

master of science in management msc.

POSTGRADUALES MASTER-STUDIUM FÜR BERUFSTÄTIGE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER/-INNEN

**MCI**[®]
MANAGEMENT CENTER
INNSBRUCK

WIR BEGLEITEN MOTIVIERTE MENSCHEN

FIBAA
ACCREDITED



INHALT

Vorwort	3	Academic Board	14
Ziele & Positionierung	4	Advisory Board	16
Zielgruppen	4	Aufnahme	19
Aufbau des MSc	5	Anerkennung nachgewiesener Kenntnisse	20
Stufe I: General Management	6	Teilnahmeentgelt	20
Stufe II: Spezialisierung im Management	6	FIBAA akkreditiert	21
Stufe III: Management, Psychologie & Leadership	9	Stimmen	22
Stufe IV: Wissenschaftliches Arbeiten – Master's Thesis	9	Bewerbungen	23
Didaktik	11	Standort	23
Prüfungen/Abschluss	11	Ansprechpartner/-innen	23
Lehrkörper	12	Alumni & Friends	25
Dozenten/-innen (Auszug)	12	Executive Education & Development	27

Stand der Broschüre 12 /2010. Irrtum und Änderungen vorbehalten.

© Bilder: MCI-Spiluttini: 1, 2, 4, 9, 18, 22, 24, 26; Innsbruck Tourism: 10

vorwort.

Bei der internationalen Positionierung von Hochschulen spielen Fragen des Standorts, der Infrastruktur, der Qualität des Studien- und Serviceangebots, der Kommunikation und des Marketings, der Fähigkeit Know-how zu generieren und in praxistaugliche Lösungen zu transformieren, eine besondere Rolle. Es gilt Hochschulen mit modernen Managementansätzen zukunftsorientiert zu gestalten und auf neue Entwicklungen vorzubereiten.

In diesem Zusammenhang hat das MCI in enger Zusammenarbeit mit renommierten Hochschulpartnern aus aller Welt eine Reihe qualitätsorientierter Management-Lehrgänge für Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte entwickelt und mit großem Erfolg im Markt verankert. Zahlreiche Absolventen/-innen und Studierende bestätigen die Qualität dieser Programme und profitieren vom erworbenen Wissen und Netzwerk, den gewonnenen Erfahrungen und der von der Wirtschaft entgegengebrachten Wertschätzung.

Um besonders engagierte Absolventen/-innen in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung weiter begleiten zu können und internationalen Zielgruppen eine attraktive Fortbildung auf postgradualem Niveau zu ermöglichen, hat das MCI die international ihresgleichen suchende Möglichkeit geschaffen, kompakte Management-Lehrgänge modular zu Executive Master-Studiengängen zu kombinieren.

Internationale Standards bei Zugangsvoraussetzungen, Inhalten, Dozenten/-innen und Didaktik, das flexible modulare Konzept, die hohe Praxisrelevanz, die mit eigener Verordnung des österreichischen Wissenschaftsministeriums geschaffene Rechtsgrundlage und die internationale Akkreditierung durch die FIBAA garantieren Qualität und Akzeptanz dieses Studiengangs zum Master of Science in Management MSc.



Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler
Academic Director MSc
Universität Innsbruck



Mag. Susanne E. Herzog
Leiterin Executive Education & Development
MCI Management Center Innsbruck

Dr. Andreas Altmann
Geschäftsführender Direktor
MCI Management Center Innsbruck





ziele & positionierung.

Zunehmende Globalisierung und steigender Wettbewerbsdruck fördern in der Wirtschaft die Nachfrage nach umfassend ausgebildeten Führungskräften, die sich sicher in einem komplexen und kompetitiven Umfeld bewegen. Die Anforderungen sind hoch: Neben Fach- und Methodenwissen sind soziale Kompetenz, Management Know-how, unternehmerisches Denken und Entscheidungsfreudigkeit gefragt.

Ziel des Master of Science in Management MSc ist die Vermittlung einer hochstehenden, wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisbezogenen Weiterbildung für gehobene Führungs- bzw. Managementpositionen insbesondere in klein- und mittelständischen Unternehmen.

Inhalte und Aufbau des Master of Science in Management MSc sind auf die spezifischen Erwartungen und Bedürfnisse berufstätiger Führungskräfte und der entsendenden Unternehmen bzw. Organisationen zugeschnitten.

zielgruppen.

Zielgruppe des Master-Studiengangs sind Unternehmer/-innen, Führungskräfte gehobener Managementebenen und Entscheidungsträger/-innen mit erster Führungserfahrung, die sich für höhere Managementpositionen qualifizieren möchten. Die Aufnahme in den Master-Studiengang setzt eine wenigstens zweijährige qualifizierte Berufstätigkeit voraus.

Als Fortbildungsprogramm wendet sich der Master-Studiengang an

- Absolventen/-innen wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen, deren Studienabschluss bereits länger zurückliegt;
- Absolventen/-innen wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen, die eine profunde funktionale Spezialisierung wünschen;
- Absolventen/-innen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen;
- Führungskräfte ohne akademischen Abschluss mit außergewöhnlicher beruflicher Leistungsbilanz.

aufbau des msc.

Zur Erlangung des postgradualen Abschlusses eines Master of Science in Management MSc ist es erforderlich, Management-Lehrgänge des MCI in nachstehender Systematik zu kombinieren, mit ergänzenden Modulen abzurunden und mit einer wissenschaftlich betreuten Master's Thesis abzuschließen.

STUFE	MANAGEMENT-LEHRGANG/INHALT	PRÄSENZ-TAGE*	ECTS
I	General Management – Betriebswirtschaft für Nicht-Betriebswirte	34	35
	Modul: Wissenschaftliches Arbeiten & Reflexion	6	2
	Modul: Entrepreneurship & Business Planning	3	2
II	Spezialisierung oder Internationalisierung im Management: Auswahl aus einem der zahlreichen Management-Lehrgänge des MCI	20	15
	Modul: Living Case Study	3	2
III	Management, Psychologie & Leadership – Komplexe Entscheidungsprozesse verstehen & gestalten	12	7
IV	Wissenschaftlich betreute Master's Thesis mit begleitenden Lehrveranstaltungen		11
	Kommissionelle Abschlussprüfung	1	3
GESAMT		79	77

* Exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Fallstudien, Projektarbeiten, Reviews, Fachgespräch, Abschlussarbeit, Master's Thesis, Kommissionelle Abschlussprüfung, u.ä.

Den Abschluss der Stufen I und II bilden dreitägige Intensivmodule, die im Sinne einer integrativen Gesamtschau sicherstellen, dass die Teilnehmer/-innen – eingebettet in interdisziplinären Teams – über spezifisches Managementwissen und persönliche Schlüsselqualifikationen hinaus funktionsübergreifendes Denken und Handeln entwickeln. Diese Module haben die Erstellung eines Business Plans und die Bearbeitung einer Living Case Study zum Inhalt.

stufe I: general management.

Diese Stufe vermittelt die wesentlichen Inhalte, Methoden, Instrumente und Entwicklungen der management-orientierten Betriebswirtschaftslehre. Ziel ist es, die Erfolgsgrundlagen des unternehmerischen Handelns, Gestaltens, Entscheidens und Führens zu vermitteln und in einen konkreten Anwendungszusammenhang zu bringen.

Den Abschluss bildet ein dreitägiger Business Plan Wettbewerb (Entrepreneurship & Business Planning), der die wichtigsten Inhalte der Grundstufe integrativ verknüpft und in einen konkreten Maßnahmenplan für ein Vorhaben aus dem beruflichen Umfeld der Teilnehmer/-innen mündet. Unterschiedliche Teams entwickeln eine Geschäftsidee zur Marktreife und präsentieren ihre Lösungen.

Detailinhalte entnehmen Sie bitte der aktuellen Broschüre der Management-Lehrgänge.

GENERAL MANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT

34 Präsenztage*

Managerial Economics | Präsentations- und Kommunikationstechniken | Quantitative Methoden: Mathematik & Statistik | Strategisches Management | Grundlagen des externen Rechnungswesens | Investition & Finanzierung | Rechtliche Dimensionen der Unternehmensführung | Leadership for Strategic Change – How to Survive in Difficult Times | Führung & Mitarbeiterentwicklung | Strategisches & operatives Controlling | Projektmanagement | Prozessmanagement | Human Resource Management | Change Management | Strategisches & operatives Marketing | Informationstechnologien | Innovations- und Technologiemanagement

MODUL: ENTREPRENEURSHIP & BUSINESS PLANNING

3 Präsenztage

* Exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Fallstudien, Projektarbeiten, Reviews, Abschlussarbeit, Kommissionelle Abschlussprüfung, u.ä.

stufe II: spezialisierung im management.

Wissenschaftlicher Befund und unternehmerische Erfahrung enthalten deutliche Indizien, dass Führungskräfte in aller Regel nur dann zur generalistischen Leitung unterschiedlicher Disziplinen befähigt sind, wenn sie auch selbst einmal in einem Spezialgebiet gearbeitet und hier inhaltliche Tiefe und umfassende Expertise erworben haben.

Stufe II sieht daher eine berufsfeldbezogene Spezialisierung in einer Kernfunktion des Managements vor, wobei die Möglichkeit zur Auswahl aus dem aktuellen Angebot der zahlreichen Management-Lehrgänge des MCI besteht. Sie versetzen die Absolventen/-innen in die Lage, in einem Spezial- oder Anwendungsgebiet des Managements inhaltliche Tiefe zu erlangen. Derzeit stehen nachfolgende Spezialisierungsmöglichkeiten zur Verfügung, wobei sich das konkrete Angebot eines Studienjahrs an der Nachfrage orientiert. Grundsätzlich haben Studierende in der Stufe II die Wahl zwischen einem zweisemestrigen Lehrgang („classic“) oder einer Kombination von zwei einsemestrigen Lehrgängen („compact“), die zwischen 12 und 15 Tagen dauern.

Im Rahmen einer abschließenden Living Case Study bearbeiten interdisziplinär zusammengesetzte Teams einen konkreten Business Case. Dies erweitert den beruflichen Horizont der einzelnen Teilnehmer/-innen, schärft das Verständnis für funktionsübergreifende Zusammenarbeit und trainiert die Fähigkeit zur Entwicklung ganzheitlicher Problemlösungen.

Detailinhalte entnehmen Sie bitte der aktuellen Broschüre der Management-Lehrgänge.

BANKING & FINANCE – THEMENÜBERSICHT	22 Präsenztage*
Ökonomisches/Finanzwirtschaftliches Denken & Handeln Europe & Italy – A Political & Economic Framework for Banking and Finance – Structure, Characteristics, Trends The Italian Banking System Das deutsche Bankensystem; osteuropäische Bankensysteme Vergleich der Bankensysteme in Europa Finanzwirtschaftliche Strategie & Management/Strategisches Management Produktivitäts- und Rentabilitätsoptimierung und -steuerung in Banken Business Intelligence – Von der Einzelgeschäftskalkulation zur Gesamtbanksteuerung Mergers & Acquisitions Mezzanine Finanzierung/Debt Mezzanine Kundengruppenmarketing – Firmenkunden Private & Retail Banking Großprojektfinanzierung/Public Private Partnership	
CONTROLLING & UNTERNEHMENSSTEUERUNG – THEMENÜBERSICHT	21 Präsenztage*
Jahresabschlüsse generieren und interpretieren Investitionscontrolling Financial Engineering & Risk Moderne Kosten- und Leistungsrechnung – Cost & Performance Management Risikomanagement & Qualitätsmanagement Wertorientiertes Management Geschäftsprozess- und Wissensmanagement Controlling & Recht Strategieentwicklung & Innovation im Controlling Strategieimplementierung mit Strategy Maps & BSC** Controlling, Organisationskultur & Unternehmensentwicklung	
INNOVATIONS-, PRODUKT- & PROZESSMANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	21 Präsenztage*
Grundlagen des Innovationsmanagements Strategisches Innovationsmanagement Innovations- und Technologiepolitik Management von technologischen Prozessinnovationen Innovative Unternehmensgründung Qualitäts- und Prozessmanagement** Rechtlicher Schutz von Innovationen Kreativitäts- und Problemlösungstechniken** Produktentwicklung und -management Gestaltung von Marktprozessen Gestaltung von Technologie- und Entwicklungsteams Projektmanagement und -controlling & angewandtes Innovationsmanagement	
INTERNATIONAL MANAGEMENT PROGRAM® – THEMENÜBERSICHT	30 Präsenztage*
Global Strategic Management International Marketing Supply Chain Management Leading Change & Innovation International Leadership & Decision-Making Global Macroeconomics International Finance International Accounting Intercultural Aspects & Management Skills	
Das International Management Program® ist ausschließlich in englischer Sprache. Die 30 Präsenztage finden komprimiert während der Sommermonate statt.	
MARKETING – THEMENÜBERSICHT	22 Präsenztage*
Strategisches Marketing: Grundlagen Positionierung & Markenführung Marktforschung Leistungsprogramm-Management Integrierte Marktkommunikation Entwicklungsprozesse initiieren & gestalten Distributionsmanagement Gegenleistungsmanagement Marketingplanung und -budgetierung	
PERSONALMANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	20 Präsenztage*
Neue Herausforderungen im Personalmanagement Organisations- und Personalentwicklung Gestaltung von Teamprozessen Balancierte Führung Personalbeschaffung, -auswahl, -begleitung, -integration** Personalcontrolling Instrumente der Personalentwicklung** Change Management Compensation Management** Diversity Management Personalstrategien & Zukunftsbilder	
TOURISMUS- & FREIZEITMANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	30 Präsenztage*
Tourismusmanagement & Innovation: Unternehmensführung im Tourismus Human Resource Management im Tourismus Finanzmanagement im Tourismus Innovation & Märkte Tourismusmarketing & Destinationsmanagement: Tourismusmarketing Markenmanagement E-Marketing Destination Innovation & Produkte Konsumentenverhalten & Angebotsentwicklung Erlebnisinszenierung	
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION & STAKEHOLDER RELATIONS – THEMENÜBERSICHT	28 Präsenztage*
Unternehmenskommunikation – Strategie: Entscheidungsrahmen für die Unternehmenskommunikation Kommunikation & Recht Kommunikation als Führungsaufgabe Unternehmenskommunikation – Umsetzung: Ganzheitliche externe & interne Kommunikation Kommunikation & Mensch Kommunikation & Medien Kommunikation & Kreativwirtschaft	
WIRTSCHAFTS- & UNTERNEHMENSRECHT – THEMENÜBERSICHT	26 Präsenztage*
Arbeitsrecht: Grundlagen des Arbeitsrechts & Arbeitsvertragsrecht Regelung der Arbeitszeit/Arbeitszeitmodelle Entlohnungs- und Vergütungssysteme Kollektives Arbeitsrecht Arbeitnehmer/-innenschutzrecht Sozialer Konflikt & Krisen im Arbeitsrecht Betriebsübergang & Outsourcing Ausgewählte Aspekte des Sozialrechts Steuerrecht: Umsatzsteuer (allgemeiner Teil & EU-Binnenmarkt) Einkommensteuer, Körperschaftssteuer & Steuerbilanzrecht Umgründungssteuerrecht Lohnsteuer als bes. Erhebungsform der Einkommensteuer inkl. Lohnnebenabgaben Verfahrensrecht inkl. Abwicklung von Betriebsprüfungen Gebühren- und Verkehrssteuern Internationales Steuerrecht, Europarecht mit steuerlichem Bezug, Verrechnungspreise, Fallstudien Aktuelle Rechtsprechung, Entwicklungen & Steuerpolitik in Österreich	

stufe II: spezialisierung im management.

COMPACT (1 Semester)

ARBEITSRECHT – THEMENÜBERSICHT	12 Präsenztage*
Grundlagen des Arbeitsrechts & Arbeitsvertragsrecht Regelung der Arbeitszeit/Arbeitszeitmodelle Entlohnungs- und Vergütungssysteme Kollektives Arbeitsrecht Arbeitnehmer/-innenschutzrecht Sozialer Konflikt & Krisen im Arbeitsrecht Betriebsübergang & Outsourcing Ausgewählte Aspekte des Sozialrechts	
BRAND MANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	14 Präsenztage*
Einführung in das Brand Management Logik von Markenunternehmen Führung von Markenunternehmen Führung der Kontaktpunkte einer Marke Wachstumsstrategien für Marken-Unternehmen Führung von Ein- und Mehrmarkensystemen Führung der Marke im Vertrieb Führung der Marke in der Kommunikation Verankerung des Markenprofils im Unternehmen	
LOGISTIKMANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	14 Präsenztage*
Management von Geschäftsprozessen Logistische Kernprozesse Veränderungen gestalten – Grenzen überwinden Supply Chain Management – Quo Vadis?	
PATENT- & LIZENZMANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	15 Präsenztage*
Nationales Patentrecht Europäisches Patentübereinkommen (EPÜ) Patent-Cooperation-Treaty (PCT) Verfahren Arbeitnehmererfindungen Gebrauchsmusterschutz & Geschmacksmusterschutz Internationale Besonderheiten beim gewerblichen Rechtsschutz Bio- und Pharmapatente Softwarepatente Markenrecht Patent- und Informationsrecherche Patentbewertung Patentangriff & Nichtigkeit Rechtsdurchsetzung bei Streitigkeiten Innovations- und Patentmanagement/Technologietransfer Forschungs- und Entwicklungsverträge Lizenzverträge Patenterlöse	
SALES MANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	15 Präsenztage*
Grundlagen des Distributionsmanagement Schlüsselkompetenzen im Sales Management Key Account Management Vertragliche Vertriebssysteme, insbesondere Franchising Pricing Schlüsselkompetenzen im Handel Kooperationsstrategien im vertikalen Marketing Innovatives Management Multipler Distributionssysteme	
STEUERRECHT – THEMENÜBERSICHT	14 Präsenztage*
Umsatzsteuer (allgemeiner Teil & EU-Binnenmarkt) Einkommensteuer, Körperschaftssteuer & Steuerbilanzrecht Umgründungssteuerrecht Lohnsteuer als bes. Erhebungsform der Einkommensteuer inkl. Lohnnebenabgaben Verfahrensrecht inkl. Abwicklung von Betriebsprüfungen Gebühren- und Verkehrssteuern Internationales Steuerrecht, Europarecht mit steuerlichem Bezug, Verrechnungspreise, Fallstudien Aktuelle Rechtsprechung, Entwicklungen & Steuerpolitik in Österreich	
SYSTEMISCHES MANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	12 Präsenztage*
Systemisches Denken Systemische Führung Zukunft gestalten – Systemische Visions- und Strategieentwicklung Systemischer Werkzeugkasten (mit Fallarbeit) Ich als Führungskraft Entwicklung des eigenen Leadership-Modells	
TOURISMUSMANAGEMENT & INNOVATION – THEMENÜBERSICHT	15 Präsenztage*
Unternehmensführung im Tourismus Human Resource Management im Tourismus Finanzmanagement im Tourismus Innovation & Märkte	
TOURISMUSMARKETING & DESTINATIONSMANAGEMENT – THEMENÜBERSICHT	15 Präsenztage*
Tourismusmarketing Markenmanagement E-Marketing Destination Innovation & Produkte Konsumentenverhalten & Angebotsentwicklung Erlebnisinszenierung	
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION – STRATEGIE – THEMENÜBERSICHT	13 Präsenztage*
Entscheidungsrahmen für die Unternehmenskommunikation Kommunikation & Recht Kommunikation als Führungsaufgabe	
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION – UMSETZUNG – THEMENÜBERSICHT	15 Präsenztage*
Ganzheitliche externe & interne Kommunikation Kommunikation & Mensch Kommunikation & Medien Kommunikation & Kreativwirtschaft	
MODUL: LIVING CASE STUDY	3 Präsenztage

* Exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Fallstudien, Projektarbeiten, Fachgespräch, u.ä.

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



stufe III: management, psychologie & leadership.

Die Art und Weise, wie Menschen Informationen über andere Menschen, Organisationen und Märkte wahrnehmen, aufnehmen, beurteilen und verarbeiten, bestimmt in substanziellem Umfang ihr Entscheidungsverhalten, ihre Kommunikation und ihr interaktives Zusammenwirken.

In Stufe III werden die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit ausgewählten Fragen der Wirtschafts- und Organisationspsychologie vor einem humanwissenschaftlichen bzw. systemisch-konstruktivistischen Hintergrund vertieft sowie die persönliche Reflexion der eigenen Führungsrolle in den Mittelpunkt gestellt.

Detaillierthe entnehmen Sie bitte der aktuellen Broschüre der Management-Lehrgänge.

MANAGEMENT, PSYCHOLOGIE & LEADERSHIP – THEMENÜBERSICHT

12 Präsenztage*

Wahrnehmen, Entscheiden & Handeln: Umgang mit Informationen und Unsicherheit als Grundlage für die Psychologie von Märkten | Vom Wahrnehmen zum Entscheiden: Philosophie, Logik, Erkenntnistheorie | **Psychologie & Organisation:** Psychologie im Management | Organisationspsychologie | **Konsument & Markt:** Psychologie von Verbrauchern: Konsumenten- und Marktverhalten | **Wirtschaftsethik:** Management & Ethik | Corporate Governance | Führung & Verantwortung

* Exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Fallstudien, Projektarbeiten, u.ä.

stufe IV: wissenschaftliches arbeiten & reflexion – master's thesis.

Die auf wissenschaftlichem Niveau zu erstellende Master's Thesis bildet den Abschluss des Master of Science in Management MSc und hat eine Problemstellung der eigenen Organisation bzw. des jeweiligen beruflichen Umfelds zum Gegenstand.

WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN & REFLEXION – MASTER'S THESIS

7 Präsenztage*

Wissenschaftliches Arbeiten | Recherche | Wissenschaftstheorie | Empirische Forschung | Wissenschaft & Ethik | Begleitende Lehrveranstaltungen zur Master's Thesis | Verfassen der Master's Thesis

* Exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Fallstudien, Master's Thesis, Kommissionelle Abschlussprüfung, u.ä.



didaktik.

Inhalt und Methodik des Master-Studiengangs zielen darauf ab, die berufliche Expertise und den persönlichen Erfahrungshintergrund der Teilnehmer/-innen durch wechselseitigen Erfahrungsaustausch als wertvolles Potenzial zu nutzen, den Studierenden laufend kritische Feedbacks zu geben und dadurch nachhaltig den Lern- und Umsetzungsprozess zu unterstützen. In den Seminarmodulen werden bewusst Situationen geschaffen, in denen erworbenes Wissen angewandt und an konkreten praktischen Problemen gespiegelt werden kann.

Die Didaktik des Master-Studiengangs

- baut auf praxisbezogene Projektarbeiten, die den laufenden Transfer der Inhalte aus den Präsenzmodulen in das eigene berufliche Umfeld sichern und die hier auftretenden Erfahrungen und Problemstellungen in die Präsenzmodule zurückfließen lassen;
- beinhaltet in Stufe I eine interdisziplinäre Abschlussarbeit, deren Inhalte idealerweise eine Problemstellung der eigenen Unternehmung bzw. des jeweiligen beruflichen Umfelds betreffen;
- mündet in eine wissenschaftlich fundierte Master's Thesis, die ausgewählte Themenstellungen einzelner Stufen des Master-Studiengangs einer anwendungsorientierten Lösung zuführt und den Absolventen/-innen einen konkreten Leitfaden bzw. Umsetzungsplan liefert.

prüfungen/abschluss.

Die Erbringung von Leistungsnachweisen und Ablegung von Prüfungen bilden einen integralen Baustein der Qualitätssicherung des Master-Programms. Es gilt das System der studienbegleitenden Leistungsbewertung. Im Rahmen des Master-Studiengangs sind Prüfungen aus ausgewählten Lehrveranstaltungen zu absolvieren sowie Projektarbeiten und fächerübergreifende Fallstudien zu verfassen bzw. zu bearbeiten.

Für die Erlangung des Abschlusses ist die Verfassung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit/Master's Thesis erforderlich, die in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden kann. Die Master's Thesis ist eine praxisorientierte, wissenschaftlich aufbereitete Projektarbeit, in der das im Master-Studiengang erworbene Wissen und die erlernten Fähigkeiten auf ein konkretes Managementproblem aus dem beruflichen Umfeld des Studierenden anzuwenden sind.

Die Abschlussprüfung ist eine mündliche kommissionelle Gesamtprüfung vor einem interdisziplinären Prüfungsausschuss. Die Zulassung zur Abschlussprüfung ist von der positiven Absolvierung aller Stufen (I bis IV) und der positiven Begutachtung/Beurteilung der Master's Thesis abhängig. Die kommissionelle Abschlussprüfung besteht aus der Präsentation und Verteidigung der Master's Thesis mit anschließendem Prüfungsgespräch.

Auf Grundlage der vorliegenden Leistungsnachweise, eines positiven Gutachtens zur Master's Thesis und der mit Erfolg bestandenen kommissionellen Abschlussprüfung wird den Teilnehmern/-innen ein Abschlusszeugnis über die gesamten Inhalte des Master-Studiengangs ausgestellt und im Rahmen eines Festakts der akademische Grad eines Master of Science in Management MSc verliehen.

Lehrkörper.

Dozenten/-innen im Master-Studiengang bilden eine ausgewogene Mischung aus international anerkannten Hochschulprofessoren/-innen mit Praxiserfahrung, Führungskräften aus der Wirtschaft und Experten/-innen bzw. Trainern/-innen aus Consulting und freien Berufen.

Die Dozenten/-innen werden sorgfältig ausgewählt, stellen sich strengen Evaluationskriterien und verfolgen das engagierte Ziel, durch professionelle Vermittlung der Inhalte und Vernetzung der einzelnen Module zur interdisziplinären Bewältigung komplexer Problemstellungen zu befähigen.

Die Dozenten/-innen im Master-Studiengang lenken ihre Aufmerksamkeit über die eigentliche Wissensvermittlung hinaus auf anwendungsorientiertes Feedback und konstruktive Beratung. Aus der Zusammenarbeit mit den Studierenden entstehen unterschiedlichste Netzwerke, die motivierte Menschen auf ihrem weiteren beruflichen und persönlichen Weg begleiten.

dozenten/-innen (auszug).

Dr. Andreas Altmann

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

Univ.-Prof. DI Dr. Siegfried Augustin

Institut für Wirtschafts- und Betriebswissenschaften, Montanuniversität Leoben/Österreich

Dr. Reinhold Bartl

Diplom-Psychologe, selbstständiger Berater, Coach und Referent, Leiter des Milton Erickson Instituts Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Günther Haedrich

Leitung Willy Scharnow-Institut für Tourismus, Freie Universität Berlin/Deutschland

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

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

Prof. Dr. Elisabeth von Hornstein

Selbstständige Unternehmensberaterin, München/Deutschland

Prof. Dr. Carlos Jahn

Professor am Institut für Maschinenbau und Produktion, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Hamburg/Deutschland

em. Univ.-Prof. Dr. Dr.h.c. Ekkehard Kappler

Em. Vorstand des Instituts für Organisation und Lernen, Universität Innsbruck/Tirol

Prof. (FH) Ing. Mag. Dr. Helmuth Leihns

Selbstständiger Unternehmensberater, Perchtoldsdorf/Österreich

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler

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

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Mazal

Institut für Arbeits- und Sozialrecht, Universität Wien/Österreich

Prof. Dr. Todd A. Mooradian, MBA, BA

Associate Professor of Marketing, The College of William & Mary – Mason School of Business, Williamsburg/USA

Univ.-Prof. Dr. Hans Mühlbacher

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

Dipl.-Psych. Ulrich Schoop, MBA

Selbstständiger Coach, Trainer und Strategieberater, Frankfurt am Main/Deutschland

Univ.-Prof. Dr. Klaus Schredelseker

Professor am Institut für Banken und Finanzen, Universität Innsbruck/Tirol

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

Vorstand des Instituts für Europarecht und Völkerrecht, Universität Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. DI Dr. Erich Schwarz

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

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl

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

Dr. Gabriele Weber-Trinkfass

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

academic board.

Anerkannte Experten/-innen aus der Wissenschaft unterstützen das MCI in der Sicherung der Qualität jeder Stufe des Master-Studiengangs, sorgen für deren laufende Weiterentwicklung und wirken als Brücke zu renommierten akademischen Partnern im In- und Ausland.

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG MSc



Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler

Professor am Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus, Universität Innsbruck, Gründungsmitglied der European Academy of Management (EURAM), Mitgliedschaft: American Marketing Association, Strategic Management Society, Academy of Management, European Marketing Academy

EXECUTIVE EDUCATION & DEVELOPMENT

Mag. Susanne E. Herzog

Leiterin Executive Education & Development,
MCI Management Center Innsbruck/Tirol

BANKING & FINANCE

Prof. Dr. Thomas Heimer

Professor an der Frankfurt School of Finance & Management,
Frankfurt am Main/Deutschland

Prof. (FH) Dipl.-Kfm. Bernd Kirschner

MCI-Studiengangsleiter Wirtschaft & Management,
International Business, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Klaus Schredelseker

Institut für Banken und Finanzen, Universität Innsbruck/Tirol

BRAND MANAGEMENT

a.o. Univ.-Prof. Dr. Andrea Hemetsberger

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

MMag. Markus Webhofer

Gründer und Geschäftsführer der Institute of Brand Logic,
Innsbruck/Tirol

CONTROLLING & UNTERNEHMENSSTEUERUNG

em. Univ.-Prof. Dr. Dr.h.c. Ekkehard Kappler

Em. Vorstand des Instituts für Organisation und Lernen,
Universität Innsbruck/Tirol

Prof. (FH) Dipl.-Kfm. Bernd Kirschner

MCI-Studiengangsleiter Wirtschaft & Management,
International Business, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Martin Piber

Institut für Organisation und Lernen,
Universität Innsbruck/Tirol

GENERAL MANAGEMENT

Dr. Andreas Altmann

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

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler

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

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl

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

INNOVATIONSMANAGEMENT

Prof. (FH) Dr. Bernd Ebersberger

MCI-Leiter F&E Services, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Richard Hammer

Vorstand des Instituts für Wirtschaftswissenschaften,
Universität Salzburg/Österreich

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

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

INTERNATIONAL MANAGEMENT PROGRAM®

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler

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

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl

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

LOGISTIKMANAGEMENT

Univ.-Prof. DI Dr. Siegfried Augustin
Institut für Wirtschafts- und Betriebswissenschaften,
Montanuniversität Leoben/Österreich

Prof. (FH) DI Franz Staberhofer
Studiengangsleiter Internationales Logistik-Management,
FH OÖ Studienbetriebs GmbH, Steyr/Österreich

MANAGEMENT, PSYCHOLOGIE & LEADERSHIP

Dr. Reinhold Bartl
Diplom-Psychologe, selbstständiger Berater, Coach und
Referent, Leiter des Milton Erickson Instituts Innsbruck/Tirol

Dipl.-Psych. Ulrich Schoop, MBA
Selbstständiger Coach, Trainer und Strategieberater, Frankfurt
am Main/Deutschland

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
Selbstständiger Unternehmensberater, Forschungspartner an
der Interdisziplinären Abteilung für Verhaltenswissenschaftlich
Orientiertes Management, Wirtschaftsuniversität
Wien/Österreich

MARKETING

Univ.-Prof. Dr. Hans Mühlbacher
Vorstand des Instituts für Strategisches Management,
Marketing und Tourismus, Universität Innsbruck/Tirol

PATENT- & LIZENZMANAGEMENT

Prof. (FH) Dr. Bernd Ebersberger
MCI-Leiter F&E Services, Innsbruck/Tirol

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

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

PERSONALMANAGEMENT

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

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

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
Selbstständiger Unternehmensberater, Forschungspartner an
der Interdisziplinären Abteilung für Verhaltenswissenschaftlich
Orientiertes Management, Wirtschaftsuniversität
Wien/Österreich

SALES MANAGEMENT

Prof. (FH) Dr. Johannes Dickel
MCI-Lektor und Fachbereichsleiter Studiengang Management
& Recht, Innsbruck/Tirol

Dr. Andreas Hinterhuber
Partner, Hinterhuber & Partners, Innsbruck/Tirol

SYSTEMISCHES MANAGEMENT

Dr. Susanne Skandera, M.A.
Trigon Entwicklungsberatung, München/Deutschland

Prof. Dipl.-Psych. Dr. Heidi Möller
Universität Kassel/Deutschland

TOURISMUS- & FREIZEITMANAGEMENT

Prof. (FH) Mag. Hubert J. Siller
MCI-Studiengangsleiter Tourismus- & Freizeitwirtschaft,
Entrepreneurship & Tourismus, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. Dr. Paul Tschurtschenthaler
Institut für Wirtschaftstheorie, -politik und -geschichte,
Universität Innsbruck/Tirol

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Univ.-Prof. Dr. Günther Haedrich
Leitung Willy Scharnow-Institut für Tourismus, Freie Universität
Berlin/Deutschland

Prof. (FH) Dr. Siegfried Walch
MCI-Studiengangsleiter Nonprofit-, Sozial- & Gesundheits-
management, International Health Care Management, Gesell-
schafter bei SVWP Kommunikationsmanagement GmbH,
Innsbruck/Tirol

WIRTSCHAFTS- & UNTERNEHMENSRECHT

RA Prof. (FH) Dr. Ralf Geymayer
MCI-Studiengangsleiter Management & Recht, International
Business & Law, Innsbruck/Tirol

Univ.-Prof. MMag. Dr. Klaus Hirschler, StB
Wirtschaftsuniversität Wien/Österreich

Mag. Andreas Kapferer LL.M., WP/StB
Partner bei Kapferer, Frei und Partner Wirtschaftsprüfungs-
und Steuerberatungs GmbH, Innsbruck/Tirol

Mag. Friedrich Schrenk
Konsulent, WT-Kanzlei Umgeher, Wien/Österreich

advisory board.

Erfahrene Führungskräfte fungieren als Bindeglied zu Wirtschaft und Gesellschaft und stellen mit ihrem Feedback sicher, dass das Master-Studium den unternehmerischen Anforderungen der Praxis gerecht wird.

SCHIRMHERRSCHAFT



Dr. Reinhold Mitterlehner
Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend, Wien/Österreich
www.bmwa.gv.at

MEMBERS

RA Dr. Gerhard Brandstätter

Präsident der Südtiroler Sparkassenstiftung und Rechtsanwalt,
Bozen/Italien
www.stiftungsparkasse.it, www.brandstaetter.it

Dr. Michl Ebner

Abgeordneter zum Europäischen Parlament, Brüssel &
Straßburg, CEO der Athesia Gruppe, Bozen/Italien
www.europarl.eu.int, www.athesia.it

DI Hans Haider

Langjähriger Generaldirektor der Verbund AG, Wien/Österreich, Präsident des Österreichischen Nationalkomitees des Weltenergierates (World Energy Council)
www.worldenergy.org

Senator h.c. Franz-Josef Kortüm

Vorsitzender des Vorstands der Webasto AG,
Stockdorf/Deutschland
www.webasto.de

Komm.-Rat Dr. Oswald Mayr

Geschäftsführender Gesellschafter der Pharmazeutischen Fabrik Montavit GmbH, Absam/Österreich, Vizepräsident der Wirtschaftskammer Tirol, Ehrenpräsident der Industriellenvereinigung Tirol, Innsbruck/Tirol
www.montavit.com, www.wko.at, www.iv-tirol.at

DI Jakob Mosser

CEO der Unterland Flexibles Packaging GmbH – Mondi Group, Wien/Österreich
www.mondigroup.com

Dr. Arthur Oberascher

President of the European Travel Commission, Brüssel/Belgien
www.etc-corporate.org

Christoph Oberrauch

Präsident des Unternehmerverbandes Südtirol und Präsident des Verwaltungsrates der Durst Phototechnik AG – Alupress AG, Brixen/Italien
www.industriali.bz.it, www.durst-online.com



Mag. Josef Propst

Geschäftsführer der Axel Springer AG, Berlin/Deutschland
www.axelspringer.de

DI Johannes Rechnitzer

CFO EMEA NEWS der SAP Österreich GmbH, Wien/Österreich
www.sap.at

Dr. Helmut Rothenberger

CEO/Präsident der Rothenberger AG, Kelkheim/Deutschland
www.rothenberger.com

Dr. Heinrich Scherfler

Aufsichtsrat der Sandoz GmbH, Kundl/Tirol
www.sandoz.com

DI Dr. Michael Schwarzkopf

Chairman of the Executive Board PLANSEE Holding AG,
Reutte/Tirol
www.plansee.com

Senator Dr. Hermann Sendele, MBA

Inhaber, Board Consultants International, Sendele & Company
GmbH, München/Deutschland
www.sendele.com

Komm.-Rat Julian Wagner

Vorstandsvorsitzender der Rosenbauer International AG,
Linz/Österreich
www.rosenbauer.com



aufnahme.

Über die Aufnahme in den Master-Studiengang entscheidet ein Zulassungsausschuss.

Das Aufnahmeverfahren sieht folgende Elemente vor:

A) SCHRIFTLICHE BEWERBUNG

Die Bewerbung erfolgt mittels standardisierten Bewerbungsbogens und ergänzenden Unterlagen.

B) AUFNAHMEGESPRÄCH

Das Aufnahmegespräch gibt den Bewerber/-innen die Möglichkeit, sich persönlich zu präsentieren, zum bisherigen Werdegang Stellung zu nehmen und die Motivation zur Bewerbung einschließlich der mittelfristigen Berufsziele zu erörtern.

FÜR PERSONEN OHNE AKADEMISCHEN ABSCHLUSS SIND ERGÄNZEND FOLGENDE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE ZULASSUNG VORGESEHEN:

C) STANDARDISIERTER MSc-TEST ODER GMAT

Der standardisierte MSc-Test oder GMAT überprüft Auffassungsvermögen, Problemlösungsfähigkeit, Intelligenz und sprachliche Kompetenz/Textverständnis. Umfang, Inhalt und Schwierigkeitsgrad des am MCI abzulegenden MSc-Tests entsprechen dem Graduate Management Admission Test (GMAT). Bei Nachweis entsprechender GMAT-Ergebnisse innerhalb der letzten drei Jahre können diese angerechnet werden (GMAT-Score > 610; siehe www.gmat.org).

D) ESSAY

Im Rahmen des Essays werden die Bewerber/-innen eingeladen, sich mit ausgewählten Problemstellungen aus Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Wissenschaft kritisch auseinander zu setzen.

Bewerbungsbogen mit Curriculum Vitae und Essay zu mittelfristigen Berufszielen	Wenigstens 2 Jahre Berufserfahrung in qualifizierten Positionen vor Beginn des Master-Studiums (idealerweise auch qualifizierte Berufstätigkeit während des Master-Studiums)	
Schriftliche Aufnahmeprüfung	MSc-Test (Intelligenz, Schnelligkeit, Belastbarkeit, Problemlösung, sprachliche Kompetenz/Textverständnis, etc.)	Anrechenbar, wenn GMAT > 610 Punkte innerhalb der letzten 3 Jahre
	Essay zu ausgewählten Problemstellungen aus Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Wissenschaft	
Aufnahmegespräch	Einzelgespräch zum Kennenlernen und Hinterfragen des Bewerbungsbogens und der mittelfristigen Berufsziele	
Instanzen	Über die Aufnahme in den Master-Studiengang entscheidet ein Zulassungsausschuss	

anerkennung nachgewiesener kenntnisse.

Studienabschlüsse anerkannter Hochschulen und Management-Lehrgänge des MCI können unter bestimmten Bedingungen auf einzelne Stufen des Master-Studiengangs angerechnet werden.

- Anrechnungen sind nur aufgrund entsprechender Anerkennungsprüfungen möglich. Bitte beachten Sie die jeweilige Literaturliste (Download unter www.mci.edu/msc). Gemäß der Master-Studiengangsordnung kann maximal eine Stufe inhaltlich und finanziell angerechnet werden.
- Der Abschluss eines Management-Lehrgangs am MCI darf nicht länger als sieben Jahre zurückliegen.
- Für die Teilnahme an einer Anerkennungsprüfung werden EUR 650,- in Rechnung gestellt.

STUFE I

Stufe I des Master-Studiengangs (exkl. wissenschaftliches Arbeiten, Entrepreneurship & Business Planning) kann bei erfolgreichem Abschluss nachstehender Ausbildungen angerechnet werden:

- wirtschaftswissenschaftliches Universitäts- oder Fachhochschulstudium (Diplomabschluss oder Bologna Bachelor/Master)
- akkreditiertes Executive-Programm
- Lehrgang General Management des MCI

Voraussetzung für die Anrechnung ist ein entsprechender Nachweis (z.B. Sponsionsurkunde, Diplomprüfungszeugnis, MCI-Zertifikat) und die erfolgreiche Ablegung einer vierstündigen schriftlichen Prüfung sowie eines ergänzenden Kolloquiums über relevante Themenbereiche.

STUFE II

Stufe II des Master-Studiengangs (exkl. Living Case Study) kann bei erfolgreichem Abschluss nachstehender Ausbildungen angerechnet werden:

- fachspezifisches Universitäts- oder Fachhochschulstudium (Diplomabschluss oder Bologna Bachelor/Master)
- akkreditiertes Executive-Programm
- funktionaler Management-Lehrgang des MCI

Voraussetzung für die Anrechnung ist ein entsprechender Nachweis (z.B. Sponsionsurkunde, Diplomprüfungszeugnis, MCI-Zertifikat) sowie die Gleichwertigkeit mit Management-Lehrgängen des MCI. Es ist eine vierstündige schriftliche Prüfung über die Lehrgangsinhalte abzulegen.

Für Teilnehmer/-innen, die sich während eines laufenden Management-Lehrgangs des MCI als Vertiefungsrichtung für einen Master-Studiengang (MBA oder MSc) bewerben und die Aufnahme in das Master-Programm vor Ablegung der Abschlussprüfung zum Lehrgang erfolgt, ist zum Abschluss der Stufe II keine Abschlussarbeit mit Abschlussprüfung sondern das Fachgespräch vorgesehen. Weiters entfällt in diesem Falle auch die Anerkennungsprüfung.

Erfolgt die Bewerbung und Aufnahme erst nach Ablegung der Abschlussprüfung des Lehrgangs, dann ist die Ablegung einer Anerkennungsprüfung zu einem späteren Zeitpunkt notwendig!

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beläuft sich auf EUR 20.750,- (bei Wahl des International Management Program® in Stufe II: EUR 24.200,-). In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten. Es versteht sich exklusive Reise-, Unterkunfts- und Verpflegungskosten sowie allfälliger Kosten für Anerkennungsprüfungen.

Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie 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.

fibaa akkreditiert.*

FIBAA-GESAMTBEURTEILUNG

- Der Master-Studiengang zum Executive Master of Business Administration sowie der Master of Science in Management übertreffen in vielen Bereichen die FIBAA-Qualitätsanforderungen für internationale Studiengänge.
- Besonders die Qualitätsmerkmale internationale Ausrichtung, Kooperationen und Partnerschaften, Zielsetzungen und Positionierung des Studiengangs, die Berufsbefähigung, die Zusammensetzung des Lehrpersonals, das Studiengangsmanagement sowie die Qualitätssicherung und die Aufnahmemodalitäten werden als überdurchschnittlich bewertet.
- Beim Master-Studiengang besticht insbesondere seine inhaltliche Ausrichtung und Positionierung.

FIBAA-DETAILERGEBNISSE

- **Positionierung:** Das modular gestufte System und die Möglichkeit zur Verknüpfung selbstständiger – inhaltlich aufeinander abgestimmter – Management-Lehrgänge ermöglicht Entscheidungsträgern/-innen unterschiedlicher Managementebenen eine inhaltlich und zeitlich flexible Gestaltung und das Absolvieren eines qualitätsorientierten Master-Programms, das den individuellen Möglichkeiten entgegenkommt.
- **Kooperationen und Partnerschaften:** Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken sind mit Leben gefüllt und führen zu konkreten Ergebnissen, z.B. Wissenstransfer und Studentenaustausch. Gleiches gilt für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen.
- **Berufsbefähigung:** Berufsbefähigung zieht sich als „roter Faden“ des Studiengangs erkennbar durch alle Studienabschnitte. Der Studiengang ist damit systematisch auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Die Absolventen/-innen verfügen über ein anwendungsorientiertes, betriebswirtschaftliches Wissen.
- **Lehr- und Lernmethoden:** Die Lehr- und Lernmethoden entsprechen den Anforderungen an moderne Erwachsenenbildung. Das MCI verfolgt inhaltlich und didaktisch ein Konzept, das auf die spezifischen Belange berufstätiger Entscheidungsträger/-innen abgestimmt ist. Die Stoffvermittlung ist überzeugend durch einen interaktiven Ansatz geprägt und ist geeignet, eigenverantwortliche Lernfortschritte anzuregen und die Umsetzung des Gelernten in die Praxis einzuüben. Die Bibliotheksbestände und ihre Zugänglichkeit sind für die Studiengänge hervorragend.
- **Lehrkörper:** Die eingesetzten Dozenten/-innen bilden eine ausgewogene Mischung aus haupt- und nebenberuflichen Hochschulprofessoren/-innen mit Praxiserfahrung, Führungskräften aus der Wirtschaft und Experten/-innen bzw. Trainern/-innen aus Consulting und freien Berufen. Die Dozenten/-innen werden sorgfältig ausgewählt, stellen sich strengen Evaluationskriterien und verfolgen das Ziel, durch erwachsenengerechte Aufbereitung der Inhalte und Vernetzung der einzelnen Module zur interdisziplinären Bewältigung komplexer Problemstellungen zu befähigen. Das Lehrpersonal verfügt über eine überdurchschnittliche Praxiserfahrung.
- **Infrastruktur & Management:** Die Studiengangsleitung sichert einen reibungslosen Ablauf des Studienbetriebs und gewährleistet eine ordnungsgemäße Fortentwicklung des Studiengangs unter Einbezug der dafür relevanten Gruppen. Die Verwaltung agiert auf hohem Niveau als Serviceeinrichtung für Studierende und Lehrende. Die Möglichkeiten der elektronischen Serviceunterstützung werden genutzt und ergänzen das persönliche Beratungsgespräch. Die Ausstattung der Räumlichkeiten ist hervorragend.

* Die FIBAA – Foundation for International Business Administration Accreditation mit Sitz in Bonn ist die wichtigste Akkreditierungsagentur für postgraduale Master-Studiengänge rechts- und wirtschaftswissenschaftlicher Ausrichtung im deutschsprachigen Raum. Der Vergabe eines FIBAA-Gütesiegels liegt ein strenges Qualitätsprüfungsverfahren nach internationalen Standards zugrunde.



stimmen.

Eine erstklassige Ausbildung ist von zentraler Bedeutung für eine internationale Laufbahn. Ich kann ein Studium am MCI nur empfehlen!

Mag. Armin Spitaler, Portfolio Analyst, SSgA Ltd., London/Großbritannien

Die ersten 10 Jahre waren hervorragend. Viel Erfolg für die nächsten 10 Jahre und die Zeit danach!

Dr. Heinz Fischer, Bundespräsident der Republik Österreich, Wien/Österreich

Das MCI ist für mich der Inbegriff des „Lebenslangen Lernens“: Hinterfragen des eigenen Denkens und Tuns im Austausch mit Dozenten/-innen und anderen Teilnehmer/-innen und sich dabei ein breites und umfassendes Management Wissen aneignen. Und das alle in einer motivierenden und landschaftlich schönen Atmosphäre.

Christine Sigmund, MBA, Bauer AG, Managing Director, Schrobenehausen/Deutschland

Als MCI-Studierende sind Sie Globalisierungsmanager/-innen und konstruktive Architekten/-innen des Europas von morgen. Das MCI gibt Ihnen als unternehmerische Hochschule das intellektuelle und wirtschaftliche Rüstzeug.

Dr. Benita Ferrero-Waldner, EU-Kommissarin für Außenbeziehungen, Brüssel/Belgien

Es ist beeindruckend, wie viel Wissen innerhalb kürzester Zeit derart vermittelt werden konnte, dass es nicht nur in der Theorie sondern auch in der praktischen Anwendung und im täglichen Denken für mich zur Selbstverständlichkeit geworden ist. Es ist die Kombination aus sehr interessanten Lehrveranstaltungen, hoch qualifizierten und äußerst engagierten Lehrenden, starker Praxisrelevanz, ausgezeichneter Organisation, kontinuierlichem gegenseitigen Austausch unter den Studenten und einer sehr angenehmen und persönlichen Atmosphäre, die die nebenberufliche Zusatzbelastung „Aufbaustudium“ am MCI für mich zu einer äußerst bereichernden und weiterführenden Freude gemacht hat, die ich auf keinen Fall missen möchte.

Mag. Verena Petrasch, MSc, Dipl. Ing. H. Schneider GmbH & Co, Leitung Nutzfahrzeug-Marketing, Dornbirn/Österreich

Der Master-Studiengang erweitert den Blick auf die notwendigen Dinge, die getan werden müssen, damit wir unsere Welt noch lebenswerter machen. Ich bin jetzt in der Lage, die Dinge im richtigen Fokus zu sehen und sie so zu gestalten, dass möglichst viele Menschen davon profitieren.

Pia Müller, MSc, Medizinische Universität Innsbruck, Management Planung Neubau, Innsbruck/Tirol

bewerbungen.

Bewerbungen erfolgen mittels standardisierten Bewerbungsbogens mit Angaben zur Person, zur bisherigen Ausbildung, zum beruflichen Werdegang und Erfahrungshintergrund, zur aktuellen beruflichen Position und zu den Beweggründen für den Besuch des Master-Studiengangs sowie den mittelfristigen Berufszielen. Download des Bewerbungsbogens unter www.mci.edu/msc.

standort.

Der Master-Studiengang findet in den Seminarräumen des MCI am Standort Universitätsstraße in 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 Seminarmodulen werden die Teilnehmer/-innen mit Pausengetränken und Erfrischungen versorgt.

Das MCI 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.

ansprechpartner/-innen.

LEITUNG EXECUTIVE EDUCATION & DEVELOPMENT

Mag. Susanne E. Herzog, +43 512 2070-2110, susanne.herzog@mci.edu

ASSISTENZ DER LEITUNG

Mag. Sogoomaa Bavuudorj, +43 512 2070-2121, sogoomaa.bavuudorj@mci.edu

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

ADMINISTRATION & SEKRETARIAT

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

Patricia Schmeißner, +43 512 2070-2101, patricia.schmeissner@mci.edu

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



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 Gastdozenten/-innen von internationalem Rang vermitteln internationale Impulse und unterstützen freundschaftlichen Wissens- und Erfahrungsaustausch.

powered by



ÜBERSICHT GASTDOZENTEN/-INNEN (AUSZUG)*:

HYPO TIROL BANK
Unsere Landesbank.

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, Karstadt Quelle AG, Essen	Armin Burger, Generaldirektor, Hofer KG Austria, Sattledt	Bob de Wit, Associate Dean & Professor, Maastricht School of Management	Dr. Johannes Hahn, Bundesminister für Wissenschaft & Forschung, Wien	Brigitte Ederer, Vorstandsdirktorin, Siemens AG Austria, Wien	Karlheinz Essl, Gründer & Eigen- tümer Baumas & 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	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	Yang Liu, International Design Shooting Star, Berlin	Klaus Liebscher, Gouverneur der Österreichischen Nationalbank, Wien
Helmut Maucher, Ehrenpräsident Nestlé S.A., Frankfurt/Main	Dr. Michael Martin, Vorstandsvorsitzender, JENOPTIK AG, Jena	Jörg Mittelsten Scheid, Beiratsvorsitzender, Vorwerk & Co KG, Wuppertal	Dr. Reinhold Mitterlehner, Bundesminister für Wirtschaft, Familie & Jugend, Wien	Joe Nellis, Dean of the Faculty of Management, Cranfield University, Bedford/UK	Hermann Nitsch, Aktionärskünstler, Prinzendorf	Axel Paeger, Mitbegründer und CEO, AMEOS Holding AG, Zürich	Gustav Peichl, Gründer Peichl & Partner, Architekt, Autor & Karikaturist, Wien	Mario Moretti Polegato, Präsident, GEOX Group, Treviso	Josef Pröll, Bundesminister für Land-, Forst-, Umwelt- & Wasser- wirtschaft, Wien	Claus J. Raidl, Vorsitzender des Vorstands, Böhler-Uddeholm AG, Wien	Susan Rasinski McLew, Ambassador of the U.S.A. to Austria, Wien
Susanne Riess-Passer, Vizekanzlerin a.D., Generaldirektorin, Wüstenrot AG, Salzburg	August-Wilhelm Scheer, Gründer & AR-Vorsitzender, IDS Scheer AG, Saarbrücken	Yorck Schmidt, General Director, General Motors, Treasurer's Office, New York	Dr. Michael Spindelegger, Österreichischer Außenminister, Wien	Veit Sorger, Präsident der Österreichischen Industriellen- vereinigung, Wien	Georg Springer, Geschäftsführer der Österreichischen Bundestheater Holding, Wien	T. P. Sreenivasan, Ambassador, Permanent Represen- tative of India to the U.N., Wien	Günter Stamerjohanns, Vize Präsident, EADS Astrium GmbH, Bremen	Michael Thamm, Präsident AIDA Cruises, Rostock	Julian Wagner, Vorsitzender des Vor- stands, Rosenbauer International AG, Linz	Reinhold Würth, Vorsitzender des Aufsichtsrats, Würth- Familienstiftungen, Künzelsau	Peter Zulehner, Vice President Human Resources Europe des Magna Konzerns, Linz

* Auszug; alle Funktionsangaben beziehen sich auf den Zeitpunkt des Vortrags

CORPORATE FRIENDS



KPMG



DFK Deutscher Freundeskreis der
Universitäten in Innsbruck e.V.

MEMBER OF



EFMD European Foun-
dation for Management
Development



Verband Privater Hochschulen e.V.



Campus of Excellence



Association to Advance
Collegiate Schools of
Business



executive education & development.

Kompakte und klassische Management-Lehrgänge unterschiedlichster inhaltlicher Ausrichtung erlauben Entscheidungsträgern/-innen mit knappen Zeitressourcen, handlungsrelevantes Wissen nach letztem Stand zu erwerben. Einzigartig im deutschsprachigen Raum ist die Möglichkeit zur flexiblen Kombination der Management-Lehrgänge zu international anerkannten Masterabschlüssen nach universitärem Recht (MBA, MSc, LL.M.).

MANAGEMENT-LEHRGÄNGE

CLASSIC (2 Semester, berufsbegleitend)

	Start	Tage	Deutsch	Englisch	anrechenbar auf		
					MBA	MSc	LL.M.
Banking & Finance Internationale Perspektiven für regionales Handeln	tbd	28,5	✓	✓	✓	✓	
Controlling & Unternehmenssteuerung Erfolg planen, Prozesse gestalten, Ergebnisse realisieren	11/2009	29	✓		✓	✓	
General Management Betriebswirtschaft für Nicht-Betriebswirte	10/2009	34	✓		✓	✓	
Innovations-, Produkt- & Prozessmanagement Wettbewerbsvorteile durch Markt- und Technologieorientierung	11/2009	27	✓		✓	✓	
International Management Program® Challenging Competition in Global Markets	05/2010	30		✓	✓	✓	
Marketing Erfolg durch professionelle Marktbearbeitung	10/2009	28	✓		✓	✓	
Personalmanagement Human Resource Management in lernenden Organisationen	10/2009	28	✓		✓	✓	
Tourismus- & Freizeitmanagement Internationale Positionierung von Unternehmen & Destinationen	10/2009	30	✓		✓	✓	
Unternehmenskommunikation & Stakeholder Relations Menschen gewinnen, Beziehungen gestalten, Image bilden	11/2009	28	✓		✓	✓	
Wirtschafts- & Unternehmensrecht Juristische Kompetenz in wirtschaftlichen Berufen	02/2010	26	✓		✓	✓	✓

Das International Management Program® ist ausschließlich in englischer Sprache. Die 30 Präsenztage finden komprimiert während der Sommermonate statt.

COMPACT (1 Semester, berufsbegleitend)

	Start	Tage	Deutsch	Englisch	anrechenbar auf		
					MBA	MSc	LL.M.
Arbeitsrecht Juristische Kompetenz für betriebliche Organisationen und Berater	02/2010	12	✓		✓	✓	✓
Brand Management Logik und Führung von Marken-Unternehmen	02/2010	14	✓		✓	✓	
Logistikmanagement Supply Chains & Geschäftsprozesse gestalten, vernetzen, optimieren	02/2010	14	✓		✓	✓	
Management, Psychologie & Leadership Komplexe Entscheidungsprozesse verstehen und gestalten	05/2010	12	✓			✓	
Patent- & Lizenzmanagement Systematische Gewinnung und Verwertung von Intellectual Property Rights	01/2010	15	✓	✓	✓	✓	
Sales Management Distribution, Pricing & Kundenbeziehungen innovativ gestalten	02/2010	15	✓		✓	✓	
Steuerrecht Steueroptimale Gestaltung der betrieblichen Praxis	02/2010	14	✓		✓	✓	✓
Systemisches Management Unternehmen wirkungsvoll entwickeln und bewegen	02/2010	12	✓		✓	✓	
Tourismusmanagement & Innovation Märkte wirkungsvoll gestalten – Kunden emotional gewinnen	10/2009	15	✓		✓	✓	
Tourismusmarketing & Destinationsmanagement Märkte wirkungsvoll gestalten – Kunden emotional gewinnen	02/2010	15	✓		✓	✓	
Unternehmenskommunikation: Strategie Menschen gewinnen – Beziehungen gestalten – Image bilden	11/2009	13	✓		✓	✓	
Unternehmenskommunikation: Umsetzung Menschen gewinnen – Beziehungen gestalten – Image bilden	02/2010	15	✓		✓	✓	

Tage = Modultage exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeit, u.ä.; Compact-Lehrgänge z. T. in Vorbereitung; tbd = to be defined

EXECUTIVE MASTERPROGRAMME

General Management Executive MBA (4 Semester)	Start	Tage	Deutsch	Englisch	Abschluss	
International Master's Program for Business Professionals	10/2009	95	✓	✓	MBA	
Master of Science in Management MSc (4 Semester)	Start	Tage	Deutsch	Englisch	Abschluss	
Postgraduales Master-Studium für berufstätige Entscheidungsträger/-innen	10/2009	77	✓		MSc	
Master of International Business & Tax Law LL.M. (4 Semester)	Start	Tage	Deutsch	Englisch	Abschluss	
Postgraduales Master-Studium für berufstätige Entscheidungsträger/-innen	11/2009	50	✓	✓	LL.M.	

MANAGEMENT-SEMINARE & CORPORATE TRAININGS

Management-Seminare	Impulse für Management, Führung, Kommunikation & Recht
Maßgeschneiderte Firmentrainings	Innovative Programme für Unternehmen und Organisationen

DIE UNTERNEHMERISCHE HOCHSCHULE®

MCI MANAGEMENT CENTER INNSBRUCK

6020 Innsbruck / Austria, Universitätsstraße 15

+43 512 2070-2100, office@mci.edu, www.mci.edu

DIE UNTERNEHMERISCHE
HOCHSCHULE®

PATRONS



SPONSORS



SUBSIDIARIES



VERTRAUEN MOTIVIERTER MENSCHEN