen sowie UnternehmerInnen, die sich in ihrer zukünftigen oder aktuellen Rolle als Führungskraft wissenschaftlich fundiert und gleichzeitig praxis- und handlungsorientiert weiterbilden wollen, angesprochen.

§ 2.3 Berufs- und Tätigkeitsfelder

Die AbsolventInnen des Universitätslehrganges sind nach dessen Abschluss befähigt, Führungsfunktionen im Bereich des Tourismusmanagements wahrzunehmen.

§ 2.4 Intendierte Lernergebnisse

Im Hinblick auf die in § 5.1 beschriebenen fachspezifischen Lernergebnisse konzentriert sich der Universitätslehrgang auf folgende, grundlegende intendierte Lernergebnisse und Niveaustufen in den *betriebswirtschaftlichen*, *führungsbezogenen* und *persönlichkeitsbezogenen* Themenstellungen des Tourismusmanagements:

- a) Wissen: Eine Absolventin/ein Absolvent ist durch die erworbene fachliche Kompetenz in der Lage, integrative Gesamtzusammenhänge im Bereich Tourismusmanagement zu erkennen.
- b) Verstehen: Eine Absolventin/ein Absolvent kann Gesamtzusammenhänge erläutern und neue betriebliche Herausforderungen identifizieren.
- c) Anwendungsvermögen: Eine Absolventin/ein Absolvent zeigt Sicherheit in komplexen Entscheidungs- und Handlungssituationen des unternehmerischen Kontextes bzw. im Bereich des Tourismusmanagements und ist in der Lage, durch die Erweiterung der Fach- und Methodenkompetenz sowie der sozial-kommunikativen Managementkompetenz, betriebswirtschaftliche Frage- und Problemstellungen selbständig zu lösen.
- d) Analysefähigkeit: Eine Absolventin/ein Absolvent verknüpft betriebswirtschaftliches Wissen und Praxissituationen und ist fähig, komplexe betriebliche Fragestellungen zu analysieren, zu bewerten und Lösungsmöglichkeiten abzuleiten und zu veranschaulichen.
- e) Synthesefähigkeit: Eine Absolventin/ein Absolvent ist fähig organisationale Kontextbedingungen zu überprüfen und gegebenenfalls zu verändern sowie in der Lage, Gestaltungs-, Entwicklungs- und Veränderungsprozesse in Unternehmen zu planen und durchzuführen.
- f) Evaluierungsfähigkeit: Eine Absolventin/ein Absolvent hinterfragt Methoden und Vorgehensweisen kritisch und bewertet deren Anwendbarkeit.

§ 2.5 Lehr- und Lernkonzept

Das Lehr- und Lernkonzept sieht eine Reihe unterschiedlicher Formen des Wissenserwerbs und des Wissenstransfers vor. Damit soll der Lernfortschritt und -erfolg möglichst effizient und effektiv sichergestellt werden. Die Inhalte in den Kompetenzfeldern sollen theoretisch fundiert, anwendungsbezogen, integrativ und transferorientiert vermittelt und erarbeitet werden. Mittels Fachvorträgen, Gruppenarbeiten, Workshops, Intensivtrainings, Fallstudien und Simulationen, Feedback, Selbstkontrolle und Selbstbewertung, Diskussionen sowie Aufarbeitung von Fallbeispielen (u.a. aus dem Praxisumfeld der TeilnehmerInnen) soll diese Zielsetzung erreicht

werden. Ergänzt wird das didaktische Konzept durch die praxisrelevante Anwendung des Gelernten durch die Master Thesis mit einem konkreten Thema aus dem betrieblichen Umfeld. Zudem wird im Lehrgang eine e-Learning-Plattform eingesetzt, um Präsenzphasen durch Blended-Learning ergänzen beziehungsweise ersetzen zu können. Dies soll eine weitergehende Möglichkeit der berufsbegleitenden Teilnahme eröffnen.

§ 3 Voraussetzung für die Zulassung und Aufnahmeverfahren

Voraussetzung für die Zulassung ist:

- a. Ein abgeschlossenes Bachelor-, Master- oder Diplomstudium im Bereich Wirtschaft (insb. Tourismusmanagement) oder verwandten Bereichen. Zusätzliche Berufserfahrung ist von Vorteil, aber nicht Voraussetzung für die Zulassung.
- b. In begründeten Einzelfällen können auch Personen in den Universitätslehrgang aufgenommen werden, die nicht über ein abgeschlossenes Studium verfügen. Voraussetzung ist hier, dass die Personen eine einschlägige Berufserfahrung von mindestens 5 Jahren nachweisen und die allgemeine Universitätsreife gem. § 64 Abs. 1 UG vorliegt.

Das Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen wird von der Lehrgangsleitung geprüft. Bei Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen werden die BewerberInnen vom Rektorat nach Maßgabe der zur Verfügung stehenden Studienplätze und der Qualifikation der BewerberInnen auf Grund der Auswahl zum Universitätslehrgang als außerordentliche/r Studierende/r zugelassen. Die Erfüllung der genannten Zulassungsvoraussetzungen begründet nicht das Recht, in den Universitätslehrgang tatsächlich aufgenommen zu werden.

Eine Höchstzahl an Studienplätzen kann nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten durch die Lehrgangsleitung festgesetzt werden. Die Höchstzahl ist in geeigneter Weise bekannt zu machen.

Die Bewerbung um Zulassung zum Lehrgang erfolgt schriftlich unter Beifügung aller für die Zulassung notwendigen Unterlagen. Gemäß UG § 70 Abs. 1 UG haben die TeilnehmerInnen an Universitätslehrgängen um Zulassung als außerordentliche Studierende anzusuchen.

Die Aufnahme erfolgt nach Erfüllung der formalen Voraussetzungen gemäß § 3 lit. a oder b und nach Maßgabe der Qualität der schriftlichen Bewerbung nach den folgenden, in einem Bewerbungsgespräch zu eruiierenden Kriterien:

- a) Ernsthaftigkeit der Absicht zur vollen Teilnahme am Lehrgang
- b) mittelfristige Karriereplanung
- c) Bereitschaft zur persönlichen Entwicklung.

§ 4 Anerkennung von Prüfungen

Auf Antrag der/des außerordentlich Studierenden sind positive beurteilte Prüfungen, die an einer Bildungseinrichtung gem. § 78 Abs. 1 UG abgelegt wurden, vom für die studienrechtlichen Angelegenheiten zuständigen Organ bescheidmäßig anzuerkennen, soweit sie den im Curriculum des Universitätslehrganges vorgeschriebenen Prüfungen gleichwertig sind. Insgesamt können maximal 20 % der ECTS-Anrechnungspunkte als Vorleistung anerkannt werden.

§ 5 Gliederung

Der Universitätslehrgang dauert vier Semester, ist berufsbegleitend ausgerichtet und mit insgesamt 90 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet. Das Lehrprogramm besteht aus 12 Pflichtfächern, welche mit insgesamt 75 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet sind. Die Erarbeitung der Masterarbeit ist mit 15 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet.

Nr.	Pflichtfach	ECTS-AP
1	Einführung in das Tourismusmanagement	2
2	Grundlagen des Strategischen Managements	8
3	Grundlagen des Human Resource Managements	7
4	Grundlagen der Organisation und Führung	8
5	Grundlagen der operativen Steuerung	8
6	Operatives Marketing 1	7
7	Operatives Marketing 2	7
8	Leadership, Organisation und Personalmanagement	7
9	Operative Steuerung	7
10	Investitionsmanagement und Finanzierung	7
11	Special Topics	3
12	Wissenschaftliches Arbeiten	4
	Master Thesis	15
Summe		90

§ 5.1 Pflichtfächer und Lernergebnisse

Pflichtfach	Intendierte Lernergebnisse	ECTS-AP
Einführung in das Tourismusmanagement	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – die Pflichtfächer und dortigen Inhalte des Lehrganges sowie die Anforderungen zur deren positiver Absolvierung zu überblicken und nachvollziehen zu können, – das Aufgabenspektrum von Führungskräften in Tourismus und insbesondere Hotellerie einzuschätzen. 	2
Grundlagen des Strategischen Managements	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ein Unternehmen in seiner strategischen Orientierung einzuschätzen und zu gestalten und eine Unternehmensstrategie zu entwickeln, – zentrale Erfolgsfaktoren für eine strategische Unternehmensentwicklung zu beschreiben, – Instrumente der Strategieentwicklung und –umsetzung anzuwenden, – das wirtschaftliche Umfeld des Unternehmens und seine Entwicklung zu analysieren und detaillierte SWOT-Analysen zu erstellen, – wesentliche Meilensteine eines strategischen Entwicklungsprogrammes zu bestimmen, – Instrumente des Strategischen Marketing zu erläutern und für die Anwendung in Betrieben einzuschätzen. 	8
Grundlagen des Human Resource Managements	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – die Bedeutung des Gender Mainstreaming und des Diversity Managements fundiert in der Führungsarbeit einzubringen, – zentrale Gestaltungsbereiche des Human Resource Managements einzuschätzen und entsprechende Instrumente zu konzipieren, – die Bedeutung und Förderung von Motivation zu erläutern und entsprechende Instrumente zu konzipieren. 	7
Grundlagen der Organisation und Führung	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Standards und Werkzeuge des Projektmanagements im Hinblick auf deren Bedeutung im Unternehmen einzuschätzen und Projektpläne zu entwickeln, – zentrale Instrumente der Unternehmensdiagnose anzuwenden, – Kooperationen in ihrer Entstehung und Entwicklung einzuschätzen und Ansätze zur Weiterentwicklung einer Kooperation zu entwickeln. 	8
Grundlagen der operativen Steuerung	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – die operative Steuerung eines Unternehmens (Buchhaltung, Bilanzierung, Kostenrechnung) tiefgehend zu beschreiben, – den Aufbau einer Kosten- und Leistungsrechnung umfassend zu beschreiben, – Anwendungsfälle im Bereich der Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträger- und Erfolgsrechnung zu lösen, – Instrumente der Finanzrechnung und der Liquiditätsanalyse wiederzugeben sowie Anwendungsfälle zu bearbeiten. 	8
Operatives Marketing 1	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – den Marketing-Mix eines Unternehmens zu konzipieren, 	7

	<ul style="list-style-type: none"> - zentrale Ansätze für die Angebotsentwicklung und des Revenue Managements anzuwenden, - die Bedeutung von Incoming, Sales und Beziehungsmarketing einzuschätzen sowie entsprechende Konzeptionen zu entwickeln. 	
Operatives Marketing 2	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - die Instrumente des Beziehungsmarketings und des Kundenbindungsmanagements in ihrer Bedeutung einzuschätzen und entsprechende Konzepte zu entwickeln, - ein Marktforschungskonzept zu entwickeln, zentrale Instrumente der Marktforschung anzuwenden und Gästeverhalten (nicht zuletzt im Hinblick auf die Produktentwicklung) einzuordnen, - ein Werbekonzept und Werbebriefing zu entwerfen, - Social Media und Buchungsplattformen in ihrer Bedeutung für das Marketing einzuschätzen und entsprechende Maßnahmen zu entwickeln, - Public Relations-Konzepte zu entwickeln. 	7
Leadership, Organisation und Personalmanagement	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Anforderungen an Führungskräfte zu beschreiben, - durch die Schaffung von lernförderliche Rahmenbedingungen in der Organisation vorausschauend tätig zu werden, um die Entwicklung Einzelner, von Teams und der gesamten Belegschaft zu unterstützen, - Lücken in Kompetenzen und Fähigkeiten zu identifizieren, - Möglichkeiten für die arbeitsintegrierte Entwicklung zu identifizieren und zu empfehlen, - Routinearbeiten mit Möglichkeiten zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kompetenzen anzureichern, - Lernprozesse zu begleiten und zu unterstützen, - Personalentwicklungsbedarfe anzusprechen, damit die Anforderungen der Organisation erfüllt werden können. 	7
Operative Steuerung	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrumente des Performance Managements, des Value Based Managements sowie des Food- und Beverage-Managements zu erläutern und anzuwenden. 	7
Investitionsmanagement und Finanzierung	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - eine Feasibility-Study durchzuführen, - die Bedeutung des Betriebsanlagenmanagements und dortiger Instrumente zu benennen und anzuwenden, - wesentliche Aspekte der Finanzierung und Förderungsabwicklung wiederzugeben, - bedeutsame Aspekte der Investitions- und Projektabwicklung zu benennen und gestalten. 	7
Special Topics	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - die im Zuge einer Exkursion erarbeiteten Inhalte reflektierend wiederzugeben und anzuwenden. 	3
Wissenschaftliches Arbeiten	<p><i>Eine Absolventin/ein Absolvent ist in der Lage ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - die Vorgehensweisen guter wissenschaftlicher Praxis (Code of Conduct) anzuwenden, - die Richtlinien wissenschaftlichen Arbeitens des Universitätslehrganges anzuwenden, - Standardliteratur zu benennen, zu recherchieren und als Ausgangsbasis weiterer Recherchen adäquat einzusetzen (bibliographisches Arbeiten, Fachbegriffe benennen), 	4

	<ul style="list-style-type: none"> - Quellengattungen zu unterscheiden und den spezifischen Methoden entsprechend zu analysieren, - Daten und Fakten aus der Literatur kritisch zu hinterfragen, - ausgewählte Beispielquellen zu interpretieren, - eine den wissenschaftlichen Kriterien entsprechende Seminararbeit und die Master Thesis zu erstellen. 	
--	---	--

§ 5.2 Lehrveranstaltungstypen

Im Curriculum werden folgende **Lehrveranstaltungstypen (LV-Typ)** festgelegt:

- a) *Vorlesungen mit Kurs (VC)* setzen sich aus einem Vorlesungsteil und einem Übungsteil zusammen, die didaktisch eng miteinander verknüpft sind und gemeinsam beurteilt werden.
- b) *Seminare (SE)* sind forschungsgeleitete Lehrveranstaltungen, die sich an fortgeschrittene Studierende richten und der Reflexion und Diskussion spezieller wissenschaftlicher Probleme dienen und/oder aktuelle Probleme oder Themen mit Praxisbezug zum Gegenstand haben. Im Rahmen des Seminars ist eine eigenständige schriftliche Arbeit zu verfassen.
- c) *Kurse (KS)* vermitteln Grundkenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens, führen in die Fachliteratur ein und behandeln exemplarische Probleme des Faches durch Referate, Diskussionen, Fallörterungen und schriftliche Arbeiten.

§ 5.3 Pflichtfächer und Lehrveranstaltungen

Folgende Lehrveranstaltungen sind im Rahmen der Pflichtfächer zu absolvieren:

Einführung in das Tourismusmanagement	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Einführung in das Tourismusmanagement	VC	16	2
Summe ECTS-AP			2

Grundlagen des Strategischen Managements	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Strategisches Management	VC	16	3
Planungsprozess und -instrumente	VC	16	3
Strategisches Marketing	VC	16	2
Summe ECTS-AP			8

Grundlagen des Human Resource Managements	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Gender Mainstreaming	VC	8	1
Diversity Management	VC	8	1
Human Resource Management	VC	16	3
Führung und Motivation	VC	16	2
Summe ECTS-AP			7

Grundlagen der Organisation und Führung	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Projektmanagement	VC	16	3
Organisation und Unternehmensdiagnose	VC	16	3
Kooperationsmanagement	VC	16	2
Summe ECTS-AP			8

Grundlagen der operativen Steuerung	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Erfolgs- und Kostenanalyse	VC	24	4
Finanzrechnung und Liquiditätsanalyse	VC	24	4
Summe ECTS-AP			8

Operatives Marketing 1	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Marketing-Mix	VC	16	3
Angebotspolitik, Produktentwicklung und Revenue Management	VC	16	2
Incoming, Sales und Beziehungsmarketing	VC	16	2
Summe ECTS-AP			7

Operatives Marketing 2	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Emotionsmarketing und Kundenbindung	VC	8	1
Marktforschung und Gästeverhalten	VC	16	2
Werbekonzept, Werbebriefing	VC	8	1
Social Media und Buchungsplattformen	VC	16	2
Public Relations	VC	8	1
Summe ECTS-AP			7

Leadership, Organisation und Personalmanagement	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Arbeits- und Sozialrechtliche Aspekte	VC	8	2
Arbeitsorganisation und Personalmanagement	VC	8	2
Leadership	VC	16	2
Personalmanagement/Personalmarketing	VC	8	1
Summe ECTS-AP			7

Operative Steuerung	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Operations Management	VC	8	2
Performance Management und Value Based Management	VC	8	2
Food- and Beverage-Management	VC	16	3
Summe ECTS-AP			7

Investitionsmanagement und Finanzierung	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Feasibility Study	VC	8	2
Betriebsanlagenmanagement	VC	8	2
Finanzierung und Förderung	VC	16	2
Investitionsabwicklung, Projektabwicklung und Überwachung	VC	8	1
Summe ECTS-AP			7

Special Topics	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Special Topics 1: Pflichtexkursion	KS	16	2
Special Topics 2: Betriebsnachfolge	SE	8	1
Summe ECTS-AP			3

Wissenschaftliches Arbeiten	LV-Typ	UE	ECTS-AP
Wissenschaftliches Arbeiten	KS	16	2
Seminar zur Masterarbeit	SE	16	2
Summe ECTS-AP			4

§ 5.4 Unterrichtssprache

Unterrichtssprache ist Deutsch. LehrveranstaltungsleiterInnen ist es jedoch auch freigestellt, Inhalte in englischer Sprache zu inkludieren. Den TeilnehmerInnen steht frei, Prüfungen und die Master Thesis in deutscher oder englischer Sprache zu verfassen.

§ 6 Master Thesis

Für den erfolgreichen Abschluss des Universitätslehrganges ist die Abfassung einer wissenschaftlichen Arbeit in Form einer Master Thesis erforderlich. Die Master Thesis dient dem Nachweis der Befähigung, wissenschaftliche Themen selbstständig inhaltlich und methodisch vertretbar zu bearbeiten. Die Abfassung der Master Thesis hat unter Berücksichtigung der guten wissenschaftlichen Praxis (*Code of Conduct*) zu erfolgen.

- a) Das Thema der Master Thesis ist aus einem der Fächer zu entnehmen. Der Arbeitstitel der Master Thesis sowie deren Inhaltsbeschreibung sind im Grobentwurf der Lehrgangslleitung vor Beginn der Arbeit zur Genehmigung vorzulegen.
- b) Die Master Thesis hat einen Umfang von 15 ECTS-Anrechnungspunkten.
- c) Die Lehrgangslleitung kann auf Antrag der Studierenden oder des Studierenden genehmigen, dass die Master Thesis in englischer Sprache abgefasst wird.

§ 7 Prüfungsordnung

§ 7.1 Lehrveranstaltungsprüfungen

Folgende Lehrveranstaltungsprüfungen sind vorgesehen:

Fach	Lehrveranstaltung	ECTS-AP
Einführung in das Tourismusmanagement	Einführung in das Tourismusmanagement	2
Grundlagen des Strategischen Managements	Strategisches Management	3
	Planungsprozess und -instrumente	3
Grundlagen des Human Resource Managements	Human Resource Management	3
	Führung und Motivation	2
Grundlagen der Organisation und Führung	Projektmanagement	3
	Organisation und Unternehmensdiagnose	3
Grundlagen der operativen Steuerung	Erfolgs- und Kostenanalyse	4
	Finanzrechnung und Liquiditätsanalyse	4
Operatives Marketing 1	Marketing-Mix	3
	Angebotspolitik, Produktentwicklung und Revenue Management	2
Operatives Marketing 2	Emotionsmarketing und Kundenbindung	1
	Marktforschung und Gästeverhalten	2
	Werbekonzept, Werbebriefing	1
Leadership, Organisation und Personalmanagement	Arbeits- und Sozialrechtliche Aspekte	2
	Leadership	2
Operative Steuerung	Operations Management	2
	Performance Management und Value Based Management	2
Investitionsmanagement und Finanzierung	Feasibility Study	2
	Betriebsanlagenmanagement	2
	Investitionsabwicklung, Projektabwicklung und Überwachung	1
Special Topics	Special Topics 1: Pflichtexkursion	2
	Special Topics 2: Betriebsnachfolge	1
Wissenschaftliches Arbeiten	Wissenschaftliches Arbeiten	2
	Seminar zur Masterarbeit	2

Bei prüfungsimmanenten Lehrveranstaltungen (VC, SE und KS) ist zu Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu geben, welche Leistungen (schriftliche und/oder mündliche Beiträge, schriftliche Arbeiten) für die positive Beurteilung erbracht werden müssen. Als geeignete Prüfungsformen gelten schriftliche Prüfungen, aber auch Seminararbeiten und reflexive Lernprotokolle u.ä.m, die von der wissenschaftlichen Leitung definiert und beurteilt werden.

In den Lehrveranstaltungen, in denen eine Lehrveranstaltungsprüfung durchgeführt wird, erfolgt die Beurteilung durch die Beurteilungsskala von „sehr gut“ (1) bis „nicht genügend“ (5) gem. § 72 Abs. 1 UG.

In jenen Lehrveranstaltungen, in denen keine Lehrveranstaltungsprüfung durchgeführt wird, lautet die positive Beurteilung "mit Erfolg teilgenommen", die negative Beurteilung "ohne Erfolg teilgenommen". Für eine positive Beurteilung sind bei diesen Lehrveranstaltungen folgende Kriterien zu erfüllen: a) eine Anwesenheit von 75 % und eine aktive Mitarbeit während des Unterrichts oder b) im Falle der Abwesenheit eine mit der wissenschaftlichen Leitung zu vereinbarende Ersatzleistung (z.B. schriftliche Arbeit), die im ECTS-Workload der Lehrveranstaltung entspricht.

Für die Durchführung und Wiederholung von Prüfungen gelten die Bestimmungen der Satzung Teil B.

§ 7.2 Kommissionelle Abschlussprüfung

Die kommissionelle Abschlussprüfung findet vor einem aus drei Personen bestehenden Prüfungskommission statt, deren Mitglieder von der Lehrgangsleitung benannt wird. Die Prüfung umfasst die Defensio die Master Thesis sowie das Fach, dem das Thema der Master Thesis zugeordnet ist. Voraussetzungen für die Anmeldung zur kommissionellen Abschlussprüfung sind der Nachweis der positiven Absolvierung der Prüfungen gem. § 7.1 sowie die positive Beurteilung der Master Thesis.

§ 7.3 Gesamtbeurteilung

Anlässlich des Abschlusses des Universitätslehrganges ist zusätzlich zu den Beurteilungen der einzelnen Fächer und der Master Thesis eine Gesamtbeurteilung zu vergeben. Die Gesamtbeurteilung hat „bestanden“ zu lauten, wenn jedes Fach und die Master Thesis positiv beurteilt wurden. Die Gesamtbeurteilung hat „mit Auszeichnung bestanden“ zu lauten, wenn für keine der erwähnten Studienleistungen eine schlechtere Beurteilung als „gut“ und in mindestens der Hälfte der Studienleistungen die Beurteilung „sehr gut“ vergeben wurde. Für die Ermittlung der Gesamtbeurteilung sind auch die Beurteilungen der einzelnen Fächer der bestandenen kommissionellen Abschlussprüfung zu berücksichtigen.

§ 8 Akademischer Grad

- (1) Die Teilnahme am Universitätslehrgang und die positive Absolvierung aller vorgeschriebenen Prüfungen, schriftlichen Arbeiten, der Master Thesis sowie der kommissionellen Abschlussprüfung werden durch ein Abschlusszeugnis beurkundet.
- (2) Den AbsolventInnen des Universitätslehrganges, die den Lehrgang mit positiver Gesamtbeurteilung abgeschlossen haben, wird der akademische Grad Master of Science, abgekürzt MSc, verliehen. Dieser Mastergrad ist gemäß § 88 Abs. 2 UG dem Namen nachzustellen.

§ 9 Evaluierung des Universitätslehrganges

Der Universitätslehrgang wird gemäß Satzung Teil B § 23 der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt evaluiert.

§ 10 Inkrafttreten des Curriculums

Das Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung im Mitteilungsblatt der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt erfolgt.