

An die
Curricula-Kommission Betriebswirtschaft der
Karl-Franzens-Universität Graz
z.Hd. Univ.-Prof. Dr. Dr. Georg Schneider

Graz, am 20.01.2020

**Stellungnahme (Teil II) zur Änderung des Curriculums Master Betriebswirtschaft
– Zusendung der Entwürfe am 18.12.2019**

Sehr geehrte Kommission, sehr geehrter Herr Univ.-Prof. Dr. Dr. Schneider,

Dieser **zweite Teil der Stellungnahme** befasst sich mit der **rechtlichen Umsetzung**. Im separat
gesendeten ersten Teil der Stellungnahme beschäftigen wir uns mit der inhaltlichen Aufstellung.

Mit freundlichen Grüßen,
für das Referat für Bildung und Politik

Julian Unterweger, Referent
Sophie Seljak
Sonja Hohl
Michael Meixner
Immanuel Azodanloo



Die geplanten Änderungen in Modul A ändern auch den grundsätzlichen Studienablauf und Fortgang laut Satzungsteil Studienrecht §8 Abs. 4 Z.4 und würden daher eine Übergangsfrist von 8 Semestern für die Umstellung vorsehen. Aus § 7 des vorliegenden Curricula Vorschlages entnehmen wir, dass es allerdings vorgesehen ist alle Studierenden automatisch dem neuen Curriculum zu unterstellen. Jedoch ist eine Regelung vorgesehen, nach der es möglich sein sollte, das Modul A laut Curriculum 09W in der Fassung 16W abzulegen.

Diese Möglichkeit sehen wir auch im Sinne der Studierenden, sodass eine direkte Umstellung möglich erscheint und nicht dem Satzungsteil Studienrecht widerspricht, obwohl sich die neu eingeführte Modulaufteilung gravierend von der Alten unterscheidet.

Darüber hinaus ist für uns nicht ersichtlich, in wie weit für Studierende, die bereits das gesamte Modul A absolviert haben, die Möglichkeit besteht, Modul F anstelle von Modul C zu besuchen. Wir schlagen hierzu vor, im § 7 zu ergänzen, dass jene, die diese Umstellungsart wählen, nicht die Möglichkeit haben, das Modul F anstelle des Modules C zu besuchen.

Die Ergänzung einer Übergangsfrist von 6 Semestern, wie im letzten Satz von § 7 des vorliegenden Curriculums, steht in einem Widerspruch zu der gezeigten Intention und wurde daher nicht beachtet.

Alternativ schlagen wir die grundsätzliche Überarbeitung des Textes unter § 7 vor, der sich der oben geäußerten Bedenken annimmt und alle Eventualitäten abdeckt.

Des Weiteren erlauben wir uns folgende Anmerkungen zur weiteren Ausgestaltung des Curriculums:

Bezüglich §3 Abs. 3 bitten wir Sie eindringlich, von Seiten des Referats für Bildung und Politik, die Rechtskonformität mit §9 Abs. 1 Z6 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen abzuklären, um Rechtssicherheit für alle Beteiligten und v.a. die Studierenden zu gewährleisten. Unsere Bedenken beziehen sich auf die Fragestellung, ob die Anforderungen des §9 Abs. 1 Z6 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen ausreichend erfüllt sind, da die Bezeichnung, der in den Modulen zu absolvierenden Prüfungen, ausschließlich im Anhang III zu finden ist.

Die Gleichwertigkeit der SBWLs „Marketing in Consumer Markets“ und zu der als Äquivalent geltende SBWL „Business-to-Consumer Management“ im Curriculum 09W in der Fassung 16W ist ohne eine exakte LV-Zuordnung nicht möglich. Für die Lehrveranstaltung „Marketing in Consumer Markets 4“ findet sich keine äquivalente Lehrveranstaltung in der SBWL „Business-to-Consumer Management“, da die dort fehlende bisherige Lehrveranstaltung „Services Management“ sich bei einer neu einzurichtenden SBWL wiederfindet.



Bei dieser Aufteilung ergeben sich für Studierende, welche derzeit die SBWL „Business-to-Consumer Management“ absolvieren und die Lehrveranstaltung „Service Management“ und zumindest eine andere bereits absolviert haben, das Problem, dass die LV „Service Management“ nicht angerechnet werden kann und – falls die Studierenden bereits eine zweite SBWL begonnen haben, diese LV keine Verwendung mehr in ihrem Studium findet.

Wir bitten Sie auch hier mit ausreichend Bedacht auf die Notwendigkeit der Rechtssicherheit vorzugehen, um die Bestimmungen des §8 Abs. 4 Z4 Satzungsteil Studienrechtlicher Bestimmungen nicht zu verletzen, da sich dadurch Auswirkungen auf den Verlauf des Studiums ergeben würden, welche eine Umstellung ohne Fristen verunmöglichen würde.

Weiters gehen wir davon aus, dass es sich bei der Kontaktstundenanzahl und bei der ECTS-Anzahl der LV „Marketing in Consumer Markets 4“ um einen Zahlendreher handelt und dieser einfach behoben werden kann.

