

Curriculum und Modulhandbuch

Master of Business Administration (MBA) in Technologie & Innovation (T&I)

2016

Das Curriculum wurde von den nachfolgenden Mitarbeitern der Universität Liechtenstein entwickelt:

Prof. Dr. Christian Marxt: Inhaber des Lehrstuhls für Technologie und Entrepreneurship am Institut für Entrepreneurship

Dipl. Ing. (FH), Andreas Müller, MBA: Institutskoordinator und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Entrepreneurship

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeine Beschreibung	1
1.1. Der Studiengang im Kontext der Region und der Universität Liechtenstein	1
1.2. Studienziele und Studieninhalte	1
1.3. Lernziele des Programmes	2
1.3.1. Fachliche Kompetenzen	2
1.3.2. Methodische Kompetenzen	2
1.3.3. Soziale Kompetenzen	3
1.3.4. Persönliche Entwicklung und Karriereziele	3
1.4. Programmstruktur.....	3
1.4.1. Betriebswirtschaftliche Basics	3
1.4.2. Vertiefung Innovations- und Technologiemanagement - Technologie & Innovation	6
1.4.3. Vertiefung Innovations- und Technologiemanagement - Marketing	7
1.4.4. Vertiefung Innovations- und Technologiemanagement - Management-Kompetenzen	8
1.4.5. Masterthesis	8
1.5. Formale Rahmbedingungen	9
1.5.1. Dauer und Aufwand	9
1.5.2. Abschlüsse	9
1.5.3. Zulassungsbestimmungen	9
2. Programmkonzept	10
2.1. Inhaltliches Programmkonzept	10
2.2. Organisatorisches Programmkonzept	10
2.3. Module	10
3. Modulstruktur	12
4. Modulhandbuch	13

1. Allgemeine Beschreibung

1.1. Der Studiengang im Kontext der Region und der Universität Liechtenstein

Obwohl das Fürstentum Liechtenstein zu einem der weltweit kleinsten Staaten zählt, und nur über sehr limitierte Bodenschätze verfügt, hat es sich zu einer prosperierenden und hoch industrialisierten Volkswirtschaft entwickelt.

Liechtensteins Wirtschaft ist bezogen auf die Unternehmensgrösse stark diversifiziert, da sie sich sowohl aus Konzernen als auch aus einer Vielzahl an KMU und Startups zusammensetzt. Sie weist außerdem eine starke Fokussierung auf Finanzdienstleistungen sowie auf die hoch technologisierte Industrie auf. Ein Grossteil der Unternehmen des Landes sind in den Bereichen Bank- und Finanzwesen, im Tourismus, im Dienstleistungssektor oder in Industriezweigen wie Elektronik, Metallverarbeitung, Dental, Pharmazeutik, Keramik, Lebensmittel respektive Präzisions- und optische Instrumente angesiedelt.

Über das Jahr 2013 hinweg wurden Waren im Wert von rund 3.4 Milliarden CHF ins Ausland exportiert, was ca. 64% von Liechtensteins Bruttoinlandsprodukt entspricht. Die Importe des Fürstentums beliefen sich im identischen Vergleichszeitraum auf rund 1.9 Milliarden CHF, folglich ca. 36% des BIP, und beinhalten unter anderem Agrarprodukte, Rohmaterialien, Energie, Maschinen, Metalle, Textilien, Lebensmittel und Kraftfahrzeuge. Bezogen auf die Erwerbsbevölkerung Liechtensteins, waren in diesem Zeitraum etwa 40% im industriellen und etwa 60% im tertiären Sektor tätig.

Die genannten volkswirtschaftlichen Kennzahlen des Landes zeigen auf, wie stark die Wirtschaft des Fürstentums von internationalen Märkten und Mitarbeitenden mit ausgeprägten Kompetenzen in den Bereichen Technologiemanagement abhängig ist. Der „MBA in Technologie & Innovation“ des Instituts für Entrepreneurship an der Universität Liechtenstein hat zum Ziel eine postgraduale Ausbildung anzubieten, welche neben generalistischem Management-Wissen zudem vertiefende Inhalte aus den Bereichen Technologie und Innovation vermittelt.

Die besondere geographische Lage des Fürstentums, inmitten des drei-Länder-Ecks der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz), bietet darüber hinaus die ausserordentliche Möglichkeit trotz internationalen Umfelds in deutscher Sprache zu studieren. Dementsprechend liegt dem Programm das Bestreben zugrunde die „deutschsprachige Internationalität“ analog auch bei Auswahl von Dozierenden und Studierenden sowie bei den Unterrichtsinhalten widerzuspiegeln.

1.2. Studienziele und Studieninhalte

Das Programm „MBA in Technologie & Innovation“ verfolgt die Zielsetzung Unternehmensgründer sowie Arbeitnehmer des unteren und mittleren Managements, insbesondere mit naturwissenschaftlichem oder technischem Hintergrund (MINT), betriebswirtschaftlich weiterzubilden und diese auf zukünftige Führungsaufgaben vorzubereiten. Um den derzeitigen unternehmerischen Herausforderungen gerecht zu werden, müssen Manager in leitenden Positionen sowohl über fachspezifisches Wissen als auch über betriebswirtschaftliche Kompetenzen in Kombination mit generalistischen Fähigkeiten verfügen. Durch eine potentiell vorgelagerte akademische Ausbildung sowie durch mehrere Jahre Berufserfahrung, haben Programm-Bewerber bereits solide Kenntnisse in ihrem jeweiligen Fachbereich gesammelt. Durch die Teilnahme an diesem MBA-Programm, sollen nun zusätzlich die betriebswirtschaftlichen Kompetenzen erlangt respektive vertieft werden.

Das Curriculum vermittelt im ersten Teil „Betriebswirtschaftliche Basics“ (11 Module, 22 ECTS) allgemeine, grundlegende betriebswirtschaftliche Kompetenzen, welche zur erfolgreichen Wahrnehmung jeder Managementposition unerlässlich sind.

Der zweite Teil (11 Module, 22 ECTS) beinhaltet Lehrveranstaltungen der Vertiefung Innovations- und Technologiemanagement. Dieser gliedert sich in die drei Untergruppen Technologie & Innovation (5 Module, 10 ECTS), (internationales Industriegüter-)Marketing (3 Module, 6 ECTS) sowie in Management Kompetenzen (3 Module, 6 ECTS). Den Abschluss des Curriculums bildet die Master-Thesis (15 ECTS) welche von einem Kolloquium (1 ECTS) zur Diskussion von methodischem Vorgehen vorbereitet wird.

Zusammenfassend sind der Aufbau und das Curriculum des MBA-Programms darauf ausgerichtet, Fachkräfte aus verschiedenen Branchen für Managementaufgaben vorzubereiten. Das Programm vermittelt zunächst betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, und stellt damit auf die Bedürfnisse einer heterogenen Studierendengruppe ab. Im Anschluss daran wird eine Fokussierung auf jene unternehmerischen Herausforderungen ermöglicht, welche sich den Arbeitgebern der Region in besonderem Masse stellen. Für die mehrheitlich technologisch ausgerichteten Betriebe der Region, deren Umsatz von einem überdurchschnittlich hohen Exportanteil geprägt ist, bilden das Generieren von Innovationen, die erfolgreiche Penetration von internationalen Märkten sowie der Umgang mit regional spezifischen Besonderheiten Ihrer Kunden jene Herausforderungen, welche in besonderem Masse zu ihrer Wettbewerbsfähigkeit beitragen.

1.3. Lernziele des Programmes

1.3.1. Fachliche Kompetenzen

Das Programm vermittelt fundiertes betriebswirtschaftliches Fachwissen, welches zur Wahrnehmung von Managementpositionen unerlässlich ist. Üblicherweise schlagen Hochschulabsolventen, insbesondere im MINT-Bereich, zunächst eine fachspezifische Laufbahn ein. Damit festigen sie ihr im grundständigen Studium erworbenes Wissen bzw. erweitern dieses um eine erste praktische, postgraduale Berufserfahrung. Nach den ersten Erfahrungsjahren kommt bei vielen der Wunsch auf sich gesamtheitlich weiterzuentwickeln respektive sich für eine leitende Position zu qualifizieren.

Dies erfordert zumeist solide Kenntnisse in betriebswirtschaftlichen Disziplinen wie beispielsweise Rechnungslegung, Controlling oder Finanzierung, um Abteilungen bzw. Profit-Center wirtschaftlich führen zu können oder aber Führungskompetenzen um Mitarbeitende motivieren zu können. Darüber hinaus bedeutet eine Führungsfunktion auch die Tätigkeit an Schnittstellen zu anderen Unternehmensbereichen wie Marketing oder Supply Chain Management und es bedarf folglich grundlegender Kenntnisse, um sich mit diesen auf Augenhöhe abstimmen zu können. Ausserdem müssen die Abteilungsziele mit der Unternehmensstrategie in Einklang gebracht werden, was nur mit einer ganzheitlichen Perspektive optimal realisierbar ist. Daher sind Kenntnisse in den wichtigsten Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre unerlässlich für die erfolgreiche Ausübung einer Führungsfunktion.

1.3.2. Methodische Kompetenzen

Neben den fachlichen Kompetenzen müssen auch Methodenkompetenzen aufgebaut und weiterentwickelt werden. Im Rahmen des Programms „MBA in Technologie & Innovation“ werden deshalb eine Vielzahl an Fallstudien bearbeitet und zahlreiche Prüfungsleistungen in Form von Essays abgelegt. Durch die Integration von Fallstudien in die akademischen Kurse, aber auch im Rahmen von realen Fallstudien, welche von Unternehmen eingebracht werden können, sollen die Studierenden lernen zielorientiert Probleme zu analysieren, erfolversprechende Lösungen zu erarbeiten sowie diese informativ und prägnant zu präsentieren. Deziertes Feedback durch Dozierende bzw. durch das Management der industriellen Kooperationspartner, soll dabei sicherstellen, dass die nötigen Methodenkompetenzen im Verlauf des Programmes signifikant verbessert werden.

Bei der Erarbeitung der Master-Thesis, welche zum Ende des Programmes zu erstellen ist, sollen folglich die Methodenkompetenzen auf dem Niveau angelangt sein, das die Ausarbeitung eines Projektes über diesen Umfang sowie eine adäquate Präsentation der Ergebnisse für alle Studierenden möglich macht. Ein Kolloquium zur Masterthesis stellt dabei sicher, dass die Studierenden die nötigen Kenntnisse zur Generierung und Präsentation von wissenschaftlichen Arbeiten professionell hinterfragen und auf den konkreten Fall anwenden können.

1.3.3. Soziale Kompetenzen

Soziale Kompetenzen, die die Grundlage jeder zwischenmenschlichen Interaktion bilden, müssen ebenfalls entwickelt bzw. verbessert werden. Hierbei sind insbesondere die kommunikativen Kompetenzen gemäss Canale & Swain (1980) von Bedeutung, namentlich die grammatische und soziolinguistische Kompetenz sowie die Diskurskompetenz. Darüber hinaus sollen auch Präsentationstechniken, Vortragsrhetorik, Teamarbeitsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz, Reflexions-, Kritik-, und Konfliktfähigkeit sowie die Fertigkeit, konstruktives Feedback geben zu können, erlernt werden.

Dies sollen die Studierenden durch nachfolgende Programm-Inhalte lernen:

- Module, welche die Vermittlung und Erweiterung zentraler Soft Skills beinhalten.
- Projektarbeiten die teilweise zwischen den Präsenzphasen stattfinden und folglich von den Studierenden ohne Zutun des Studiengangsmanagement organisiert werden müssen.
- Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams, deren Mitglieder unterschiedliche Fach- und Branchenkenntnissen aufweisen, die einen heterogenem Erfahrungsschatz oder kulturellen Hintergrund miteinbringen oder die verschiedenen Persönlichkeitstypen erkennen lassen.
- Bearbeitung zahlreicher Fallstudien sowie Präsentation von Lösungsansätzen im Plenum sowie vor Dozenten oder externen Partnern aus der Praxis.
- Gruppendiskussionen zu relevanten Themengebieten.
- Interaktion, Austausch und Diskussion mit Studierenden, Dozenten, Führungskräften und Unternehmen anderer Kulturkreise im Rahmen einer fakultativen Studienreise.
- Prüfungsleistungen in Form von Seminararbeiten.
- Fakultative Teilnahme an Veranstaltungen der Universität Liechtenstein.

1.3.4. Persönliche Entwicklung und Karriereziele

Neben fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen, welche primär einer beruflichen Weiterentwicklung dienlich sind, ist es ebenfalls ein Anliegen des Programmes die persönliche Entwicklung der Studierenden zu fördern. Insbesondere die Präsenzphasen des Programmes, welche an der Universität Liechtenstein bzw. an Partner-Institutionen stattfinden sollen, stellen für die Teilnehmenden eine zumeist willkommene Abwechslung zum beruflichen Alltag dar.

Neben der Weiterentwicklung der eingangs genannten Kompetenzen, bedeuten die Präsenzphasen ein Herausnehmen aus dem Tagesgeschäft und bieten damit die Möglichkeit innezuhalten, zu reflektieren und persönliche Entwicklungsziele zu definieren. Häufig umfasst dies die Weiterentwicklung von sozialen Kompetenzen und/oder eine berufliche Veränderung. Das erfolgreiche Durchlaufen eines MBA Programmes bietet die Chance, sich von einer rein fachlichen Karriere in eine Managementposition zu entwickeln. Oftmals jedoch kommt ebenfalls der Wunsch eines Funktions- und Branchenwechsels auf. Insbesondere erfahrenere Bewerber haben in vielen Fällen bereits 5-10 Jahre in einer bestimmten Funktion und Branche verbracht und hegen den Wunsch einer beruflichen Neuorientierung. Der Abschluss eines MBA-Programmes stellt vielfach die realistischste Chance auf eine grundlegende berufliche Veränderung dar.

Das „MBA in Technologie & Innovation“ Programm ist so konzipiert, dass den genannten Karrierezielen der potentiellen Studierenden bestmöglich Rechnung getragen wird.

1.4. Programmstruktur

1.4.1. Betriebswirtschaftliche Basics

Integrales Management

Die Veranstaltung Integrales Management bildet die Auftaktveranstaltung des „MBA in Technologie und Innovation“ Programmes. Sie führt die Studierenden in grundlegende Methoden und Aufgaben des Managements ein. Grundlage ist dabei der ganzheitliche Orientierungsrahmen des St. Galler Managementmodells, einschliesslich aller relevanten Dimensionen und ihrer Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit eines Unternehmens sowie der darauf basierenden funktionalen Einbettung und Interdependenz der einzelnen Module des Curriculums.

Unternehmensstrategie

Es werden Begriffe, Denkschulen und Ansätze des strategischen Managements (Wettbewerbsstrategien, Lebenszyklusstrategien, Portfoliostrategien, Wachstumsstrategien, Globalisierungsstrategien, Ressourcen- und Kompetenzstrategien, Make-or-Buy-Strategien) erlernt. Vertieft wird dieses Wissen mit Instrumenten des strategischen Managements wie Strategieentwicklung, strategisches Controlling / Balanced Scorecard oder strategische Veränderungsprozesse. Letztlich mündet dies im Verständnis zu einer konkreten Vorgehensmethodik zur Erarbeitung einer Strategie (Strategische Analyse, Strategische Entscheidungsoptionen, Beurteilungs- und Entscheidung, Kommunikation und Umsetzung).

Ökonomie

Die Studierenden lernen volkswirtschaftliche Entwicklungen und deren Einflüsse auf Unternehmungen zu erkennen und zu beurteilen. Sie erarbeiten sich ein fundiertes Grundwissen und setzen sich mit aktuellen Entwicklungen auseinander. Das Modul vertieft die grundlegenden Konzepte aus der Mikro- und Makroökonomie und behandelt gesamtwirtschaftliche Entwicklungsprozesse (Konjunktur, Wachstum, Strukturwandel) einschliesslich der Geldpolitik (Nationalbank, Inflation, Geldmengensteuerung, Wechselkurs). In der Betrachtung von gesamtwirtschaftlichen Prozessen wird auf die Analyse von technischem Fortschritt in der Ökonomie (Technische Pfadabhängigkeit, technologische Trajektorien, Technologiepolitik) eingegangen.

Marketing Management

In diesem Modul wird eine systematische Einführung in die Denkweise des Marketings, seine Prinzipien, Entscheidungstatbestände, Instrumente und Methoden gegeben. Die Veranstaltung soll den Studierenden ein Grundverständnis über die Aufgaben und Ziele einer marktorientierten Unternehmensführung vermitteln. Die Studierenden sollen anschließend in der Lage sein, Praxisfälle aus einer Marketingperspektive zu analysieren/beurteilen und unter Verwendung der einschlägigen Terminologie Lösungsvorschläge zu entwickeln.

Im Speziellen gibt die Veranstaltung einen Überblick über verschiedene Themenbereiche. Diese erstrecken sich von den Grundlagen des Marketing, die durch die Merkmale, Entwicklungsphasen und institutionelle Besonderheiten näher definiert werden, über das Thema Unternehmen und Absatzmarkt, welche die Marktgröße, -anteile, -segmentierung und -abgrenzung beinhalten, bis hin zum Käuferverhalten. Beim Käuferverhalten werden die Bereiche Psychologische Grundlagen und Typologisierung von Kaufentscheidungen erläutert. Weitere Themenbereiche im Marketing Management sind auch die Aufgaben, Formen und Methoden der Marktforschung sowie das strategische Marketing mit ihren Methoden, Zielen, Strategien und Maßnahmen. Außerdem werden die neueren Erscheinungsformen des Marketings sowie das operative Marketing mit seinen vier Sektoren Produkt, Preis, Distribution und Kommunikation behandelt.

Prozessmanagement

Unternehmen unterliegen wiederkehrenden Konjunkturschwankungen. Ziel des Prozessmanagements ist es, durch die systematische Nutzung vorhandener oder ggf. zu sammelnder Informationen die eigene Tätigkeit am Markt einerseits optimal auf den Kunden auszurichten und andererseits durch maximale Effizienz und Standardisierung die eigenen Reibungsverluste zu minimieren bzw. den eigenen Ertrag zu maximieren. Vor diesem Hintergrund werden im Modul folgende Themengebiete behandelt:

Grundlagen zum Prozessmanagement sind das Vorgehenskonzept zur Einführung eines Prozessmanagements, Methoden zur Prozessidentifikation und Prozessimplementierung, das Prozesscontrolling sowie die Methoden zur Prozessverbesserung und Prozesserneuerung. Auch das Customer Relationship Management, Supply Chain Management und das Product Lifecycle Management sind wichtige Bestandteile des Prozessmanagements.

Logistik

Die Studierenden lernen die grundlegenden logistischen Konzepte, Strategien und Philosophien in der Beschaffung, Produktion, Planung und Distribution kennen, sowie die Umsetzung dieser Konzepte und Strategien. Es geht dabei insbesondere um die Erkenntnis, dass in der Logistik der Systemgedanke und die Vernetzung von Anlagen, Informationen und Materialflüssen einen hohen Stellenwert haben. Die Studierenden verstehen Logistik als Querschnittsfunktion über unterschiedliche Unternehmens- und Wirtschaftsbereiche und erkennen die hohe Vernetzung verschiedener Methoden und Instrumente. Sie werden in die Lage versetzt, verschiedene Logistiksysteme und ihre Komponenten zu identifizieren, zu analysieren und hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten zu bewerten. Sie können die Systembestandteile differenzieren und ansatzweise Stärken und Schwächen in Realsystemen erkennen.

HR Management & Führung

Dieses Modul behandelt Aspekte und Methoden des Personalmanagements, und beleuchtet verschiedene Führungsmethoden. Im Themenkreis der Führungslehre wird insbesondere auf moderne, adäquate Führungskonzepte eingegangen. Dabei spielen das Strategisches Human Resources Management, mit der Umfeldanalyse, Strategische Planung und Ausrichtung der HR-Organisation auf Unternehmensstrategie und die Personalgewinnung und der Personaleinsatz, die in externes und internes Personalmarketing, Personalrekrutierungsstrategien, Rekrutierungsmethoden und Arbeitszeitmodelle untergliedert ist, eine wichtige Rolle. Weitere Themen im Bereich HR Management & Führung sind die Personalbeurteilung mit dem Kreislaufkonzept der Personalbeurteilung, dem 360 Grad-Beurteilungskonzept, den Instrumenten der Personalbeurteilung und dem Entwicklungsgespräch sowie die Personalhonorierung, die in Gehaltskomponenten und deren Wirkung, der Total Compensation und den Fringe Benefits gegliedert ist. Die Personalentwicklung beschäftigt sich mit den Instrumenten und Massnahmen der PE, den zentralen W-Fragen nach Hilb, der Rollenverteilung in der PE und der Laufbahngestaltung. Die transformationale Führung mit dem idealisierten Einfluss, der inspirierenden Motivation, der intellektuellen Stimulierung, der individuelle Zuwendung sowie der transformationalen und charismatischen Führung sind auch ein Teilbereich der HR Management und Führung. Die letzten zwei Teilbereiche beschäftigen sich mit der transaktionalen Führung, die in Contingent Reward, aktives und passives Management by Exception, zielorientierte Führung und Management by Objectives untergliedert ist, und mit dem Full-Range Leadership Modell.

Rechnungslegung

Verlässliche Informationen stellen eine wichtige Basis für alle betriebswirtschaftlichen Entscheidungen dar. Im Rahmen der betrieblichen Rechnungslegung erfolgt eine systematische Erfassung, Überwachung und Verdichtung der durch den Leistungsprozess entstehenden Geld- und Leistungsströme. Nach einer Einführung in die Technik der Finanzbuchhaltung werden die Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung, der Bilanz und der Kapitalflussrechnung dargestellt, ergänzt um Anhang und Lagebericht. Dabei werden insbesondere die vorhandenen Gestaltungsspielräume (Bilanzpolitik) genauer behandelt.

Die Studierenden lernen dabei auch die verschiedenen Rechnungslegungsstandards und den Trend zur Internationalisierung (IFRS) kennen. Behandelt wird zudem die Bedeutung und die Aufgaben interner Kontrollsysteme (IKS) sowie der externen Revision (Wirtschaftsprüfung).

Controlling

Im Modul Controlling werden die Grundlagen der Kostenrechnung sowie wichtige Inhalte der elementaren Finanzmathematik unterrichtet.

Bei der Kostenrechnung geht es um die fixen und variablen Kosten, die Break-even-Analyse, die Divisions- und Zuschlagskalkulation, die Deckungsbeitragsrechnung und die Normalkostenrechnung. Anschliessend werden Grundlagen für die Erstellung von betriebswirtschaftlichen Statistiken, von Vergleichsrechnungen und Planungsrechnungen dargestellt. Zusätzlich wird in die Cash-Flow-Rechnung eingeführt, indem direkte und indirekte Verfahren beleuchtet werden.

Im Rahmen der elementaren Finanzmathematik werden insbes. die Zins- und Rentenrechnung sowie die Anwendung einer nachschüssigen Verzinsung behandelt.

Unternehmensfinanzierung & Risikomanagement

Im Modul Unternehmensfinanzierung und Risikomanagement werden drei Themenbereiche behandelt. Im ersten Teil werden anhand praktischer Fälle die unterschiedlichen Verfahren der Investitionsrechnung vorgestellt und miteinander verglichen. Im zweiten Teil werden die gängigsten Formen der Unternehmensfinanzierung behandelt und ihr Einsatz kritisch miteinander verglichen.

Im dritten Teil des Moduls werden zunächst die verschiedenen finanziellen Risiken eines Unternehmens herausgearbeitet. Danach werden unterschiedliche Finanzinstrumente, z.B. Derivate wie Forwards, Futures, Swaps und Optionen, vorgestellt und kritisch miteinander verglichen. Abschliessend wird anhand von praktischen Fällen gezeigt, wie mit Hilfe von Finanzinstrumenten ein Risikomanagement aufgebaut werden kann. In der Diskussion wird insbesondere die unterschiedliche Absicherungswirkung je nach benutztem Instrument kritisch hinterfragt.

Corporate Governance & Wirtschaftsrecht

Die jüngsten Ereignisse in der Governance-Praxis haben gezeigt, dass sich die Anforderungen an den Verwaltungsrat stark verändert haben. In diesem Modul werden aktuelle Probleme der gegenwärtigen VR-Praxis aufgezeigt, Anforderungen an die zukünftige Gestaltung ermittelt und neue praxiserprobte integrierte Konzepte der wirksamen Führung und Aufsicht von Unternehmen vorgestellt und diskutiert.

Darüber hinaus wird ein komprimierter Überblick über die wesentlichen Rechtsbereiche vermittelt, mit denen Manager im Geschäftsleben konfrontiert werden. Schwerpunkte werden in den Bereichen Gesellschaftsrecht, Vertragsrecht und Arbeitsrecht gesetzt. Im Einzelnen werden somit zum einen die Grundlagen der Corporate Governance mit der Vertiefung in Definition, Konzepte, Zielsetzungen, Instrumente, theoretische Bezugsfelder und Entwicklungstendenzen behandelt, die Steuerungsaufgaben und Steuerungsrollen mit der Spezialisierung in normative, strategische und operative Planung und Kontrolle, Inhaber-, Verwaltungsrats- und Geschäftsleitungsrolle betrachtet, die personellen Aspekte von Corporate Governance, die sich aus der Besetzung, Überwachung und Honorierung von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung zusammensetzt und die Grundlagen des Gesellschafts-, Vertrags- und Arbeitsrechts erläutert.

1.4.2. Vertiefung Innovations- und Technologiemanagement - Technologie & Innovation

Corporate Entrepreneurship

Das Modul Corporate Entrepreneurship gliedert sich in Bausteine des Corporate Entrepreneurship, in offene Innovationsprozesse, in Lead User Innovation sowie in Entrepreneurial Performance

Während die Bausteine des Corporate Entrepreneurship die Unterschiede zwischen Corporate Entrepreneurship und Startup-Entrepreneurship, die zwischen internem und externem Venture Management sowie Spin-Offs beinhalten, gehören zu den offenen Innovationsprozessen das theoretische Framework, verschiedene Anwendungen in Abhängigkeit der Unternehmensgrösse sowie Chancen und Risiken des Konzepts.

Anhand der (Lead User) Innovation werden Innovationserfolg und User Innovation erläutert. Hinzu kommen Motive und Charakteristika von innovativen Endanwendern bzw. Methoden zur Integration von innovativen Endanwendern.

Die Entrepreneurial Performance beschäftigt sich mit den Themengebieten Einschränkungen, Leitung, Beurteilung und Erhalt von unternehmerischer Leistung.

Innovations- & Technologiemanagement

Systematisches Innovations- und Technologiemanagement ist die Basis für die Umsetzung von Ideen / Technologien in kommerziell attraktive Marktleistungen. Die unternehmerischen Herausforderungen sind mannigfaltig und lassen sich nur beschränkt durch den linearen Standardprozess der Ideenfindung und -bewertung, der projektgesteuerten Konzeption, Test- und Realisierungsphase mit anschliessender Markteinführung abbilden.

Das Modul beinhaltet deshalb die komplexen Managementansätze zur Planung, Steuerung und Kontrolle von Innovationen und der technologischen Plattform. Im Einzelnen beinhaltet das Modul Themengebiete wie die Definition des Innovations- und Technologiebegriffs, den Innovationsprozess, das Innovations- und Technologiemanagement, welches sich in funktionale und institutionelle Sichtweisen untergliedert, die Einflussfaktoren des Innovationsmanagements sowie Innovationsstrategien wie u.a. Sourcing Strategies, Exploitation Strategies oder Timing Strategies. Weitere Themengebiete sind Wettbewerbsvorteile im Innovationsprozess durch Netzwerk-Kompetenz, der technologische Lebenszyklus, Technologietrendkurven, die Technologie-S-Kurve sowie die Technologiefrüherkennung und -prognose.

Design Thinking

Neue und innovative Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich auf den Markt zu bringen ist oftmals der Schlüssel zum Erfolg in einem sich schnell wandelnden Umfeld mit stetig neuen Anforderungen an Technik und Funktionalität. Gerade der Weg von der Ideengenerierung, über die Auswahl der „richtigen“ Ideen, bis hin zur Marktreife ist mit vielen Stolpersteinen versehen.

Design Thinking (entwickelt an der Stanford University) bietet hier die neue Grundlage der gemeinsamen Arbeit. Mit der Kenntnis der entsprechenden Methoden und Verfahren lässt sich der Innovationsvorgang effektiver und effizienter gestalten. Die Erfolgswahrscheinlichkeit einer Innovation erhöht sich signifikant. Entsprechend wird im Kurs die Methode/das Konzept des Design Thinking erläutert, diskutiert und angewandt.

Komplexitätsmanagement

Die Lerninhalte aus der Managementlehre werden um Ansätze des Komplexitätsmanagements und des vernetzten Denkens ergänzt, um die Studierenden zu befähigen komplexe Situationen zu bewältigen. Im Einzelnen werden vernetztes Denken und Netzwerktechnik sowie verschiedene Ansätze des Komplexitätsmanagements behandelt.

Strategisches Projekt in Innovations- & Technologiemanagement

In diesem Modul sollen Studierende lernen das im Programm und insbesondere in den Technologie- und Innovations-Modulen erworbene Wissen auf eine reale, unternehmerische Herausforderung gesamthaft anzuwenden

Hierfür wird ein Kooperationsunternehmen, das Unternehmen der Teilnehmer oder die Universität eine aktuelle Herausforderung im Bereich Technologie und Innovation vorstellen. Diese wird von den Studierenden in Teams analysiert, Lösungen erarbeitet, in einem Beratungsbericht schriftlich dargestellt und vor dem Management präsentiert. Die abschliessende Diskussion mit dem Management hilft den Studierenden Schwachstellen Ihrer Problemeinschätzungen und vorgeschlagenen Lösungen zu erkennen und zu verstehen.

1.4.3. Vertiefung Innovations- und Technologiemanagement - Marketing

B2B Marketing

In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt.

Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business-Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite. Es werden u.a. Implikationen für den Einsatz des Marketing-Mix und für die Anwendung des Kundenbeziehungsmanagements aufgezeigt. Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.

Strategisches Projekt in Marketing

In diesem Kurs sollen Studierende lernen das im Programm und insbesondere in den Marketing-Modulen erworbene Wissen auf eine reale, unternehmerische Herausforderung gesamthaft anzuwenden. Hierfür wird ein Kooperationsunternehmen eine aktuelle Herausforderung aus dem Bereich Marketing vorstellen. Diese wird von den Studierenden in Teams analysiert, Lösungen erarbeitet, in einem Beratungsbericht schriftlich dargestellt und vor dem Management präsentiert. Die abschliessende Diskussion mit dem Management hilft den Studierenden Schwachstellen Ihrer Problemeinschätzungen und vorgeschlagenen Lösungen zu erkennen und zu verstehen.

Rhetorik & Präsentation

Das Modul Rhetorik & Präsentation umfasst im groben die Schwerpunkte Vorbereitung bzw. Strukturierung von Vorträgen, Visualisierung von Vorträgen, Leitung von Besprechung mit Moderationstechniken, die Instrumente der Argumentation bzw. Verhandlung sowie Ansätze zur lösungsorientierten Gesprächsstruktur.

Zur Vorbereitung bzw. Strukturierung von Vorträgen gehören die Vorbereitung an sich, Einstieg, Gliederung und Schluss der freien Rede sowie auch nonverbale Kommunikation. Bei der Visualisierung der Vorträge selbst werden die Themen PowerPoint und Beamer, allgemeine Grundsätze der Visualisierung sowie die Erstellung von professionellen Folien behandelt. Die Vortragstechnik wird um das ergebnisorientierte Leiten von Besprechungen bzw. um Moderationstechniken im Speziellen ergänzt. Zur optimierten Darlegung der eigenen Gedanken werden zudem die Festsetzung von Argumentationsstrukturen, der Argumentationsaufbau sowie das Spannungsverhältnis von Argumentation und Manipulation erlernt. Des Weiteren umfasst dies diverse Verhandlungsstile, die Vorbereitung einer Verhandlung sowie die Verhandlung nach dem Harvard-Konzept. Zur

allgemeinen Abrundung bzw. zur Prävention des Scheiterns von Verhandlung werden zudem die Themen lösungsorientierte Gesprächsstruktur, die Grundsätze von Kritikgesprächen sowie Mediation abgehandelt.

1.4.4. Vertiefung Innovations- und Technologiemanagement - Management-Kompetenzen

Projekt-Management

In der Veranstaltung Projektmanagement werden Konzepte, Methoden und Hilfsmittel des Projektmanagements für Industrieprojekte vermittelt. Es wird ein Überblick über das gesamte Gebiet des Projektmanagements (PM) gegeben. Die erworbenen theoretischen Kenntnisse über die Methoden und Hilfsmittel werden im Modul in Form von Gruppenarbeiten am Beispiel einer Fallstudie vertieft und gefestigt.

Hierzu werden der Begriff Projektmanagement, Entwicklung, Bedeutung und Inhalte des Projektmanagements, die Methoden der Projektplanung sowie die Projektsteuerung und Überwachung betrachtet. Zudem werden auch die theoretischen Ansätze und Methoden zur Lösung ausgewählter Projektp Praxisfragestellungen behandelt.

Strategisches Beratungsprojekt

Im strategischen Beratungsprojekt soll das im gesamten Programm bislang erworbene Wissen auf eine reale, unternehmerische Herausforderung gesamthaft angewendet werden. Hierfür wird ein Kooperationsunternehmen eine aktuelle Herausforderung vorstellen. Diese wird von den Studierenden in Teams analysiert, Lösungen erarbeitet, in einem Beratungsbericht schriftlich dargestellt und vor dem Management präsentiert. Die abschliessende Diskussion mit dem Management hilft den Studierenden Schwachstellen Ihrer Problemeinschätzungen und vorgeschlagenen Lösungen zu erkennen und zu verstehen. Das Modul Strategisches Beratungsprojekt wird Programm-begleitend stattfinden, bzw. zum Ende des MBA Programmes durchgeführt. Somit wird gewährleistet, dass die Studierenden alle nötigen Kenntnisse und Kompetenzen welche nötig sind um das Modul erfolgreich zu absolvieren, bereits erlangt haben.

Sozialkompetenz

Mit gezielten Strategien sozialer Kompetenz und vielfältigen Interventionsmethoden werden Situationen und Kommunikationsprozesse wirksam gestaltet und für ein ressourcenorientiertes Management nutzbar gemacht.

Soft Skills gekonnt anwenden zu können, eröffnet neue berufliche und persönliche Perspektiven. Dazu gehört das selbstverantwortliche und erfolgreiche Handeln in unterschiedlichen Rollen und Settings sowie die selbstbewusste und überzeugende Kommunikation mit verschiedensten Menschen und Menschengruppen (Stakeholder). Die Fertigkeit vielfältige Interventionsmethoden effizient und kontextbezogen nutzen zu können, soll verbessert werden, letztlich mit der Zielsetzung kompetent mit Entwicklungs- und Veränderungsprozessen in Organisationen umgehen zu können bzw. allgemeiner formuliert, die emotionale und soziale Intelligenz im (Führungs-)Alltag soll gefördert und verstärkt genutzt werden.

1.4.5. Masterthesis

Masterthesis Kolloquium

Das Kolloquium gibt Studierenden die Möglichkeit ihr Forschungsprojekt methodisch und inhaltlich vorzustellen, zu diskutieren und entsprechend zu verbessern. Neben kurzen Input-Vorträgen von Dozierenden werden die Studierenden im Kurs ihr Forschungsprojekt vorstellen. Im Anschluss diskutieren sie dieses mit Dozierenden und Forschern sowie den Mitstudierenden. Ziel ist es die Forschungsfrage weiter zu schärfen, sowie das methodische Vorgehen zu verbessern.

Masterthesis

Die Masterthesis bildet den Abschluss des Studiengangs. Erworbene Fach- und Methodenkenntnisse sollen von den Studierenden angewendet werden. Ein wichtiger Fokus liegt auf der korrekten Anwendung der Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens. Die Studierenden werden bei der Vorbereitung der Thesis durch erfahrenes wissenschaftliches Personal unterstützt. Es kann in Abstimmung mit dem Studiengangsmanagement zu Beginn des letzten Semesters der Vertiefungsmodule mit der Bearbeitung begonnen werden.

1.5. Formale Rahmbedingungen

Dieser Studiengang ist ein Weiterbildungsmasterstudiengang gem. Art. 21 HSG iVm Art. 15a HSV. Der Studiengang wird komplett in deutscher Sprache durchgeführt, wobei Unterlagen von den Dozierenden in englischer Sprache ausgegeben werden können. Das erfolgreiche Absolvieren des Studiengangs ist dementsprechend mit nur geringen Englischkenntnissen möglich.

1.5.1. Dauer und Aufwand

60 ECTS, 1.800 Stunden Workload, davon exkl. Masterthesis 45 Kontakttage. Die Mindeststudiedauer beträgt ca. 22 Monate, wobei die Masterthesis während des letzten Semesters oder aber anschliessend an dieses bearbeitet werden kann.

1.5.2. Abschlüsse

Das Weiterbildungsprogramm stellt einen Studiengang der Gattung „Master of Business Administration“, Kurzform „MBA“ dar.

Zum erfolgreichen Abschluss des Programmes haben die Studierenden alle Lehrveranstaltungen im Wert von 44 ECTS zu absolvieren, sowie eine Masterthesis (15 ECTS) zu erstellen, welche durch ein Kolloquium (1ECTS) unterstützt wird. In der Summe ergeben sich somit 60 ECTS.

Nach erfolgreichem Abschluss aller Prüfungsleistungen wird dem Absolventen/der Absolventin der Titel „Master of Business Administration in Technologie & Innovation“, Kurzform „MBA“ verliehen.

1.5.3. Zulassungsbestimmungen

Die Voraussetzung für die Zulassung richtet sich nach der „Zulassungsrichtlinie für Weiterbildungs-Masterstudiengänge“ der Universität Liechtenstein in ihrer jeweils aktuellsten Fassung.

2. Programmkonzept

2.1. Inhaltliches Programmkonzept

Primärer Leitgedanke des Programmkonzeptes ist die Förderung der Karriereziele der potentiellen Studierenden. Dementsprechend spiegeln die Lehrveranstaltungen die wichtigsten Disziplinen der anwendungsorientierten Management-Lehre wieder und fördern die Weiterentwicklung der oben detailliert beschriebenen Kompetenzen und Fähigkeiten. Darüber hinaus, liegt dem Konzept der einleitend angeführte Gedanke zugrunde, Schwerpunktsetzungen im Rahmen der Weiterbildung zu ermöglichen, welche den Herausforderungen der hier ansässigen Unternehmen in besonderem Masse Rechnung tragen. Diese sind zum Programmstart auf Innovations- und Technologiemanagement beschränkt. Für zukünftige Durchführungen wird jedoch eine Erweiterung der Vertiefungen angestrebt.

2.2. Organisatorisches Programmkonzept

Die einzelnen Lehrveranstaltungen werden über einen Zeitraum von ca. 22 Monaten abgehalten. Geplant sind insgesamt ca. 45 Präsenztage, welche in jeweils zweitägigen Präsenzmodulen (in der Regel Freitagmorgen bis Samstagabend, alle 3 bis 4 Wochen) an der Universität Liechtenstein in Vaduz bzw. evtl. an Partnerinstitutionen stattfinden.

Neben dem Besuch der Lehrveranstaltungen und dem Ablegen der Prüfungsleistungen, gilt es darüber hinaus eine Masterthesis zu verfassen. Dabei steht es den Teilnehmenden frei, die Erarbeitung der Master-Thesis schon vor Abschluss der Modulphase zu beginnen. Der erfolgreiche Abschluss des Programmes ist deshalb nach ca. 22-28 Monaten zu erwarten.

Die Thesis stellt eine nach wissenschaftlichen Anforderungen erstellte schriftliche Abschlussarbeit dar, in der die Studierenden ein konkretes Praxisproblem oder eine aktuelle Forschungsfrage aus dem Gebiet der Programmvertiefung löst. Mit der Thesis erbringt der Studierende den Beweis, dass er die erlernten Fach- und Methodenkenntnisse auf praxisrelevante Fragestellungen anzuwenden weiss. Der vorgesehene Arbeitsaufwand beträgt 15 ECTS (ca.450 Stunden).

2.3. Module

Das Curriculum dieses Studiengangs gliedert sich wie in Kapitel 1.2 ausführlich beschrieben in zwei Bereiche. Das Studium beginnt mit den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (Betriebswirtschaftliche Basics), die aus 11 Modulen bestehen. Anschliessend folgen 11 Vertiefungsmodule in 3 Gruppen. Den Abschluss bildet das Thesis Modul, das aus dem vorbereitenden Kolloquium und der eigentlichen Master-Thesis besteht. Nachfolgende Tabelle stellt diese Module im Überblick dar:

Betriebswirtschaftliche Basics		Vertiefung	Masterthesis
Integrales Management	Technologie & Innovation	Corporate Entrepreneurship	Masterthesis Kolloquium
Unternehmensstrategie		Innovations- & Technologiemanagement	Masterthesis
Ökonomie		Design Thinking	
Marketing Management		Komplexitätsmanagement	
Prozessmanagement		Strat. Projekt in Innovations- & Technologiemanagement	
Logistik	Marketing	B2B Marketing	
HR Management & Führung		Strategisches Projekt in Marketing	
Rechnungslegung		Rhetorik & Präsentation	
Controlling	Management Kompetenzen	Projektmanagement	
Unternehmensfinanzierung & Risikomanagement		Strategisches Beratungsprojekt	
Corporate Governance & Wirtschaftsrecht		Sozialkompetenz	

In Kapitel 4 werden die Module des Programmes näher erläutert.

3. Modulstruktur

Die nachfolgende Tabelle stellt die Modulstruktur des Studienganges dar. Dabei werden die Module nach Grundlagen und Vertiefung unterteilt, die zugehörige Gruppe wird angeführt bzw. wird die Kontaktzeit in Anzahl Lektionen respektive die dadurch erworbenen ECTS-Punkte dargestellt.

Abschnitt	Gruppe	Modul	Lektionen	ECTS
Teil 1: Grundlagen	Betriebs- wirtschaftliche Basics	Integrales Management	16	2
		Unternehmensstrategie	16	2
		Ökonomie	16	2
		Marketing Management	16	2
		Prozessmanagement	16	2
		Logistik	16	2
		HR Management & Führung	16	2
		Rechnungslegung	16	2
		Controlling	16	2
		Unternehmensfinanzierung & Risikomanagement	16	2
Corporate Governance & Wirtschaftsrecht	16	2		
Teil 2: Vertiefung	Technologie & Innovation	Corporate Entrepreneurship	16	2
		Innovations- & Technologiemanagement	16	2
		Design Thinking	16	2
		Komplexitätsmanagement	16	2
		Strat. Projekt in Innovations- & Technologiemanagement	16	2
	Marketing	B2B Marketing	16	2
		Strategisches Projekt in Marketing	16	2
		Rhetorik & Präsentation	16	2
	Management Kompetenzen	Projektmanagement	16	2
		Strategisches Beratungsprojekt	16	2
		Sozialkompetenz	16	2
	Masterthesis		Masterthesis Kolloquium	8
Masterthesis			0	15

4. Modulhandbuch

Die aktuellste Version der Modulbeschreibungen ist jeweils im Intranet der Universität Liechtenstein einsichtig.