

MITTEILUNGSBLATT

der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck

www.uibk.ac.at/service/c101/mitteilungsblatt

Studienjahr 2020/2021

Ausgegeben am 03. Mai 2021

59. Stück

698. Curriculum für das Masterstudium Strategisches Management und Innovation an der Fakultät für Betriebswirtschaft der Universität Innsbruck

Beschluss der Curriculum-Kommission an der Fakultät für Betriebswirtschaft vom 10.03.2021,
genehmigt mit Beschluss des Senats vom 22.04.2021

Aufgrund des § 25 Abs. 1 Z 10 des Universitätsgesetzes 2002, BGBl. I Nr. 120, idgF, und des § 32
Satzungsteil „Studienrechtliche Bestimmungen“, wiederverlautbart im Mitteilungsblatt der Leopold-
Franzens-Universität Innsbruck vom 03. Feber 2006, 16. Stück, Nr. 90, idgF, wird verordnet:

Curriculum für das
Masterstudium Strategisches Management und Innovation
an der Fakultät für Betriebswirtschaft der Universität Innsbruck

Inhaltsverzeichnis

- § 1 Zuordnung des Studiums
- § 2 Qualifikationsprofil und Studienziele
- § 3 Zulassung
- § 4 Studienumfang und Studiengliederung
- § 5 Sprache
- § 6 Lehrveranstaltungsarten und Teilungsziffern
- § 7 Vergabe der Plätze in Lehrveranstaltungen mit beschränkter Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
- § 8 Pflicht- und Wahlmodule – Übersicht
- § 9 Pflicht- und Wahlmodule – Beschreibung
- § 10 Masterarbeit
- § 11 Prüfungsordnung
- § 12 Akademischer Grad
- § 13 Inkrafttreten
- § 14 Übergangsbestimmungen

§ 1 Zuordnung des Studiums

Das Masterstudium ist gemäß § 54 Universitätsgesetz 2002 der Gruppe der sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Studien zugeordnet.

§ 2 Qualifikationsprofil und Studienziele

- (1) Das Masterstudium Strategisches Management und Innovation dient der vertieften sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Berufsvorbildung und der Qualifizierung für berufliche Tätigkeiten, die die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden erfordern. Als wissenschaftliches Studium besteht sein Kern in der Vermittlung von Theorien und Methoden der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, insbesondere des strategischen Managements, der Innovation und des Entrepreneurships. Dabei finden auch die Erkenntnisse der Geschlechterforschung Berücksichtigung.
- (2) Das Masterstudium Strategisches Management und Innovation fördert in den Modulen über die fachlichen Kompetenzen hinaus auch außerfachliche Kompetenzen.
- (3) Das Ausbildungsziel des universitären Masterstudiums ist das Erlangen einer vertieften wissenschaftlichen und wissenschaftlich fundierten, theorie- und methodengestützten Analyse- und Problemlösungskompetenz der Absolventinnen und Absolventen in Wissenschaft und Praxis. Diese Kompetenz soll sie befähigen,
 - wissenschaftliche Probleme eigenständig zu bearbeiten, wissenschaftliches Wissen zu beurteilen und es in neuen, insbesondere forschungsrelevanten Kontexten anzuwenden sowie ein weiterführendes wissenschaftliches Doktorats- oder PhD-Studium aufzunehmen;
 - in ihren jeweiligen außeruniversitären beruflichen Einsatzfeldern einschlägige Problemstellungen wissenschaftlich fundiert und praxisorientiert zu bearbeiten. Über das Feld des strategischen Managements und der Innovation hinaus verfügen sie über Qualifikationen, die ihren Einsatz in unterschiedlichen beruflichen Feldern ermöglichen;
 - die ethischen und sozialen Konsequenzen und Voraussetzungen des Einsatzes ihres Wissens fundiert zu reflektieren.
- (4) Das Masterstudium Strategisches Management und Innovation bereitet
 - auf leitende, planende, analysierende und beratende Tätigkeiten in der Geschäftsführung von Unternehmen und Non-Profit-Organisationen, auf Tätigkeiten im Innovationsmanagement von Organisationen, auf strategie- und innovationsbezogene Tätigkeiten in Beratungsunternehmen und auf die Gründung und Entwicklung von Start-ups und/oder
 - auf Tätigkeiten in wissenschaftlichen Einrichtungen und Institutionen und insbesondere auf die Aufnahme eines weiterführenden wissenschaftlichen Doktorats- oder PhD-Studiums vor.

§ 3 Zulassung

- (1) Die Zulassung zum Masterstudium Strategisches Management und Innovation setzt den Abschluss eines fachlich infrage kommenden Bachelorstudiums oder eines fachlich infrage kommenden Fachhochschul-Bachelorstudienganges oder eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung voraus.
- (2) Jedenfalls als fachlich infrage kommendes Studium gilt das an der Universität Innsbruck absolvierte Bachelorstudium Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics. Über das Vorliegen eines anderen fachlich infrage kommenden Studiums bzw. über die Gleichwertigkeit eines Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung entscheidet das Rektorat gemäß den Bestimmungen des UG über die Zulassung zum Masterstudium.

- (3) Wenn die Gleichwertigkeit grundsätzlich gegeben ist und nur einzelne Ergänzungen auf die volle Gleichwertigkeit fehlen, ist das Rektorat berechtigt, die Feststellung der Gleichwertigkeit mit der Auflage von Prüfungen zu verbinden, die während des jeweiligen Masterstudiums abzulegen sind.
- (4) Es gelten zudem die folgenden qualitativen Zulassungsbedingungen gemäß § 63a Abs. 1 UG:
Fähigkeit, strategie-, organisations- und marketingbezogenes Wissen sowie fundierte Kenntnisse in Finanzwirtschaft und Rechnungswesen, die für strategisches Management und Innovation Voraussetzung sind, mit wirtschaftswissenschaftlichen qualitativen und quantitativen Methodenkenntnissen in Verbindung zu bringen; diese Kenntnisse gelten jedenfalls als erbracht, wenn Lehrveranstaltungen im Ausmaß von 15 ECTS-AP aus dem Bereich Internes und Externes Rechnungswesen, 7,5 ECTS-AP aus Mathematik und/oder Statistik und mindestens 12,5 ECTS-AP aus den Bereichen Marketing, Handel, Strategie und Unternehmensführung, Tourismus/Dienstleistungswirtschaft oder Verwaltungsmanagement/Public-Management positiv absolviert wurden.

§ 4 Studienumfang und Studiengliederung

- (1) Das Masterstudium Strategisches Management und Innovation umfasst 120 ECTS-AP; das entspricht einer Studiendauer von vier Semestern.
- (2) Das Studium ist in Module gegliedert.

§ 5 Sprache

Das Masterstudium Strategisches Management und Innovation wird in englischer Sprache angeboten.

§ 6 Lehrveranstaltungsarten und Teilungsziffern

Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter:

1. Übungen (UE) dienen zur praktischen Bearbeitung konkreter wissenschaftlicher Aufgaben eines Fachgebiets. Teilungsziffer: 30.
2. Seminare (SE) dienen zur vertiefenden wissenschaftlichen Auseinandersetzung im Rahmen der Präsentation und Diskussion von Beiträgen seitens der Teilnehmenden. Teilungsziffer: 30.
3. Vorlesungen verbunden mit Übungen (VU) dienen zur praktischen Bearbeitung konkreter Aufgaben eines Fachgebiets, die sich im Rahmen des Vorlesungsteils stellen. Teilungsziffer: 150.
4. Exkursionen (EX) tragen außerhalb der Universität und ihrer Einrichtungen zur Veranschaulichung und Vertiefung der Studieninhalte bei. Teilungsziffer: 30.
5. Projektstudien (PJ) dienen der wissenschaftlichen Zusammenarbeit im Rahmen zweier oder mehrerer Fachgebiete anhand fachübergreifender Fragen und der Anwendung unterschiedlicher Methoden und Techniken. Teilungsziffer: 30.

§ 7 Vergabe der Plätze in Lehrveranstaltungen mit beschränkter Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- (1) Bei Lehrveranstaltungen mit einer beschränkten Zahl von Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden die Plätze wie folgt vergeben:
 1. Studierende, denen aufgrund der Zurückstellung eine Verlängerung der Studienzeit erwachsen würde, sind bevorzugt zuzulassen.
 2. Reicht Kriterium Z 1 zur Regelung der Zulassung zu einer Lehrveranstaltung nicht aus, so sind an erster Stelle Studierende, für die diese Lehrveranstaltung Teil eines Pflichtmoduls ist, und an zweiter Stelle Studierende, für die diese Lehrveranstaltung Teil eines Wahlmoduls ist, bevorzugt zuzulassen.

3. Reichen die Kriterien Z 1 und Z 2 zur Regelung der Zulassung zu einer Lehrveranstaltung nicht aus, werden die vorhandenen Plätze verlost.
- (2) Abweichend von Abs. 1 werden bei den Wahlmodulen gemäß § 8 Abs. 2 Z 1 bis 10 die Plätze in den Lehrveranstaltungen mit einer beschränkten Zahl von Teilnehmerinnen und Teilnehmern nach den Präferenzen der Studierenden vergeben. Reicht dieses Kriterium nicht aus, werden die vorhandenen Plätze verlost.
- (3) Bei Lehrveranstaltungen gemäß § 8 Abs. 2 Z 11 bis 19, die aus anderen Masterstudien übernommen werden, gelten die Regelungen des jeweiligen Curriculums.

§ 8 Pflicht- und Wahlmodule – Übersicht

- (1) Es sind die folgenden Pflichtmodule im Umfang von insgesamt 60 ECTS-AP zu absolvieren:

	Pflichtmodule	SSt	ECTS-AP
1.	Strategie und digitale Geschäftsmodelle	4	10
2.	Geschäfts- und Datenanalytik	4	10
3.	Innovationsmanagement	4	10
4.	Entrepreneurship	4	10
5.	Strategieimplementierung	2	5
6.	Forschungsmethoden in Strategie und Innovation	4	10
7.	Konzeption der Masterarbeit	0	2,5
8.	Begleitung der Masterarbeit	1	2,5

- (2) Aus dem folgenden Katalog sind Wahlmodule im Ausmaß von 35 ECTS-AP zu absolvieren:

	Wahlmodule	SSt	ECTS-AP
1.	Innovationsökosysteme	2	5
2.	Digitale Innovation und Transformation	2	5
3.	Führung in Organisationen	2	5
4.	Internationales Management	2	5
5.	Aktuelle Themen in Strategie und Innovation	2	5
6.	Innovationsdiffusion	2	5
7.	Innovationslabor	2	5
8.	Softwaregestützte Unternehmensführung	2	5
9.	Finanzierung von Unternehmensgründungen	2	5
10.	Strategie und Nachhaltigkeit	2	5
11.	Design effektiver Marktinformationssysteme	2	5
12.	Ethik im Marketing	2	5
13.	Internationales Marketing	2	5
14.	Social Listening und Markt-Ethnographie	2	5
15.	E-Commerce	2	5
16.	Aktuelle Themen der Markenführung	2	5
17.	Gender, Arbeit und Organisation	4	10
18.	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik	-	10
19.	Interdisziplinäre Kompetenzen	-	10

§ 9 Pflicht- und Wahlmodule - Beschreibung

(1) Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1:

1.	Pflichtmodul: Strategie und Digitale Geschäftsmodelle	SSSt	ECTS-AP
a.	VU Strategie und Digitale Geschäftsmodelle Diskussion der theoretischen Grundlagen zur Entwicklung und Implementierung von Strategie auf Unternehmensebene und auf Ebene von Geschäftseinheiten, Verständnis der Grundlagen von disruptiver Innovation und dem Design digitaler Geschäftsmodelle	2	5
b.	SE Strategie und Digitale Geschäftsmodelle Anwendung von Modellen und Methoden zur Reaktion auf disruptive Veränderungen und zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle	2	5
	Summe	4	10
	Lernziel des Moduls: Studierende lernen Unternehmen und Industrien strategisch zu analysieren, Strategien auf Unternehmensebene und auf Ebene von Geschäftseinheiten zu entwickeln, welche auf digitale Veränderungen reagieren und Bezug nehmen und darauf aufbauend neue digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: keine		

2.	Pflichtmodul: Geschäfts- und Datenanalytik	SSSt	ECTS-AP
a.	VU Geschäfts- und Datenanalytik Einführung in die theoretischen Grundlagen der Geschäfts- und Datenanalytik aus Perspektive von strategischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern in Unternehmen	2	5
b.	SE Geschäfts- und Datenanalytik Anwendung und Diskussion von Methoden zur Analyse, Interpretation und Kommunikation von Geschäftsdaten zum Erkennen von Trends und zur Entwicklung und Testung von Hypothesen, Unterstützung in Entscheidungsprozessen des Managements	2	5
	Summe	4	10
	Lernziel des Moduls: Studierende erwerben Einblick in analytische Methoden und trainieren analytische Fähigkeiten in der systematischen Sammlung, Aufbereitung, Analyse und Interpretation von Daten zur Verbesserung von strategischen Entscheidungen.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: keine		

3.	Pflichtmodul: Innovationsmanagement	SSt	ECTS-AP
a.	VU Innovationsmanagement Einblicke in das Innovationsmanagement von der Innovationsstrategie, der innovativen Organisation, dem Innovationsprozess über Innovationskultur und Innovationswerkzeuge bis hin zu Innovationsprojekten	2	5
b.	SE Innovationsmanagement Teilnahme und Durchführung unterschiedlichster Innovationsformate, die vertiefte Auseinandersetzung mit und konkrete Anwendung von aktuellen Innovationswerkzeuge im Team ermöglicht	2	5
	Summe	4	10
	Lernziel des Moduls: Studierende bauen das Wissen, die Fähigkeiten und die Denkweise zukünftiger Innovationsmanagerinnen und Innovationsmanager auf. Sie diskutieren und verstehen die Rolle von Innovation als Quelle von Wettbewerbsvorteilen im Allgemeinen und bekommen einen Überblick über Innovationsprozesse, -management und -strategie.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: keine		

4.	Pflichtmodul: Entrepreneurship	SSt	ECTS-AP
a.	VU Entrepreneurship Vermittlung der theoretischen Grundlagen unternehmerischen Denkens und Handelns in unterschiedlichen organisationalen Kontexten, Vermittlung des zur Gründung und Entwicklung von Start-ups notwendigen Grundwissens	2	5
b.	SE Entrepreneurship Entwicklung und Aufbau eines eigenen Start-up-Beispiels: Im Rahmen des Seminars durchlaufen Studierende einen typischen Gründungsprozess, angefangen von der identifizierten Geschäftsidee bis hin zum Verkauf des Unternehmens. Dabei wird das in der VU gewonnene Wissen für das eigens gewählte Gründungsbeispiels angewandt. Es findet eine vertiefende Auseinandersetzung mit Methoden und Konzepten zur Gestaltung unternehmerischer Vorhaben und Realisierung von Businessplänen statt.	2	5
	Summe	4	10
	Lernziel des Moduls: Studierende erwerben das grundlegende Wissen zur Gründung eines eigenen Unternehmens. Sie sammeln praktische Erfahrungen, indem sie ihre eigenen Gründungsideen im Rahmen des Seminars weiterentwickeln inklusive Businessplan, Prototyp und Pitch-Präsentation.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: keine		

5.	Pflichtmodul: Strategieimplementierung	SSSt	ECTS-AP
a.	VU Strategieimplementierung Vertiefte Auseinandersetzung mit Methoden, Konzepten und Ansätzen zu Förderung, Umsetzung, Management und Verfolgung von Strategien und Wandel in Organisationen, Diskussion der theoretischen Grundlagen von Strategieimplementierung und Wandel in Organisationen	1	3
b.	SE Strategieimplementierung Analyse der Veränderungen von industriellen und organisationalen Aktivitäten, Prozessen, und Kompetenzen zu Nutzung von Möglichkeiten im digitalen Zeitalter	1	2
	Summe	2	5
	Lernziel des Moduls: Studierende erwerben das Wissen und die Fähigkeiten auf Wandel innerhalb von Organisationen zu reagieren und diese entsprechend zu managen. Sie setzen sich mit der Rolle von Strategie in der Reaktion auf technologischen Fortschritt auseinander und erwerben Wissen, wie Initiativen zur organisationalen Veränderung umgesetzt und realisiert werden können.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung des Pflichtmoduls gemäß § 8 Abs. 1 Z 1		

6.	Pflichtmodul: Forschungsmethoden in Strategie und Innovation	SSSt	ECTS-AP
a.	VU Forschungsmethoden in Strategie und Innovation Diskussion von Forschungsansätzen und -methoden im Bereich Strategie und Innovation	2	5
b.	SE Forschungsmethoden in Strategie und Innovation Vertiefte Auseinandersetzung und Anwendung von Forschungsansätzen und -methoden im Bereich Strategie und Innovation	2	5
	Summe	4	10
	Lernziel des Moduls: Studierenden erwerben die Fähigkeit, sich kritisch mit Forschungsansätzen und -methoden im strategischen Management und Innovationsmanagement auseinanderzusetzen und diese anzuwenden.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung von zwei der drei Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3		

7.	Pflichtmodul: Konzeption der Masterarbeit	SSSt	ECTS-AP
	Vereinbarung des Themas, des Umfangs und der Form der Masterarbeit auf Basis einer inhaltlichen Kurzbeschreibung (Exposé) sowie Vereinbarung der Arbeitsabläufe und des Studienfortgangs; Planung eines entsprechenden Zeitrahmens für die Durchführung der Masterarbeit	-	2,5
	Summe	-	2,5
	Lernziel des Moduls: Studierende sind in der Lage, eine inhaltliche Kurzbeschreibung der geplanten Masterarbeit (Exposé) zu verfassen, einen zeitlichen Ablauf zu skizzieren, eine schriftliche		

	Masterarbeitsvereinbarung abzuschließen und die Masterarbeit bei der Universitätsstudienleiterin bzw. dem Universitätsstudienleiter anzumelden.
	Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 6 sowie von Wahlmodulen gemäß § 8 Abs. 2 im Ausmaß von 25 ECTS-AP

8.	Pflichtmodul: Begleitung der Masterarbeit	SSt	ECTS-AP
	SE Begleitung der Masterarbeit Das Seminar dient der Unterstützung der laufenden Masterarbeiten. Die Arbeit wird präsentiert, Teilaspekte werden in vertiefender Weise diskutiert und theoretische wie forschungsmethodische Aspekte vertieft.	1	2,5
	Summe	1	2,5
	Lernziel des Moduls: Studierende sind im Stande, eine wissenschaftliche Studie zu konzipieren, durchzuführen und die Forschungsergebnisse in unterschiedlichen Kontexten zu präsentieren.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 6 sowie von Wahlmodulen gemäß § 8 Abs. 2 im Ausmaß von 25 ECTS-AP		

(2) Wahlmodule gemäß § 8 Abs. 2 Z 1 bis 10:

1.	Wahlmodul: Innovationsökosysteme	SSt	ECTS-AP
a.	EX Innovationsökosysteme Exkursion in ein weltweit führendes Innovationsökosystem zum tieferen Verständnis der Erfolgsfaktoren und Charakteristika eines erfolgreichen Innovationsökosystems	1	3
b.	UE Innovationsökosysteme Diskussion und vertiefte Auseinandersetzung mit Innovationsökosystemen im Rahmen der Exkursion	1	2
	Summe	2	5
	Lernziel des Moduls: Studierende erwerben ein Verständnis von Innovationstreiberinnen und Innovationstreibern, neuen Technologien und erfolgreichen Start-up-Initiativen. Sie lernen, wie Unternehmen erfolgreich mit Start-ups zusammenarbeiten und von Innovationsökosystemen profitieren.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3		

2.	Wahlmodul: Digitale Innovation und Transformation	SSt	ECTS-AP
a.	VU Digitale Innovation und Transformation Einblicke in Methoden, Konzepte und Ansätze zur Reaktion auf die digitale Revolution, welche Industrien, Organisationen und Innovationsprozesse transformiert	1	3
b.	SE Digitale Innovation und Transformation Vertiefte Auseinandersetzung und Diskussion der Veränderungen von industriellen und organisationalen Innovationsaktivitäten, -prozesse und -kompetenzen zur Nutzung von Möglichkeiten im digitalen Zeitalter	1	2
	Summe	2	5

	<p>Lernziel des Moduls: Studierende erwerben die Fähigkeiten, auf digitale Transformationen zu reagieren und diese entsprechend zu managen. Sie erlangen Wissen im Zusammenhang mit Geschwindigkeit des technologischen Fortschrittes, neuen Technologien und deren Implikationen für Innovationen und lernen, wie Initiativen zur digitalen Innovation und Transformation realisiert werden können.</p>
	<p>Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3</p>

3.	Wahlmodul: Führung in Organisationen	SSt	ECTS-AP
a.	<p>VU Führung in Organisationen Einführung in die zentralen Konzepte von Theorien zur Führung in Organisationen, Diskussion der Rolle von Führungsstilen im Kontext organisationaler Strukturen, Einführung in Konzepte mit Relevanz für die Einflussnahme in Gruppen und Organisationen</p>	1	3
b.	<p>SE Führung in Organisationen Vertiefung des Verständnisses, Anwendung und Diskussion von Konzepten, Übungen und Fallstudien zur Rolle der Führungskraft im Kontext von Organisationsstrukturen und Konzepten der Einflussnahme in Gruppen und Organisationen</p>	1	2
	Summe	2	5
	<p>Lernziel des Moduls: Studierende erwerben Kompetenzen und Wissen zu strukturellen Aspekten von Organisationen. Sie reflektieren kritisch die Rolle der Führungskraft in Organisationen, Einheiten und Teams. Sie erwerben die Fähigkeit, Möglichkeiten und Limitationen von Lenkungsmechanismen durch Führungskräfte zu analysieren.</p>		
	<p>Anmeldungsvoraussetzung/en: keine</p>		

4.	Wahlmodul: Internationales Management	SSt	ECTS-AP
a.	<p>VU Internationales Management Diskussion der theoretischen Grundlagen des Internationalen Managements und Fallstudien zum Management internationaler Unternehmen</p>	1	3
b.	<p>SE Internationales Management Vertiefte Bearbeitung ausgewählter Problemstellungen des Internationalen Managements</p>	1	2
	Summe	2	5
	<p>Lernziel des Moduls: Studierenden erwerben die Fähigkeit, Probleme des Managements international tätiger Organisationen zu reflektieren und Lösungsvorschläge für sie zu erarbeiten.</p>		
	<p>Anmeldungsvoraussetzung/en: keine</p>		

5.	Wahlmodul: Aktuelle Themen in Strategie und Innovation	SSSt	ECTS-AP
a.	VU Aktuelle Themen in Strategie und Innovation Diskussion aktueller Themen, Konzepte, Techniken und Methoden in Strategie und Innovation	1	3
b.	SE Aktuelle Themen in Strategie und Innovation Vertiefte Auseinandersetzung mit und Anwendung von aktuellen Themen, Konzepten, Techniken und Methoden in Strategie und Innovation	1	2
	Summe	2	5
Lernziel des Moduls: Studierende lernen neue Konzepte, Techniken und Methoden in Strategie und Innovation kennen und erwerben die Fähigkeit, sich kritisch mit ihnen auseinanderzusetzen und sie anzuwenden.			
Anmeldungsvoraussetzung/en: keine			

6.	Wahlmodul: Innovationsdiffusion	SSSt	ECTS-AP
a.	VU Innovationsdiffusion Einblicke in die Diffusion (Verbreitung) von Innovationen entlang des Produktlebenszyklus	1	3
b.	SE Innovationsdiffusion Vertiefte Auseinandersetzung mit Konzepten und Modellen der Diffusion und mit Prozessen der Adoption von Innovationen, Diskussion der Eignung von Strategien und Modelle für bestimmte Gruppen von Kundinnen und Kunden	1	2
	Summe	2	5
Lernziel des Moduls: Studierende lernen Theorien und Prozesse zur Einführung und Verbreitung von Innovationen in sozialen Systemen.			
Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3			

7.	Wahlmodul: Innovationslabor	SSSt	ECTS-AP
a.	SE Innovationslabor Vermittlung neuester Innovationsansätze, die zum Innovieren nachhaltiger Lösungen in Innovationsökosystemen notwendig sind	1	3
b.	PJ Innovationslabor Mitwirkung an Innovationsprojekten und Lösung bestimmter Teilaufgaben in Innovationsökosystemen	1	2
	Summe	2	5
Lernziel des Moduls: Studierende lernen die praxisnahe Anwendung von gewonnenem Wissen zu Innovationsökosystemen und zur Entwicklung von ganzheitlichen Innovationslösungen in interdisziplinären Teams.			

	Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3
--	--

8.	Wahlmodul: Softwaregestützte Unternehmensführung	SSt	ECTS-AP
a.	VU Softwaregestützte Unternehmensführung Einführung in die Konzepte und Methoden zur softwaregestützten Unternehmensführung	1	3
b.	UE Softwaregestützte Unternehmensführung Anwendung und vertiefte Diskussion von softwaregestützten Unternehmensprozessen auf Basis unterschiedlicher Softwarelösungen, wie z. B. Enterprise Resource Planning Systems (ERPS) und Business Intelligence Systems (BIS)	1	2
	Summe	2	5
	Lernziel des Moduls: Studierende erwerben die Fähigkeit, mit verschiedener Software zur softwaregestützten Unternehmensführung zu arbeiten.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: keine		

9.	Wahlmodul: Finanzierung von Unternehmensgründungen	SSt	ECTS-AP
a.	VU Finanzierung von Unternehmensgründungen Grundlagen zur Bewertung von Unternehmen, Möglichkeiten der Finanzierung von Unternehmensgründungen für die unterschiedlichsten Finanzierungsrunden	1	3
b.	SE Finanzierung von Unternehmensgründungen Analyse von bestehenden GuVs und Bilanzen, Erstellung von Investitionsplänen basierend auf Umsatz, Kosten, Gewinn, Cashflow, Liquiditäts- und Risikoprognosen und Auswirkungen der Finanzierungsmöglichkeiten auf die Bilanz	1	2
	Summe	2	5
	Lernziel des Moduls: Studierende erwerben die Fähigkeiten, Finanzierungsmöglichkeiten zur Unternehmensgründung und deren Auswirkungen zu analysieren, Investitionspläne zu erstellen und Start-ups zu bewerten.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3		

10.	Wahlmodul: Strategie und Nachhaltigkeit	SSt	ECTS-AP
a.	VU Strategie und Nachhaltigkeit Diskussion von wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Herausforderungen für die strategische Ausrichtung von Unternehmen sowie theoretischer Konzepte zu Nachhaltigkeit und Management natürlicher Ressourcen	1	3
b.	SE Nachhaltigkeit von Unternehmen Anwendung ökonomischer Analyse zum effizienten und nachhaltigen Management von ökologischen Ressourcen sowie Einblicke in	1	2

	institutionellen Wandel und Entwicklung nachhaltiger Strategien, Geschäftsmodelle, Produkte und Gesetzgebung		
	Summe	2	5
	Lernziel des Moduls: Studierende erwerben die Fähigkeit, aktuelle gesellschaftliche Probleme, entstanden durch Mangel an Ressourcen, und deren Konsequenzen aus einer strategischen Perspektive zu reflektieren und alternative Modelle für aktuelle Strategie-, Management- und Innovationslogiken zu entwickeln.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: keine		

(3) Wahlmodule gemäß § 8 Abs. 2 Z 11 bis 17:

1. Es können folgende Wahlmodule aus dem Masterstudium Marketing und Branding, Mitteilungsblatt der Leopold-Franzens-Universität vom 03. Mai 2021, 58. Stück, Nr. 697, in der jeweils geltenden Fassung, gewählt werden:

- a) Design effektiver Marktinformationssysteme
- b) Ethik im Marketing
- c) Internationales Marketing
- d) Social Listening und Markt-Ethnographie
- e) E-Commerce
- f) Aktuelle Themen der Markenführung

Anmeldevoraussetzungen für die Lehrveranstaltungen der Module: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3

2. Es kann folgendes Wahlmodul aus dem Masterstudium Organization Studies, Mitteilungsblatt der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck vom 19. April 2007, 24. Stück, Nr. 187, in der jeweils geltenden Fassung, gewählt werden:

Gender, Arbeit und Organisation

Anmeldevoraussetzungen für die Lehrveranstaltungen des Moduls: positive Beurteilung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 3

(4) Wahlmodule gemäß § 8 Abs. 2 Z 18 bis 19:

1.	Wahlmodul: Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik	SSSt	ECTS-AP
	Es kann ein Modul im Ausmaß von 10 ECTS-AP aus den Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik der Universität Innsbruck absolviert werden.		10
	Summe		10
	Lernziel des Moduls: Studierende gewinnen über das im jeweiligen Modul definierte Lernziel Einblicke in ein anderes Fachgebiet.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: Die in den jeweiligen Curricula festgelegten Anmeldungsvoraussetzungen sind zu erfüllen.		

2.	Wahlmodul: Interdisziplinäre Kompetenzen	SSt	ECTS-AP
	Es können Lehrveranstaltungen im Ausmaß von 10 ECTS-AP nach Maßgabe freier Plätze aus den Curricula der an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck eingerichteten Masterstudien oder aus den für Masterstudien vorgesehenen Wahlpaketen frei gewählt werden.		10
	Summe		10
	Lernziel des Moduls: Dieses Modul dient der Erweiterung des Studiums und dem Erwerb von Zusatzqualifikationen.		
	Anmeldungsvoraussetzung/en: Die in den jeweiligen Curricula festgelegten Anmeldungsvoraussetzungen sind zu erfüllen.		

§ 10 Masterarbeit

- (1) Das Thema der Masterarbeit muss in einem unmittelbaren Bezug zu einem oder mehreren der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs. 1 Z 1 bis 6 oder der Wahlmodule gemäß § 8 Abs. 2 Z 1 bis 10 stehen.
- (2) Die Masterarbeit stellt eine wissenschaftliche Arbeit dar.
- (3) Studierende haben durch die Anfertigung der Masterarbeit den Nachweis zu erbringen, dass sie selbstständig in der Lage sind, theoretische und methodische Instrumente des Fachs in begrenzter Zeit auf eine eingegrenzte Fragestellung anzuwenden und zu reflektieren.
- (4) Studierende haben das Recht, das Thema der Masterarbeit vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (5) Die Masterarbeit umfasst einen Arbeitsaufwand von 25 ECTS-AP.
- (6) Die schriftliche Bekanntgabe des Themas und der Betreuerin bzw. des Betreuers der Masterarbeit setzt die positive Absolvierung der Pflichtmodule gemäß § 8 Abs.1 Z 1 bis 6 und von Wahlmodulen gemäß § 8 Abs. 2 im Umfang von 25 ECTS-AP voraus.
- (7) Die abgeschlossene Masterarbeit ist bei der Universitätsstudienleiterin oder dem Universitätsstudienleiter in schriftlicher Ausfertigung und in der von ihr oder ihm festgelegten elektronischen Form einzureichen.
- (8) Die gemeinsame Bearbeitung eines Themas durch mehrere Studierende ist zulässig, wenn die Leistungen der einzelnen Studierenden gesondert gekennzeichnet und zuzuordnen sind.
- (9) Wenn die Betreuerin bzw. der Betreuer zustimmt, kann die Masterarbeit auch in einer anderen Sprache verfasst werden.

§ 11 Prüfungsordnung

- (1) Die Leistungsbeurteilung eines Moduls erfolgt durch die Beurteilung der Lehrveranstaltungen, aus denen sich das Modul zusammensetzt (Lehrveranstaltungsprüfungen).
- (2) Bei Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter legt die Lehrveranstaltungsleiterin bzw. der Lehrveranstaltungsleiter vor Beginn der Lehrveranstaltung die Prüfungsmethode (schriftlich/mündlich/Prüfungsarbeit/en) fest.
- (3) Die Leistungsbeurteilung des Pflichtmoduls gem. § 8 Abs. 1 Z 7 erfolgt durch die Betreuerin bzw. durch den Betreuer auf Basis des Exposés. Die positive Beurteilung hat „mit Erfolg teilgenommen“, die negative Beurteilung hat „ohne Erfolg teilgenommen“ zu lauten.
- (4) Für die Module gemäß § 8 Abs. 2 Z 11 bis 19, die aus anderen Masterstudien gewählt werden, gilt die Prüfungsordnung des Curriculums, aus dem sie jeweils übernommen sind.

§ 12 Akademischer Grad

An Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiums Strategisches Management und Innovation wird der akademische Grad „Master of Science“, abgekürzt „MSc“ verliehen.

§ 13 Inkrafttreten

Dieses Curriculum tritt mit 1. Oktober 2021 in Kraft.

§ 14 Übergangsbestimmungen

- (1) Ordentliche Studierende, die das Masterstudium Strategisches Management an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck vor dem 1. Oktober 2021 begonnen haben, sind ab diesem Zeitpunkt berechtigt, dieses Studium innerhalb von längstens fünf Semestern abzuschließen. Im Übrigen sind diese Studierenden berechtigt, sich jederzeit freiwillig dem Curriculum für das Masterstudium Strategisches Management und Innovation zu unterstellen.
- (2) Eine Anerkennung von Prüfungen gemäß § 78 Abs. 1 Universitätsgesetz 2002 ist im Anhang zu diesem Curriculum festgelegt.

Für die Curriculum-Kommission:

Ass.-Prof. Dr. Heike Welte

Für den Senat:

Univ.-Prof. Mag. Dr. Walter Obwexer

Anhang: Anerkennungsverordnung gemäß § 78 Abs. 1 UG 2002

Die nachstehenden im Rahmen des Masterstudiums Strategisches Management positiv beurteilten Prüfungen (Curriculum in der Fassung des Mitteilungsblattes der Universität Innsbruck vom 13. Februar 2019, 15. Stück, Nr. 266) werden gemäß § 78 Abs. 1 Universitätsgesetz 2002 für das Masterstudium Strategisches Management und Innovation an der Universität Innsbruck (Curriculum in der Fassung des Mitteilungsblattes der Universität Innsbruck vom 03. Mai 2021, 59. Stück, Nr. 698) wie folgt anerkannt:

Im Rahmen des Masterstudiums Strategisches Management positiv beurteilte Modulprüfungen			Für das Masterstudium Strategisches Management und Innovation anerkannt als Modulprüfung		
Modul	SSt	ECTS- AP	Modul	SSt	ECTS- AP
Strategisches Marketing & Strategische Markenführung	4	10	Strategisches Marketing und Strategische Markenführung	4	10
Marktforschung	4	10	Marktforschung	4	10
Begleitung der Masterarbeit	1	5	Begleitung der Masterarbeit	1	2,5
Interkulturelle Markenführung und -pflege	4	10	Interkulturelle Markenführung	4	10
Neue Forschungsansätze im strategischen Management	4	10	Wissenschaftliches Forschen	4	10
Neue Forschungsansätze im Branding	4	10	Wissenschaftliches Forschen	4	10
Neue Forschungsansätze im Dienstleistungsmanagement	4	10	Wissenschaftliches Forschen	4	10
Neue Forschungsansätze im Marketing	4	10	Wissenschaftliches Forschen	4	10
Aktuelle Themen in Strategie & Marketing	4	10	Aktuelle Themen im Marketing	2	5
Management Accounting	4	10	Modul aus den an der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik angebotenen Masterstudien: Management Accounting	-	10
Interdisziplinäre Perspektiven auf Accounting	4	10	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Interdisziplinäre Perspektiven auf Accounting	-	10
Unternehmensbewertung	2	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Unternehmensbewertung	-	5
Informationsökonomik	2	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für	-	5

			Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Informationsökonomik		
Angewandtes Risikomanagement	2	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Angewandtes Risikomanagement	-	5
Aktuelle Themen in Banking and Finance	2	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Aktuelle Themen in Banking and Finance	-	5
Finanzmarktregulierung	2	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Finanzmarktregulierung	-	5
Angewandte verhaltenswissenschaftliche Finanzmarktforschung	2	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Angewandte verhaltenswissenschaftliche Finanzmarktforschung	-	5
Aktuelle Themen der Wirtschaftsinformatik, insbesondere Digitale Gesellschaft	4	10	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Aktuelle Themen der Wirtschaftsinformatik, insbesondere Digitale Gesellschaft	-	10
Ethik in Organisationen	4	10	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Ethik in Organisationen	-	10
Gender, Arbeit und Organisation	4	10	Gender, Arbeit und Organisation	-	10
Kunst-, Kultur- und ExpertInnenorganisationen	4	10	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Kunst-, Kultur- und ExpertInnenorganisationen	-	10

Management von Beschäftigungsverhältnissen: Aktuelle Themen	4	10	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Management von Beschäftigungsverhältnissen: Aktuelle Themen	-	10
Unternehmenskommunikation und Governance	4	10	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Unternehmenskommunikation und Governance	-	10
Aktuelle Themen in Theorien und Praxis von Organisationen	4	10	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Aktuelle Themen in Theorien und Praxis von Organisationen	-	10
Human-Relation-Management (I): Interkulturelle Personalentwicklung	3	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Human-Relation-Management (I): Interkulturelle Personalentwicklung	-	5
Human-Relation-Management (II): Beschäftigungsorientierte Beratung	3	5	Modul aus anderen Masterstudien der Fakultät für Betriebswirtschaft oder der Fakultät für Volkswirtschaft und Statistik: Human-Relation-Management (II): Beschäftigungsorientierte Beratung	-	5

Im Rahmen des Masterstudiums Strategisches Management positiv beurteilte Lehrveranstaltungen			Für das Masterstudium Marketing und Branding anerkannt als positiv beurteilte Lehrveranstaltung		
Lehrveranstaltung	SSt	ECTS-AP	Lehrveranstaltung	SSt	ECTS-AP
VU Strategisches Marketing & Strategische Markenführung	2	5	VU Strategisches Marketing und Strategische Markenführung	2	5
SE Strategisches Marketing & Strategische Markenführung	2	5	SE Strategisches Marketing und Strategische Markenführung	2	5
VU Marktforschung	2	5	VU Marktforschung	2	5
SE Marktforschung	2	5	SE Marktforschung	2	5

AG Begleitung der Masterarbeit	1	5	SE Begleitung der Masterarbeit	1	2,5
VU Interkulturelle Markenführung und -pflege	2	5	VU Interkulturelle Markenführung	2	5
SE Interkulturelle Markenführung und -pflege	2	5	SE Interkulturelle Markenführung	2	5
VU Neue Forschungsansätze im strategischen Management	2	5	VU Wissenschaftliches Forschen	2	5
SE Neue Forschungsansätze im strategischen Management	2	5	SE Wissenschaftliches Forschen	2	5
VU Neue Forschungsansätze im Branding	2	5	VU Wissenschaftliches Forschen	2	5
SE Neue Forschungsansätze im Branding	2	5	SE Wissenschaftliches Forschen	2	5
VU Neue Forschungsansätze im Dienstleistungsmanagement	2	5	VU Wissenschaftliches Forschen	2	5
SE Neue Forschungsansätze im Dienstleistungsmanagement	2	5	SE Wissenschaftliches Forschen	2	5
VU Neue Forschungsansätze im Marketing	2	5	VU Wissenschaftliches Forschen	2	5
SE Neue Forschungsansätze im Marketing	2	5	SE Wissenschaftliches Forschen	2	5
VU Aktuelle Themen in Strategie & Marketing	2	5	VU Aktuelle Themen in Marketing	2	5
SE Aktuelle Themen in Strategie & Marketing	2	5	SE Aktuelle Themen in Marketing	2	5