

management-lehrgänge 2008 / 09.

KOMPAKTE WEITERBILDUNG FÜR BERUFSTÄTIGE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER



WIR BEGLEITEN MOTIVIERTE MENSCHEN



MCI IM ÜBERBLICK

SEITE

WIR BEGLEITEN MOTIVIERTE MENSCHEN

5

ZIELGRUPPEN

6

DIDAKTIK

7

VORTRAGENDE

7

ABSCHLUSS

8

MASTER-OPTION

9

MCI GESAMTANGEBOT

11

DIE UNTERNEHMERISCHE HOCHSCHULE*

12

STANDORT

12

BEWERBUNGEN

13

ANSPRECHPARTNER

13

MCI ALUMNI & FRIENDS

87

MANAGEMENT-LEHRGÄNGE

SEITE

BANKING & FINANCE

14

CONTROLLING

22

GENERAL MANAGEMENT

28

INNOVATIONS-, PRODUKT- & PROZESSMANAGEMENT

34

INTERNATIONAL MANAGEMENT PROGRAM

40

MANAGEMENT, PSYCHOLOGIE & LEADERSHIP

48

MARKETING

50

PATENT- & LIZENZMANAGEMENT

56

PERSONALMANAGEMENT

62

TOURISMUS- & FREIZEITMANAGEMENT

68

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

74

WIRTSCHAFTS- & UNTERNEHMENSRECHT

80

Stand der Broschüre 06/2008. Irrtum und Änderungen vorbehalten. Bilder: © Carroll School of Management at Boston College: 45; © Cranfield University, School of Management: 44; © Getty Images: 1, 4, 10, 16, 24, 30, 42, 64, 76, 82, 86; © Goodshot: 58; © HfB: 18; © ImageDirekt: 36, 52; © MCI: 6; © MCI-Spiluttini: 12; © 1999-2006 Regione Emilia-Romagna – Assessorato Turismo e Commercio: 19;



wir begleiten motivierte menschen.

Vom britischen Philosophen und späteren Mitherausgeber des „Economist“ Herbert Spencer stammt die vielzitierte Aussage, wonach das eigentliche Ziel der Bildung nicht Wissen, sondern Handeln sei. Am MCI sind wir zutiefst überzeugt, dass Bildung bereits ein Wert für sich selbst ist und Individuen und die Gesellschaft in einem Ausmaß bereichert, das sich jeder Messbarkeit entzieht.

Das Schöne an Bildung aber ist, dass sie darüber hinaus, den eigenen Standort bestimmen hilft, Chancen erkennen lässt und erweiterte Handlungsfähigkeit schafft. In diesem Sinne versucht das MCI, motivierte Menschen in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung zu begleiten, Instrumente, Methoden und Fertigkeiten zu vermitteln, neue Perspektiven zu erschließen und Zukunft gestaltbar werden zu lassen.

Wir freuen uns, Ihnen mit der vorliegenden Broschüre einen Überblick über unsere Management-Lehrgänge im akademischen Jahr 2008 / 2009 geben zu dürfen. Ihr modularer Aufbau bietet die einzigartige Möglichkeit zur integrativen Verknüpfung und Anrechnung auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium genehmigten und international akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA, Master of Science in Management MSc und Master of International Business & Tax Law LL.M..

Gerne beraten wir Sie näher. Wir unterstützen Sie auch bei der Konzeption und Durchführung maßgeschneiderter Lehrgänge oder Personalentwicklungsprojekte für Unternehmungen. Lassen Sie sich von der Unternehmerischen Hochschule® auf Ihrem persönlichen und beruflichen Weg begleiten!



Gabriela Leiß

Gabriela Leiß
Leiterin Executive Education

Dr. Andreas Altmann

Dr. Andreas Altmann
MCI Geschäftsführer





zielgruppen.

Management-Lehrgänge des MCI bieten eine attraktive Möglichkeit der kompakten berufsbegleitenden Aus- und Fortbildung für Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aller Managementebenen.

Management-Lehrgänge des MCI sind für Sie die richtige Entscheidung, wenn Sie

- in Unternehmen, sonstigen betrieblichen Organisationen oder in der öffentlichen Verwaltung tätig sind;
- Führungserfahrung besitzen oder eine Führungsfunktion anstreben;
- das Ziel verfolgen, bestehende Positionen professioneller auszuüben oder sich für neue, höherwertige Aufgaben zu qualifizieren;
- sich die Option eines späteren Master-Abschlusses (MBA, MSc, LL.M.) sichern möchten.

Kernzielgruppe der Management-Lehrgänge des MCI sind Entscheidungsträger/-innen aller Managementebenen mit unterschiedlichen Qualifizierungswünschen, welchen mit maßgeschneiderten Lehrgängen des MCI spezifisch Rechnung getragen wird.

Mit Abschluss eines Management-Lehrgangs sind Sie in der Lage, den immer rascheren gesellschaftlichen, technologischen und vor allem wirtschaftlichen Wandel als Führungskraft aktiv zu nutzen und Organisationskultur und Reifegrad Ihres beruflichen Umfelds systematisch zu professionalisieren.

didaktik.

Management-Lehrgänge des MCI folgen einem inhaltlich und didaktisch bewährten Konzept, welches auf die spezifischen Bedürfnisse berufstätiger Entscheidungsträger/-innen abgestimmt ist. Management-Lehrgänge dauern in der Regel ein bis zwei Semester, in welchen mehrtägige Intensivmodule (typischerweise Donnerstag bzw. Freitag bis Samstag) so eingebettet sind, dass die nachfolgenden Anwendungsphasen eine systematische Umsetzung der erarbeiteten Inhalte ermöglichen.

Management-Lehrgänge des MCI

- beinhalten die Erstellung praxisbezogener Projektarbeiten, die den laufenden Transfer der Inhalte aus den Seminarmodulen in das eigene berufliche Umfeld sichern und die hier auftretenden Erfahrungen und Problemstellungen in die Lehrgangsmodule zurückfließen lassen;
- münden in eine umfassende Abschlussarbeit, deren Inhalte idealerweise eine Problemstellung der eigenen Unternehmung bzw. des jeweiligen beruflichen Umfelds betreffen und den Absolventen/-innen einen konkreten Leitfaden bzw. Umsetzungsplan im Anschluss an den Lehrgang liefern;
- zielen darauf ab, die berufliche Expertise und den persönlichen Erfahrungshintergrund der Teilnehmer/-innen durch wechselseitigen Erfahrungsaustausch als wertvolles Potenzial zu nutzen;
- liefern den Teilnehmern/-innen laufend kritische Feedbacks und unterstützen dadurch nachhaltig den Lern- und Umsetzungsprozess im Sinne einer erwachsenengerechten Didaktik.

In den Seminarmodulen werden bewusst Situationen geschaffen, in denen erworbenes Wissen angewendet und an konkreten praktischen Problemen erprobt werden kann. Dies erfolgt vor allem in Form von Gruppenarbeiten und Fallstudien mit ergänzenden Diskussionen und Präsentationen.

vortragende.

Vortragende und Trainer/-innen bilden eine ausgewogene Mischung aus Hochschulprofessoren/-innen mit Praxiserfahrung, Führungskräften aus der Wirtschaft sowie Experten/-innen aus Consulting und Freien Berufen.

Die Vortragenden werden sorgfältig ausgewählt, stellen sich strengen Evaluationskriterien und verfolgen das engagierte Ziel, durch praxisnahe Aufbereitung der Inhalte und Vernetzung der einzelnen Module zur interdisziplinären Bewältigung komplexer Problemstellungen zu befähigen.

Die Vortragenden lenken ihre Aufmerksamkeit neben der eigentlichen Wissensvermittlung vor allem auf anwendungsorientiertes Feedback und kritische Beratung. Die Referenten/-innen bringen sich in die Programmgestaltung, Qualitätssicherung und laufende Weiterentwicklung aktiv ein und machen das MCI zu einem mit Leben erfüllten Center of Competence.

In spezifischen Programmfragen beigezogene Experten/-innen aus dem In- und Ausland wirken als wissenschaftliche Berater/-innen und Brücken zu renommierten Partnern. Aus diesem Zusammenspiel und der Wechselwirkung mit den Teilnehmern/-innen bzw. Absolventen/-innen entstehen unterschiedlichste Netzwerke, die motivierte Menschen auf ihrem weiteren beruflichen und persönlichen Weg begleiten.

abschluss.

Die Erbringung von Leistungsnachweisen bildet einen integralen Baustein akademischer Qualitätssicherung von MCI-Management-Lehrgängen.

Dem didaktischen Konzept entsprechend soll die ausschließlich repetitive Wiedergabe von Wissen auf ein Mindestmaß reduziert werden und steht die Befähigung zum kreativen Umgang mit beruflichen Problemstellungen, zur Erarbeitung verantwortungsvoller Lösungen und zur konsequenten Umsetzung beschlossener Maßnahmen im Vordergrund.

Dementsprechend sind zu den Inhalten der jeweiligen Lehrgangsmodule praxisbezogene Projektarbeiten zu Problem- bzw. Aufgabenstellungen aus dem eigenen beruflichen Umfeld bzw. Verantwortungsbereich zu verfassen. Diese Projektarbeiten werden den Teilnehmern/-innen mit einem kritischen Feedback des jeweiligen Vortragenden retourniert, welches eine wichtige Grundlage für die laufende Leistungsbeurteilung darstellt.

In der zweiten Hälfte des Management-Lehrgangs beginnen die Teilnehmer/-innen mit der Erstellung einer umfassenden Abschlussarbeit bzw. Master's Thesis, welcher eine qualifizierte Zusammenführung und Verdichtung der bisherigen Projektarbeiten oder eine neue Aufgabenstellung zugrunde liegt.

Bei positiver Beurteilung der Projektarbeiten und einer positiven Vorbegutachtung der Abschlussarbeit / Master's Thesis werden die Teilnehmer/-innen zu einer mündlichen kommissionellen Abschlussprüfung zugelassen, die den Inhalt sämtlicher Seminarmodule sowie die Präsentation und Verteidigung der Abschlussarbeit / Master's Thesis zum Gegenstand hat.

Über die erfolgreiche Absolvierung des jeweiligen Management-Lehrgangs wird vom Management Center Innsbruck ein Lehrgangszertifikat und ein von der jeweiligen wissenschaftlichen Leitung / der wissenschaftlichen Begleitung bestätigtes Abschlusszeugnis ausgestellt.

master-option.

Eine Besonderheit der MCI-Management-Lehrgänge liegt in der Möglichkeit zur flexiblen Anrechnung im Rahmen der executive Master-Studiengänge des MCI. Somit können Management-Lehrgänge modular miteinander verbunden und unter gewissen Bedingungen auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium genehmigten und international akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA, Master of Science in Management MSc und Master of International Business & Tax Law LL.M. einschlägig angerechnet werden. Bitte fordern Sie die detaillierten Masterbroschüren an (www.mci.edu/info) oder lassen Sie sich von uns persönlich beraten.

Für die Teilnehmer/-innen ergibt sich daraus der Vorteil, dass zeitliche und finanzielle Engagements im Hinblick auf einen zukünftigen Master-Abschluss stufenweise eingegangen werden können. Jeder MCI-Lehrgang führt dabei zu einem eigenständigen Abschluss; in früherer Zeit absolvierte MCI-Lehrgänge sind anrechenbar. Der Abschluss darf nicht länger als sieben Jahre zurückliegen.

Dieses österreichweit einzigartige modulare Konzept ist Ausdruck der akademischen Qualität jedes Management-Lehrgangs, unterstützt eine zielgerichtete berufliche Karriereentwicklung und erschließt attraktive Optionen für die Zukunft.



FIBAA

AKKREDITIERT



mci-gesamtangebot.

Für detaillierte Informationen kontaktieren Sie bitte unsere Website www.mci.edu bzw. www.mci.edu/info.
Wir beraten Sie gerne.

BACHELORSTUDIUM	ABSCHLUSS	SEM.	SPRACHE	VZ	BB
Management, Communication & IT	Bachelor of Arts (BA)	6	D & E	✓	
Management & Recht	Bachelor of Arts (BA)	6	D & E	✓	
Maschinenbau & Mechatronik*	Bachelor of Science (BSc)	6	D & E	✓	✓
Nonprofit-, Sozial- & Gesundheitsmanagement	Bachelor of Arts (BA)	6	D & E	✓	
Soziale Arbeit	Bachelor of Arts (BA)	6	D & E	✓	
Tourismus- & Freizeitwirtschaft	Bachelor of Arts (BA)	6	D & E	✓	
Umwelt-, Verfahrens- & Biotechnologie Studienzweig Biotechnologie Studienzweig Umwelttechnik	Bachelor of Science (BSc)	6	D & E	✓	
Umwelt-, Verfahrens- & Regelungstechnik	Bachelor of Science (BSc)	6	D & E		✓

DIPLOMSTUDIUM	ABSCHLUSS	SEM.	SPRACHE	VZ	BB
Wirtschaft & Management	Magister/-ra (FH), Mag. (FH)	8	D & E		✓

MASTERSTUDIUM	ABSCHLUSS	SEM.	SPRACHE	VZ	BB
Entrepreneurship & Tourismus	Master of Arts (MA)	4	D & E	✓	
International Business & Law (ab 2010)	Master of Arts (MA)	4	E	✓	
International Health Care Management	Master of Arts (MA)	4	E	✓	
Management, Communication & IT (ab 2010)	Master of Arts (MA)	4	E	✓	
Maschinenbau & Mechatronik (ab 2011)*	Master of Science (MSc)	4	D & E	✓	✓
Soziale Arbeit, Sozialpolitik & -management (ab 2010)	Master of Arts (MA)	4	D & E	✓	
Umwelt-, Verfahrens- & Biotechnologie Studienzweig Biotechnologie Studienzweig Umwelttechnik	Master of Science (MSc)	4	D & E	✓	
Wirtschaftsingenieurwesen (ab 2010)	Master of Science (MSc)	4	D & E		✓

EXECUTIVE MASTERSTUDIUM	ABSCHLUSS	SEM.	SPRACHE	VZ	BB
General Management Executive MBA	Master of Business Administration (MBA)	4	D & E		✓
Master of Science in Management MSc	Master of Science in Management (MSc)	4	D (E)		✓
LL.M. Internationales Wirtschafts- & Steuerrecht	Master of International Business & Tax Law (LL.M.)	4	D (E)		✓

MANAGEMENT-LEHRGÄNGE	SEM.	ANRECHENBAR AUF	MANAGEMENT-LEHRGÄNGE	SEM.	ANRECHENBAR AUF
Banking & Finance	2	MBA, MSc	Marketing	2	MBA, MSc
Controlling	2	MBA, MSc	Patent- & Lizenzmanagement	1	MBA, MSc
General Management	2	MBA, MSc	Personalmanagement	2	MBA, MSc
Innovations- & Prozessmanagement	2	MBA, MSc	Tourismus- & Freizeitmanagement	2	MBA, MSc
International Management	1	MBA, MSc	Unternehmenskommunikation	2	MBA, MSc
Management, Psychologie & Leadership	1	MSc	Wirtschafts- & Unternehmensrecht	2	MBA, MSc, LL.M.

MANAGEMENT-SEMINARE

Impulse für Management, Führung & Kommunikation

MASSGESCHNEIDERTE FIRMENTRAININGS

Innovative Programme für Firmen & Verwaltung

* Der Studiengang befindet sich bei Drucklegung im gesetzlichen Akkreditierungsverfahren; Änderungen vorbehalten. Sprache: D = Deutsch, E = Englisch, D & E = Deutsch mit nennenswertem Englischanteil, D (E) = Deutsch mit punktuellm Englischanteil, VZ = Vollzeit, BB = Berufsbegleitend; Anmerkung: Das gesamte Studienangebot im Bereich Executive Education (Executive Masterstudium, Management-Lehrgänge, -Seminare und Firmentrainings) wird in berufsbegleitender Form durchgeführt.



die unternehmerische hochschule.

Als Unternehmerische Hochschule® versucht das MCI, Denkhaltungen und Methoden der Wirtschaft auf den Hochschulbereich zu übertragen. Begriffe wie Kundennutzen, Marktnähe, Effizienz und Effektivität, Zuverlässigkeit, Vertrauen und ein klares Bekenntnis zu Leistung gehören zur Philosophie des MCI. Insgesamt schätzen mittlerweile rund 2.000 Studierende den unternehmerischen Geist des MCI und lassen sich in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung begleiten.

standort.

Die Management-Lehrgänge finden in aller Regel in den Seminarräumen des MCI am Standort Universitätsstraße Innsbruck statt. Dieser Standort bietet eine hervorragende Infrastruktur mit attraktiv ausgestatteten Seminar-, EDV- und Gruppenarbeitsräumen, modernsten Arbeits- und Recherchemöglichkeiten in der größten wirtschaftswissenschaftlichen Bibliothek Westösterreichs, einer ansprechenden Gastronomie und Hotellerie sowie komfortablen Parkmöglichkeiten in der hauseigenen City-Garage. In den Lehrgangsmodulen werden die Teilnehmer/-innen mit Pausengetränken und Erfrischungen versorgt.

Das Management Center Innsbruck bildet inhaltlich und baulich einen integralen Bestandteil des österreichweit einzigartigen Konzepts „Offene Universität Innsbruck“. Der nachbarschaftliche Verbund mit der Universität, die kraftvolle Architektur des Standorts und die Nähe zur lebendigen Innsbrucker Altstadt bieten MCI-Studierenden ein attraktives Umfeld mit hervorragenden Arbeitsmöglichkeiten.



bewerbungen.

Bewerbungen um Aufnahme in Management-Lehrgänge des MCI erfolgen auf Grundlage eines beim MCI einzubringenden, standardisierten Bewerbungsbogens mit Angaben zur Person, zur bisherigen Ausbildung, zum beruflichen Werdegang und Erfahrungshintergrund, zur aktuellen beruflichen Position, zu den Beweggründen für den Besuch des gewählten Management-Lehrgangs und zu den mittelfristigen Berufszielen.

Die einlangenden Bewerbungen werden in Abstimmung mit der wissenschaftlichen Begleitung auf ihre Zielgruppenkonformität überprüft und bei positiver Begutachtung nach der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Im Falle der Zuerkennung eines Studienplatzes kommt ein Vertrag auf Grundlage der Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI in der jeweils gültigen Fassung zustande.

ansprechpartnerinnen.

LEITUNG EXECUTIVE EDUCATION

Gabriela Leiß, gabriela.leiss@mci.edu, Tel. +43 512 2070-2110

ASSISTENZ DER LEITUNG

Claudia Kanetscheider, claudia.kanetscheider@mci.edu, +43 512 2070-2122

ADMINISTRATION & SEKRETARIAT

Sabrina Painer, sabrina.painer@mci.edu, +43 512 2070-2104

Mag. Christine Pirhofer, christine.pirhofer@mci.edu, +43 512 2070-2102

Evelin Senn, evelin.senn@mci.edu, +43 512 2070-2103

banking & finance.

INTERNATIONALE PERSPEKTIVEN FÜR REGIONALES HANDELN

Auch wer in seinem Fachgebiet bereits top ist, kann im Lehrgang Banking & Finance profitieren. Der Erfahrungsaustausch mit den anderen Teilnehmern, die Vorlesungen aus anderen Fachgebieten des Bankbetriebes und der Blick über die Grenzen erweitern den Horizont auf alle Fälle.

Klaus Hollmann, Tiroler Sparkasse Bankaktiengesellschaft, Teamleiter Backoffice, Innsbruck/Tirol

Der Lehrgang überzeugte durch hohe Qualität und Praxisrelevanz. Viele Inputs konnte ich bei meinen Managementaufgaben direkt umsetzen. Besonders interessant waren die internationalen Präsenzveranstaltungen die zu einem stärker überregionalen vernetzten Denken führten und es ermöglichten internationale Perspektiven in regionales Handeln umzusetzen.

Markus Hildmann, Hypo Tirol Bank AG, Bereichsleiter Kommerzkunden, Innsbruck/Tirol

Der Lehrgang bietet eine ausgezeichnete Chance, sich berufsbegleitend mit neuen Themen aus Praxis und Wissenschaft auseinander zu setzen.

Mag. Klaus Kirchmayr, BTV Innsbruck, Geschäftsbereich Privatkunden, Innsbruck/Tirol

Der MCI-Lehrgang versteht es perfekt, international anerkannte Größen aus allen Finanzfachgebieten als Vortragende zu gewinnen. Dadurch habe ich sowohl einen Einblick in innovative Praxisanwendungen im Finanzsektor, als auch wissenschaftlich fundierte Grundlagen in der Theorie erhalten.

Martin Achoner, RaiffeisenBank Kitzbühel reg. Gen.m.b.H., Kommerzkundenbetreuung, Kitzbühel/Tirol

Ohne mein MCI Studium hätte ich es nicht gewagt, mich so selbstbewusst an strategisch wichtigen Veränderungsprozessen unseres Unternehmens zu beteiligen!

Mag. (FH) Alfred Lugstein, Vorstandsmitglied UNIOA Bulgarien, Sofia/BG

Neben einer stabilen Währung braucht Österreich international wettbewerbsfähige Hochschulen. Das MCI setzt hier einen beispielgebenden Akzent.

Gouverneur Dr. Klaus Liebscher, Präsident der Österreichischen Nationalbank und Mitglied des erweiterten Rates der Europäischen Zentralbank, Wien/A

WITH INTENSIVE MODULES AT

IN ZUSAMMENARBEIT MIT





einführung.

Entscheidungsträger/-innen im Finanzdienstleistungssektor sehen sich mehr und mehr mit Fragen einer tragfähigen Positionierung im Markt und zukunftsweisenden Produkt- / Marktkombinationen konfrontiert. Welche strategischen Handlungsoptionen stehen zur Verfügung? Welche Auswirkungen haben die unterschiedlichen Optionen auf die Gesamtbanksteuerung unter Risiko- und Ertragsgesichtspunkten? Wie können integrierte Produkt- und Dienstleistungsportfolios für Privat-, Firmen- und institutionelle Kunden/-innen gestaltet werden? Wie verhält man sich als lokal oder regional gut aufgestellte Einrichtung in einem internationaler werdenden Wettbewerbsumfeld angesichts sich laufend ändernder Technologien?

Vor diesem Hintergrund gewinnt die professionelle Auseinandersetzung mit strategischen Optionen einen neuen Stellenwert und besondere Relevanz für den Erfolg von Unternehmungen, Produkten, Projekten und Initiativen. Langfristig können sich Finanzdienstleister/-innen nur dann erfolgreich und nachhaltig behaupten, wenn sie sich klar positionieren, innovative Geschäftsmodelle entwickeln und ihren Kunden/-innen einen sichtbaren Mehrwert anbieten.

Für erfolgreiches finanzwirtschaftliches Management ist profundes Know-how notwendig: Die Auseinandersetzung mit internationalen Rahmenbedingungen für den Banken- und Kapitalmarkt, die Vermittlung von Impulsen zur Entwicklung finanzwirtschaftlicher Strategien, die Professionalisierung von Rentabilitätssteuerung, Risk Management und Business Process Engineering sowie die Optimierung von Produkt- und Leistungsportfolios zählen zu den wichtigsten Zielen, die mit dem gegenständlichen Lehrgang erreicht werden sollen.

Die Zusammenarbeit mit der Universität Innsbruck, der Frankfurt School of Finance & Management und dem Bologna Center der Johns Hopkins University, School of Advanced International Studies (SAIS), in Entwicklung und Durchführung, bietet die Garantie dafür, dass dieses international ausgerichtete Fortbildungsprogramm aktuellen Ansprüchen von Wissenschaft und Praxis Rechnung trägt.

ziele / nutzen.

Nach Absolvierung des MCI-Lehrgangs Banking & Finance Internationale Perspektiven für regionales Handeln

- besitzen Sie einen Überblick, wohin sich Produkte, Märkte und Institutionen im regionalen und internationalen Bank- und Finanzdienstleistungsgeschäft entwickeln;
- können Sie aus der Befassung mit internationalen Trends, Entwicklungen und Perspektiven wichtige Erkenntnisse für das eigene Umfeld bzw. die eigene Geschäftstätigkeit ableiten;
- verstehen Sie es, bankwirtschaftliche Strategien zu entwickeln und umzusetzen;
- kennen Sie Möglichkeiten zur Produktivitäts- und Rentabilitätssteigerung von Finanzdienstleistungsorganisationen;
- wissen Sie, wie Sie den Herausforderungen des Risk Managements wirkungsvoll begegnen können;
- verfügen Sie über verstärktes Know-how, Geschäftsprozesse effizient und effektiv zu gestalten;
- haben Sie innovative Wege zur Entwicklung und Implementierung attraktiver Produkt- und Leistungsportfolios für Privatkunden, Firmenkunden und institutionelle Kunden kennen gelernt;
- sind Sie Teil eines Netzwerkes motivierter Menschen, die durch aktive Weiterbildung Ihre persönliche und berufliche Entwicklung selbst in die Hand nehmen und die Professionalität und Wettbewerbsfähigkeit Ihrer Institutionen erhöhen.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

- Entscheidungsträger/-innen in Banken, Versicherungen, sonstigen Finanzdienstleistern und branchennahen Organisationen;
- Personen mit Führungsverantwortung, insbesondere Filial- / Geschäftsstellenleiter/-innen, Abteilungs- / Bereichs- / Ressortleiter/-innen sowie Leiter/-innen von Stabstellen in einschlägigen Branchen;
- Unternehmer/-innen, Führungskräfte und sonstige Entscheidungsträger/-innen in Organisationen, die intensiv mit Finanzdienstleistungen oder Finanzierungsfragen befasst sind bzw. mit einschlägigen Institutionen zusammenarbeiten.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 6.790,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogen.



module bei auslandspartnern.

Besondere Attraktivität erlangt dieser Lehrgang durch die Durchführung einschlägiger Intensivmodule bei Auslandspartnern in Frankfurt am Main und Bologna. Die Lehrveranstaltungen in Bologna werden in englischer Sprache durchgeführt.

Jedes Auslandsmodul wird bei positivem Leistungsnachweis mit einem Zertifikat der durchführenden Hochschule bestätigt.



INTENSIVMODUL IN FRANKFURT AM MAIN

Frankfurt School of Finance and Management

6 TAGE

www.frankfurt-school.de

Die Frankfurt School of Finance and Management mit Sitz in der Finanzmetropole Frankfurt am Main zählt zu den renommiertesten privaten Hochschulen Deutschlands und hat durch ihre Trägerschaft intensive Kontakte zu deutschen Banken und Finanzdienstleistern. Um Aktualität und Praxisbezug ihrer Programme zu gewährleisten, pflegt die Hochschule einen intensiven Austausch mit der Finanzwirtschaft. Für die international ausgerichteten Studiengänge kooperiert sie weltweit mit Universitäten und Business Schools.



INTENSIVE MODULE IN BOLOGNA

Johns Hopkins University, School of Advanced International Studies

4 DAYS

www.jhubc.it

The Johns Hopkins University School of Advanced International Studies (SAIS), Bologna Center, is a full-time graduate school that offers a graduate level international relations program in Europe under the American system. Established in 1955, the center has promoted an international composition of students, faculty and staff. More than 30 countries are represented on the regular student body each year. Over 5,500 graduates of the center now work in 100 countries around the world. The Bologna Center offers an interdisciplinary program of studies, with an emphasis on European studies, international economics, politics and history.

Lektoren/-innen (auszug).

Dr. Bernulf Bruckner

Geschäftsführer bei CRTC-Liquidity Research, Training and Consulting, Niederösterreich/A

Frank Gans

Asset Management GmbH, Wien/A

Mag. Dr. Andreas Gapp

Vorstandsassistent und Leiter der Rechtsabteilung, Raiffeisenbank Kleinwalsertal/A

Dr. Oliver Grabherr

GCP Gamma Capital Partners Beratungs- & Beteiligungs AG, Wien/A

Dr. Manfred Heemann

Mayer, Brown, Rowe & Maw Gaedertz, Frankfurt am Main/D

Prof. Dr. Eric Jones

Johns Hopkins University, School of Advanced International Studies, Bologna Center/I

Prof. Dr. Dirk Kleine

Internationaler Unternehmensberater; Fachhochschule Osnabrück/D

Mag. Otto Lauer

VBV Pensionskasse AG, Wien/A

Prof. Dr. Gianfranco Pasquino

Johns Hopkins University, School of Advanced International Studies, Bologna Center/I

Mag. Ulrich Pawlowski

KPMG Austria GmbH, Innsbruck/Tirol

Dr. Kay-Michael Schanz

Frankfurt School of Finance and Management, Frankfurt am Main/D

Prof. Dr. Paul-Günther Schmidt

Frankfurt School of Finance and Management, Frankfurt am Main/D

Mag. Johannes Schönegger

Wiener Börse AG / Internationale Allianzen, Wien/A

Univ.-Prof. Dr. Klaus Schredelseker

Institut für Banken und Finanzen, Universität Innsbruck/Tirol

Prof. Dr. Johannes Schwanitz

International School of Management, Dortmund/D

Prof. Dr. Udo Steffens

Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main/D

Prof. Dr. Uwe Swoboda

Berufsakademie Stuttgart - University of C.E., Stuttgart/D

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DEN BANKEN- UND KAPITALMARKT	9,5	GESCHÄFTSFELD FIRMENKUNDEN	6,5
Ökonomisches / Finanzwirtschaftliches Denken & Handeln	2	Mergers & Acquisitions (Frankfurt am Main)	1,5
Europe & Italy – A Political & Economic Framework for Banking and Finance – Structure, Characteristics, Trends (Bologna)	2	Rechnungslegung (IFRS), Unternehmensbewertung	2
The Italian Banking System (Bologna)	2	Venture Capital & Hybride Produkte	1
Das deutsche Bankensystem, osteuropäische Bankensysteme (Frankfurt am Main)	1,5	Mezzanine Finanzierung / Debt Mezzanine (Frankfurt am Main)	1
Vergleich der Bankensysteme in Europa (Frankfurt am Main)	0,5	Kundengruppenmarketing - Firmenkunden	1
Die europäische Börsenlandschaft (Frankfurt am Main)	0,5		
Bank- und Kapitalmarktrecht	1	GESCHÄFTSFELD PRIVATKUNDEN	3
		Kundengruppenmarketing - Privatkunden	1
FINANZWIRTSCHAFTLICHES MANAGEMENT	6,5	Private & Retail Banking	2
Finanzwirtschaftliche Strategie & Management / Strategisches Management (Frankfurt am Main)	1,5		
Risk Management	1	GESCHÄFTSFELD INSTITUTIONELLE KUNDEN	3
Produktivitäts- und Rentabilitätsoptimierung und -steuerung in Banken	2	Fondsgeschäft / Pensionskassen	1
Business Intelligence – Von der Einzelgeschäftskalkulation zur Gesamtbanksteuerung	2	Großprojektfinanzierung / Public Private Partnership	2
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)			28,5

Marketing - Strategieberatung GmbH, Innsbruck | Mag. Dr. Rainer Beetz, Sonn & Partner, Wien | Prof. Dr. Anna László, Budapest University of Technology and Economics, Budapest | Dr. Leonhard J. Schnorrenberg, The Greenleaf Centre for Servant Leadership, Düsseldorf | Univ.-Doz. Dr. Heinz Handler, Wifo, Wien | Dr. Arthur Gillis, Protea Hotels, Kapstadt | Dr. Helmut Heiss, Universität Mannheim, Mannheim | Dr. Wendy Becker, University at Albany, New York | James Hill, Heritage University, Moses Lake | Dipl.-Ing. Alexander Asbäck, VTU-Engineering GmbH, Kundl | Dipl.-Ing. Dr. oec. Christoph Wecht, BGW AG, Wien | Dr. Johannes Hohenauer, Koeck, Ebner & Partner GesmbH, Wien | Hans Herbert Holzamer, F.A.S.T. Gesellschaft für angewandte Technologie, Wien | Dr. Brad Glossop, CSIS, Honolulu | Dr. Aloys Hüttermann, Maiwald Patentanwalts GmbH, Düsseldorf | Prof. Dr. Siegfried Augustin, Universität Wien | Prof. Dr. Carlos Jahn, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Hamburg | Prof. Dr. Sten Jönsson, Universität Göteborg | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Mag. Chris Kapferer, Treuhand Partner Austria, Wien | DI Erwin Obermeier, Eurofighter GmbH, Hallbergmoos | Dipl.-Ing. Anthoni J. M. M. van der Wal, Volkswagen Group Japan, Tokyo | Klaus Glesecke, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Hamburg | Prof. Dr. Amandine M. Schmitt, Universität St. Gallen, St. Gallen | Prof. Dr. Amanda M. S. de Sá, University of Nebraska, Omaha | DI (FH) Rene Lorber, Fabasoft AT, Wien | Dr. Arthur Oberascher, Österreich Werbung, Wien | Dr. Stefan Leibler, Friedrich-Schiller-Universität, Jena | Hermann Nitsch, Atelier Nitsch, Prinzenhof | DDr. Engelbert Schöfer, Patentanwälte Torggler & Hofinger, Innsbruck | Dipl. Chem. Christina Melkelburger, Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg, Rheinbach | Dipl.-Kfm. Michael Moeller, Beratergruppe Neuwaldegg GmbH, Wien | Dr. Stefan Bergsmann, Horvath und Partner Management Consulting, Wien | Dr. Robert Hänel, Hänel & Kollegen Rechtsanwälte, Peißenberg | Dr. Jürgen Meier, Vossius & Partner, München | Dr. Jürgen Moosmann, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Prof. Dr. Franz Pegger, Kanzlei Greiter, Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck | Prof. Dr. Ron Meyer, Strategy Works, Rotterdam | Prof. Dr. Ady Milman, University of Central Florida, Orlando | Prof. Dr. Ernst Madlener, Gesellschaft für Unternehmensbewertung m.b.H., Innsbruck | DDI Dr. Helmut Erich Mößner, BMW M GmbH, Garching-Hochbrück | Dr. Jakob Edinger, Edinger Tourismusberatung GmbH, Innsbruck | Dipl.-Ing. Oliver Hasselbacher, Mag. Helmut Theyer, Bank Austria - Creditanstalt, Kreditabteilung LD Tirol, Unternehmensanalyst, Innsbruck/Tirol | Dipl.-Ing. Siegfried Mrochen, Universität-Gesamthochschule Siegen, Siegen | Dr. Petra Wittig, Roxin Rechtsanwälte, München | Prof. Dr. Hans Mühlbacher, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dr. Lucie Vorlickova, Vorlickova & Leitner, Prag | Prof. Dr. Sebastian Müller-Franken, Philipps-Universität Marburg, Marburg | DI Dipl.-Wirtsch.-Ing. Paul-Alexander Wacker, Kuhnen & Wacker Patent- und Rechtsanwaltsbüro, Freising | Dipl.-Ing. Christian Platzer, Europäisches Patentamt München, München | Dr. Jürgen Beneke, Universität Hildesheim, Hildesheim | Prof. Dr. Friedrich Roithmayr, Johannes Kepler Universität, Linz | Prof. Dr. Solveig Böhm, Dalarna University, Falun | Dr. Udo Steffens, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Prof. Dr. Markus Rudolf, Wirtschaftliche Hochschule Ostösterreich, Kitzbühel | Dr. Christoph Schließmann, CPS Schließmann, Frankfurt am Main | Mag. Horst Bernegger, Pricewaterhouse Coopers GmbH, Salzburg | Dr. Harald Koch, Rostock, Rostock | Dr. Michael Kort, Universität Augsburg, Augsburg | Prof. Dr. Karl Weber, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Prof. Dr. Arch G. Woodside, Boston College, Boston | Dipl.-Ing. Wilfried Schöfer, Bank Austria Group, Wien | Mag. Martin Selmayr, European Commission, Brüssel | Prof. Dr. Annap Bunjan, Mae Fah Luang University, Bangkok | Prof. Dr. Wolfgang Maass, Hochschule Furtwangen University, Furtwangen | Prof. Dr. Jean-Claude Usunie, University of Lausanne, Lausanne | Prof. Dr. Johannes Schwanitz, International School of Management, Dortmund | Prof. Dr. Stephan Doering, Poliklinik für Zahnärztliche Prothetik, Münster | Prof. Dr. Klaus Thredelseker, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dr. Christof Splechtna, Capital Management Partners GmbH, Berlin | Mag. Hannes Aigner, Tiroler Sparkasse Bank AG, Innsbruck | DDr. Tade Matthias Spranger, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität, Bonn | Dr. Paul-Günther Schmidt, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Prof. Dr. Sudi Sudarsanam, Cranfield School of Management, Cranfield | Prof. Dr. Heinz Klaus Stahl, Univ.-Prof. Dr. Stahl & Partner, Berlin | Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Mag. Michael Schöfer, ICADÉ - Universidad Pontificia Comillas, Madrid | Dipl.-Kfm. Michael Reinhard, Institut für Wirtschaftsforschung, München | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Prof. Dr. Xaver Fiederle, Pädagogische Hochschule Freiburg, Freiburg | Dr. Nadja Kaeding, Graefe Rechtsanwälte, München | Dipl.-Ing. Rainer Beetz, Sonn & Partner, Wien | Prof. Dr. Heidelore Schröder, Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Berlin | Prof. Dr. Eric Jones, Johns Hopkins University, Baltimore | Prof. Dr. Jonathan Palmer, College of William & Mary - School of Business, Williamsburg | Dr. Hansrudi Müller, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Bern | Dr. Martin Selmayr, European Commission, Brüssel | Prof. Dr. Annap Bunjan, Mae Fah Luang University, Bangkok | Prof. Dr. Andreas Dilg, Maiwald Patentanwalts GmbH, München | Dipl.-Kfm. Stefan Eisenmann, Quantum consult GmbH & Co KG, München | Dr. Siegfried Neumann, Merck KGaA, Darmstadt | Mag. Helga M. Stangl, Pricewaterhouse Coopers GmbH, Wien | Christian Siekmann, Accenture GmbH, München | Mag. Bernd Kleboth, LGT Bank in Liechtenstein AG, Vaduz | Dr. Günter Unterleitner, Hypo Tirol Bank AG, Innsbruck | Mag. Gerald Gahleitner, Leitner + Leitner GmbH & Co KEG, Linz | Mag. Dr. Clemens Nowotny, Leitner & Leitner GmbH & Co KEG, Linz | MMag. Dr. Clemens Ph. Schindler, F.A. v. Hayek Institut, Wien | Prof. Dr. Stephanie Johnson, Charles Darwin University, Darwin | Dr. Wolfgang Jenewein, Universität St. Gallen, St. Gallen | Dr. Michael Reiterer, Delegation der Europäischen Kommission, Tokyo | Dr. Veit Sorger, Industriellenvereinigung Österreich, Wien | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Dipl.-Ing. Julia Thiele, Fraunhofer Technologieentwicklungsgruppe, Stuttgart | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Dr. Hermann Sendele, Board Consultants International Service & Company GmbH, München | Prof. Dr. Bob De Wit, Strategy Academy, Rotterdam | Dr. Wolfgang Mazal, Universität Wien, Wien | Dr. Harald Pechlaner, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Eichstätt | Dipl.-Ing. Hans Haider, Verbund AG, Wien | Dr. Rüdiger Adolf, American Express, New York | Prof. Dr. Magda Benkö, Budapest University of Technology and Economics, Budapest | Dr. Johann Wörndl-Aichriedler, Bramac Dac Systems International, Pöchlarn | Dipl.-Ing. Johann Füller, Hyve AG, München | Dr. Oliver Grabherr, gamma capital partners Beratungs- & Beteiligungs AG, Wien | Dr. Stefan Hamm, Concorde Management AG, München | Ing. Bruno Walter, Tiscov AG, Innsbruck | Mag. Hermann Petz, Moser Holding, Innsbruck | Prof. DI Dr. A Min Tjoe, Technische Universität Wien, Wien | Prof. Dr. Kurt Matzler, Johannes Kepler Universität, Linz | Bischof Dr. Manfred Scheuer, Diözese Innsbruck, Innsbruck | Prof. Dr. Norm Friesen, Thompson Rivers University, Kamloops | Dr. Leander D. Loacker, Universität Mannheim, Mannheim | Dr. Christoph Herrmann, Ludwig-Maximilians-Universität, München | Prof. Dr. Günther Haedrich, Freie Universität Berlin, Berlin | Dipl.-Ing. Hannes Ambacher, dolphin management consulting gmbH, Wien | Dr. Claus Hipp, Hipp GmbH, Pfaffenhofen | Excellency T. P. Sreenivasan, Indische Botschaft, Wien | Dr. Oliver Gassmann, Universität St. Gallen, St. Gallen | Dr. Alex de Voogd, Universiteit Leiden, Leiden | Dr. Anton Reisinger, BMW AG, München | Prof. Dr. Roman Siebenrock, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dr. Josef E. Burger, Austrian Airlines, Wien | Prof. Dr. Todd A. Mooradian, College of William & Mary, Williamsburg | Dipl.-Wirtsch.-Ing. Stefan Kohn, Fraunhofer Technologieentwicklungsgruppe, Stuttgart | Mag. Christian Glahn, Open University Netherlands, Heerlen | Mag. Christoph Antretter, Institut für Marketing - Strategieberatung GmbH, Innsbruck | Dipl.-Ing. Dr. Rainer Beetz, Sonn & Partner, Wien | Prof. Dr. Krisztina László, Budapest University of Technology and Economics, Budapest | Dr. Julian Wagner, Rosenbauer International AG, Leonding | Prof. Dr. Stephan Laske, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Mag. Dr. Walter S. A. Schwaiger, Technische Universität Wien, Wien | Dipl.-Kfm. Robert Grüneberg, Invista Resins & Fibers GmbH & Co KG, Hattersheim am Main | Dr. Gabriele Lakomski, The University of Melbourne, Melbourne | Dr. Erich Hautz, Siemens AG, München | Prof. Dr. Masaki Ban, Momoyama Gakuin University, Osaka | Prof. Dr. Kaye Chon, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong | Dr. Dirk Glaeßer, World Tourism Organization, Madrid | Dr. Kurt Bayer, OMV AG, Wien | Dr.phil. Dr.h.c. Bruno Buchberger, Research Institute for Symbolic Computation, Linz | Dipl.-Vw. Armin Burger, Hofer KG, Sattledt | Prof. Dr. Carmencita Cheung, City University of Hong Kong, Hong Kong | Altbischof Dr. Reinhold Stecher, Diözese Innsbruck, Innsbruck | Excellency Susan McCaw, Botschaft der Vereinigten Staaten, Wien | Prof. Dr. Elizabeth Dickson, ESPEME Business School Nice, Nizza | Prof. Dr. Klaus Spremann, Universität St. Gallen, St. Gallen | Prof. Dr. Reidar J. Mykletun, Stavanger University College, Stavanger | Dr. Christian Laesser, Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, St. Gallen | | Prof. Dr. John Walsh, Australian International Hotel School, Canberra | Dr. Claudio Albrecht, Ratiopharm GmbH, Ulm | Prof. Dr. Perry Hobson, Southern Cross University, Sydney | Mag. Helmut Fink, SAP Österreich GmbH, Wien | Dipl.-Ing. Rolf Einsele, DaimlerChrysler AG, Stuttgart | Dr. Joachim Tries, Adelta.Com AG, Düsseldorf



r. Angela Escher-Greiter, Spitzler Chur AG, Chur | Mag. Michel Haas, Genia Consult Unternehmensberatungs GmbH, Wien | Mag. Dr. Andreas Gapp, Raiffeisenbank Kleinwalsertal AG, Riezlern | Dr. Leonhard J. Schnorrenberg, The Greenleaf Centre for Servant Leadership, Düsseldorf | Univ.-Doz. Dr. Heinz Handler, Wifo, Wien | Dr. Arthur Gillis, Protea Hotels, Kapstadt | Dr. Helmut Heiss, Universität Mannheim, Mannheim | Dr. Wendy Becker, University at Albany, New York | James Hill, Heritage University, Moses Lake | Dipl.-Ing. Alexander Asbäck, VTU-Engineering GmbH, Kundl | Dipl.-Ing. Dr. oec. Christoph Wecht, BGW AG, Wien | Dr. Johannes Hohenauer, Koeck, Ebner & Partner GesmbH, Wien | Hans Herbert Holzamer, F.A.S.T. Gesellschaft für angewandte Technologie, Wien | Dr. Brad Glossop, CSIS, Honolulu | Dr. Aloys Hüttermann, Maiwald Patentanwalts GmbH, Düsseldorf | Prof. Dr. Siegfried Augustin, Universität Wien | Prof. Dr. Carlos Jahn, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Hamburg | Prof. Dr. Sten Jönsson, Universität Göteborg | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Mag. Chris Kapferer, Treuhand Partner Austria, Wien | DI Erwin Obermeier, Eurofighter GmbH, Hallbergmoos | Dipl.-Ing. Anthoni J. M. M. van der Wal, Volkswagen Group Japan, Tokyo | Klaus Glesecke, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Hamburg | Prof. Dr. Amandine M. Schmitt, Universität St. Gallen, St. Gallen | Prof. Dr. Amanda M. S. de Sá, University of Nebraska, Omaha | DI (FH) Rene Lorber, Fabasoft AT, Wien | Dr. Arthur Oberascher, Österreich Werbung, Wien | Dr. Stefan Leibler, Friedrich-Schiller-Universität, Jena | Hermann Nitsch, Atelier Nitsch, Prinzenhof | DDr. Engelbert Schöfer, Patentanwälte Torggler & Hofinger, Innsbruck | Dipl. Chem. Christina Melkelburger, Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg, Rheinbach | Dipl.-Kfm. Michael Moeller, Beratergruppe Neuwaldegg GmbH, Wien | Dr. Stefan Bergsmann, Horvath und Partner Management Consulting, Wien | Dr. Robert Hänel, Hänel & Kollegen Rechtsanwälte, Peißenberg | Dr. Jürgen Meier, Vossius & Partner, München | Dr. Jürgen Moosmann, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Prof. Dr. Franz Pegger, Kanzlei Greiter, Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck | Prof. Dr. Ron Meyer, Strategy Works, Rotterdam | Prof. Dr. Ady Milman, University of Central Florida, Orlando | Prof. Dr. Ernst Madlener, Gesellschaft für Unternehmensbewertung m.b.H., Innsbruck | DDI Dr. Helmut Erich Mößner, BMW M GmbH, Garching-Hochbrück | Dr. Jakob Edinger, Edinger Tourismusberatung GmbH, Innsbruck | Dipl.-Ing. Oliver Hasselbacher, Mag. Helmut Theyer, Bank Austria - Creditanstalt, Kreditabteilung LD Tirol, Unternehmensanalyst, Innsbruck/Tirol | Dipl.-Ing. Siegfried Mrochen, Universität-Gesamthochschule Siegen, Siegen | Dr. Petra Wittig, Roxin Rechtsanwälte, München | Prof. Dr. Hans Mühlbacher, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dr. Lucie Vorlickova, Vorlickova & Leitner, Prag | Prof. Dr. Sebastian Müller-Franken, Philipps-Universität Marburg, Marburg | DI Dipl.-Wirtsch.-Ing. Paul-Alexander Wacker, Kuhnen & Wacker Patent- und Rechtsanwaltsbüro, Freising | Dipl.-Ing. Christian Platzer, Europäisches Patentamt München, München | Dr. Jürgen Beneke, Universität Hildesheim, Hildesheim | Prof. Dr. Friedrich Roithmayr, Johannes Kepler Universität, Linz | Prof. Dr. Solveig Böhm, Dalarna University, Falun | Dr. Udo Steffens, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Prof. Dr. Markus Rudolf, Wirtschaftliche Hochschule Ostösterreich, Kitzbühel | Dr. Christoph Schließmann, CPS Schließmann, Frankfurt am Main | Mag. Horst Bernegger, Pricewaterhouse Coopers GmbH, Salzburg | Dr. Harald Koch, Rostock, Rostock | Dr. Michael Kort, Universität Augsburg, Augsburg | Prof. Dr. Karl Weber, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Prof. Dr. Arch G. Woodside, Boston College, Boston | Dipl.-Ing. Wilfried Schöfer, Bank Austria Group, Wien | Mag. Martin Selmayr, European Commission, Brüssel | Prof. Dr. Annap Bunjan, Mae Fah Luang University, Bangkok | Prof. Dr. Wolfgang Maass, Hochschule Furtwangen University, Furtwangen | Prof. Dr. Jean-Claude Usunie, University of Lausanne, Lausanne | Prof. Dr. Johannes Schwanitz, International School of Management, Dortmund | Prof. Dr. Stephan Doering, Poliklinik für Zahnärztliche Prothetik, Münster | Prof. Dr. Klaus Thredelseker, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dr. Christof Splechtna, Capital Management Partners GmbH, Berlin | Mag. Hannes Aigner, Tiroler Sparkasse Bank AG, Innsbruck | DDr. Tade Matthias Spranger, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität, Bonn | Dr. Paul-Günther Schmidt, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Prof. Dr. Sudi Sudarsanam, Cranfield School of Management, Cranfield | Prof. Dr. Heinz Klaus Stahl, Univ.-Prof. Dr. Stahl & Partner, Berlin | Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Mag. Michael Schöfer, ICADÉ - Universidad Pontificia Comillas, Madrid | Dipl.-Kfm. Michael Reinhard, Institut für Wirtschaftsforschung, München | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Prof. Dr. Xaver Fiederle, Pädagogische Hochschule Freiburg, Freiburg | Dr. Nadja Kaeding, Graefe Rechtsanwälte, München | Dipl.-Ing. Rainer Beetz, Sonn & Partner, Wien | Prof. Dr. Heidelore Schröder, Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Berlin | Prof. Dr. Eric Jones, Johns Hopkins University, Baltimore | Prof. Dr. Jonathan Palmer, College of William & Mary - School of Business, Williamsburg | Dr. Hansrudi Müller, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Bern | Dr. Martin Selmayr, European Commission, Brüssel | Prof. Dr. Annap Bunjan, Mae Fah Luang University, Bangkok | Prof. Dr. Andreas Dilg, Maiwald Patentanwalts GmbH, München | Dipl.-Kfm. Stefan Eisenmann, Quantum consult GmbH & Co KG, München | Dr. Siegfried Neumann, Merck KGaA, Darmstadt | Mag. Helga M. Stangl, Pricewaterhouse Coopers GmbH, Wien | Christian Siekmann, Accenture GmbH, München | Mag. Bernd Kleboth, LGT Bank in Liechtenstein AG, Vaduz | Dr. Günter Unterleitner, Hypo Tirol Bank AG, Innsbruck | Mag. Gerald Gahleitner, Leitner + Leitner GmbH & Co KEG, Linz | Mag. Dr. Clemens Nowotny, Leitner & Leitner GmbH & Co KEG, Linz | MMag. Dr. Clemens Ph. Schindler, F.A. v. Hayek Institut, Wien | Prof. Dr. Stephanie Johnson, Charles Darwin University, Darwin | Dr. Wolfgang Jenewein, Universität St. Gallen, St. Gallen | Dr. Michael Reiterer, Delegation der Europäischen Kommission, Tokyo | Dr. Veit Sorger, Industriellenvereinigung Österreich, Wien | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Dipl.-Ing. Julia Thiele, Fraunhofer Technologieentwicklungsgruppe, Stuttgart | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Dr. Ralf Ziegenbein, International School of Management, Dortmund | Dr. Hermann Sendele, Board Consultants International Service & Company GmbH, München | Prof. Dr. Bob De Wit, Strategy Academy, Rotterdam | Dr. Wolfgang Mazal, Universität Wien, Wien | Dr. Harald Pechlaner, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Eichstätt | Dipl.-Ing. Hans Haider, Verbund AG, Wien | Dr. Rüdiger Adolf, American Express, New York | Prof. Dr. Magda Benkö, Budapest University of Technology and Economics, Budapest | Dr. Johann Wörndl-Aichriedler, Bramac Dac Systems International, Pöchlarn | Dipl.-Ing. Johann Füller, Hyve AG, München | Dr. Oliver Grabherr, gamma capital partners Beratungs- & Beteiligungs AG, Wien | Dr. Stefan Hamm, Concorde Management AG, München | Ing. Bruno Walter, Tiscov AG, Innsbruck | Mag. Hermann Petz, Moser Holding, Innsbruck | Prof. DI Dr. A Min Tjoe, Technische Universität Wien, Wien | Prof. Dr. Kurt Matzler, Johannes Kepler Universität, Linz | Bischof Dr. Manfred Scheuer, Diözese Innsbruck, Innsbruck | Prof. Dr. Norm Friesen, Thompson Rivers University, Kamloops | Dr. Leander D. Loacker, Universität Mannheim, Mannheim | Dr. Christoph Herrmann, Ludwig-Maximilians-Universität, München | Prof. Dr. Günther Haedrich, Freie Universität Berlin, Berlin | Dipl.-Ing. Hannes Ambacher, dolphin management consulting gmbH, Wien | Dr. Claus Hipp, Hipp GmbH, Pfaffenhofen | Excellency T. P. Sreenivasan, Indische Botschaft, Wien | Dr. Oliver Gassmann, Universität St. Gallen, St. Gallen | Dr. Alex de Voogd, Universiteit Leiden, Leiden | Dr. Anton Reisinger, BMW AG, München | Prof. Dr. Roman Siebenrock, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dr. Josef E. Burger, Austrian Airlines, Wien | Prof. Dr. Todd A. Mooradian, College of William & Mary, Williamsburg | Dipl.-Wirtsch.-Ing. Stefan Kohn, Fraunhofer Technologieentwicklungsgruppe, Stuttgart | Mag. Christian Glahn, Open University Netherlands, Heerlen | Mag. Christoph Antretter, Institut für Marketing - Strategieberatung GmbH, Innsbruck | Dipl.-Ing. Dr. Rainer Beetz, Sonn & Partner, Wien | Prof. Dr. Krisztina László, Budapest University of Technology and Economics, Budapest | Dr. Julian Wagner, Rosenbauer International AG, Leonding | Prof. Dr. Stephan Laske, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Mag. Dr. Walter S. A. Schwaiger, Technische Universität Wien, Wien | Dipl.-Kfm. Robert Grüneberg, Invista Resins & Fibers GmbH & Co KG, Hattersheim am Main | Dr. Gabriele Lakomski, The University of Melbourne, Melbourne | Dr. Erich Hautz, Siemens AG, München | Prof. Dr. Masaki Ban, Momoyama Gakuin University, Osaka | Prof. Dr. Kaye Chon, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong | Dr. Dirk Glaeßer, World Tourism Organization, Madrid | Dr. Kurt Bayer, OMV AG, Wien | Dr.phil. Dr.h.c. Bruno Buchberger, Research Institute for Symbolic Computation, Linz | Dipl.-Vw. Armin Burger, Hofer KG, Sattledt | Prof. Dr. Carmencita Cheung, City University of Hong Kong, Hong Kong | Altbischof Dr. Reinhold Stecher, Diözese Innsbruck, Innsbruck | Excellency Susan McCaw, Botschaft der Vereinigten Staaten, Wien | Prof. Dr. Elizabeth Dickson, ESPEME Business School Nice, Nizza | Prof. Dr. Klaus Spremann, Universität St. Gallen, St. Gallen | Prof. Dr. Reidar J. Mykletun, Stavanger University College, Stavanger | Dr. Christian Laesser, Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, St. Gallen | | Prof. Dr. John Walsh, Australian International Hotel School, Canberra | Dr. Claudio Albrecht, Ratiopharm GmbH, Ulm | Prof. Dr. Perry Hobson, Southern Cross University, Sydney | Mag. Helmut Fink, SAP Österreich GmbH, Wien | Dipl.-Ing. Rolf Einsele, DaimlerChrysler AG, Stuttgart | Dr. Joachim Tries, Adelta.Com AG, Düsseldorf

Durch die Ausbildungsform am MCI wird den Teilnehmern eine nachhaltige Wissensmehrung ermöglicht. Mit dem Verfassen von Projektarbeiten beschäftigt sich der Teilnehmer nochmals umfassend und intensiv mit der Thematik.

Mag. Christian Greif, Raiffeisenbank Reutte reg.Gen.m.b.H., Finanz-Management / Controlling, Reutte/Tirol

Mit der geballten Ladung an Kompetenz lässt sich jede Wissenslücke schließen. Das MCI ist das „St. Gallen“ der Europaregion Tirol.

Mag. Helmut Theyer, Bank Austria - Creditanstalt, Kreditabteilung LD Tirol, Unternehmensanalyst, Innsbruck/Tirol

Durch die einzigartige Kombination aus Theorie- und Praxiswissen der Vortragenden habe ich einen erweiterten Zugang zum Controlling bekommen. Sehr hilfreich waren dabei die Projektarbeiten und die Abschlussarbeit, welche ich im Unternehmen umsetzen konnte.

Mag. Thomas H. Bacher, Porsche Konstruktionen GmbH & CoKG, Leiter Kalkulation und Controlling, Salzburg/A

Das umfassende Wissens- und Informationsangebot in den einzelnen Modulen hat dazu beigetragen, Abläufe und Prozesse controlling- und strategieorientierter zu gestalten. Neben sozialpädagogischen Aspekten werden jetzt noch stärker leistungs- und kostenoptimierende Faktoren in unseren Planungen berücksichtigt. Für die zielorientierte Umsetzung unserer Strategie sowie die Einführung einer Managementerfolgsrechnung wurden im Lehrgang sehr wertvolle Impulse gegeben.

Mag. Veronika Jones, Vorarlberger Kinderdorf gemeinnützige GmbH, Controlling, Bregenz/A

Erfrischend – aktuell – begleitend. Im Lehrgang konnte viel Vergessenes wieder aufgefrischt werden, darüber hinaus wurden die neuesten Erkenntnisse der Wissenschaft und Praxis vermittelt. Durch den berufsbegleitenden Charakter konnte das erworbene Know-how kritisch hinterfragt werden, um dieses sodann im Unternehmen adäquat umzusetzen.

Christoph Schütz, Hoppe Holding AG, Mals/Südtirol



einführung.

Kaum ein Unternehmen kann es sich leisten, ohne wirksame Steuerung tätig zu sein. Controlling sorgt für Ergebnis- und Strategietransparenz, schafft Zielsicherheit und nicht zuletzt betriebswirtschaftliche Infrastrukturen, die die erforderlichen Daten und Informationen als Grundlage für zielgerechtes Handeln liefern.

Die vielfältigen Diskussionen über das weitläufige Aufgabenspektrum eines Controllers verdeutlichen das neue Rollenverständnis. Weg vom/von der klassischen Zahlenhüter/-in hin zum/zur unternehmensinternen Berater/-in, der/die die Unternehmensleitung unterstützt bzw. selbst Managementfunktionen wahrnimmt und fachliche, methodische sowie soziale Kompetenz in sich vereint.

Dieser in enger Zusammenarbeit mit dem Institut für Organisation und Lernen, Fachbereich Controlling, der Universität Innsbruck entwickelte MCI-Lehrgang bietet ein qualitätsorientiertes Fortbildungsprogramm, welches Führungskräften, Nachwuchsführungskräften und sonstigen Entscheidungsträgern/-innen – vor allem aus klein- und mittelbetrieblichen Strukturen – einen praxisorientierten Leitfaden für die Bewältigung ihrer beruflichen Herausforderungen liefert.

umfeld.

In einer Zeit, in der „Veränderung die einzige Konstante“ geworden ist, erhöhen sich die Anforderungen an Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte sprunghaft. Globalisierung, internationaler Wettbewerbsdruck, neue Formen der Zusammenarbeit, moderne Informations- und Kommunikationstechnologien und externe wie interne Vernetzungen der Unternehmen stellen wachsende Herausforderungen an effektive Controlling-Systeme dar. Der kritische Erfolgsfaktor für zukünftiges Controlling heißt Integration – Integration von Märkten, Prozessen und Werten. Ansätze der Balanced Scorecard setzen sich mit diesen Herausforderungen auseinander und unterstützen die Arbeit mit mehrdimensionalen Steuerungsgrößen.

ziele / nutzen.

Der MCI-Lehrgang Controlling – Mit Informationen erfolgreich steuern und führen vermittelt ein dem internationalen Stand der Wissenschaft und Praxis entsprechendes Führungswissen. Ziel ist es, eine ganzheitliche Sicht der Funktionen des Controllings im Unternehmen zu fördern und diese in einen konkreten Anwendungszusammenhang zu bringen.

Nach Absolvierung des MCI-Lehrgangs Controlling – Mit Informationen erfolgreich steuern und führen

- erkennen Sie, wie sich die internen und externen Anforderungen an die Steuerung eines Unternehmens entwickeln und verfügen über ein anwendungsorientiertes Know-how im Controlling;
- sind Sie in der Lage, neue Herausforderungen mit Hilfe geeigneter Methoden und Instrumente entsprechend dem letzten Stand der Wissenschaft systematisch zu meistern;
- verfügen Sie über ein persönliches, umsetzungsorientiertes Konzept, das Sie im Rahmen Ihrer Abschlussarbeit erstellen und welches Ihnen die Bewältigung Ihrer Herausforderungen in der Praxis erleichtert.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte oder sonstige Entscheidungsträger/-innen, die bereits im Rechnungswesen oder Controlling tätig sind und ihre derzeitige Position mit höherem Professionalisierungsgrad besser ausüben möchten;
- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte oder sonstige Entscheidungsträger/-innen aus anderen Bereichen, die sich mit diesem Lehrgang auf den Umstieg in ein zukunftsreicheres Berufsfeld vorbereiten möchten;
- Unternehmer/-innen und Mitarbeiter/-innen aus Klein- und Mittelbetrieben, die ein Controllingssystem in ihrem Betrieb installieren bzw. bestehende Controllingansätze zielgerichtet ausbauen und systematisieren möchten.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 5.890,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.



einführung.

„Management ist die schöpferischste aller Künste. Es ist die Kunst, Talente richtig einzusetzen und motivierende Strukturen zu schaffen.“ Dieses Zitat des langjährigen Weltbankpräsidenten Robert S. McNamara vermittelt einen Eindruck davon, wie wichtig fundiertes betriebswirtschaftliches Wissen und modernes Management-Know-how in vielen Branchen und Berufen geworden ist. Auch in klassischen Nonprofit-Bereichen und der Hoheitsverwaltung hat sich anwendungsorientiertes Führungswissen mittlerweile zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor entwickelt.

Mit dem MCI-Lehrgang General Management – Betriebswirtschaft für Nicht-Betriebswirte wird ein international ausgerichtetes Fortbildungsprogramm höchster Qualität präsentiert, welches Führungskräften und Nachwuchsführungskräften aus Wirtschaft, Verwaltung, Kultur und Politik einen praxisorientierten betriebswirtschaftlichen Leitfaden für die proaktive Bewältigung ihrer beruflichen Herausforderungen bietet.

umfeld.

Globalisierung der Märkte, Leadership-Strategien, Knowledge Engineering, Change Management, neue Informations- und Kommunikationstechnologien; diese und andere komplexe Themen prägen die Diskussionen in Wirtschaft und Verwaltung. Wir durchlaufen einen Kultur- und Strukturwandel, der an Intensität, Geschwindigkeit und Wirkung alle früheren Veränderungen übertrifft. Dadurch wird – noch viel mehr als bisher – eine konsequente, strategische Führung mit operativer „Bodenhaftung“ zum Erfolgsfaktor jedes Unternehmens und jeder sonstigen Einrichtung bzw. Organisation.

ziele / nutzen.

Fundiertes betriebswirtschaftliches Wissen wird in vielen Branchen und Berufen immer wichtiger. Der MCI-Lehrgang General Management – Betriebswirtschaft für Nicht-Betriebswirte vermittelt ein dem internationalen Standard der Wissenschaft und Praxis entsprechendes Führungswissen. Ziel ist es, die Erfolgsgrundlagen des unternehmerischen Handelns zu vermitteln und in einen konkreten Anwendungszusammenhang zu bringen.

Nach Absolvierung des MCI-Lehrgangs General Management – Betriebswirtschaft für Nicht-Betriebswirte

- erkennen Sie, wie sich die internen und externen Anforderungen an das Management von Organisationen und Projekten entwickeln und verfügen über ein anwendungsorientiertes betriebswirtschaftliches Wissen;
- sind Sie in der Lage, neue Herausforderungen mit Hilfe geeigneter Methoden und Instrumente entsprechend dem letzten Stand der Wissenschaft systematisch zu meistern;
- verfügen Sie über ein persönliches, umsetzungsorientiertes Konzept, das Sie im Rahmen Ihrer Abschlussarbeit erstellen und welches Ihnen die Bewältigung Ihrer täglichen Herausforderungen und Problemstellungen in der Praxis erleichtert.

Die Teilnehmer/-innen werden in die Lage versetzt, ihre bestehende und zukünftige Führungsverantwortung umfassend und ganzheitlich wahrzunehmen.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und sonstige Entscheidungsträger/-innen, die sich auf höhere unternehmerische Aufgaben vorbereiten oder für die steigenden Anforderungen bestehender Positionen qualifizieren wollen;
- Absolventen/-innen nicht-betriebswirtschaftlicher Studienrichtungen, die ihre Ausbildung um betriebswirtschaftliche Inhalte und managementbezogene Kompetenzen ergänzen wollen;
- Jungunternehmer/-innen und solche, die es werden wollen.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 7.150,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.

Lektoren/-innen (auszug).

FH-Prof. Dr. Andreas Altmann

MCI-Geschäftsführer, Universitäts- und FH-Lektor,
Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Kurt Auer

Institut für betriebliche Finanzwirtschaft,
Universität Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. DI Dr. Siegfried Augustin

Institut für Wirtschafts- und Betriebswissenschaften,
Montanuniversität Leoben/A

Univ.-Prof. Dr. Richard M. Hammer

Vorstand des Instituts für Wirtschaftswissenschaften,
Universität Salzburg/A

Univ.-Prof. DI Dr. Hans H. Hinterhuber

Em. Vorstand des Instituts für Strategisches Management,
Marketing und Tourismus, Universität Innsbruck/Tirol;
Chairman von Hinterhuber & Partners, Innsbruck/Tirol

FH-Prof. Dipl.-Kfm. Bernd Kirschner

MCI-Studiengangsleiter Wirtschaft & Management,
Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Mario Klarer

Institut für Amerika Studien, Universität Innsbruck/Tirol

FH-Prof. Ing. Mag. Dr. Helmuth Leih

Selbstständiger Unternehmensberater, Perchtoldsdorf/A

Prof. MMag. Dr. Ernst Madlener

Gerichtlich beedeter Sachverständiger, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler

Professor am Institut für Strategisches Management,
Marketing und Tourismus, Universität Innsbruck/Tirol

FH-Prof. Mag. Peter Mirski

MCI-Studiengangsleiter Management, Communication &
IT und Leiter IT-Services, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. FH-Prof. Mag. Dr. Franz Pegger

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Greiter,
Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck/Tirol

Ian Percy

Direktor der „The Bridge International
Management Consulting“, München/D

Prof. Dr. Annemarie Pircher-Friedrich

MCI-Studiengang Tourismus- & Freizeitwirtschaft,
Innsbruck/Tirol

Dr. Sandra Rothenberger

Institut für Strategisches Management, Marketing
und Tourismus, Universität Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. DI Dr. Erich Schwarz

Leiter des Instituts für Innovationsmanagement und
Unternehmensgründung, Universität Klagenfurt/A

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl

Selbstständiger Unternehmensberater;
Forschungspartner an der Interdisziplinären Abteilung für
Verhaltenswissenschaftlich Orientiertes Management,
Wirtschaftsuniversität Wien/A

Univ.-Prof. Mag. Dr. Janette Walde

Institut für Statistik, Universität Innsbruck/Tirol

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



Univ.-Prof. Dr.
Heinz K. Stahl

Univ.-Prof. DI Dr.
Hans H. Hinterhuber

FH-Prof. Dr.
Andreas Altmann

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
MANAGERIAL ECONOMICS	2	INVESTITION & FINANZIERUNG	1	HUMAN RESOURCE MANAGEMENT	2
Grundlagen der politischen Ökonomie Grundlagen ökonomischen Denkens Produktion, Preise & Beschäftigung Wirtschaftspolitik am Prüfstand		Wandel der Begriffe „Investition“ & „Finanzierung“ Statische & dynamische Investitions- rechnungsverfahren Eigen- und Fremd-, Innen- und Außen- finanzierung Rechtliche Aspekte der Finanzierung Unternehmenskauf als Investitions- entscheidung Besondere Aspekte der Unternehmens- bewertung		HRM & strategische Ausrichtung von Unternehmen Dialektik von Management & Führung Resource Mensch Teilfunktionen des Personalmanagements Organisation des HRM Karriere im HRM	
PRÄSENTATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNIKEN	1	RECHTLICHE DIMENSIONEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG	2	CHANGE MANAGEMENT	2
Aufbau einer Präsentation Visualisierung & Bildgestaltung Technik & Medieneinsatz Verbale & nonverbale Kommunikation		Vertragsrecht, -gestaltung und -abschluss Gewährleistung & Schadenersatz, Produkt- haftung und -sicherheit Wettbewerbs- und Kartellrecht Gesellschaftsrecht & Rechtsformwahl Rechtliche Aspekte grenzüberschreitender Rechtsgeschäfte Grundzüge des Ertragssteuerrechts für Unternehmen Unternehmensrelevante Verbrauchs- und Verkehrssteuern & Gebühren		Warum Veränderung? Einleitung, Begleitung & Steuerung von Veränderungsprozessen Management von Veränderungsprozessen / Projektmanagement Umgang mit Widerständen Mitarbeiter an Veränderungsprozessen beteiligen	
QUANTITATIVE METHODEN: MATHEMATIK & STATISTIK	2	FÜHRUNG & MITARBEITERENTWICKLUNG	2	STRATEGISCHES MARKETING	2
Mathematik & Statistik Mathematische Grundkenntnisse & Einführung in einfache Modelle Deskriptive Statistik Inferenzstatistik Umsetzung mathematischer & statistischer Methoden an praktischen Fragestellungen Bearbeitung von Fallstudien		Grundlagen der Führung Sinnorientierte Führung & Motivation Mitarbeitergespräch Ziele vereinbaren, Feedback geben Von der Führungskraft zur Führungspersönlichkeit Vom Mitarbeiter zum Mitgestalter		Ganzheitliche Marketingphilosophie Inhalte & Ziele des strategischen Marketings Zielgruppensegmentierung & Positionierung am Markt Qualitätsstrategien Markenführung	
STRATEGISCHE UNTERNEHMENS- FÜHRUNG UND -PLANUNG	2	STRATEGISCHES & OPERATIVES CONTROLLING	4	OPERATIVES MARKETING	2
Prozess der strategischen Unternehmens- führung Unternehmerische Vision Unternehmenspolitik / das Leitbild Strategien auf SGE-, Unternehmens- und Netzwerkebene Strategische Planung von Unternehmens- akquisitionen Ziele & Rahmenbedingungen für die Funktionsbereiche Organisation & Prozesse Unternehmenskultur & Unternehmens- identität Umsetzung strategischer Entscheidungen Strategische Führungskompetenz		Controlling als Führungs(-unterstützungs-) funktion Strategisches Controlling: Konzept, Werkzeuge, Umsetzung Operatives Controlling: Einsatzgebiete, Instrumente, Anwendungen, Kosten- und Ergebnisrechnung Integrierte Ergebnis- und Finanzplanung Entwicklungstendenzen im Controlling Value Based Management		Marktforschung und -prognose Produkt- und Sortimentspolitik Preis- und Konditionenpolitik Distributionspolitik Kommunikationspolitik Kriterien eines stimmigen Marketing-Mix	
GRUNDLAGEN DES EXTERNEN RECHNUNGSWESENS	2	PROJEKTMANAGEMENT	2	WISSENSMANAGEMENT	1
Buchführungspflicht & Adressaten der Rechnungslegung Buchführungssysteme Gliederung von Jahresabschlüssen Bilanzierungsgrundsätze Bilanzanalyse anhand von Kennzahlen Fallstudien		Wesen & Charakteristika von Projekten Projektorganisation & Projektmanagement Instrumente zur Planung & Steuerung von Projekten Organisation & Ablauf des Projektcontrollings Projektberichtswesen und Dokumentation		Grundlagen: Wissensmanagement und -organisation Architektur für das Wissensmanagement Methoden der Wissensmessung Bearbeitung einer Fallstudie	
PROZESSMANAGEMENT	2	INFORMATIONSTECHNOLOGIEN	1	INNOVATIONS- UND TECHNOLOGIEMANAGEMENT	2
Gestaltung & Verbesserung von Prozessen Supply Chain Management Internes & externes Kunden-Lieferanten- Verhältnis		Informationstechnologien im Wandel der Zeit Prozessorientierte IT-Anwendungen (ERP, DB-Lösungen) E-Commerce & E-Business Besondere Geschäftsmodelle des E-Business		Integratives Innovationsmanagement: Konzeptionelle & theoretische Grundlagen Merkmale erfolgreich innovierender Unternehmen Innovationsprozess Instrumente als „Management-Technologie“ Sicherung eines Innovationsklimas im Unter- nehmen	
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)					34



einführung.

Sättigung der Märkte, kürzer werdende Innovationszyklen und sinkender Imitationsschutz erfordern nicht nur in Großunternehmen, sondern insbesondere in Klein- und Mittelunternehmen eine gezielte Innovations- und Technologieorientierung. Die systematische Befassung mit Fragen der Technologie- und Produktentwicklung, des Wissens- und Prozessmanagements, die innovationsfreudige Ausrichtung von Organisationen und die Integration dieser Fragen in ein konsequentes strategisches Management von Kernkompetenzen wird zum kritischen Erfolgsfaktor jedes Unternehmens.

Um diesen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen, hat das MCI in enger Zusammenarbeit mit einer Reihe kompetenter Partner und aktiver Unterstützung des Landes Tirol und der Tiroler Zukunftsstiftung einen internationalen Ansprüchen entsprechenden Lehrgang für Innovations-, Produkt- & Prozessmanagement entwickelt.

innovative partnerschaft.

Darüber hinaus bildet dieser Lehrgang einen integrativen Baustein der Tiroler Zukunftsstiftung für die Qualifizierung zum Innovationsassistenten. Über eine Ausschreibung werden ausgewählte Unternehmen über zwei Jahre bei der Umsetzung von Innovationsprojekten unterstützt, wobei Personal-, Weiterbildungs- und Coachingaufwendungen bis zu max. EUR 21.000,- gefördert werden.

Interessierte Unternehmungen und Personen erhalten ausführliche Informationen bei der Tiroler Zukunftsstiftung: www.zukunftsstiftung.at, Herr Mag. Peter R. Zaggl, Tel: +43 512 576262-31, peter.zaggl@zukunftsstiftung.at

PARTNER:



ziele / nutzen.

Nach Absolvierung des internationalen MCI-Lehrgangs Innovations-, Produkt- & Prozessmanagement – Wettbewerbsvorteile durch Markt- und Technologieorientierung

- erkennen Sie frühzeitig neue Trends und Technologien und können deren Bedeutung für die eigene Unternehmung abschätzen;
- verfügen Sie über ein methodisches Instrumentarium für ein professionelles Management von Kernkompetenzen, Technologien und Innovationen;
- besitzen Sie die Fähigkeit der raschen Implementierung neuer Technologien in Produkte, Produktionsverfahren und betriebliche Abläufe.

Mit Abschluss dieses Management-Lehrgangs sind Sie in der Lage, den immer rascheren gesellschaftlichen, technologischen und vor allem wirtschaftlichen Wandel als Führungskraft aktiv zu nutzen und Professionalität, Organisationskultur und Reifegrad Ihres beruflichen Umfelds systematisch weiter zu entwickeln.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

Der internationale Lehrgang Innovations-, Produkt- & Prozessmanagement bietet eine attraktive Möglichkeit der berufsbegleitenden Aus- und Fortbildung für Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aller Managementebenen, die

- in Unternehmen, sonstigen betrieblichen Organisationen oder in der öffentlichen Verwaltung tätig sind;
- unternehmensnahe Dienstleistungen ausüben;
- Führungserfahrung besitzen oder eine Führungsfunktion anstreben;
- das Ziel verfolgen, bestehende Positionen professioneller auszuüben oder sich für neue, höherwertige Aufgaben besser zu qualifizieren.

Der gegenständliche Lehrgang richtet sich insbesondere an Personen, die mit folgenden Aufgaben betraut sind bzw. sich auf derartige Aufgaben besser vorbereiten möchten:

- | | | |
|--|----------------------------|---------------------------------|
| • Forschung & Entwicklung | • Logistik | • Technologiemanagement |
| • Risikomanagement & Risikofolgenabschätzung | • Produktentwicklung | • Produktmanagement / Marketing |
| • Wissens- / Informationsmanagement | • Qualitätsmanagement | • Prozess- / Projektmanagement |
| • Unternehmensgründung / Start-up | • Organisationsentwicklung | • Unternehmensführung |

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 5.890,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.

Lektoren/-innen (auszug).

DI Rainer Daubeck

Geschäftsführer einer BeratungsgmbH, Perchtoldsdorf/A

Dr. Andreas Dilg

Dilg, Haeusler, Schindlmann Patentanwalts GmbH, München/D

PA DI Rolf Einsele

Patentanwalt bei Meissner, Bolte & Partner, München/D

Dr. Christof Fink

Geschäftsführer der Firma Fun & Learn, Innsbruck/Tirol

Mag. Christian Haberfellner

SEARCH - Management Consulting & Regional Development Agency, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Richard M. Hammer

Vorstand des Instituts für Wirtschaftswissenschaften, Universität Salzburg/A

Univ.-Prof. DI Dr. Hans H. Hinterhuber

Em. Vorstand des Instituts für Strategisches Management, Marketing und Tourismus, Universität Innsbruck/Tirol;
Chairman von Hinterhuber & Partners, Innsbruck/Tirol

Prof. Dr. Carlos Jahn

Hochschule für Angewandte Wissenschaft, Hamburg/D

Mag. Dr. Karl-Heinz Leitner

ARC - Austrian Research Centers, Seibersdorf/A

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler

Professor am Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus, Universität Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. FH-Prof. Mag. Dr. Franz Pegger

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Greiter, Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. DI Dr. Erich Schwarz

Leiter des Instituts für Innovationsmanagement und Unternehmensgründung, Universität Klagenfurt/A

Mag. Armin Steger

MCI-Trainer; Geschäftsführender Gesellschafter, ZSE - Wert schaffen durch Veränderung - Zumtobel-Steger OEG, Dornbirn/A

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



Univ.-Prof. Dr. Richard M. Hammer

Univ.-Prof. DI Dr. Hans H. Hinterhuber

FH-Prof. Dr. Bernd Ebersberger

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
GRUNDLAGEN DES INNOVATIONSMANAGEMENTS	1	CHANGEMANAGEMENT	1	KREATIVITÄTS- UND PROBLEM-LÖSUNGSTECHNIKEN*	2
Innovation & Innovationsmanagement Grundlagen des Projektmanagements Voraussetzungen für erfolgreiches Innovations- und Technologiemanagement Innovationshemmnisse in Unternehmen		Systemisches Management als Grundlage des Management von Veränderung Kennzeichen von Veränderung Dynamik der Veränderung Warum Veränderungen im Unternehmen problematisch sind Grundsätze des Managements von Veränderungen Der Prozess des Changemanagement Ausgewählte Arten von Change-Prozessen Ausgewählte Instrumente des Changemanagement Operatives Changemanagement Organisationsstruktur eines Changeprojektes Mitarbeiter und Veränderung		Bausteine der Moderationsmethode Problemanalyse- und Problemlösungstechniken Operationalisierung, Messung & Einschätzung des Begriffes „Kreativität“ Kreativitätstechniken TRIZ Bewertungs- und Entscheidungsmethoden Moderation von Problemlösungsprozessen Effiziente Diskussions- und Strukturierungsmethoden, z.B. Kleingruppen-Szenario, Sechs Hüte des Denkens Tipps & Tricks in unterschiedlichen Arten von Sitzungen (TO, Sitzungsleiter, Umgang mit Störungen) Steuerung von Veränderungs- und Innovationsprozessen	
STRATEGISCHES INNOVATIONSMANAGEMENT	1	WIRTSCHAFTLICHKEITSRECHNUNG & FINANZIERUNG	2	IDEEN & INNOVATIONSPROJEKTE RICHTIG BEWERTEN & SELEKTIEREN	1
Die Innovation im Rahmen der strategischen Unternehmensführung Der Unternehmer nach Schumpeter & Kirzner Ist Unternehmertum erlernbar? Die Strategie als Weg von der Innovation (= Kernkompetenz) zur Erfüllung des Kernauftrags Die Bewertung von Innovationsprojekten Die Installation eines Systems zur Förderung von Innovation		Grundlagen des Rechnungswesens: Bilanz, G&V, Kapitalflußrechnung Grundzüge der Investitionsrechnung und -theorie Grundlagen der Finanzierung Grundzüge der Bilanzanalyse unter dem Aspekt des Unternehmenskaufes als Investition Risikomanagement		Betriebliches Innovationsmanagement aus rechtlichem & wirtschaftlichem Blickwinkel Schutzvoraussetzungen gewerblicher Schutzrechte Ansätze zur Bewertung von gewerblichen Schutzrechten	
INNOVATIONS- UND TECHNOLOGIEPOLITIK	1	QUALITÄTS- UND PROZESSMANAGEMENT*	2	RECHTLICHER SCHUTZ VON INNOVATIONEN	2
Theoretische Grundlagen für die Formulierung von Innovations- und Technologiepolitik Aufgaben & Grenzen von Innovationspolitik Die Innovationsperformance Österreichs im internationalen Vergleich Aktuelle Innovationspolitische Schwerpunkte in Österreich Ablauf einer Antragstellung für eine Förderung Methoden zur Identifikation von zukunfts-trächtigen Technologien Erfolgsfaktoren & Innovationsstrategien österreichischer Innovationen		Qualitätsmanagement: Grundlagen, TQM, EFQM Prozessmanagement: Prozessanalyse und -modellierung, Prozessgestaltung und -optimierung Business-Excellence Strategien: Inhalte, Vorgehensweise & Entwicklungspfade zur Realisierung		Schutz von technischen Innovationen durch Patente & Gebrauchsmuster Integration der Schutzrechtsarbeit in F&E bzw. in Projekte Strategien im Umgang mit Schutzrechten Schutz über Urheberrecht, Geschmacksmuster Markenschutz Strategien im Umgang mit Schutzrechten	
MANAGEMENT VON TECHNOLOGISCHEN PROZESSINNOVATIONEN	1	GESTALTUNG VON TECHNOLOGIE- UND ENTWICKLUNGSTEAMS	2	BUSINESS PLANNING	1
Initiative – Ausgangspunkt für innovative Aktivitäten im Unternehmen Auswahl von Innovationsfeldern Umsetzung & Einführung technologischer Prozessinnovationen in Unternehmen Gestaltung der betrieblichen Rahmenbedingungen (Kultur, Organisation)		Grundlagen der Teamarbeit Lernen im Team durch Aufbau einer Feedbackkultur Einführung von Teamarbeit als Organisationsentwicklungsprozess Führung in Teams Teamprozess Teamrollen nach Belbin		Ziele des Businessplans Aufbau & Struktur eines Businessplans Zielgruppen für Businesspläne Fehler beim Erstellen von Businessplänen	
INNOVATIVE UNTERNEHMENSGRÜNDUNG	1	GESTALTUNG VON MARKTPROZESSEN	2	INFORMATIONEN- UND WISSENSMANAGEMENT	1
Gründungsformen Ausgewählte Erfolgsfaktoren innovativer Gründungsvorhaben Marktorientierte Produkt- und Geschäftsmodellentwicklung Formen der Finanzierung innovativer Start-Ups		Erfolgsfaktoren der Produktinnovation Der Marketingprozess Marketinganalyse Marketingstrategien: Geschäftsfeld Portfolio-, Wachstums-, Präferenz-, Push & Pull-Strategien Marketingstrategien: Marktbearbeitung Segmentierung, Zielmarktfestlegung, Positionierung Marketing-Mix-Entscheidungen		Daten-Information-Wissen: Einführung Wissensmanagementanalyse Überblick Wissensmanagementtools Aufsetzen von Projekten: Erfolgsfaktoren & Barrieren	
PRODUKTENTWICKLUNG UND -MANAGEMENT	2	PRÄSENZTAGE GESAMT	(inkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)	PROJEKTMANAGEMENT UND -CONTROLLING & ANGEWANDTES INNOVATIONSMANAGEMENT	4
Produkt- und Programmpolitik Erhebung & Analyse von Kundenanforderungen Innovations- und Produktentwicklungsprozesse Stage-Gate-Prozess Innovationen & Innovationsziele		27		Grundlagen des Projektmanagements Projektplanung & Projektcontrolling Anwendung von Methoden zur Prozessinnovation & zur Produktinnovation (Kreativitätstechniken, Bewertungsmethoden, Prozessmodellierung und -verbesserung)	

* Dieses Seminar kann auch als Einzelseminar gebucht werden. Beachten Sie dazu unser Seminarprogramm.



introduction.

In the face of rapidly changing global markets and growing competition, international business today requires broader perspectives, new skills, shifting competitive sets and technology-driven business models.

Contemporary management has to cope with new issues and growing challenges that will impact businesses and individuals around the world. The success of an enterprise is dependent largely upon the knowledge and skills of its decision makers and their ability to conduct critical and systematic analyses of the situations confronting them.

This International Management Program (IMP) has been developed in close co-operation with distinguished international academic in order to provide top-notch executive management training for decision-makers who deal with international competition.

benefits.

- help anticipate and assess critical management opportunities and issues;
- identify trends and changes in industries and markets, both domestic and international;
- show how to establish effective international networks, partnerships and alliances;
- develop strategic thinking, planning and implementation capabilities;
- provide knowledge for integrating and co-ordinating across functions to support overall strategy;
- increase the effectiveness of interpersonal and organizational communication and behavior;
- strengthen the leadership skills needed to motivate high-performance work teams;
- enhance analytical and decision-making skills in key areas of management;
- build an understanding of value and service as a process rather than as a series of functions;
- provide perspectives for competing in a global marketplace without frontiers.

The purpose of the International Management Program (IMP) is to enhance the global perspective, strategic management skills and knowledge of high-achievement managers and executives. Designed for the experienced manager and structured around a small-class format, this program facilitates the transfer of knowledge and skills necessary to achieve the objectives mentioned above. On-site visits at high-level institutions complement classroom-instruction.

The International Management Program (IMP) is taught by acknowledged international faculty in English throughout the whole course and schedules intensive seminar modules at renowned international partner universities abroad. There, MCI students attend joint MBA classes, benefit from the intercultural experience of an international student community and receive a separate certificate of the respective institution.

participants.

Program participants are middle and upper level managers who want to broaden their horizons and strengthen their skills in the art and science of general management, decision making and leadership in the global marketplace.

Participants will contribute a variety of experience, perspectives and ideas to the program and in doing so inspire stimulating, pertinent, and frank discussions both in and outside of the classroom. Managers and executives learn best when they are actively involved in the learning process and can make analogies between that process and their own professional lives.

Participants are expected to have a sound command of English. They must provide proof of a minimum score of 92 points – or a minimum score of 580 according to the former system – on a TOEFL (Test of English as a Foreign Language) taken no longer than three years ago.

tuition fee.

The total participation fee amounts to EUR 10,990 and is payable in installments. This fee covers all lectures, extensive materials and documentations relating to the lectures, drinks provided during breaks and membership in the graduates' club MCI Alumni & Friends. The fee does not include the cost of travel, accommodation and food.

Three participants of the same institution may benefit from a price reduction of 10 % for the third participant. For information on financial support see www.mci.edu/com/finacial_support.

Applications may be cancelled subject to the General Terms and Conditions of the MCI. For details see section III of the Terms and Conditions provided on the reverse side of the application form.



intensive module in cranfield.

CRANFIELD UNIVERSITY, SCHOOL OF MANAGEMENT

Cranfield School of Management, located about 75 km north-west of London in the UK, is one of the world's leading university management schools. It is part of Cranfield University, renowned for its high quality postgraduate teaching and research and its strong links to industry and business. Cranfield is one of the few institutions in the world offering an MBA program being accredited by the Association of Masters of Business Administration (AMBA), the International Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) and by the European Quality Improvement System (EQUIS).



ACCREDITED

Cranfield
UNIVERSITY
School of Management

www.cranfield.ac.uk/som

intensive module in boston.

THE CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT AT BOSTON COLLEGE

The Carroll School of Management at Boston College is part of a private elite university founded in 1883 and is enrolled by 10,000 students. The traditional and venerable buildings and cultivated greens provide the ideal setting for research and study activities. The Carroll School of Management MBA Program continues to climb the international rankings. The Carroll School of Management is accredited by the American Assembly of Collegiate Schools of Business (AACSB). The School is also a member of the Graduate Management Admission Council (GMAC) and the New England Association of Graduate Admission Professionals.



www.bc.edu/schools/csom



ACCREDITED

No 14	European MBA Rankings	The Financial Times 2006
No 46	Global MBA Ranking	The Financial Times 2006
Excellent Teaching	Institutes of Higher Education in the UK	Higher Education Funding Council of England 2005
Top 20	Non-US business school	Business Week 2004
No 13	European Executive MBA Programs	Cox Communications 2004 / Frankfurter Allgemeine Zeitung
No 11	MBA Programs outside USA	Forbes 2003
No 8	Business Schools outside USA	Forbes 2005
No 15	European MBA Programs	Junge Karriere 2004
No 8	Top MBA programs in Europe	Manager-Magazin 2003
No 32	World-wide Ranking of full-time MBAs	The Economist 2005
No 13	European MBA Rankings	Whitefiled Consulting Worldwide 2005
No 16	European MBA Rankings	The Financial Times 2005
No 3	European MBA Rankings	The Economist 2003
No 12	European MBA Rankings	The Economist 2005
No 54	Top Executive MBA programs of the world	The Financial Times 2005
No 58	Top 100 full-time global MBA programs	The Financial Times 2005
No 10	MBA programs in Europe	The MBAinfo 'Super Ranking', for Europe 2005

Top 50	US Business Schools	Business Week 2004
No 52	Large American MBA Programs	Forbes 2003
No 39	Top Business Schools in the US	US News & World Report 2003
No 22	Part-time MBA programs in the US	US News & World Report 2004
No 42	Graduate business schools	US News & World Report 2004
No 17	Part-time MBA Programs in the US	US News & World Report 2005
No 40	Universities in the US	US News & World Report 2005
No 54	Full-time MBA Program in the US	US News & World Report 2005
Most selective	America's Best Colleges	US News & World Report 2006
No 40	America's Best Colleges	US News & World Report 2006
No 15	MBA programs incorporating Social and Environmental Issues	World Resources / Aspen Institute 2005
Top 30	MBA Programs for the preparation for Social and Environmental Stewardship Programs	World Resources / Aspen Institute 2005

faculty.

Lecturers for this executive education program are carefully selected from faculty of the MCI, the University of Innsbruck, and other distinguished academic institutions which offer excellent academic credentials coupled with years of international experience.

Faculty members are widely recognized for their ability to work with managerial and professional groups. Each has consulting experience in his or her area of expertise. Featured speakers, well-known in both industry and academic circles, will provide the highlights of extra evening sessions.

lecturers (excerpt).

Prof. Dr. Judith Clair

Professor at the Department of Organization Studies, Carroll School of Management at Boston College, Boston/USA

Prof. Brad Glosserman

Executive Director, Pacific Forum CSIS, Honolulu/USA

Dr. Richard C. Hanna

Assistant Professor of Marketing, Carroll School of Management at Boston College, Boston/USA

Prof. Dr. Kurt Jeschke

Head of Department of Servicemanagement and Marketing, International University of Applied Sciences Bonn-Bad Honnef, Bonn-Bad Honnef/D

Katherine (Kay) N. Lemon

Carroll School of Management at Boston College, Boston/USA

Brad MacMaster, MBA, CA, CMC

Principal of Straticast Financial Management, Oakville/CAN

Prof. Dr. Joseph Nellis, BSc (Econ) MA PhD ILTM AcSS

Professor of International Management Economics; Pro-Vice-Chancellor; Head of Economics Group, Cranfield University School of Management, Bedford/GB

Prof. Richard P. Nielsen

Professor at the Department of Organization Studies, Carroll School of Management at Boston College, Boston/USA

Prof. Gabriel A. Pall

The College of William & Mary - Mason School of Business, Williamsburg/USA

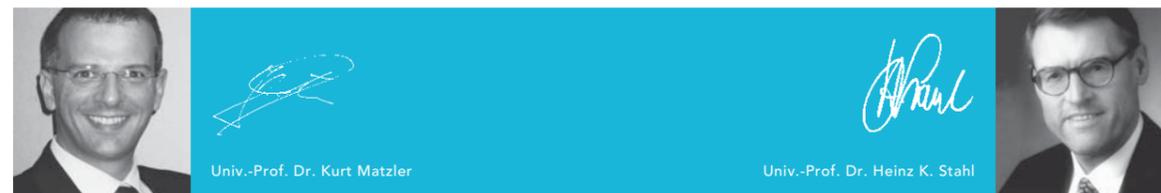
Dr. Mohan Subramaniam

Carroll School of Management at Boston College, Boston/USA

Carla Stalling Huntington, PhD

Assistant Professor of Marketing and Management, Missouri Southern State University, Missouri/USA

ACADEMIC BOARD



Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl

TOPICS & CONTENTS	SEMINARDAYS	TOPICS & CONTENTS	SEMINARDAYS
GLOBAL STRATEGIC MANAGEMENT	5	GLOBAL MACROECONOMICS	2
International Strategy		Equality	
Strategy Implementation		Employment	
Competitive Challenge of Globalization		The European Development Model	
Management Concepts		Competitiveness	
Importance of Core Values		Demographics	
		Welfare State Reform	
		Macroeconomic Stability	
		Monetary Union	
INTERNATIONAL MARKETING	4		
Marketing Strategy		INTERNATIONAL FINANCE	3
Strategic Brand Management		International Finance & Global Capital Markets	
Pricing in Global Markets		Financial Management	
Multi-Channel Management		Risk Management	
Key-Account Management		Financial Information	
Customer Relationship Management		Financial Issues & Trends	
Organizational Behavior			
		MANAGERIAL ACCOUNTING	3
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	2	Mergers & Acquisitions	
Supply Chain Design & Management		Sources of Value	
Six Sigma		Target Valuation	
Internet-Based Business Models		Payment Methods	
		Leveraged Buyouts	
		Post-acquisition Integration	
INTERNATIONAL LEADERSHIP & DECISION MAKING	4	Post-acquisition Audit	
Strategic Alliances			
Leadership Exercises		INTERCULTURAL ASPECTS & MANAGEMENT SKILLS	4
		Intercultural Perception & Communication	
LEADING CHANGE & INNOVATION	3	Negotiation	
Managing Innovation		Team-Building	
Change Management Mindset, Process Design & Tools		Business Ethics	
Organization Design, including Innovation Networks / Industrial Clusters		The Rise of Asia in a Global Economic World – Implications for Europe	
Linking Innovation to Strategy			
SEMINARDAYS (Not including preparation work, case studies, assignments, papers and exams)			30

management, psychologie & leadership.

KOMPLEXE ENTSCHEIDUNGSPROZESSE VERSTEHEN & GESTALTEN

- Umfang: 10 Seminartage
- Start: Frühjahr / Sommer 2009
- Teilnahmeentgelt: EUR 3.540,-

MODULE	INHALTE
MODUL I PRINCIPLES OF BUSINESS ECONOMICS	Ökonomisches / Finanzwirtschaftliches Denken & Handeln
	Philosophie, Logik & Erkenntnis
	Decision Making & Evaluation
MODUL II MANAGEMENT PSYCHOLOGY	Management Psychology
	Organizational Behaviour
MODUL III CONSUMER & MARKET BEHAVIOUR	Consumer & Market Behaviour
MODUL IV BUSINESS ETHICS	Business Ethics
	Corporate Governance & Responsibility
	Managerial Behaviour & Individual Responsibility

Der MCI-Marketing Lehrgang bietet für mich eine gute Möglichkeit berufsbegleitend eine Zusatzausbildung zu meinem Studium zu absolvieren. Man profitiert bei diesem Lehrgang nicht nur von den Unterrichtseinheiten, sondern vor allem auch durch den Erfahrungsaustausch mit den anderen Teilnehmern.

Mag. Marcella Büchel, Ivoclar Vivadent AG, Junior Produkt Manager, Schaan/FL

Unter Qualität verstehe ich, wenn innerhalb kurzer Zeit viele in der Praxis relevante und unmittelbar umsetzbare Inhalte vermittelt werden können. Hochkarätige Vortragende aus Wissenschaft und Wirtschaft, eine perfekte Organisation sowie motivierte Teilnehmer machen dies möglich.

Dipl.-Ing. Thomas Volkwein, Truma Gerätetechnik GmbH, Leiter Technisches Marketing, München/DE

Meine Ansprüche an diesen Lehrgang konzentrieren sich auf die Vermittlung theoretischen Fachwissens zu den wesentlichen Aspekten und Teilbereichen des Marketings, um dieses „online“ mit meiner langjährigen Berufserfahrung im Sales und Marketing zu vereinen.

Der direkte Nutzen ergibt sich für mich, indem ich meine erweiterten Methodenkenntnisse bei Projekten und Planungsprozessen in meinem Beruf zur Anwendung bringe und die Resultate eine neue Qualitätsdimension erreichen. Kurz gesagt bietet dieser Lehrgang die ideale Möglichkeit, meine langjährige berufliche Erfahrung mit theoretischem Fachwissen auf höchstem Niveau zu verbinden und daraus beruflich wie persönlich langfristig zu profitieren.

Krista Strauß, Boston Scientific GmbH, Account Representative Interventional Cardiology, Wien/A

Der Marketing-Lehrgang ist jenen zu empfehlen, die sich fit für die Umsetzung von professionellem Marketing im Unternehmen machen wollen. Neben der Aktualität der Inhalte und deren praxisnaher Vermittlung bildet der Austausch mit anderen Teilnehmern eine ideale

Grundlage für die schnelle Anwendung des Erlernten im beruflichen Alltag.

Mag. Philipp Colleselli, MBA, Maltech GmbH, Marketing & Sales, Sterzing/Südtirol

marketing.

ERFOLG DURCH PROFESSIONELLE MARKTBEARBEITUNG



einführung.

„Product is the star“ beschreibt eine wichtige Marketingweisheit. In einem zunehmend rauer werdenden Wettbewerbsklima verkauft sich ein gutes Produkt jedoch schon lange nicht mehr von selbst. Wie aber wissen Unternehmen, was Nachfrager wirklich wünschen und auch kaufen? Aussagen wie „walk in your customers' shoes“ treffen zwar grundsätzlich zu, leisten aber vor einer längerfristigen Marktauswahl- oder Produktentscheidung nur wenig konkrete Hilfestellung.

Mit dem MCI-Lehrgang Marketing – Erfolg durch professionelle Marktbearbeitung wird ein qualitätsorientiertes Fortbildungsprogramm präsentiert, mit welchem Entscheidungsträger/-innen aus Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Kultur wissenschaftlich fundierte und unmittelbar verwertbare Unterstützung erhalten.

umfeld.

Märkte von Produkten und Dienstleistungen sind häufig gesättigt. Dies betrifft klassisch gewinnorientierte Branchen, aber auch den Nonprofit-Bereich. Gleichzeitig wird der Verdrängungswettbewerb zunehmend schärfer. Mit professionellem Marketing schaffen ausgewählte Unternehmen oder Produkte dennoch den Durchbruch nach oben. Vor diesem Hintergrund ist es besonders wichtig, die Bedeutung von Marketing für das eigene Unternehmen einzuschätzen und moderne Marketingmethoden und -instrumente wirksam anzuwenden. Es gilt, marketingorientierte Organisationsstrukturen zu schaffen und Unternehmen auf Kundenbedürfnisse auszurichten.

ziele / nutzen.

Der MCI-Lehrgang Marketing – Erfolg durch professionelle Marktbearbeitung vermittelt ein dem internationalen Stand der Wissenschaft und Praxis entsprechendes Marketing-Know-how und bietet die Möglichkeit, in intensivem Austausch mit qualifizierten Trainern/-innen bzw. Vortragenden und Teilnehmern/-innen aus der Wirtschaft neue Betrachtungsmöglichkeiten von Produkten, Märkten und Umwelt kennen zu lernen.

Nach Absolvierung des MCI-Lehrgangs Marketing – Erfolg durch professionelle Marktbearbeitung

- sind Sie in der Lage, die Bedeutung von Marketing für das eigene Unternehmen einzuschätzen, moderne Marketingmethoden und -instrumente effizient anzuwenden und marketing- bzw. marktorientierte Organisationsstrukturen zu schaffen;
- sind Sie fähig, zukünftige Herausforderungen mit Hilfe neuester, dem letzten Stand von Wissenschaft und Praxis entsprechender Methoden und Instrumente systematisch zu meistern;
- verfügen Sie über ein persönliches, umsetzungsorientiertes Konzept, das Sie im Rahmen Ihrer Abschlussarbeit erstellen und welches Ihnen die Bewältigung Ihrer Herausforderungen und Problemstellungen in der Praxis erleichtert.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und sonstige Entscheidungsträger/-innen, die kein Studium abgeschlossen haben und sich auf höhere unternehmerische Aufgaben vorbereiten oder für die steigenden Anforderungen bestehender Positionen qualifizieren wollen;
- Hochschulabsolventen/-innen, die ihre Ausbildung um kompetentes Marketing-Know-how ergänzen wollen;
- Unternehmer/-innen, Verkaufs- und Marketingleiter/-innen, Personen mit qualifizierten Aufgaben im Bereich Marketing & Sales.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 5.990,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.

Lektoren/-innen (auszug).

Mag. Christoph Antretter

Managing Partner, Institut für Marketing und Strategieberatung GmbH, Innsbruck/Tirol

Dr. Angelika Gabriel-Ritter

OrganisationsEntwicklung und Coaching, Feldkirch/A

Dr. Oliver Koll

Managing Partner, Institut für Marketing und Strategieberatung GmbH, Innsbruck/Tirol

FH-Prof. Ing. Mag. Dr. Helmuth Leihls

Selbstständiger Unternehmensberater, Perchtoldsdorf/A

Dipl.-Kfm. Stefan Maußer

Bereichsleiter bei SWM Stadtwerke München GmbH, Management & Personalentwicklung, München/D

Univ.-Prof. Dr. Hans Mühlbacher

Vorstand des Instituts für Strategisches Management, Marketing und Tourismus, Universität Innsbruck/Tirol

Mag. Karin Munk

ABSOLUT! PR & Consulting K. Munk GmbH, Gablitz/A

Univ.-Prof. FH-Prof. Mag. Dr. Franz Pegger

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Greiter, Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck/Tirol

Dr. Andreas Pöll

Geschäftsführer bei Mayr-Melnhof Gravure GmbH, Wien/A

FH-Prof. Mag. Dr. Hubert Scholl

FH-Professor, selbstständiger Unternehmensberater, Salzburg/A

Dr. Gertraud Schratzenecker

Universitätslektorin, selbstständige Marketing- und Kommunikationsberaterin, Wien/A

Dr. Gabriele Weber-Trinkfass

Red Bull GmbH, International Brand Manager, Fuschl am See/A

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
STRATEGISCHES MARKETING: GRUNDLAGEN	3	DISTRIBUTIONSMANAGEMENT	2
Grundlagen des Marketings Von der Produktorientierung zur Marktorientierung Definition von Marktsegmenten & Auswahl von Zielmärkten Entwicklung einer Grundstrategie		Formen der Marktbearbeitung Auswahl der richtigen Vertriebsstrategie Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern Effizientes Key-Account-Management Distributionslogistik	
POSITIONIERUNG & MARKENFÜHRUNG	5	GEGENLEISTUNGSMANAGEMENT	1
Positionierung als strategische Kernentscheidung im Marketing Segmentierung & Differenzierung – die Eckpfeiler der Positionierung Analyse- und Entscheidungstools im Positionierungsprozess Positionierung als Grundvoraussetzung für den Aufbau starker Marken Herausforderungen im Markenmanagement		Marketing-Vertriebscontrolling Grundlagen & Komponenten des Gegenleistungsmanagements Preis- und Konditionenmanagement in verschiedenen Marktszenarien Orientierungsgrößen & Kennzahlen bei der Preis- und Konditionenfestlegung Initiierung & Reaktionen auf Veränderungen der Preis- und Konditionenpolitik	
MARKTFORSCHUNG	3	GESTALTUNG VON FÜHRUNGSBEZIEHUNGEN	2
Marktforschung & ihre Bedeutung Der Marktforschungsprozess Vom betrieblichen Problem zur Marktforschungsfrage Informationsquellen – Methoden – Erhebungsformen – Auswertung		Grundlagen der Führung Führungsdimensionen Situative Führung nach Goleman Coaching & Delegation Ziele vereinbaren & Feedback geben	
LEISTUNGSPROGRAMM-MANAGEMENT	3	MARKETING-RELEVANTE RECHTSGRUNDLAGEN*	1
Analyse des Leistungsprogrammes Produkt- und Dienstleistungsinnovation Leistungsmodifikation und -elimination Total Quality Management		Wettbewerbsrecht Markenanmeldung, Markenschutz Rechtliche Aspekte der Vertriebssysteme	
INTEGRIERTE MARKTKOMMUNIKATION	4	MARKETINGPLANUNG UND -BUDGETIERUNG	1
Grundlagen der Marktkommunikation Öffentlichkeitsarbeit & Unternehmenskommunikation (Corporate Identity) Werbung & Werbeplanung: Agenturbriefing, Copy Strategy, Creation, Media-Planung Verkaufsförderung Direct Marketing & direkter Verkauf		Wechselspiel zwischen Controlling & Marketing-Management Planung & Controlling von Marketing-Budgets Steuerung der Marketing-Ausgaben während der Budgetperioden Informations- und Koordinationsbedarf einer marktorientierten Budgetplanung	
ENTWICKLUNGSPROZESSE INITIIEREN & GESTALTEN	2	PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)	27
Initiierung & Gestaltung von Umsetzungsprozessen Beurteilung der aktuellen, vielfältigen & vielschichtigen Situation in Organisationen Strukturierung eines Entwicklungsprozesses – klar, beteiligend & lösungsorientiert Gestaltungs- und Interventionswissen			

* Dieses Seminar kann auch als Einzelseminar gebucht werden. Beachten Sie dazu unser Seminarprogramm.

Im Mix von sinnvoll kombinierten Modulen wird das Thema von verschiedensten Seiten beleuchtet. Man bekommt einen hervorragenden Fundus von fachlichen Informationen und guten Ideen zur Umsetzung im eigenen Betrieb. Die Vortragenden sind durchwegs Experten mit ausgezeichneter Erfahrung und insgesamt für alle Fragestellungen hochkompetent.

DI Gernot Bock, WESTCAM, Leiter Consulting & Projekte, Mils b. Hall/Tirol

Der Schutz und die Verwertung von geistigem Eigentum bekommt an österreichischen Universitäten eine immer größere Bedeutung.

Richtig geschulte Mitarbeiter für diesen sehr speziellen Bereich sind jedoch rar. Der Lehrgang Patent- und Lizenzmanagement am MCI füllt hier eine Lücke und bietet einen Überblick über das gesamte Thema.

Dr. Margit Lachmann, Medizinische Universität Graz, Bereich Technologieverwertung, Graz/A

Strategische Zugänge, interessante Praxiseinblicke, plastische Beispiele klar und verständlich aufbereitet – eine abwechslungsreiche

Kompaktausbildung!

DDr. Walter Baumann, Ernst & Young, Wien/A





einführung.

Systematische Gewinnung, Schutz und Verwertung von Patenten, Lizenzen und sonstigen Ausschließlichkeitsrechten entscheiden über Erfolg oder Misserfolg von innovativen Unternehmungen, Hochschulen und außeruniversitären Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen.

Das MCI bietet deshalb einen Management-Lehrgang an, der in umfassender Weise Nutzungs- und Schutzstrategien zur Erreichung von Wettbewerbsvorteilen thematisiert.

Die austria wirtschaftsservice gmbh – Österreichs Förderbank für unternehmensbezogene Wirtschaftsförderung – sieht im professionellen Management von Patenten und Lizenzen ein zunehmend wichtiges Asset für Österreichs entwicklungsorientierte Wirtschaft ebenso wie für Universitäten. Mit ihren Verwertungsprogrammen tecma und uni:invent fördert die aws gezielt die Umsetzung von Know-how in die wirtschaftliche Praxis. Durch die Partnerschaft mit dem MCI in der Gestaltung des Lehrgangs gelingt es, nun auch den Boden für eine zukunftsorientierte und nachhaltige Ausbildung zu legen und damit Österreichs Unternehmen auch die für ein erfolgreiches Know-how-Management notwendigen Personalressourcen zur Verfügung zu stellen. Gerade der Hightech-Standort Tirol eignet sich aus Sicht der Förderbank optimal für dieses europaweit einmalige Ausbildungsprojekt.

umfeld.

Der Themenkomplex „Patentnutzung“ bzw. „Management von Schutzrechten“ wird derzeit in aller Regel nur als Randbereich der Wissensgebiete Technik, Wirtschaft und Recht behandelt und erfährt auf diese Weise nur vergleichsweise unsystematische und stiefmütterliche Aufmerksamkeit im Bereich einschlägiger Aus- bzw. Fortbildungen.

Internationale Lizenz- und Patentaktivitäten sind jedoch immer häufiger essentieller Bestandteil von Unternehmensstrategien und volkswirtschaftlichen Überlegungen zur Stärkung der Wirtschaftskraft und Standortsicherung. Dies dokumentieren sowohl die Anzahl von Patentanmeldungen als auch die steigenden Investitionen in diesem Bereich. Meist stehen diese Aktivitäten derzeit jedoch ausschließlich unter dem Aspekt der Schutzfunktion von Erfindungen und Neuentwicklungen.

Von längerfristiger strategischer Bedeutung ist aber ein darüber hinausreichender, aktiv gestalteter Umgang mit der „Investition Patent“ unter dem Gesichtspunkt der Rentabilität. Im Zentrum steht dabei die Realisierung von nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen und einer Sicherung des österreichischen bzw. europäischen Wirtschaftsstandortes.

ziele / nutzen.

Die Absolventen/-innen des Lehrgangs Patent- & Lizenzmanagement – Systematische Gewinnung und Verwertung von Intellectual Property Rights ...

- kennen die internationalen Möglichkeiten und Spielregeln hinsichtlich der Generierung und Nutzung von Patenten und ähnlichen Schutzrechten, sowohl hinsichtlich der geltenden Rechtsnormen als auch der Usancen in diesem Bereich;
- kennen die wichtigsten Institutionen und Ansprechpartner/-innen auf diesem Gebiet;
- wissen, wo Leistungen für Lizenz- und Patentaktivitäten bzw. ähnliche Schutzrechte zu beziehen sind, wie diese bewertet werden können und wo ihre Grenzen – insbesondere im internationalen Verkehr – liegen;
- sind nach dem Motto „Turn Intellectual Property into Intellectual Capital“ in der Lage, aus einem potentiellen IP-Schatz im Unternehmen größtmöglichen Nutzen zu ziehen;
- können im internationalen Wettbewerb geeignete Patent- bzw. Schutzrechtstrategien entwickeln, bestehende bewerten und entsprechende Konsequenzen hinsichtlich Risiko, finanziellen Implikationen und operativen Maßnahmen ableiten.

Dieser Management-Lehrgang kann mit ergänzenden Modulen auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

- Führungskräfte, wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen und Lizenz- bzw. Patentbeauftragte in F&E- bzw. technologieorientierten Unternehmen / Abteilungen / Instituten;
- Führungskräfte, wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen und Lizenz- bzw. Patentbeauftragte in Universitäten, Fachhochschulen, Privatuniversitäten und außeruniversitären Forschungseinrichtungen;
- Business Developer – Personen, die neue Geschäftschancen erkennen und Nutzungsmöglichkeiten entwickeln (z.B. Venture Capital-Berater bzw. -Geber, Business Angels etc.);
- leitende Mitarbeiter/-innen in Technologietransfer-Organisationen, Kompetenzzentren, Clusterorganisationen und Einrichtungen der öffentlichen Hand mit einschlägigen Aufgaben.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 4.380,- und ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.

vortragende & wissenschaftlicher beirat.

Der Lehrkörper setzt sich aus anerkannten Experten/-innen des internationalen und europäischen Patent- und Lizenzrechts zusammen. Neben renommierten Professoren/-innen der Universität Innsbruck und Hochschulen verschiedener EU-Staaten werden die Studierenden vor allem von Entscheidungsträgern/-innen international tätiger Anwaltskanzleien, Experten/-innen aus einschlägigen Unternehmen mit dem Schwerpunkt Patent- und Lizenzmanagement und Experten/-innen aus Patentvermarktungs- und Technologietransfer-Organisationen sowie aus Behörden, Forschungs- und Förderungseinrichtungen (Europäisches Patentamt etc.) unterrichtet, welche aufgrund ihrer Tätigkeit mit den Herausforderungen des internationalen Patent- und Lizenzrechts im Detail vertraut sind.

Ein wissenschaftlicher Beirat mit ausgewählten Vertretern/-innen der Partnereinrichtungen und Vortragenden sorgt für die qualitätsorientierte Abstimmung der Lehrinhalte und bietet die Garantie dafür, dass der Lehrgang Patent- & Lizenzmanagement internationalen Ansprüchen von Wissenschaft und Praxis genügt.

lektoren/-innen (auszug).

PA Mag. Dr. Daniel Alge
Sonn & Partner, Patentanwälte, Wien/A

RA Dr. Nadja Kaeding
Graefe Rechtsanwälte, München/D

European PA DI Dr. oec. Martin A. Bader
BGW AG Management Advisory Group, St. Gallen/Wien/A

Mag. Chris Kapferer
TPA Treuhand Partner Austria, Wien/A

Dr. Dirk Bühler
Maiwald Patentanwalts GmbH, München/D

Dr. Jürgen Meier
Vossius und Partner, München/D

DI Glyndwr Charles
Kanzlei Reinhard Skuhra Weise & Partner GbR, München/D

Prof. Dr. Siegfried Neumann
Merck KGaA, Darmstadt/D

Dr. Andreas Dilg
Dilg, Haeusler, Schindlmann Patentanwalts GmbH,
München/D

Dr. Gerald Ruppert
Rechercheabteilung Austria Wirtschaftsservice, Wien/A

PA DI Rolf Einsele
PA DI Rolf Einsele, Meissner, Bolte & Partner München/D

Dr. Paul Torggler
Patentanwälte Torggler & Hofinger, Innsbruck/Tirol

Dr. Markus Gangl
Patentanwälte Torggler & Hofinger, Innsbruck/Tirol

Dr. Stefan Warbek
Kanzleigemeinschaft Warbek, Stanglechner, Fritz,
Malaun, Innsbruck/Tirol

RA Ina-Mara Helbig
Kanzlei Reinhard Skuhra Weise & Partner GbR, München/D

DI Dr. oec. Christoph H. Wecht, MBA
BGW AG Management Advisory Group, St. Gallen/Wien/A

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
GEWERBLICHE SCHUTZRECHTE		NUTZUNG / MANAGEMENT GEWERBLICHER SCHUTZRECHTE	
NATIONALES PATENTRECHT	1	PATENT- UND INFORMATIONSSRECHERCHER	0,5
Kriterien der Patentierbarkeit		Recherchertools und -dienste	
Was kann (nicht) patentrechtlich geschützt werden?		Technologie-Scouting	
Wirkung des Patents		PATENTBEWERTUNG	1
Schranken des Patentrechts		IP Due Diligence	
Patenterteilungsverfahren		Freedom to Operate	
EUROPÄISCHES PATENTÜBEREINKOMMEN (EPÜ)	1	Quantitative Bewertung von Schutzrechten	
PATENT-COOPERATION-TREATY (PCT) VERFAHREN	0,5	PATENTANGRIFF & NICHTIGKEIT	0,5
ARBEITNEHMERERFINDUNGEN	0,5	Einspruchsverfahren	
Erfindungsmeldung		RECHTSDURCHSETZUNG BEI STREITIGKEITEN	0,5
Rechte & Pflichten		Patentverletzungsverfahren	
Vergütung		INNOVATIONS- UND PATENTMANAGEMENT / TECHNOLOGIETRANSFER	4
GEBRAUCHSMUSTERSCHUTZ & GESCHMACKSMUSTERSCHUTZ	0,5	Patentnutzung & Innovation	
INTERNATIONALE BESONDERHEITEN BEIM GEWERBLICHEN RECHTSSCHUTZ	1	Innovationskultur, Kommunikation	
USA, Japan, China		Universitätserfindungen	
BIO- UND PHARMAPATENTE	0,5	Technologietransfer, Planung & Implementierung	
Sortenschutz		Technologieportfolio	
SOFTWAREPATENTE	0,5	Verwertungsstrategien, Spin-off Firmen	
Urheberrecht & Topologieschutz		Technologiemarketing, Fallstudien	
MARKENRECHT	1	FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSVERTRÄGE	1
Wirtschaftliche Bedeutung		Letter of Intent	
Anmeldung, Benutzung, Schutzdauer		Memorandum of Understanding	
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)		Kooperationsverträge	
		LIZENZVERTRÄGE	0,5
		Typische Bestandteile	
		Lizenzverhandlungen & Lizenzvergabe	
		Letter of Intent, Termsheets, Legal Due Diligence	
		PATENTERLÖSE	0,5
		Steuerliche Behandlung von Patentverwertungserlösen	
		Bilanzrechtliche Aspekte von IP	



Als Mitglied des internationalen CERT-TTT-M-Konsortiums (Certified Transnational Technology Transfer Manager) ist das MCI in das 6. EU-Rahmenprogramm für Forschung (FP6) und in die Entwicklung eines europäischen Zertifikats für Technologie Transfer Manager eingebunden, was unter anderem dem gegenständlichen Lehrgang zugute kommt.



einführung.

„Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Kapital. Doch nur wenige praktizieren, was sie propagieren – geschweige denn, dass sie wirklich daran glauben.“ (Peter Drucker)

Die größte Herausforderung für Führungskräfte besteht darin, den Wert ihrer Mitarbeiter/-innen durch die Umwandlung konventioneller „Human Resources“ in „Human Capital“ zu steigern. Es gilt Strukturen zu schaffen, die einem permanenten Wandel gewachsen sind, der von allen Mitarbeitern/-innen gelebt werden kann.

Mit dem MCI-Lehrgang Personalmanagement – Human Resource Development in lernenden Organisationen bieten wir ein praxisorientiertes Fortbildungsprogramm höchster Qualität, das Entscheidungsträgern/-innen mit Personalverantwortung fachliche, methodische und soziale Kompetenz zur nachhaltigen Sicherung des Unternehmenserfolges vermittelt. Nur qualifizierte Mitarbeiter/-innen in leistungsfähigen Strukturen können die vielfältigen Anforderungen der Zukunft bewältigen.

umfeld.

Der anhaltende Trend zur Globalisierung der Märkte erfordert eine neue Ausrichtung und Bewertung des Erfolgsfaktors „Mensch“. Veränderungen sollen schneller erkannt und Problemlösungen effektiver umgesetzt werden. Dabei bleibt der Mensch als wertvollste Resource jeder Organisation häufig zu wenig beachtet.

Um dem permanenten sozialen wie wirtschaftlichen Wandel sowie den Ansprüchen der neuen Informationsgesellschaft begegnen zu können, verschiebt sich der Schwerpunkt von kurzfristigen Kostenoptimierungsstrategien zu langfristigen Wertsteigerungsstrategien unter besonderer Berücksichtigung immaterieller Vermögenswerte. Vor diesem Hintergrund ist es besonders wichtig, ein Umfeld zu schaffen, das Investitionen in Mitarbeiter/-innen ermöglicht und innovative Methoden des Personalmanagements in einen konkreten Anwendungszusammenhang stellt.

ziele / nutzen.

Nach Absolvierung des MCI-Lehrgangs Personalmanagement – Human Resource Development in lernenden Organisationen sind Sie in der Lage

- neue Entwicklungen im Personalmanagement zu erkennen;
- die Instrumente innovativen Personalmanagements wirksam einzusetzen;
- die eigene Führungsrolle zielorientiert und bewusst wahrzunehmen;
- auch mit schwierigen sozialen Situationen kompetent umzugehen;
- den Bedarf an Entwicklungspotenzialen zu erkennen und zielgerichtet zu fördern;
- Weiterbildungsmaßnahmen sorgfältig auszuwählen und in Organisationen einzuführen;
- Veränderungsprozesse einzuleiten und zu begleiten.

Im Vordergrund dieses Lehrgangs stehen die lernende Organisation sowie Methoden und Werkzeuge zur Umsetzung im eigenen Unternehmen.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und sonstige Entscheidungsträger/-innen, die bereits im Personalbereich arbeiten und sich auf höhere unternehmerische Aufgaben vorbereiten oder für die steigenden Anforderungen bestehender Positionen qualifizieren wollen;
- Entscheidungsträger/-innen aus anderen Verantwortungsbereichen, die ihre Ausbildung um professionelles Wissen im Umgang mit Mitarbeitern/-innen und Teams erweitern, oder sich auf ein neues Berufsfeld vorbereiten möchten;
- Unternehmer/-innen und Mitarbeiter/-innen mit Personalverantwortung aus kleinen und mittleren Unternehmen, die mit Hilfe des gegenständlichen Lehrgangs ihren Personalbereich ausbauen oder professionalisieren wollen.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 5.890,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.

Lektoren/-innen (auszug).

Dr. Christian Bauer
Vorstand SWARCO Holding AG, Wattens/Tirol

Prof. Dr. Elisabeth von Hornstein
Selbstständige Unternehmensberaterin, München/D

Gabriela Leiß
MCI-Leiterin Executive Education, Innsbruck/Tirol

Dipl.-Kfm. Stefan Maußer
Bereichsleiter bei SWM Stadtwerke München GmbH, Management & Personalentwicklung, München/D

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Mazal
Institut für Arbeits- und Sozialrecht, Universität Wien/A

Mag. Franz Meusburger
BWI Unternehmensberatung GmbH, Dornbirn/A

Dr. Susanne Skandera
Selbstständige Trainerin für Personal- und Managemententwicklung, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
MCI Trainer; selbstständiger Unternehmensberater; Forschungspartner an der Interdisziplinären Abteilung für Verhaltenswissenschaftlich Orientiertes Management, Wirtschaftsuniversität Wien/A

Mag. Armin Steger
MCI-Trainer; Geschäftsführender Gesellschafter, ZSE - Wert schaffen durch Veränderung - Zumtobel-Steger OEG, Dornbirn/A

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
GESTALTUNG VON TEAMPROZESSEN	2	PERSONALSUCHE, -AUSWAHL UND -INTEGRATION*	2	INTERNATIONALES PERSONAL-MANAGEMENT	2
Teamentwicklung, -prozesse und -steuerung Lernen im Team durch Feedback Unterstützendes & blockierendes Verhalten im Team Rollen im Team Teamführung		Zielgruppenspezifische Personalsuche Gestaltungsmöglichkeiten von Auswahlverfahren Optimaler Einsatz von verschiedenen Auswahlprozessen Grundregeln von Personalauswahlprozessen Erfolgreiche Integration neuer Mitarbeiter		Neue Wege zur ... Entwicklung multikultureller Kompetenz Entwicklung integrierter Unternehmensstrategien, -strukturen und -kulturen in internationalen Unternehmen Einführung eines integrierten internationalen Personalmanagements Organisationsentwicklung durch integrierte Erfolgsvaluation in internationalen Unternehmen	
PERSONALSTRATEGIEN	1	DIE GESTALTUNG VON FÜHRUNGS-BEZIEHUNGEN – DAS MODELL DER BALANCIERTEN FÜHRUNG	3	GESTALTUNG VON VERÄNDERUNGSPROZESSEN	2
Unternehmens- und Personalstrategien Tayloristische Strategie Arbeits-Beitrags-Strategie Involvementstrategie Investitionsstrategie Flexibilisierungsstrategie		Gestaltung von Führungsbeziehungen Führung als Umgang mit Widersprüchen Führung – Motivation – Verantwortung Führungstechniken und -instrumente Führung & Macht		Warum Veränderung? Einleitung, Begleitung & Steuerung von Veränderungsprozessen Management von Veränderungsprozessen / Projektmanagement Umgang mit Widerständen Mitarbeiter an Veränderungsprozessen beteiligen	
KONZEPTE DER PERSONALENTWICKLUNG	2	PERSONAL- UND BILDUNGS-CONTROLLING	2	PERSONALMANAGEMENT IM KONTEXT VON MERGERN, AKQUISITIONEN & VERNETZUNG	1
Standortbestimmung der Personalentwicklung in der Organisation Entwicklung & Einführung eines PE-Konzepts im Rahmen der Unternehmensstrategie Produktportfolio: Führungskräfteentwicklung, Organisationsbereichsentwicklung, Unternehmensentwicklung, Mitarbeiterentwicklung Produkte & Dienstleistungen der Personalentwicklung		Personal-Controlling als Teil eines ganzheitlichen Managementansatzes Balanced Scorecard im Personalwesen TQM im europäischen Qualitätsmodell / Ansätze für effektives Personal-Controlling Kennzahlen-Systeme Bildungscontrolling		Heute Staat morgen privat Rechtliche & wirtschaftliche Rahmenbedingungen Herausforderungen an die Managemententwicklung Personalwirtschaftliche Entwicklungen: Vergütung, Kompetenzmodell, Führungsleitbild, Assessment-Center, Management-Audit, Vorgesetzten-Feedback, Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung, Kompetenzmanagement Organisationsentwicklung Evaluation der Personalentwicklungsinstrumente	
KONFLIKTMANAGEMENT	1	PERSONALBEURTEILUNG & MATERIELLE ANREIZSYSTEME	1	NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM PERSONALMANAGEMENT	2
Effektive & ineffektive Kommunikationsmuster Modelle der Kommunikation Umgang mit Konfliktsituationen Konflikt als Chance Eskalationsstrukturen		Beurteilungssysteme Leistungsorientierte Vergütungssysteme		Neue Formen der Zusammenarbeit Wissensmanagement Internationalisierung & Dezentralisierung Trends & Perspektiven im Personalmanagement Zukunft der Arbeit	
MODERATION VON GRUPPEN	1	INSTRUMENTE DER PERSONAL- UND ORGANISATIONSENTWICKLUNG*	3		
Methoden & Instrumente der Moderation Steuern & Lenken von Besprechungen Umgang mit Komplexität & Problemlösungstechniken		360° Grad Feedback Aufwärtsfeedback, Kollegenfeedback Mitarbeitergespräche Coaching & Mentoring			
ARBEITSRECHTLICHE KONFLIKTSITUATIONEN*	2				
Gestaltung von Arbeitsverträgen Betriebsrat, Betriebsvereinbarungen Abmahnungen & Beendigung von Arbeitsverhältnissen Sonderfälle: Mobbing, Arbeitskräfteüberlassung u.a.					
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)					27

* Dieses Seminar kann auch als Einzelseminar gebucht werden. Beachten Sie dazu unser Seminarprogramm.



einführung.

Die Tourismus-, Freizeit- und tourismusnahe Dienstleistungsindustrie zählt weltweit zu den wichtigsten Branchen mit enormen Wachstumspotenzialen. Globale Mobilität, Kommunikation und Netzwerke stellen bisherige unternehmerische Perspektiven und Konzepte in Frage, bieten aber gleichzeitig faszinierende Möglichkeiten für die Entwicklung und internationale Vermarktung von innovativen touristischen Unternehmen, Produkten, Ideen und Leistungen. Diese Chancen können aber nur genützt werden, wenn es gelingt, Alleinstellungen in den jeweiligen Märkten zu finden und – alleine, in Kooperation mit anderen Einrichtungen oder im Kontext einer gesamten Destination – Nutzenkategorien zu schaffen, die sich von jenen der Mitbewerber/-innen abheben und geeignet sind, unternehmerische Wertschöpfung zu generieren.

Der Lehrgang Tourismus- & Freizeitmanagement – Internationale Positionierung von Unternehmen und Destinationen will für diese Anforderungen profundes Know-how liefern: Hardfacts wie das theoretisch-methodische Rüstzeug, ergänzt um konkrete Praxis- und Projekterfahrungen für den persönlichen „Werkzeugkoffer“ sowie Softfacts wie die Auseinandersetzung mit aktuellen Trends und die Einbindung in ein Netzwerk von Touristikern.

Der Lehrgang führt die langjährige Tradition des früheren Universitätslehrgangs für Tourismus der Universität Innsbruck fort und stellt sicher, dass Innsbruck - Tirol seine Position als Zentrum für touristische und tourismusnahe Kompetenz in Forschung, Lehre und Weiterbildung weiter ausbaut.

ziele / nutzen.

Nach Absolvierung des MCI-Lehrgangs Tourismus- & Freizeitmanagement – Internationale Positionierung von Unternehmen und Destinationen

- kennen Sie die Grundlagen für unternehmerischen Erfolg und können strategische Instrumente zielorientiert einsetzen;
- haben Sie praxisorientiert Ansatzpunkte und Entwicklungsfelder für erfolgreiches unternehmerisches Handeln analysiert und reflektiert;
- haben Sie erfahren, wie Sie Ihre Mitarbeiter/-innen durch Ihr Führungsverhalten und Ihre eigene Einstellung motivieren können;
- sind Sie in der Lage, mit Hilfe moderner Führungsinstrumente professionelles Marketing im Tourismus einzusetzen;
- können Sie wesentliche Instrumente und Methoden des betrieblichen Finanzmanagements entwickeln und anwenden;
- haben Sie sich mit zentralen Fragen des Destinationsmanagements umsetzungsorientiert auseinandergesetzt;
- besitzen Sie einen profunden Überblick über strategische Entwicklungen im internationalen Tourismusmanagement und aktuelle Trends in einschlägigen Märkten.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc des MCI angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

Unternehmer/-innen, Entscheidungsträger/-innen und Führungskräfte in der Tourismus-, Freizeit- und tourismusnahen Dienstleistungswirtschaft, insbesondere in folgenden Einrichtungen

- Hotellerie und Gastronomie
- City Marketing, Tourismusverbände und Destinationen
- Seilbahnen und Beförderungsunternehmen
- Kongress- und Veranstaltungszentren
- Reiseveranstalter im Bereich Incoming und Outgoing
- Kultur-, Sport- und Eventorganisationen
- Einrichtungen der Beratung und Finanzierung
- Gebietskörperschaften und Sozialpartner

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 5.890,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten. Das optionale Modul Rhetorik intensiv für Führungskräfte kann gegen einen Aufpreis von EUR 350,- belegt werden.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogen.

Lektoren/-innen (auszug).

Dr. Pietro Beritelli

Institut für öffentliche Dienstleistungen
und Tourismus, Universität St. Gallen/CH

Prof. Dr. Christian Feuerhake

Fachhochschule Wismar/D

RA Dr. Ralf Geymayer

MCI-Studiengangsleiter Management & Recht, Innsbruck/Tirol

Beat Krippendorf

Präsident Swiss Quality Hotels,
ibk - institut beat krippendorf & partner, Bern/CH

Dir. Josef Margreiter

Geschäftsführer Tirol Werbung, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. FH-Prof. Mag. Dr. Franz Pegger

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Greiter, Pegger,
Kofler & Partner, Innsbruck/Tirol

Prof. Dr. Annemarie Pircher-Friedrich

MCI-Studiengang Tourismus- & Freizeitwirtschaft,
Innsbruck/Tirol;

Mitglied des wissenschaftlichen Beirats

Mag. Ulrike Reisner

Leitende Redakteurin, SAISON-Tourismomagazin
Innsbruck/Tirol

Mag. Andreas Reiter

Inhaber ZTB Zukunftsbüro, Wien/A

Prof. Edgar E. Schaetzing

Internationales Institut für Hotel- und Restaurant-
administration e.V., München/D

Mag. Martin Schumacher

Geschäftsführer und Partner der Schumacher & Partner
tourismus.consulting GmbH, Linz/A

FH-Prof. Mag. Hubert J. Siller

MCI-Studiengangsleiter Tourismus- & Freizeitwirtschaft,
Innsbruck/Tirol;

Mitglied des wissenschaftlichen Beirats

Dr. Robert Trasser

Geschäftsführer mtm markenmanagement GmbH,
Innsbruck/Tirol

Dr. Roland Scheurer

Experience Consulting, Forschungsinstitut für
Freizeit und Tourismus, Bern/D

Univ.-Prof. Dr. Paul Tschurtschenthaler

Institut für Wirtschaftstheorie, -politik und -geschichte,
Universität Innsbruck/Tirol;

Mitglied des wissenschaftlichen Beirats

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



Hubert Siller

Prof. (FH) Mag. Hubert J. Siller



Paul Tschurtschenthaler

Univ.-Prof. Dr. Paul Tschurtschenthaler

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
TOURISTISCHE RAHMENBEDINGUNGEN	3	FINANZMANAGEMENT IM TOURISMUS	5
Tourismusökonomik	1	Bilanzverständnis & Bilanzanalyse	2
Tourismuspolitik	1	Betriebliches Finanzmanagement	2
Internationale Märkte & Trends im Tourismus	1	Preispolitik	1
UNTERNEHMENSFÜHRUNG IM TOURISMUS	5	DESTINATION & INNOVATION	7
Strategisches Management	2	Destinationsmanagement	1
Entrepreneurship im Tourismus & Businessplan	1,5	Strukturentwicklung in Destinationen	1
Dienstleistungs- und Qualitätsmanagement	1,5	Eventmanagement	1
		Erlebnisszenierung	1
		Gesundheit & Tourismus	2
		Destinationsmarketing	1
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IM TOURISMUS	3,5	TOURISMUS-FORUM ZU AKTUELLEN THEMEN	1
Mitarbeiterführung	2		
Arbeits- und Sozialrecht	1,5		
		optional:	
TOURISMUSMARKETING	6,5	PERSONAL SKILLS	3
Strategisches & operatives Marketing	1,5		
Markenmanagement	1	Rhetorik intensiv für Führungskräfte	3
Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikation	1		
Konsumentenverhalten & Angebotsentwicklung	1,5		
E-Marketing, Pressearbeit & Kommunikationscontrolling	1,5		
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)			31

Die tiefgreifenden Veränderungsprozesse in Wirtschaft und Gesellschaft stellen immer höhere Anforderungen an die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen. Dabei stehen intelligente und vernetzte Kommunikationsstrategien nachweislich in direktem Zusammenhang mit wirtschaftlichem Erfolg und Wertsteigerung. Ich habe mich für den Management-Lehrgang Unternehmenskommunikation des MCI entschieden, weil dessen inhaltliche Ausrichtung diesen Herausforderungen Rechnung trägt. Das gut strukturierte Curriculum mit Fallbeispielen und Projekten ermöglicht einen ständigen Transfer zwischen Theorie und Praxis. Die Auswahl der Dozenten aus Wissenschaft und Wirtschaft bestätigt den interdisziplinären Ansatz und das hohe Anspruchsniveau.

Ute Scharnagl, Stadtparkasse Augsburg, Marketing und Kommunikation, Augsburg/D

Der Lehrgang Unternehmenskommunikation ist die ideale Weiterbildung für Marketing-Manager, die sich praxisorientiertes Wissen im Bereich PR aneignen möchten. Auf höchstem Niveau wird vermittelt, worauf es bei professioneller Kommunikation wirklich ankommt. Das Gelernte dann gleich in der Praxis anwenden zu können, ist für mich nützlich und spannend zugleich.

Mag. Dr. Ursula Deinhammer, MSC, Fronius International GmbH, Vertriebsmarketing Sparte Solarelektronik, Wels-Thalheim/A

„PR begins at home.“ Ein wahrer Spruch bezogen auf den Lehrgang Unternehmenskommunikation, der durch professionelle Kommunikation mit strategischer Relevanz wichtige Anspruchsgruppen zu identifizieren hilft und somit eine große Unterstützung in der vorausschauenden Kommunikation, im zielorientierten Networking und im Lobbying ist. Praxisbezogene Projektarbeiten für die interdisziplinäre Bewältigung komplexer Problemstellungen runden die perfekte Organisation ab.

Johann Bassetti, Astra-Tech GmbH, Division Manager, Wien/A

unternehmenskommunikation.

IMAGE GESTALTEN, MENSCHEN GEWINNEN, ERFOLGSGRUNDLAGEN SCHAFFEN





hintergrund.

Immer mehr setzt sich in einer medial geprägten Welt die Erkenntnis durch, dass Unternehmenskommunikation eine nur begrenzt delegierbare Führungsaufgabe ist. Wer führt, entscheidet, wem, was, von wem mitgeteilt wird. Und zwar sowohl nach außen als auch nach innen.

Vor dem Hintergrund globalisierter Märkte, steigendem Wettbewerbsdruck und rasch wechselnder Marktbedingungen gewinnt professionelle Kommunikation einen völlig neuen Stellenwert und strategische Relevanz für den Erfolg von Unternehmen, Produkten, Projekten und Initiativen. Langfristig kann sich eine Organisation nur dann erfolgreich und nachhaltig behaupten, wenn sie mit ihren Stakeholdern professionell, geschickt, widerspruchsfrei und ganzheitlich kommuniziert. Dazu zählen insbesondere Mitarbeiter/-innen, Geschäftspartner/-innen, Kunden/-innen, Medien, Investoren, Politiker/-innen, Behörden und die breite Öffentlichkeit („Gesellschaft“).

Um diese Kommunikation zu beherrschen, ist profundes Know-how notwendig. Hardfacts wie das theoretisch-methodische Rüstzeug, ergänzt um konkrete Projekterfahrungen, zählen ebenso zum erforderlichen „Werkzeugkoffer“ wie kommunikative Softfacts: etwa das optimale Auftreten vor der Kamera während eines Fernsehinterviews.

teilnehmer/-innen.

- Unternehmer/-innen, Führungskräfte und sonstige Entscheidungsträger/-innen in Organisationen, die ihrer Verantwortung als Führungskraft gerecht werden wollen und sich professionelle, kommunikative Kompetenzen aneignen möchten;
- Unternehmenssprecher/-innen, Assistenten/-innen des Vorstands bzw. der Geschäftsführung, Marketingverantwortliche und sonstige Personen mit kommunikationsbezogenen Aufgaben;
- Mitarbeiter/-innen aus Journalismus und Medien, die ihre bestehenden Qualifikationen um ein zukunftsorientiertes Themengebiet bzw. Berufsfeld erweitern wollen;
- Entscheidungsträger/-innen in Kommunikations-, Werbe- und grafischen Agenturen bzw. in sonstigen einschlägigen freien Berufen;
- Absolventen/-innen einschlägiger Studienrichtungen bzw. -zweige, die sich eine hochstehende praxisorientierte Zusatzausbildung erwerben möchten (z.B. Publizistik / Kommunikationswissenschaften, Geisteswissenschaften / Sprachen, Politikwissenschaft, BWL / Marketing, Jura etc.).

ziele / nutzen.

Nach Absolvierung des MCI-Lehrgangs Unternehmenskommunikation – Image gestalten, Menschen gewinnen, Erfolgsgrundlagen schaffen

- sind Sie in der Lage, einen Entscheidungsrahmen für professionelle Unternehmenskommunikation zu schaffen und wissen, wie man Vertrauen aufbaut und Handlungsspielräume gewinnt;
- kennen Sie wichtige Grundlagen und Modelle erfolgreicher Kommunikation einschließlich ihrer Wirkungsweise auf die Adressaten (z.B. Wahrnehmung und Ästhetik, Psychologie, Design);
- begreifen Sie vorausschauende Kommunikation als Aufgabe der strategischen Unternehmensführung und bewältigen ihre wirksame Verankerung in Organisationen;
- sind Sie in der Lage, Kommunikationsstrategien zu planen, die Umsetzung solcher Strategien zu verfolgen und die Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen durchzuführen;
- wissen Sie, wie man zielorientiert Kontakte pflegt, Netzwerke aufbaut und Lobbying betreibt; Sie kennen die Möglichkeiten von Campaigning mit Intention, Information, Interaktion und Intervention und beherrschen die Grundzüge des Krisenmanagements;
- können Sie Kommunikation auf verschiedenen Gebieten wirksam durchsetzen; Sie haben ein professionelles Interviewtraining mit persönlichem Coaching erlebt, wissen, wie man Großgruppenveranstaltungen leitet und haben Kompetenzen in Konfliktmanagement, Präsentation und Moderation erworben;
- verstehen Sie, wie man erfolgreich mit Medien umgeht, Themen aufbereitet, Presstexte verfasst und Pressekonferenzen organisiert;
- besitzen Sie einen Überblick über die wichtigsten rechtlichen Rahmenbedingungen der Unternehmenskommunikation (z.B. Medienrecht);
- kennen Sie detaillierte Instrumente, um Agenturen auszuwählen, Briefings abzuhalten und den Einsatz von Werbemitteln effizient zu planen.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSC des MCI angerechnet werden.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 5.890,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.

Lektoren/-innen (auszug).

Univ.-Prof. Dr. Günther Haedrich

Leitung Willy-Scharnow-Institut für Tourismus,
Freie Universität Berlin/D;
Mitglied des wissenschaftlichen Beirats

Univ.-Prof. Dr. Mario Klarer

Institut für Amerika Studien, Universität Innsbruck/Tirol

Dr. Gottfried Korn

Inhaber der Rechtsanwaltskanzlei Dr. Gottfried Korn, Wien/A

Mag. Gerold Krischker

Head of Communications, Sandoz GmbH, Kundl/Tirol

Mag. Brigitte Mühlbauer

Geschäftsführerin, Menedetter PR, Wien/A

Univ.-Prof. FH-Prof. Mag. Dr. Franz Pegger

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Greiter,
Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck/Tirol

Mag. Bernhard Penz

Psychologe des österreichischen Bundesheeres, Graz/A

Mag. Waltraud Rimpl

MA 53, Presse- und Informationsdienst Stadt Wien, Wien/A

Günther Schimatzek

Chef vom Dienst, ORF Tirol, Innsbruck/Tirol

Thomas Schönherr

Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit,
Amt der Tiroler Landesregierung, Innsbruck/Tirol

Dr. Martina Streiter

Head of Communications, GE Jenbacher, Jenbach/Tirol

Dr. Ingrid Vogel

Leiterin Unternehmenskommunikation,
Wiener Stadtwerke Holding, Wien/A

Dr. Siegfried Walch

MCI-Studiengangsleiter Nonprofit-, Sozial- &
Gesundheitsmanagement, International Health Care Manage-
ment; Partner bei Schennach, Volgger, Walch & Partner, Büro
für Kommunikation GmbH, Innsbruck/Tirol;
Mitglied des wissenschaftlichen Beirats

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



Dr. Siegfried Walch



Univ.-Prof. Dr. Günther Haedrich

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
GRUNDLAGEN VERSTEHEN / ÜBERBLICK GEWINNEN	7	CORPORATE IDENTITY – GANZHEITLICHE EXTERNE & INTERNE KOMMUNIKATION Corporate Design Corporate Social Responsibility & Corporate Governance Corporate Communication & Wording	
ENTSCHEIDUNGSRAHMEN FÜR DIE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION Grundlagen der Kommunikation / Markt- und Stakeholderorientierung Kommunikation, Wahrnehmung & Ästhetik Meinungs- und Motیفorschung Psychologie & Kommunikation		KOMMUNIKATION GESTALTEN	12
KOMMUNIKATION & RECHT Medienrecht Urheberrecht & Markenrecht Wettbewerbsrecht & Kartellrecht		KOMMUNIKATION & MENSCH Arbeiten in Großgruppen: Ansätze, Designs & Wirkungen Interviewtraining Konfliktmanagement Präsentationstechniken	
STRATEGIEN PLANEN & UMSETZEN	8,5	KOMMUNIKATION & MEDIEN Mediengerechte Aufbereitung eines Themas Professionelle Presstexte entwickeln Pressegespräch und -konferenz Zusammenarbeit von Marketing & PR	
KOMMUNIKATION ALS AUFGABE DER STRATEGISCHEN UNTERNEHMENSFÜHRUNG Strategie & Kommunikation Planung von Kommunikationsstrategien Networking & Lobbying – zielorientiertes Stakeholdermanagement Campaigning – I ⁴ Intention, Information, Interaktion, Intervention Krisenmanagement / Issue-Management Politische Kommunikation Interne Kommunikation		KOMMUNIKATION & KREATIVWIRTSCHAFT Zusammenarbeit mit Kreativen (Agenturen, Grafiker, Texter, Filmteams etc.) Briefing & Ausschreibung Kalkulation & Controlling Maßnahmenmanagement & Medienmix	
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)			27,5

wirtschafts- & unternehmensrecht.

JURISTISCHE KOMPETENZ IN WIRTSCHAFTLICHEN BERUFEN

IN ZUSAMMENARBEIT MIT



Die optimalen Umfeldbedingungen am MCI in Innsbruck und die breite Fächerung der juristischen Module förderten die Gewinnung von neuem Wissen und Einsichten enorm.

Martin Terzer, Recheis Teigwaren GmbH, Geschäftsführung, Hall/Tirol

Was ich am MCI gefunden habe? Eine neue Herausforderung, eine ideale Ergänzung zu meiner geisteswissenschaftlichen Ausbildung und, last but not least, nette Leute.

Dr. Verena Corizzato, KDG Italia, Direktionsassistentin, Meran/Südtirol

Dieser Management-Lehrgang bietet einen ausgezeichneten Überblick über alle für das tägliche Arbeiten relevanten Bereiche des Rechts. Kombiniert mit state-of-the-art Management-Wissen war der Lehrgang für mich persönlich eine große Bereicherung.

Mag. Alexander Frank, GSK Markenartikel GmbH, Marketing & Sales Selfmedication, Innsbruck/Tirol

Durch den Lehrgang Wirtschafts- & Unternehmensrecht – Juristische Kompetenz in wirtschaftlichen Berufen wurde für mich das Agieren in meinen Geschäftsbereichen wesentlich einfacher. Die erarbeiteten Ergebnisse der praxisnahen Projektarbeiten konnten großteils im beruflichen Alltag umgesetzt werden. Nach der Devise – durch ständige Weiterbildung kann man dem Mitbewerb immer einen Schritt voraus sein.

Bmst. Ing. Christian Glatzl, Teerag - Asdag AG NL-Tirol, Leiter Asphaltabteilung, Kematzen/Tirol



einführung.

Der Lehrgang für Wirtschafts- und Unternehmensrecht positioniert sich als attraktive Möglichkeit der berufsbegleitenden Aus- und Fortbildung für Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aller Managementebenen in rechtlichen Fragen im immer stärker internationalisierten Business. Der in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit Professoren/-innen der rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Innsbruck durchgeführte Lehrgang vermittelt hervorragende Kompetenzen für die Bearbeitung juristischer Problemstellungen in der Wirtschaft und die Erarbeitung wirtschaftlicher Lösungen in rechtswissenschaftlichen Aufgaben bzw. Verantwortungsbereichen.

umfeld.

Die letzten Jahre sind von einem tiefgreifenden Wandel in der rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Aus- und Weiterbildung geprägt. Geänderte Markt- und Wettbewerbsbedingungen und die fortlaufende Dynamik der Umwelt erfordern eine permanente Weiterentwicklung der Unternehmen sowie deren Kultur und Reifegrad.

Der Bedarf an kompetenten Mitarbeitern/-innen, die Unternehmensprozesse aus einer ganzheitlichen Perspektive lenken, gestalten und entwickeln sowie betriebswirtschaftliche und gleichzeitig juristische Problemstellungen lösen können, wird immer stärker.

Es entsteht ein völlig neues, zukunftsorientiertes Aufgabengebiet an der Schnittstelle von Wirtschaft und Recht. Dieser Management-Lehrgang stellt eine praxisnahe Fortbildung dar, die diesen Anforderungen entspricht und den Absolventen/-innen hervorragende Perspektiven eröffnet.

ziele / nutzen.

Der Lehrgang basiert auf einem wachsenden Bedarf von Unternehmungen an Personen, die es verstehen, juristische Problemstellungen in der Wirtschaft kompetent zu bearbeiten und einer professionellen Lösung zuzuführen. Die profunde wirtschaftsrechtliche Weiterbildung befähigt zur Bewältigung interdisziplinärer Herausforderungen in allen Bereichen der Wirtschaft und erschließt attraktive Aussichten auf dem Arbeitsmarkt.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA, Master of Science in Management MSc und Master of International Business & Tax Law LL.M. angerechnet werden.

teilnehmer/-innen.

- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und sonstige Entscheidungsträger/-innen, die sich auf höhere unternehmerische Aufgaben im Bereich „Wirtschafts- und Unternehmensrecht“ vorbereiten oder für steigende Anforderungen bestehender Positionen qualifizieren wollen;
- Absolventen/-innen juristischer und nicht-juristischer Studienrichtungen, die ihre Ausbildung um wirtschaftsbezogene Kompetenzen ergänzen wollen;
- Unternehmensgründer/-innen, Jungunternehmer/-innen und solche, die es noch werden wollen;
- Assistenten/-innen der Geschäftsführung / des Vorstands;
- Entscheidungsträger/-innen in freien Berufen.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 5.990,-, wobei im Falle einer verbindlichen Bewerbung bis 30. September 2008 (Datum des Poststempels) ein Frühbucherbonus von 2 % gewährt wird. Das Teilnahmeentgelt ist in zwei Tranchen für jedes Semester im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen einer Unternehmung oder sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem/der dritten Teilnehmer/-in eine Ermäßigung von 10 % auf dessen/deren Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie bitte unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB auf der Rückseite des Bewerbungsbogen.

Lektoren/-innen (auszug).

Prof. Dr. Martina Deckert

Institut für Wirtschaftsrecht, Universität Kassel/D

Dr. Georg Huber, LL.M.

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Greiter, Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck/Tirol

Dipl.-Kfm. Dr. Rolf Kapferer

Steuerberatungskanzlei Kapferer, Frei und Partner, Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs GmbH, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Michael Kort

Institut Bürgerliches Recht, Wirtschaftsrecht, Universität Augsburg/D

Hon. Prof. Dr. Helmut Loukota

Bundesministerium für Finanzen, Wien/A

Prof. MMag. Ernst Madlener

Gerichtlich beideter Sachverständiger, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Mazal

Institut für Arbeits- und Sozialrecht, Universität Wien/A

Univ.-Prof. FH-Prof. Mag. Dr. Franz Pegger

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Greiter, Pegger, Kofler & Partner, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Werner Schroeder, LL.M.

Institut für Europarecht und Völkerrecht, Universität Innsbruck/Tirol

Dr. Benedikt Selbherr

Notare Anja Kapfer und Dr. Benedikt Selbherr, Hof/Saale/D

PA DI Rolf Einsele

Patentanwalt bei Meissner, Bolte & Partner, München/D

Dr. Paul Torggler

Patentanwälte Torggler & Hofinger, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Karl Weber

Institut für öffentliches Recht, Universität Innsbruck/Tirol

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG



Univ.-Prof. Dr. Karl Weber



Univ.-Prof. FH-Prof. Mag. Dr. Franz Pegger



Dr. Ralf Geymayer

Univ.-Prof. Dr. Werner Schroeder, LL.M.



MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
GRUNDLAGEN DER ERTRAGSBE- STEUERUNG IN EUROPA	2	RECHTLICHE DIMENSIONEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG	2	GESELLSCHAFTS-, UMGRÜNDUNGS- UND INSOLVENZRECHT*	4
Einführung in die europarechtlichen Grund- lagen der Ertragsbesteuerung Das Ertragsteuerrecht aus dem Blickwinkel des Europarechtes Die EG-Richtlinien im Ertragsteuerrecht Die EG-Schiedskonvention		Vertragsrecht, -gestaltung und -abschluss Gewährleistung & Schadenersatz, Produkt- haftung und -sicherheit Wettbewerbs- und Kartellrecht Gesellschaftsrecht & Rechtsformwahl Rechtliche Aspekte grenzüberschreitender Rechtsgeschäfte Grundzüge des Ertragssteuerrechts für Unternehmen Unternehmensrelevante Verbrauchs- und Verkehrssteuern & Gebühren		Allgemeine Kriteriensteuer-, zivil- und unter- nehmensrechtliche Grundlagen für die Wahl der Rechtsform Gewerberechtliche Grundlagen & Voraus- setzungen für die Unternehmensgründung Personen- und Kapitalgesellschaften Gesellschaftsverträge Privatstiftungen Problemfälle im Bereich Gesellschaftsrecht Unternehmensnachfolge & Umgründungen Insolvenztatbestände & Privatkonkurs Reorganisation Grundzüge Ausgleichs-, Konkursverfahren Sonderproblem: Eigenkapitalersetzende Darlehen & Nutzungen	
AUSGEWÄHLTE NATIONALE STEUERSYSTEME: ÖSTERREICH	1	URHEBER- UND MARKENRECHT	1	EUROPEAN COMPETITION LAW	2
Ertragsteuern: Einkommensteuer, Be- steuerung natürlicher Personen, Körperschaft- steuer, Besteuerung von Kapitalgesellschaften Sonstige Steuern: Gesellschaftssteuer, Grunderwerbsteuer, Gebührengesetz		Rechtsquellen Was ist urheberrechtlich geschützt? Was ist ein „Werk“? Wer ist „Urheber“ eines Werkes? Welche Rechte hat ein Urheber? Schutz vor Missbrauch Urheberrechtsverträge – Übertragung von Nutzungsrechten Verwertungsgesellschaften Definition & Funktionen einer Marke (Welche Marken gibt es?) Registrierung & Erwerb einer Marke Welche Rechte hat ein Markeninhaber? Internationale & EU-Marken		Art. 81 & 82 des EG-Vertrages Fusionskontroll-Verordnung Rechtsprechung des Europäischen Gerichts- hofs (EuGH) zum Kartell- und zum Fusions- kontrollrecht	
GRUNDLAGEN DES EXTERNEN RECHNUNGSWESENS	2	VERGABERECHT*	1	MARKETING-RELEVANTE RECHTS- GRUNDLAGEN*	1
Buchführungspflicht & Adressaten der Rechnungslegung Buchführungssysteme Gliederung von Jahresabschlüssen Bilanzierungsgrundsätze Bilanzanalyse		Rechtsgrundlagen Wer ist öffentlicher Auftraggeber? Sachlicher Anwendungsbereich des BVerG 2006 Grundsätze des Vergaberechts & der Vergabeverfahren Ausschreibung & Angebot Prüfung von Angeboten & Zuschlagserteilung Sektorenauftraggeber (Grundzüge) Rechtsschutz Fallbeispiele		Wettbewerbsrecht Markenanmeldung, Markenschutz Rechtliche Aspekte der Vertriebssysteme	
GRUNDLAGEN DES EUROPARECHTS	1	BETRIEBSANLAGENRECHT*	1	EUROPÄISCHES & INTERNATIO- NALES RECHT DES UNLAUTEREN WETTBEWERBS	1
Europäische Union Organe & sonstige Einrichtungen Rechtsquellen Rechtsetzung Vollziehung Rechtsprechung Haftung Grundrechte		Begriff & Arten von Betriebsanlagen Die gewerberechtlichen Verfahrensarten zur Genehmigung von Betriebsanlagen (einschließlich Erweiterung & Änderung) Grundzüge des betriebsanlagenbezogenen Verfahrensrechts, einschließlich der Erhebung von Rechtsmitteln Raumordnungsrechtliche & baurechtliche Genehmigungsvoraussetzungen für Betriebs- anlagen Die Auflassung von Betriebsanlagen Die Konsolidierung von betriebsanlagen- rechtlichen Bescheiden nach dem Umwelt- managementgesetz		Überblick über das Europäische & Inter- nationale Lauterkeitsrecht Grundstrukturen der Europäisierung des Lauterkeitsrechts Judikative Harmonisierung des Lauter- keitsrechts durch den EuGH Legislative Harmonisierung des Lauter- keitsrechts durch die EU Aktueller Stand der Rechtsangleichung in der EU im Überblick Internationales Lauterkeitsrecht	
BINNENMARKT	1	ARBEITSRECHTLICHE KONFLIKT- SITUATIONEN*	2	NATIONALES PATENTRECHT	1
Binnenmarktkonzept Die Grundfreiheiten Die Rechtsangleichung		Gestaltung von Arbeitsverträgen Betriebsrat, Betriebsvereinbarungen Abmahnungen & Beendigung von Arbeits- verhältnissen Sonderfälle: Mobbing, Arbeitskräfteüber- lassung u.a.		Kriterien der Patentierbarkeit Was kann (nicht) patentrechtlich geschützt werden? Wirkung des Patents Schranken des Patentrechts Patenterteilungsverfahren	
WETTBEWERBS- UND KARTELLRECHT	1	ENGLISH LEGAL & TAX TERMINOLOGY	1	PATENTMANAGEMENT / LIZENZ- VERTRÄGE	1
Grundzüge des Wettbewerbsrechtes Tatbestände UWG Rechtsfolgen von Wettbewerbsverletzungen Grundzüge des Kartellrechts		Taxation terminology used in Austrian, the UK & the USA Legal terminology used in the legal systems of Austria, the UK & the USA		Technologie-Portfolio Lizenzverhandlungen & Lizenzvergabe Letter of Intent, Termsheets, Legal Due Diligence Typische Bestandteile	
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.)					27

* Dieses Seminar kann auch als Einzelseminar gebucht werden. Beachten Sie dazu unser Seminarprogramm.



alumni & friends.



Bereits während ihrer Ausbildung kommen MCI-Studierende in den Genuss attraktiver Leistungen von MCI Alumni & Friends. Als lebendige Serviceplattform fördert dieser einzigartige Absolventenclub Kontaktpflege, Image, berufliche Laufbahn und persönliche Entwicklung seiner Absolventen/-innen. Podiumsveranstaltungen mit Gastvortragenden von internationalem Rang vermitteln internationale Impulse und unterstützen freundschaftlichen Wissens- und Erfahrungsaustausch.

powered by
HYPO TIROL BANK
Wir realisieren Ideen.

ÜBERSICHT GASTVORTRAGENDE (AUSWAHL)*:

 Rüdiger Adolf , General Manager, Vice President, American Express, New York	 Dieter Althaus , Ministerpräsident des Freistaats Thüringen, Wien	 Dan Ashbel , Botschafter des Staates Israel, Wien	 Martin Bartenstein , Bundesminister für Wirtschaft & Arbeit, Wien	 Kurt Bayer , Executive Director, The World Bank, Washington D.C.	 Matthias Bellmann , Vorstandsmitglied, Kantstadl Quelle AG, Essen	 Armin Burger , Generaldirektor, Hofer KG Austria, Sattledt	 Bob de Wit , Associate Dean & Professor, Maastricht School of Management	 Brigitte Ederer , Vorstandsrektorin, Siemens AG Austria, Wien	 Karlheinz Essl , Gründer & Eigen- tümer Baume & Privatmuseum Essl, Klosterneuburg	 Benita Ferrero- Waldner , EU-Kommissarin für Außenbeziehungen, Brüssel	 Franz Fischer , Mitglied der Europäischen Kommission, Brüssel
 Michel Friedman , Rechtsanwalt, Politiker & Talkmaster, Frankfurt/Main	 Kurt Geiger , Director Financial Institutions & Equity, European Bank EBRD, London	 Arthur Gillis , Group Managing Director, Protea Hotels, Cape Town	 Brad Glosserman , Executive Director, Center of Strategic & International Studies, Honolulu	 Karl-Heinz Grasser , Bundesminister für Finanzen, Wien	 Hans Halder , Vorsitzender des Vorstands, Verbund AG, Wien	 Claus Hipp , CEO, Hipp GmbH, München	 Zeno Kerschbaumer , Executive Vice President, Volkswagen Group, Japan	 Václav Klaus , Staatspräsident der Tschechischen Republik, Prag	 Johann Klimmer , CEO, Rothenberger Werkzeuge & Maschinen Handels- gmbH, Salzburg	 Christoph Leitl , Präsident der Wirtschaftskammer Österreich, Wien	 Christine Licci , Vorstand Hypo Verenbank Group, München
 Klaus Liebscher , Gouverneur der Österreichischen Nationalbank, Wien	 Jörg Mittelsten Scheid , Beiratsvorsitzender, Vorwerk & Co KG, Wuppertal	 Joe Nellis , Dean of the Faculty of Management, Cranfield University, Bedford/UK	 Hermann Nitsch , Aktionökünstler, Prinzendorf	 Axel Paeger , Mitbegründer und CEO, AMEOS Holding AG, Zürich	 Gustav Peicht , Partner, Architekt, Autor & Karikaturist, Wien	 Günther Platter , Bundesminister für Inneres, Wien	 Mario Moretti Polegato , Präsident, GEOX Group, Treviso	 Josef Pröll , Bundesminister für Land-, Forst-, Umwelt- & Wasser- wirtschaft, Wien	 Claus J. Radl , Vorsitzender des Vorstands, Böhler-Uddeholm AG, Wien	 Susan Rasinski McCaw , Ambassador of the U.S.A. to Austria, Wien	 Susanne Riess-Passer , Generaldirektorin, Wüstenrot AG, Salzburg
 August-Wilhelm Scheer , Gründer & Alt-Vorsitzender, DS Scheer AG, Saarbrücken	 Yorck Schmidt , General Director, General Motors, Treasurer's Office, New York	 Veit Sorger , Präsident der Österreichischen Industriellen- vereinigung, Wien	 Georg Springer , Geschäftsführer der Österreichischen Bundestheater- Holding, Wien	 T. P. Sreenivasan , Ambassador, Permanent Representa- tive of India to the U.N., Wien	 Günter Stamerjohanns , Vize Präsident, EADS Astrium GmbH, Bremen	 Reinhold Stecher , Altbischof der Diözese Innsbruck	 Michael Thamm , Präsident AIDA Cruises, Rostock	 Julian Wagner , Vorsitzender des Vor- stands, Rosenbauer International AG, Linz	 Alexander von Witzeleben , Vorstandsmitglied Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg	 Reinhold Würth , Vorsitzender des Aufsichtsrats, Würth- Familienstiftungen, Künzelsau	 Peter Zulehner , Vice President Human Resources Europe des Magna Konzerns, Linz

* Die Funktionsangaben beziehen sich auf den Zeitpunkt des Vortrags.

CORPORATE FRIENDS



KPMG



DFK Deutscher Freundeskreis der
Universitäten in Innsbruck e.V.

MEMBER OF



EFMD European Foundation for
Management Development



Verband Privater Hochschulen e.V.



Campus of Excellence

DIE UNTERNEHMERISCHE HOCHSCHULE®
MCI MANAGEMENT CENTER INNSBRUCK
6020 Innsbruck / Austria, Universitätsstraße 15
+43 512 2070-2100, office@mci.edu, www.mci.edu



TRÄGER



FÖRDERER



TOCHTERGESELLSCHAFTEN



VERTRAUEN MOTIVIERTER MENSCHEN