EXECUTIVE MASTER

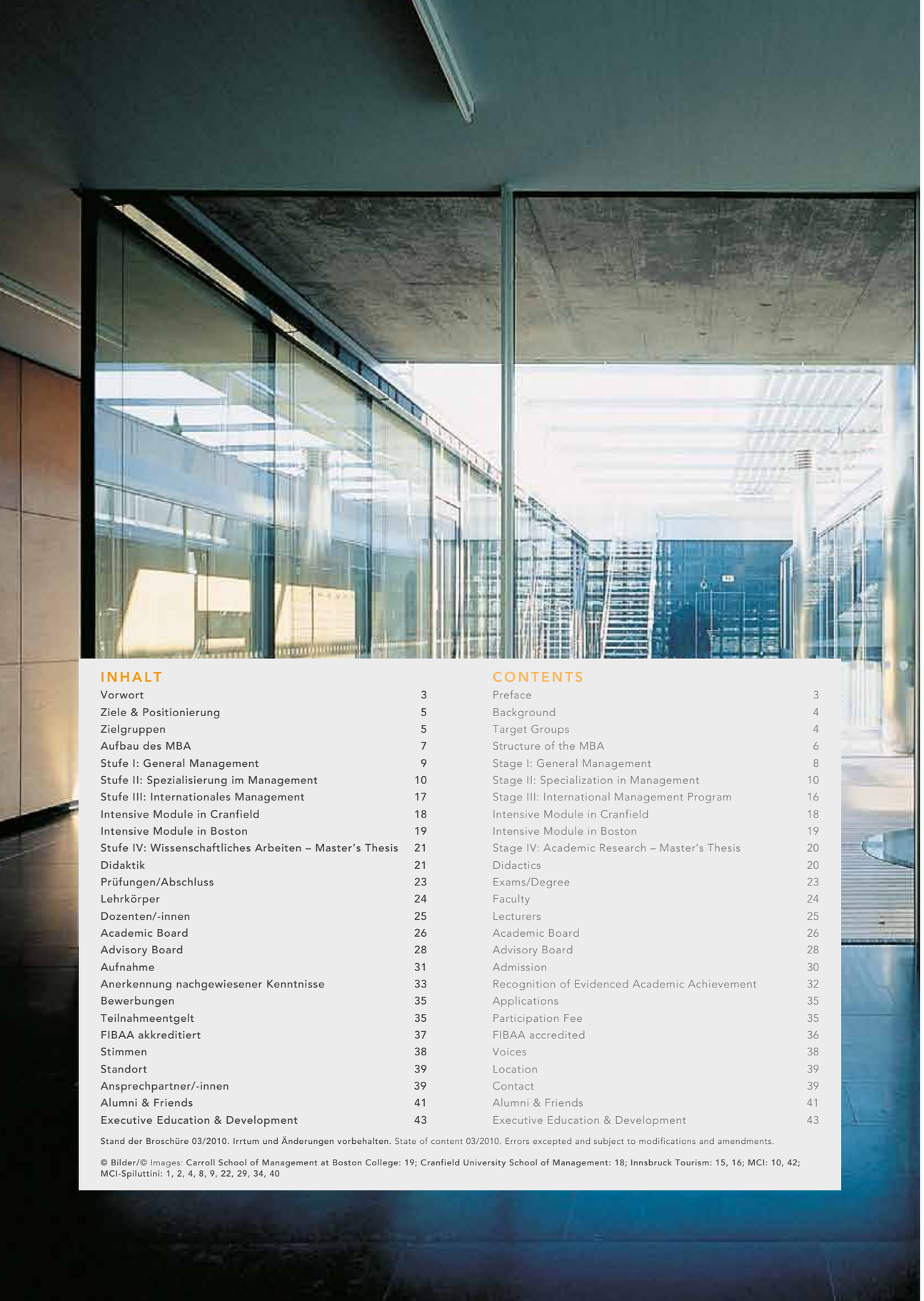
general management executive mba.

INTERNATIONAL MASTER'S PROGRAM FOR BUSINESS PROFESSIONALS

MCI®
MANAGEMENT CENTER INNSBRUCK

WIR BEGLEITEN MOTIVIERTE MENSCHEN | MENTORING THE MOTIVATED

FIBAA ACCREDITED



INHALT

Vorwort	3
Ziele & Positionierung	5
Zielgruppen	5
Aufbau des MBA	7
Stufe I: General Management	9
Stufe II: Spezialisierung im Management	10
Stufe III: Internationales Management	17
Intensive Module in Cranfield	18
Intensive Module in Boston	19
Stufe IV: Wissenschaftliches Arbeiten – Master's Thesis	21
Didaktik	21
Prüfungen/Abschluss	23
Lehrkörper	24
Dozenten/-innen	25
Academic Board	26
Advisory Board	28
Aufnahme	31
Anerkennung nachgewiesener Kenntnisse	33
Bewerbungen	35
Teilnahmeentgelt	35
FIBAA akkreditiert	37
Stimmen	38
Standort	39
Ansprechpartner/-innen	39
Alumni & Friends	41
Executive Education & Development	43

CONTENTS

Preface	3
Background	4
Target Groups	4
Structure of the MBA	6
Stage I: General Management	8
Stage II: Specialization in Management	10
Stage III: International Management Program	16
Intensive Module in Cranfield	18
Intensive Module in Boston	19
Stage IV: Academic Research – Master's Thesis	20
Didactics	20
Exams/Degree	23
Faculty	24
Lecturers	25
Academic Board	26
Advisory Board	28
Admission	30
Recognition of Evidenced Academic Achievement	32
Applications	35
Participation Fee	35
FIBAA accredited	36
Voices	38
Location	39
Contact	39
Alumni & Friends	41
Executive Education & Development	43

Stand der Broschüre 03/2010. Irrtum und Änderungen vorbehalten. State of content 03/2010. Errors excepted and subject to modifications and amendments.

© Bilder/© Images: Carroll School of Management at Boston College: 19; Cranfield University School of Management: 18; Innsbruck Tourism: 15, 16; MCI: 10, 42; MCI-Spiluttini: 1, 2, 4, 8, 9, 22, 29, 34, 40

vorwort.

Der akademische Grad eines Master's of Business Administration (MBA) zählt zum internationalen Markenzeichen und Eintrittskriterium für gehobene Führungspositionen. Absolventen/-innen guter Master-Programme stehen für unternehmerisches Denken, Leistungsbereitschaft, Entscheidungsfreude, Belastbarkeit, Internationalität und einen trittsicheren Umgang mit anderen Kulturkreisen.

Gleichzeitig zeigen sich am Markt zunehmend Anbieter, die im Windschatten qualitätsorientierter Hochschulen mit fragwürdigen Programmen an etablierten Marken partizipieren möchten und schnelle Abschlüsse versprechen, die langfristig zu Enttäuschungen führen müssen.

Internationale Standards bei Zugangsvoraussetzungen, das einzigartige modulare Konzept mit der Möglichkeit zur flexiblen Kombination qualitätsorientierter Management-Lehrgänge des MCI, durchgängig hervorragende Ergebnisse in Umfragen und Rankings, die herausragende Beurteilung durch die internationale Qualitätssicherungsagentur FIBAA, die besondere Positionierung als Unternehmerische Hochschule® im Rahmen des Konzepts „Offene Universität Innsbruck" und ein kraftvolles Netzwerk hervorragender Partnerhochschulen bilden wichtige Entscheidungshilfen in einem schwer überschaubaren Markt. Ein Master-Studium am MCI bietet motivierten Menschen berufliche und persönliche Entwicklung.

preface.

The academic degree Master's of Business Administration (MBA) is an international quality marker and an important factor in gaining access to senior management positions. Graduates from good Master's programs stand for entrepreneurial spirit, their willingness to serve, their decision-taking capabilities and resilience and their international outlook and aptitude in working with individuals from any number of cultures.

At the same time, the education market is increasingly sated with programs offering courses of questionable worth and the promise of a quick degree, while concurrently attempting to reap benefits from their closeness to branded programs at excellent universities. It is obvious that such programs must disappoint in the long run.

International standards in access criteria, a unique modular system with the possibility of combining quality-oriented management courses, continuous outstanding results in surveys and rankings, an outstanding assessment from the international quality control agency FIBAA, its special position as an institution Bridging University & Business® within the framework of the "Open University Innsbruck" and a powerful network of exceptional partner universities – all these are important aids in making decisions in a market difficult to assess. The enrollment in an Master's program at the MCI offers motivated individuals the opportunity for professional and personal development.

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler
Wissenschaftlicher Leiter MBA I Academic Director MBA
Universität Innsbruck

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

Dr. Andreas Altmann
Geschäftsführender Direktor I Executive Director
MCI Management Center Innsbruck

background.

As globalization and competitive pressure steadily increase, there is a growing demand in trade and industry for internationally trained executives capable of moving sure-footedly in a complex and competitive environment. The requirements are manifold: In addition to specialist knowledge and methodological expertise, social competence, executive know-how, entrepreneurial thinking and the willingness to take decisions are needed. The Master's program is a practice-oriented postgraduate program that meets these expectations.

The objective of the program is to offer a top-notch training and continuing education option, both practice related and with scientific foundations, for higher executive and management levels, with a focus on how to cope with international challenges. Entrepreneurial thinking, decision-making and acting in an international competition situation are the major aspects of this postgraduate degree program.

The contents and organization of the General Management Executive Master's program are customized to meet the specific needs and expectations of executives active in their profession as well as the companies and organizations seconding them.

target groups.

The target group of the Master's program comprises entrepreneurs, high-level management executives and decision-makers with some executive experience who wish to qualify for higher management levels and for coping with international challenges. Admission to the General Management Executive Master's program is subject to the applicant having been active in a qualified position for at least five years (ideally, students should be active in a qualified position also during the Master's program).

Being a postgraduate degree program, the Master's program is designed for:

- graduates with a degree in non-economic disciplines
- graduates with a degree in economic disciplines aiming at a profound functional specialization and international orientation
- graduates with a degree in economic disciplines who have taken their degree already some time ago

Executives without an academic degree but having shown an outstanding professional performance may be admitted by way of exception, to be decided on a case-by-case basis in accordance with the criteria of the admission's process.

ziele & positionierung.

Mit zunehmender Globalisierung und steigendem Wettbewerbsdruck wächst in der Wirtschaft die Nachfrage nach international 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. Der vorliegende Master-Studiengang stellt eine praxisnahe Fortbildung dar, die diesen Ansprüchen gerecht wird.

Ziel des General Management Executive MBA ist die Vermittlung einer hochstehenden, wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisbezogenen Weiterbildung für gehobene Führungs- bzw. Managementpositionen und die Bewältigung internationaler Herausforderungen. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln im internationalen Wettbewerb stehen im Mittelpunkt dieses postgradualen Fortbildungsprogramms.

Inhalte und Aufbau des General Management Executive MBA 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 und die Bewältigung internationaler Herausforderungen qualifizieren möchten. Die Aufnahme in den Master-Studiengang setzt eine wenigstens fünfjährige qualifizierte Berufstätigkeit voraus (idealerweise auch qualifizierte Berufstätigkeit während des Master-Studiums).

Als postgraduales Fortbildungsprogramm wendet sich der Master-Studiengang an:

- Absolventen/-innen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen
- Absolventen/-innen wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen, die eine profunde funktionale Spezialisierung und internationale Ausrichtung wünschen
- Absolventen/-innen wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen, deren Studienabschluss länger zurückliegt

Über die ausnahmsweise Aufnahme von Führungskräften ohne akademischen Abschluss mit außergewöhnlicher beruflicher Leistungsbilanz ist nach Maßgabe der im Aufnahmeverfahren geregelten Kriterien im Einzelfall zu entscheiden.

structure of the mba.

The Master's program comprises four semesters organized on a part-time basis for working students. The modular concept consists of four consecutive stages, allowing the flexible combination of existing MCI management courses:

STAGE	MODULES/CONTENTS	DAYS OF ATTENDANCE*	ECTS
I	General Management – Business Administration for Non-Business Majors	34	28
	Module: Academic Research & Reflection	6	5
	Module: Entrepreneurship & Business Planning	3	2
II	Specialization in Management: Selection of one of the MCI Functional Courses	20	18
	Module: Living Case Study	3	2
III	International Management Program© (in English)	30	23
IV	Master's Thesis with Scientific Tutoring and Accompanying Lectures	1	12
TOTAL		97	90

* Not including Preparation Work, Assignments, Case Studies, Project Works, Reviews, Exams, Master's Thesis, Final Examination, etc.

Each stage is completed by a three-day intensive module aimed at ensuring – within the meaning of an integrative general survey – that the participants, as members of interdisciplinary teams, in addition to their specific management know-how and personal core qualifications develop the skill of inter-functional thinking and acting (Entrepreneurship & Business Planning, Living Case Study, Comprehensive Case Study).

aufbau des mba.

Der Master-Studiengang erstreckt sich über vier Semester und kann berufsbegleitend besucht werden. Das modulare Konzept sieht vier inhaltlich aufeinander abgestimmte Stufen vor und erlaubt die flexible Verknüpfung bestehender Management-Lehrgänge des MCI:

STUFE	MANAGEMENT-LEHRGANG/INHALT	PRÄSENZ-TAGE*	ECTS
I	General Management – Betriebswirtschaft für Nicht-Betriebswirte	34	28
	Modul: Wissenschaftliches Arbeiten & Reflexion	6	5
	Modul: Entrepreneurship & Business Planning	3	2
II	Spezialisierung im Management: Auswahl aus einem der zahlreichen Management-Lehrgänge des MCI	20	18
	Modul: Living Case Study	3	2
III	International Management Program© (in englischer Sprache)	30	23
IV	Wissenschaftlich betreute Master's Thesis mit begleitenden Lehrveranstaltungen	1	12
GESAMT		97	90

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

Jede Stufe endet mit einem dreitägigen Intensivmodul, das im Sinne einer integrativen Gesamtschau sicherstellt, dass die Teilnehmer/-innen – eingebettet in interdisziplinäre Teams – über spezifisches Managementwissen und persönliche Schlüsselqualifikationen hinaus funktionsübergreifendes Denken und Handeln entwickeln (Entrepreneurship & Business Planning, Living Case Study, Comprehensive Case Study).

stage I: general management.

During this stage the students obtain a profound insight into current methods, tools and developments in management-oriented business administration. The objective is to communicate the basis of success of entrepreneurial action, structuring, decision-making and leadership and put them into the context of concrete applications.

Stage I is concluded by a three-day business plan competition, which provides for the integrative linking of the main contents of the first stage and culminates in the drafting of a concrete action plan for a project of the student's professional environment. A number of different teams develop a business concept up to the point where it can be introduced on the market, then present their solutions.

Details on the content may be found in the current brochure "Management-Lehrgänge".

GENERAL MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS	34 Days of Attendance*

Managerial Economics | Personal Skills | Quantitative Methods: Mathematics & Statistics | Corporate Strategic Management | Principals of Financial Reporting | Investment & Finance | Business Law | Leadership for Strategic Change – How to Survive in Difficult Times | Leadership & Development of Employees | Managerial Accounting | Project Management | Process Management | Human Resource Management | Change Management | Strategic & Operational Marketing | Information Technologies | Innovation & Technology Management

MODUL: ENTREPRENEURSHIP & BUSINESS PLANNING	3 Days of Attendance

* Not including Preparation Work, Assignments, Case Studies, Project Works, Reviews, etc.

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, 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.

stage II: specialization in management.

Both scientific research and entrepreneurial experience clearly indicate that as a rule, executives are capable of a generalist management of different disciplines only if they have themselves worked in, and acquired in-depth knowledge of and comprehensive expertise in, a specific discipline.

Stage II therefore provides for a discipline-related specialization in a core management function, with the possibility to select one of the MCI functional courses. This enables the students to acquire in-depth knowledge of the substance of a special field in management. The participants select one of the functional courses below or ask for further specialization. The following specializations are currently available, although the final program in any one academic year will be dependent on demand. Basically all students in stage II have the choice between a two-semesters executive certificate course (classic) and the combination of two one-semester executive certificate courses (compact) which last between 12 and 15 days.

Within the framework of the Living Case Study, interdisciplinary home groups work on concrete consultancy projects. This will help the individual participants to improve their insight into inter-functional cooperation, to enhance their ability to develop comprehensive problems and to gain new professional perspectives. A two-day workshop provides the students with methodological support while working on the Living Case Study.

Details on the content may be found in the current brochure “Management-Lehrgänge”.

CLASSIC (2 Semester)

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

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?

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

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.

stage II: specialization in management.

CLASSIC (2 Semester)

BANKING & FINANCE – OVERVIEW OF TOPICS — 22 Days of Attendance*

Economic/Financial Thinking & Acting | Europe & Italy – A Political & Economic Framework for Banking & Finance – Structure, Characteristics, Trends | The Italian Banking System | The German Banking System; East European Banking Systems | Financial Strategy & Management/ Strategic Management | Management & Optimization of Productivity & Profitability for Banks | Business Intelligence – From Single-Transaction costing to Overall Bank Management | Mergers & Acquisitions | Mezzanine/Financing/Debt Mezzanine | Customer Group Marketing – Corporate Accounts | Private & Retail Banking | Business Segment Institutional Customers: Financing Major Projects/Public Private Partnerships

CONTROLLING & MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 21 Days of Attendance*

Writing and Interpreting Annual Financial Statements | Investment Controlling | Financial Engineering & Risk | Instruments of Modern Cost and Performance Accounting – Cost and Performance Management | Risk Management & Quality Management | Value-Based Management | Business Process and Knowledge Management | Controlling & Law | Strategy Development & Innovation in Controlling | Strategy Implementation with Strategy Maps & Bsc** | Controlling, Corporate Culture & Corporate Development

INNOVATION, PRODUCT & PROCESS MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 21 Days of Attendance*

Fundamentals of Innovation Management | Strategic Innovation Management | Innovation and Technology Policy | Management of Technological Process Innovations | Innovative Company Start-Ups | Quality and Process Management** | Legal Protection of Innovations | Creativity and Problem-Solving Techniques ** | Product Development and Management | Organization of Market Processes | Managing Technology and Development Teams | Project Management and Controlling & Applied Innovation Management

MARKETING – OVERVIEW OF TOPICS — 22 Days of Attendance*

Strategic Marketing: Basics | Positioning & Brand Management | Market Research | Product and Service Portfolio Management | Integrated Market Communications | Initiating and Managing Development Processes | Distribution Management | Consideration Management | Marketing Planning and Budgeting

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 20 Days of Attendance*

New Challenges in Human Resources Management | Organization and Personnel Development | Managing Team Processes | Balanced Leadership | Personnel Recruitment, Selection, Support, Integration** | Personnel Controlling | Instruments of Personnel Development** | Change Management | Compensation Management** | Diversity Management | Personnel Strategies & Scenarios for the Future

TOURISM & LEISURE MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 30 Days of Attendance*

Tourism Management & Innovation: Business Management in Tourism | Human Resources Management in Tourism | Finance Management in Tourism | Innovation & Markets
Tourism Marketing & Destination Management: Tourism Marketing | Brand Management | E-Marketing | Destinations | Innovation & Products | Consumer Behavior & Product Development | Experience Management

CORPORATE COMMUNICATIONS & STAKEHOLDER RELATIONS – OVERVIEW OF TOPICS — 28 Days of Attendance*

Corporate Communications – Strategy: Decision-Making Framework for Corporate Communications | Communications & Law | Communications as a Management Function
Corporate Communications – Implementation: Holistic External & Internal Communications | Communications & People | Communications & Media | Communications & Creativity Management

BUSINESS & CORPORATE LAW – OVERVIEW OF TOPICS — 26 Days of Attendance*

Labor Law: Fundamentals of Labor Law & Labor Contract Law | Working Hours Agreements/Working Hours Models | Remuneration Systems | Collective Labor Law | Employee Protection Law | Social Conflicts and Crises in Labor Law | Change of Ownership & Outsourcing | Selected Aspects of Social Law
Tax Law: Value-added Tax (General & EU Single Market) | Income Tax, Corporation Tax & Tax Accounting Law | Re-Organization Tax Law | Payroll Tax as a special form of Income Tax including ancillary Payroll Duties | Procedural Law including Company Audit Procedures | Transfer Duties and Taxes | International Tax Law, EU Law with regard to Taxation, Internal Transfer Prices, Case Studies | Current Jurisdiction, Developments & Taxation Policy in Austria

COMPACT (1 Semester)

LABOR LAW – OVERVIEW OF TOPICS — 12 Days of Attendance*

Fundamentals of Labor Law & Labor Contract Law | Working Hours Agreements/Working Hours Models | Remuneration Systems | Collective Labor Law | Employee Protection Law | Social Conflicts and Crises in Labor Law | Change of Ownership & Outsourcing | Selected Aspects of Social Law

BRAND MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 14 Days of Attendance*

Introduction to Brand Management | The Logic of Brand Companies | Managing Brand Companies | Managing the Brand Contact Points | Growth Strategies for Brand Companies | Managing Single and Multiple Brand Operations | Brand Management in Sales | Brand Management in Communications | Anchoring the Brand Profile in the Company

LOGISTICS MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 14 Days of Attendance*

Management of Business Processes | Logistic Core Processes | Managing Change – Overcoming Limitations | Supply Chain Management – Quo Vadis?

MANAGEMENT, PSYCHOLOGY & LEADERSHIPP – OVERVIEW OF TOPICS — 12 Days of Attendance*

Perceiving, Deciding, Acting: Dealing with Information and Uncertainty as the Basis of the Psychology of Markets | From Perception to Decision: Philosophy, Logic, Theory of Cognition | **Psychology & Organization:** Psychology in Management | Organizational Psychology | **Consumers & Markets:** the Psychology of Consumers: Consumer and Market Behavior | **Business Ethics:** Management & Ethics | Corporate Governance | Management & Responsibility

PATENT & LICENCE MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 15 Days of Attendance*

National Patent Law | European Patent Agreement (EPA) | Patent Cooperation Treaty (PCT) Procedure | Employee Inventions | Utility Model Protection & Design Patents | International Specifics in Commercial Property Rights | Biological and Pharmaceutical Patents | Software Patents | Brand Law | Patent and Literature Search | Patent Assessment | Patent Attack & Nullity | Legal Remedies in Cases of Dispute | Innovation and Patent Management/Technology Transfer | Research and Development Contracts | License Agreements | Revenues from Patents

SALES MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 15 Days of Attendance*

Fundamentals of Distribution Management | Key Competence in Sales Management | Key Account Management | Contract Sales Systems, especially Franchising | Pricing | Key Competence in Retail | Cooperation Strategies in Vertical Marketing | Innovative Management of Multiple Distribution Systems

TAX LAW – OVERVIEW OF TOPICS — 14 Days of Attendance*

Value-added Tax (General & EU Single Market) | Income Tax, Corporation Tax & Tax Accounting Law | Re-Organization Tax Law | Payroll Tax as a special form of Income Tax including ancillary Payroll Duties | Procedural Law including Company Audit Procedures | Transfer Duties and Taxes | International Tax Law, EU Law with regard to Taxation, Internal Transfer Prices, Case Studies | Current Jurisdiction, Developments & Taxation Policy in Austria

SYSTEMIC MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 12 Days of Attendance*

Systemic Thinking | Systemic Management | Shaping the Future – Systemic Visions and Strategy Development | Systemic Toolkit (with Case Work) | I am the Manager | Developing your own Leadership Model

TOURISM MANAGEMENT & INNOVATION – OVERVIEW OF TOPICS — 15 Days of Attendance*

Business Management in Tourism | Human Resources Management in Tourism | Finance Management in Tourism | Innovation & Markets

TOURISM MARKETING & DESTINATION MANAGEMENT – OVERVIEW OF TOPICS — 15 Days of Attendance*

Tourism Marketing | Brand Management | E-Marketing | Destination | Innovation & Products | Consumer Behavior & Product Development | Experience Management

CORPORATE COMMUNICATIONS – STRATEGY – OVERVIEW OF TOPICS — 13 Days of Attendance*

Decision-Making Framework for Corporate Communications | Communications & Law | Communications as a Management Function

CORPORATE COMMUNICATIONS – IMPLEMENTATION – OVERVIEW OF TOPICS — 15 Days of Attendance*

Holistic External & Internal Communications | Communications & People | Communications & Media | Communications & Creativity Management

MODUL: LIVING CASE STUDY — 3 Days of Attendance

* Not including Preparation Work, Assignments, Case Studies, Project Works, Exams, etc.
** This seminar can also be booked separately. Details may be found in the current brochure "Management-Seminare".

stage III: international management program©.

In addition to profound know-how, personal format and integrity, the expectations MBA graduates are met within their professional life mainly focus on entrepreneurial thinking, commitment, willingness to take decisions, ability to handle stress, and internationality. The MCI therefore considers it essential that MBA programs include a substantial study of international contents and develop the ability to assert oneself in an international environment and a sure-footed approach to other cultures.

These are the main objectives of stage III. The International Management Program© (IMP) is taught by acknowleged 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.

During a concluding intensive module the students work on one or more interdisciplinary case studies addressing problems of international management (Comprehensive Case Study). The goal is to communicate a final integrative general survey and to further enhance the students' ability to think and act on an inter-functional level.

Details on the content may be found in the current brochure "Management-Lehrgänge".

INTERNATIONAL MANAGEMENT PROGRAM© – OVERVIEW OF TOPICS	30 Days of Attendance*
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	

The International Management Program© is held in English. The 30 attendance days will take place during the summer.

* Not including Preparation Work, Assignments, Case Studies, Project Works, etc.

stufe III: international management program©.

Abgesehen von profundem Know-how, persönlichem Format und Integrität konzentriert sich die Erwartungshaltung der Wirtschaft gegenüber MBA-Absolventen/-innen vor allem auf unternehmerisches Denken, Leistungsbereitschaft, Entscheidungsfreude, Belastbarkeit und Internationalität. Master-Programme haben daher nach Auffassung des MCI zwingend eine substanzielle Befassung mit internationalen Inhalten, ein Sich-Behaupten in internationaler Umgebung und einen trittsicheren Umgang mit anderen Kulturkreisen zu enthalten.

Diese Zielsetzung verfolgt Stufe III mit dem International Management Program© (IMP). Dieses hochkarätige Fortbildungsprogramm wird zur Gänze von internationalen Vortragenden in englischer Sprache unterrichtet und sieht Intensiv-Studienaufenthalte an renommierten Partnerhochschulen im Ausland vor. Die Studierenden des MCI nehmen dort an bestehenden MBA-Modulen teil, profitieren von der interkulturellen Erfahrung international zusammengesetzter MBA-Klassen und erhalten ein eigenständiges Abschlusszertifikat der jeweiligen Einrichtung.

Im Rahmen eines abschließenden Intensivmoduls arbeiten die Teilnehmer/-innen an einer oder mehreren interdisziplinären Fallstudien mit Ausrichtung auf Probleme im internationalen Management (Comprehensive Case Study). Ziel ist es, eine abschließende integrative Gesamtschau zu vermitteln und die Fähigkeit zu funktionsübergreifendem Denken und Handeln im internationalen Kontext weiter zu fördern.

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

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.

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

intensive module in cranfield.

Cranfield UNIVERSITY School of Management

CRANFIELD UNIVERSITY, SCHOOL OF MANAGEMENT

www.cranfield.ac.uk/som

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

EQUIS ACCREDITED

Accredited by Association of MBAs

No 13	European MBA Rankings	The Economist 2008
No 13	European Business School Ranking	The Financial Times 2008
No 30	Global MBA Ranking	The Financial Times 2008
No 12	European MBA Rankings	Business Education News Network 2007
No 11	European Business School Ranking	The Financial Times 2007
No 37	Global MBA Ranking	The Financial Times 2007
No 39	EMBA Ranking	The Financial Times 2007

intensive module in boston.

BOSTON COLLEGE

THE CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT AT BOSTON COLLEGE

www.bc.edu/schools/csom

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.

ACCREDITED

No 33	America's Best Colleges	Forbes 2008
No 34	Universities in the US	US News & World Report 2008
No 17	Best Undergrate business schools	Business Week 2008
No 28	Part-time MBA program in the US	Business Week 2007
No 52	Global MBA Ranking	The Financial Times 2007

stage IV: academic research & reflection – master's thesis.

The Master's Thesis, complying with scientific standards, concludes the General Management Executive MBA program; the students are expected to address a specific problem of their own enterprise or their relevant professional environment, making reference to related international aspects and taking into account international developments.

ACADEMIC RESEARCH & REFLECTION – MASTER'S THESIS	7 Days of Attendance*
Principles & Methods | Data Mining | Philosophical Aspects | Empirical Research | Ethics | Accompanying Lectures Master's Thesis | Master's Thesis	

* Not including Preparation Work, Assignments, Case Studies, Master's Thesis, Final Examination, etc.

didactics.

The contents and methodology of the Master's program are aimed at making use of the professional expertise and personal experience of the participants as valuable potential through a mutual exchange of experiences, and at providing the students with ongoing critical feedback and thereby with sustainable support in the learning and implementation process. In the seminar modules situations are created deliberately to allow the students to apply the acquired knowledge and put it to the test in view of a concrete practical problem.

The didactics of the Master's program:

- are based on practice-related project work ensuring the continuous transfer of the contents of the seminar modules to the student's own professional environment and retransfer of experiences to the seminar modules;
- culminates in the formulation of a scientifically profound Master's Thesis, which shall address selected topics taken from individual Master's program stages and develop application-oriented solutions therefore, as well as provide the graduates with concrete guidelines and an implementation plan.

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

Die auf wissenschaftlichem Niveau zu erstellende Master's Thesis bildet den Abschluss des General Management Executive MBA und hat – unter Herstellung internationaler Bezüge und Berücksichtigung internationaler Entwicklungen – 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 auf, 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;
- 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 praxis-orientierte, 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 Festaktes der akademische Grad eines Master of Business Administration (MBA) verliehen.

exams/degree.

The provision of evidence of academic achievement including exams constitutes an integral component of the quality assurance system of the Master's program. Performance is rated throughout the whole program. In the course of the Master's program, the students have to take exams on selected courses and prepare and/or contribute to project work and interdisciplinary case studies.

For obtaining a degree a scientific Master's Thesis must be completed, either in German or in English. The Master's Thesis shall be a practice-oriented project work complying with scientific standards, wherein the knowledge and competencies acquired during the program are to be applied to a concrete management problem from the professional environment of the student.

The final exam is a comprehensive oral examination before an interdisciplinary board of examiners. Admission to the final exam is subject to the successful completion of all stages (I to IV) and a positive assessment/grading of the Master's Thesis. The final exam before the examining board comprises the presentation and defense of the Master's Thesis, followed by a discussion.

Subject to the available evidence of academic achievement, a positive assessment of the Master's Thesis and the successful completion of the final exam before the board of examiners, the graduate receives a diploma covering the entire contents of the Master's program and is awarded the degree of a Master of Business Administration (MBA) according to the acknowledgement of the Austrian Ministry of Education and Science during an official ceremony.

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.

faculty.

The selection of lecturers and trainers involved in the Master's program ensures a balanced mixture of internationally renowned university professors with practical professional experience, executives from trade and industry, and experts and trainers from the consulting industry and independent professions.

The members of the faculty are selected carefully, are subjected to strict evaluation criteria and are committed to the goal of supporting their students, by way of professional adaptation of the contents and networking of the individual modules, in developing the ability to cope with complex problems on an interdisciplinary level.

Besides the actual communication of knowledge, the main focus of the lecturers involved in the Master's program is on providing application-oriented feedback and critical advice. The cooperation with the students gives rise to the creation of different kinds of networks that accompany motivated people throughout their further professional and personal development.

dozenten/-innen (auszug) / lecturers (excerpt).

Dr. Andreas Altmann
Executive Director, University Lecturer, MCI Management Center Innsbruck, Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. DI Dr. Siegfried Augustin
Professor of Business Administration, Montanuniversität Leoben, Leoben/Austria

Prof. John Boschen PhD
Professor of Economics & Finance, The College of William & Mary – Mason School of Business, Williamsbourgh/USA

Univ.-Prof. Dr. Günther Haedrich
Head of Willy Scharnow-Institute for Tourism, Free University of Berlin, Berlin/Germany

em. Univ.-Prof. DI Dr. Hans H. Hinterhuber
Former Head of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck, Chairman of Hinterhuber & Partners, Innsbruck/Tyrol

Prof. Dr. Elisabeth von Hornstein
Management Consultant, Munich/Germany

Prof. Dr. Kurt Jeschke
Head of the Department of Servicemanagement and Marketing, International University of Applied Sciences Bonn-Bad Honnef/Germany

em. Univ.-Prof. Dr. Dr.h.c. Ekkehard Kappler
Former Head of the Department of Organization and Learning, University of Innsbruck/Tyrol

Prof. (FH) Ing. Mag. Dr. Helmuth Leihs
Management Consultant, Perchtoldsdorf/Austria

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler
Professor of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck/Tyrol

Prof. Dr. Todd A. Mooradian
Associate Professor of Marketing, The College of William & Mary – School of Business, Williamsburg/USA

Univ.-Prof. Dr. Hans Mühlbacher
Head of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck/Tyrol

Prof. Joseph G. 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/Great Britain

Prof. Richard P. Nielsen
Professor of the Department of Organization Studies, Carroll School of Management at Boston College, Boston/USA

Prof. Gabriel A. Pall
Executive Director and Special Advisor to the Dean, The College of William & Mary – Mason School of Business, Williamsbourgh/USA

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
Management Consultant, Research Partner in the Interdisciplinary Department of Management and Organizational Behaviour, Vienna University of Economics and Business, Vienna/Austria

Dr. Mohan Subramaniam
Assistant Professor in Operations and Strategic Management, Carroll School of Management at Boston College, Boston/USA

Prof. Scott K. Swan, PhD, MBA, BS
Associate Professor of International Business and Marketing, The College of William & Mary – Mason School of Business, Williamsbourgh/USA

Prof. Dr. Hermann A. Wagner
Professor of Accounting and Taxes, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main/Germany

Dr. Gabriele Weber-Trinkfass
International Brand Manager, Red Bull GmbH, Fuschl am See/Austria

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.

Acknowledged academics support MCI in maintaining quality standards at all levels of the Master's program, ensuring a continuous process of further development and serving as a link to leading teaching and research institutions at home and abroad.

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG MBA / ACADEMIC DIRECTOR MBA

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler
Professor of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck, Founding member of the European Academy of Management (EURAM), Membership: American Marketing Association, Strategic Management Society, Academy of Management, European Marketing Academy

EXECUTIVE EDUCATION & DEVELOPMENT

Mag. Susanne E. Herzog
Head of Executive Education & Development, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

BANKING & FINANCE

Prof. Dr. Thomas Heimer
Professor at the Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main/Germany

Prof. (FH) Dipl.-Kfm. Bernd Kirschner
Director of Studies Business & Management, International Business, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. Dr. Klaus Schredelseker
Department of Banking & Finance, University of Innsbruck/Tyrol

BRAND MANAGEMENT

a.o. Univ.-Prof. Dr. Andrea Hemetsberger
Professor at the Institute of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck/Tyrol

MMag. Markus Webhofer
Founder and Executive Director of the Institute of Brand Logic, Innsbruck/Tyrol

CONTROLLING & MANAGEMENT

em. Univ.-Prof. Dr. Dr.h.c. Ekkehard Kappler
Former Head of the Department of Organization and Learning, University of Innsbruck/Tyrol

Prof. (FH) Dipl.-Kfm. Bernd Kirschner
Director of Studies Business & Management, International Business, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. Dr. Martin Piber
Department of Organization and Learning, University of Innsbruck/Tyrol

GENERAL MANAGEMENT

Dr. Andreas Altmann
Executive Director, University Lecturer, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler
Professor of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
Management Consultant, Research Partner in the Interdisciplinary Department of Management and Organizational Behaviour, Vienna University of Economics and Business, Vienna/Austria

INNOVATION MANAGEMENT

Prof. (FH) Dr. Bernd Ebersberger
Head of R&D Services, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. Dr. Richard Hammer
Head of the Department of Social and Economic Sciences, University of Salzburg, Salzburg/Austria

em. Univ.-Prof. DI Dr. Hans H. Hinterhuber
Former Head of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck, Chairman of Hinterhuber & Partners, Innsbruck/Tyrol

INTERNATIONAL MANAGEMENT PROGRAM®

Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler
Professor of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
Management Consultant, Research Partner in the Interdisciplinary Department of Management and Organizational Behaviour, Vienna University of Economics and Business, Vienna/Austria

LOGISTICS MANAGEMENT

Univ.-Prof. DI Dr. Siegfried Augustin
Institute of Economics and Business Administration, University of Leoben/Austria

Prof. (FH) DI Franz Staberhofer
Course Director for International Logistics Management, FH OÖ Studienbetriebs GmbH, Steyr/Austria

MANAGEMENT, PSYCHOLOGY & LEADERSHIP

Dr. Reinhold Bartl
Trained Psychologist, Free-lance Consultant, Coach & Speaker, Director of the Milton Erickson Institute, Innsbruck/Tyrol

Dipl.-Psych. Ulrich Schoop, MBA
Free-lance Coach, Trainer and Strategy Consultant, Frankfurt am Main/Germany

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
Management Consultant, Research Partner in the Interdisciplinary Department of Management and Organizational Behaviour, Vienna University of Economics and Business, Vienna/Austria

MARKETING

Univ.-Prof. Dr. Hans Mühlbacher
Head of the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, University of Innsbruck/Tyrol

PATENT- & LICENCE MANAGEMENT

Prof. (FH) Dr. Bernd Ebersberger
Head of R&D Services, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

PA DI Rolf Einsele
Patent Attorney, PA DI Rolf Einsele, Partner of Meissner, Bolte & Partner, Munich/Germany

RA Dr. Stefan Warbek
Attorney at Law, Kanzlei Warbek, Stanglechner, Fritz, Malaun, Innsbruck/Tyrol

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Dr. Christian Bauer
Executive Director, SWARCO Holding AG, Wattens/Tyrol

Prof. Dr. Elisabeth von Hornstein
Management Consultant, Munich/Germany

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl
Management Consultant, Research Partner in the Interdisciplinary Department of Management and Organizational Behaviour, Vienna University of Economics and Business, Vienna/Austria

SALES MANAGEMENT

Prof. (FH) Dr. Johannes Dickel
Lecturer of Studies Management & Law, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

Dr. Andreas Hinterhuber
Partner in Hinterhuber & Partners, Innsbruck/Tyrol

SYSTEMIC MANAGEMENT

Dr. Susanne Skandera, M.A.
Trigon Entwicklungsberatung, Munich/Germany

Prof. Dipl.-Psych. Dr. Heidi Möller
University of Kassel/Germany

TOURISM & LEISURE MANAGEMENT

Prof. (FH) Mag. Hubert J. Siller
Director of Studies Tourism Business Studies, Entrepreneurship & Tourism, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. Dr. Paul Tschurtschenthaler
Department of Economic Theory, Policy and History, University of Innsbruck/Tyrol

CORPORATE COMMUNICATIONS

Univ.-Prof. Dr. Günther Haedrich
Head of Willy Scharnow-Institute for Tourism, Free University Berlin/Germany

Prof. (FH) Dr. Siegfried Walch
Director of Studies Nonprofit, Social & Health Care Management, International Health Care Management, Partner of SVWP Kommunikationsmanagement GmbH, Innsbruck/Tyrol

BUSINESS & CORPORATE LAW

RA Prof. (FH) Dr. Ralf Geymayer
Director of Studies Management & Law, MCI Management Center Innsbruck/Tyrol

Univ.-Prof. MMag. Dr. Klaus Hirschler, StB
Vienna University of Economics and Business, Vienna/Austria

Mag. Andreas Kapferer LL.M., WP/StB
Partner in Kapferer, Frei and Partner Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs GmbH, Innsbruck/Tyrol

Mag. Friedrich Schrenk
Consultant, WT-Kanzlei Umgeher, Vienna/Austria

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.

Experienced managers constitute a bridge to the business community and society. Through their feedback, they ensure that the Master's program meets practical business requirements.

SCHIRMHERRSCHAFT / PATRONAGE

Dr. Reinhold Mitterlehner
Federal Minister of Economy, Family and Youth of the Republic of Austria, Vienna/Austria
www.bmwa.gv.at

MEMBERS

RA Dr. Gerhard Brandstätter
President of Südtiroler Sparkassenstiftung and Lawyer, Bozen/Italy
www.stiftungsparkasse.it, www.brandstaetter.it

Dr. Michl Ebner
Member of the European Parliament, Brussels & Strasbourg, CEO of the Athesia Group, Bozen/Italy
www.europarl.eu.int, www.athesia.it

DI Hans Haider
Long-serving Director General of Verbund AG, Vienna/Austria, President of the Austrian National Committee of the World Energy Council
www.worldenergy.org

Senator h.c. Franz-Josef Kortüm
Chairman of the Board at Webasto AG, Stockdorf/Germany
www.webasto.de

Komm.-Rat Dr. Oswald Mayr
Managing Partner of Pharmazeutische Fabrik Montavit GmbH, Absam/Austria, Vice-President of the Tyrolean Chamber of Commerce, Honorary President of the Confederation of Tyrolean Industry, Innsbruck/Tyrol
www.montavit.com, www.wko.at, www.iv-tirol.at

DI Jakob Mosser
CEO of Unterland Flexibles Packaging GmbH – Mondi Group, Vienna/Austria
www.mondigroup.com

Dr. Arthur Oberascher
President of the European Travel Commission, Brussels/Belgium
www.etc-corporate.org

Christoph Oberrauch
President of the Confederation of South Tyrolean Industry and Chairman of the Board at Durst Phototechnik AG – Alupress AG, Brixen/Italy
www.industriali.bz.it, www.durst-online.com

Mag. Josef Propst
CEO of Axel Springer AG, Berlin/Germany
www.axelspringer.de

DI Johannes Rechnitzer
CFO EMEA NEWS of SAP Österreich GmbH, Vienna/Austria
www.sap.at

Dr. Helmut Rothenberger
CEO/President of Rothenberger AG, Kelkheim/Germany
www.rothenberger.com

Dr. Heinrich Scherfler
Member of the Supervisory Board at Sandoz GmbH, Kundl/Tyrol
www.sandoz.com

DI Dr. Michael Schwarzkopf
Chairman of the Executive Board at PLANSEE Holding AG, Reutte/Tyrol
www.plansee.com

Senator Dr. Hermann Sendele, MBA
Proprietor of Board Consultants International, Sendele & Company GmbH, Munich/Germany
www.sendele.com

Komm.-Rat Julian Wagner
Chairman of the Board at Rosenbauer International AG, Linz/Austria
www.rosenbauer.com

admission.

An admission committee decides on the admission of applicants to the Master's program.
The admission process includes the following elements:

A) APPLICATION FORM

The application must be submitted in the form of a standardized application form accompanied by the required documents.

B) TEST OF ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE (TOEFL)

The Test of English as a Foreign Language (TOEFL) may be taken at any international TOEFL centre; a minimum score of 92 points is required in an internet-based test (which corresponds to a minimum score of 235 points under the computer-based test and a minimum score of 580 points under the paper-based test). A TOEFL score is valid for three years from the test date. Evidence of the TOEFL score may also be submitted subsequently; however, it should be noted that in the absence of such evidence, students cannot be admitted to stage III of the Master's program and will therefore be unable to obtain their MBA degree.

C) STANDARDIZED MBA TEST OR GMAT

The standardized MBA test or GMAT respectively serve for assessing the applicant's intellectual grasp, problem-solving capacity, intelligence, and linguistic competence/text comprehension. The scope, content and level of difficulty of the MBA test to be taken at the MCI correspond to the Graduate Management Admission Test (GMAT). An examination fee of EUR 105.- is charged for the standardized MBA test. Upon the submission of evidence of an adequate GMAT score dating back not more than three years, the student will receive credit for such score (GMAT score > 610; www.gmat.org).

D) ESSAY

Applicants are asked to critically discuss selected economic, social, cultural and scientific issues in an essay.

E) INTERVIEW

The interview gives applicants the opportunity to present themselves personally, to comment on their previous career, and to explain their motivation for applying, as well as their medium-term professional goals.

Application form incl. curriculum vitae and essay on medium-term professional goals	Minimum of 5 years of professional experience in a qualified position prior to commencement of Master's program (ideally, qualified professional activity also during the Master's program)	
Written entrance exam	TOEFL IBT > 92 (corresponds to a minimum score of 235 points computer-based test and 610 points paper-based test)	
	MBA-test (intelligence, quickness, ability to handle stress, problemsolving capacity, linguistic competence/ text comprehension, etc.)	Credit given for GMAT score > 610 points dating back not more than 3 years
	Essay on selected economic, social, cultural and scientific issues	
Interview	Individual interview for getting to know the applicant and discussing in more detail the information provided on the application form and the medium-term professional goals	
Competent body	An admission committee decides on the applicant's admission to the Master's program	

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) TEST OF ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE (TOEFL)

Der Test of English as a Foreign Language (TOEFL) kann bei jedem internationalen TOEFL-Center abgelegt werden, wobei beim Internet-based Test ein Score von mindestens 92 Punkten zu erreichen ist (entspricht einem Score von mindestens 235 Punkten beim Computer-based Test und mindestens 580 Punkten beim Paper-based Test). Das TOEFL-Ergebnis darf nicht älter als drei Jahre sein. Eine Nachreichung des TOEFL-Ergebnisses ist möglich. Die Bewerber/-innen werden jedoch darauf hingewiesen, dass im Falle eines fehlenden TOEFL-Nachweises keine Zulassung in die Stufe III des Master-Studiengangs möglich ist und in diesem Fall kein Master-Abschluss erlangt werden kann.

C) STANDARDISIERTER MBA-TEST ODER GMAT

Der standardisierte MBA-Test oder GMAT überprüft Auffassungsvermögen, Problemlösungsfähigkeit, Intelligenz und sprachliche Kompetenz/Textverständnis. Umfang, Inhalt und Schwierigkeitsgrad des am MCI abzulegenden MBA-Tests entsprechen dem Graduate Management Admission Test (GMAT). Für den standardisierten MBA-Test wird ein Prüfungsentgelt in der Höhe von EUR 105,- eingehoben. Bei Nachweis entsprechender GMAT-Ergebnisse innerhalb der letzten drei Jahre können diese angerechnet werden (GMAT-Score > 610; 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.

E) AUFNAHMEGESPRÄCH

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

Bewerbungsbogen mit Curriculum Vitae und Essay zu mittelfristigen Berufszielen	Mindestens 5 Jahre Berufserfahrung in qualifizierten Positionen vor Beginn des Master-Studiums (idealerweise auch qualifizierte Berufstätigkeit während des Master-Studiums)	
Schriftliche Aufnahmeprüfung	TOEFL IBT > 92 (entspricht einem Score von mind. 235 Punkten beim Computer-based Test und mindestens 610 Punkten beim Paper-based Test)	
	MBA-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	
Instanz	Über die Aufnahme in den Master-Studiengang entscheidet ein Zulassungsausschuss	

recognition of evidenced academic achievement.

For the individual stages of the Master's program, credits may be awarded for previously completed MCI management programs, and degrees and diplomas awarded by recognized universities under the following conditions.

- Credits can only be awarded on the basis of an MCI assessment examination. Please refer to the relevant reading list (available for downloading at www.mci.edu/com/mba). In accordance with the MBA course regulations, recognition of previous qualifications is limited to a maximum of one stage of the program with regard to fees and content.
- For recognition of an MCI management course, the diploma awarded may not be more than seven years old.
- A fee of EUR 650.- is charged for every assessment examination sat.

STAGE I

Credits for stage I of the Master's program (except Academic Research, Entrepreneurship & Business Planning) may be awarded to students with previous qualifications as follows:

- University or University of Applied Sciences degree in Business Administration (Diploma or Bologna Bachelor/Master)
- accredited executive-program
- MCI study program General Management

Recognition is subject to presentation of the corresponding documents (e.g. degree or diploma certificate, MCI certificate) and a positive assessment of a four-hour written examination plus an oral examination on relevant subjects.

STAGE II

Credits for stage II of the Master' program (except Living Case Study) may be awarded to students with previous qualifications as follows:

- University or University of Applied Sciences degree in the field of management (Diploma or Bologna Bachelor/Master)
- accredited executive-program
- MCI Executive Management Program

Recognition is subject to presentation of the corresponding documents (e.g. degree or diploma certificate, MCI certificate) as well as equivalence with the MCI management program. Applicants must also sit a four-hour written examination on the content of the program.

Participants applying for admission to a Master's program (MBA or MSc) while taking part at a certificate course as a functional specialization in management and being admitted to the Master's program before taking the final exam of their certificate course need to pass a comprehensive oral examination instead of a written project work for completing stage II. In this case, no assessment examination is required.

Provided that admission to the Master's program is granted after the final examination of the certificate course an assessment examination has to be taken at a later time.

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/mba). 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!

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/mba.

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beläuft sich auf EUR 27.250,-. 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.

applications.

Applications shall be submitted on the basis of the standardized application form, indicating personal data, information on prior education and training, previous career and experience, current job position, and motivation for applying for admission to the Master's program, as well as medium-term professional goals. For downloading the application form please see www.mci.edu/com/mba.

participation fee.

The participation fee amounts EUR 27,250. The said fee includes tuition, comprehensive course materials, drinks during coffee breaks and the membership "FREE" in the "Alumni & Friends" MCI Alumni Club. The fee does not include the cost of travel, accommodation and food, participation in the MBA test and any costs incurred in connection with recognition exams.

For further information concerning possibilities for grants, please view our website at www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Cancellation of applications is possible according to the general terms and conditions of MCI. Please find further details under item III of the terms and conditions on the reverse side of the application form.

fibaa accredited.*

FIBAA ASSESSMENT – GENERAL

- The Executive Master of Business Administration and Master of Science in Management programs exceed the FIBAA quality requirements for international study programs in many respects.

- Above-average results were achieved with regard to the following criteria: international orientation, co-operation and partnerships, objectives and positioning, employability, faculty, program management and quality assurance, and admission procedures.

- The Master's program stands out in particular in terms of content and positioning.

FIBAA ASSESSMENT – DETAILS

- Positioning: The modular system and scope to combine various management courses out of a coherent system offer decision-makers at various management levels a high degree of flexibility in terms of content and time requirements and enable them to complete a quality-based Master's program catering for their individual needs.

- Co-operation and partnerships: Full use is made of partnership programs with universities and other scientific institutions and networks with highly positive results in terms of knowledge transfer and student exchange. The same applies to co-operation agreements with the business community and other organizations.

- Employability: Employability is a key criterion at all the stages of the program, which is systematically targeted at the needs of the working world. The program equips students with applied knowledge and skills in business administration.

- Teaching and learning methods: The teaching and learning methods are based on the principles of modern adult education theory. The MCI's choice of content and approach to teaching are targeted at the specific needs of working decision-makers. Teaching has a strong interactive element with a focus on progress through independent learning and the application of newly acquired knowledge at the practical level. Library facilities and accessibility for the programs are excellent.

- Faculty: Faculty represents a balanced mix of full- and part-time university professors and lecturers with practical experience in their field, executives from the business community, and various self-employed experts, consultants and trainers. Faculty members are recruited with the greatest care and are subsequently subjected to strict evaluation. Their teaching is based on an adult approach to learning, with linking of the various modules so as to equip students to solve complex problems on an interdisciplinary basis. Faculty has above-average practical experience.

- Infrastructure & management: The management ensures the smooth running of the program and continuing program development with the involvement of all relevant groups. The program administration operates as a high-level service provider for students and faculty alike. Full use is made of digital service support systems in addition to the personal counseling offering. The technical equipment is excellent throughout.

* The FIBAA - Foundation for International Business Administration Accreditation – with its head office in Bonn is the most important quality assurance institution for postgraduate master programs in economics and law in the German speaking world. In accordance with a strict accreditation procedure FIBAA awards a quality seal to those courses of study which meet international quality requirements.

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

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

Ohne entsprechende Weiterbildung ist man früher auf der „Karriereleiter" irgendwann einfach stehen geblieben, heute ist die „Karriereleiter" eine Rolltreppe die man gegen die Laufrichtung hinaufgeht. Bleibt man stehen, geht es nach unten. Die breit angelegte Basisausbildung in Kombination mit der fachspezifischen Vertiefung und dem internationalen Teil des Master-Studiengans General Management Executive MBA war für mich die ideale Weiterbildung um den heutigen Anforderungen gerecht zu werden.
Mario Sepp, MBA, Vice President Customer Relations, SR Technics Switzerland, Zürich/Schweiz

The General Management Executive MBA program does not only provide a broad spectrum of theoretical background, it also emphasizes the practical application of this knowledge with respect to the graduates' professional environment and current topics. The modules in USA and England exemplified the challenges of international management and enriched my personal development.
Dr. Klaus-Peter Bohn, MBA, Head of Projects, Hilti AG, Schaan/Fürstentum Liechtenstein

voices.

A first-class training is of central importance for an international career. A study program at MCI is highly recommended!
Mag. Armin Spitaler, Portfolio Analyst, SSgA Ltd., London/Great Britain

The first 10 years were fantastic. Good luck for the next 10 years and the time afterwards!
Dr. Heinz Fischer, Federal President of the Republic Austria, Vienna/Austria

As students at MCI, you are tomorrow's globalization managers and architects of Europe. Bridging university and business, MCI provides you with the necessary intellectual and economic tools.
Dr. Benita Ferrero-Waldner, EU-Commissioner for External Relations, Brussels/Belgium

In the past, people without continuous education and training simply used to get stuck somewhere on the career ladder. Today the career ladder is an escalator that you to climb in the wrong direction. As soon as you stop, you start moving down. For me the combination of a thorough general grounding, specific in-depth training and the international aspect of the General Management Executive MBA provided the ideal form of continuous education needed to respond to the challenges of the modern working world.
Mario Sepp, MBA, Vice President Customer Relations, SR Technics Switzerland, Zürich/Swiss

The General Management Executive MBA program does not only provide a broad spectrum of theoretical background, it also emphasizes the practical application of this knowledge with respect to the graduates' professional environment and current topics. The modules in USA and England exemplified the challenges of international management and enriched my personal development.
Dr. Klaus-Peter Bohn, MBA, Head of Projects, Hilti AG, Schaan/Fürstentum Liechtenstein

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.

location.

Classes for the MBA study program are held on MCI's premises in Innsbruck's Universitaetsstrasse. The building offers an excellent infrastructure with attractive lecture, computer and group-activity rooms, state-of-the-art working and research facilities, the biggest economic science library in the west of Austria, an excellent local hospitality offering, and convenient parking in the City Garage in the basement. For the seminar modules, participants are provided with refreshments during the breaks.

With regard to both facilities and programs, Management Center Innsbruck forms an integral part of the Innsbruck Open University, which is based on a concept that is unique in the whole of Austria. Direct contact with Innsbruck University as MCI's neighbor, the powerful architecture of the location and the short distances to downtown Innsbruck and the Old Town combine to offer MCI students an attractive environment with outstanding conditions for effective study.

ansprechpartner/-innen / contact.

LEITUNG/HEAD OF EXECUTIVE EDUCATION & DEVELOPMENT
Mag. Susanne E. Herzog, +43 512 2070-2110, susanne.herzog@mci.edu

ASSISTENZ DER LEITUNG/ASSISTANT TO THE HEAD
Mag. Sogoomaa Bavuudorj, +43 512 2070-2121, sogoomaa.bavuudorj@mci.edu
Claudia Kanetscheider, +43 512 2070-2122, claudia.kanetscheider@mci.edu

ADMINISTRATION & SEKRETARIAT/ADMINISTRATION & OFFICE MANAGEMENT
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

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

Already during their studies at MCI, students can benefit from the ongoing support of MCI Alumni & Friends graduates' network. This MCI alumni association provides a dynamic service platform promoting contacts, image, professional career and personal development of MCI students and graduates. Panel discussions with a first-rate cast of renowned personalities inspire international impulses and facilitate a friendly exchange of knowledge and experiences.

powered by HYPO TIROL BANK Unsere Landesbank.

GUEST SPEAKERS (EXCERPT)*:

Rüdiger Adolf, General Manager, Vice President, American Express, New York

Dieter Althaus, Ministerpräsident des Freistaats Thüringen

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, Vorstandsdirektorin, Siemens AG Austria, Wien

Karlheinz Essl, Gründer & Eigentümer Baumax & Privatmuseum Essl, Klosterneuburg

Benita Ferrero-Waldner, EU-Kommissarin für Außenbeziehungen, Brüssel

Franz Fischler, Mitglied der Europäischen Kommission, Brüssel

Michel Friedman, Rechtsanwalt, Politiker & Talkmaster, Frankfurt a. 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 a. Main

Dr. Michael Mertin, 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, Aktionskünstler, 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- & Wasserwirtschaft, Wien

Claus J. Raidl, Vorsitzender des Vorstands, Böhler-Uddeholm AG, Wien

Susan Rasinski McCaw, 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

York 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 Representative of India to the U.N., Wien

Günter Stamerjohanns, Vice President, EADS Astrium GmbH, Bremen

Michael Thamm, Präsident AIDA Cruises, Rostock

Julian Wagner, Vorsitzender des Vorstands, Rosenbauer International AG, Linz

Reinhold Würth, Vorsitzender des Aufsichtsrats, Würth-Familienstiftungen, Künzelsau

Peter Zulehner, Vice President Human Resources Europe des Magna Konzerns, Linz

*All positions refer to the date of lecture.

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

AACSB 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

03 / 2010

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

MCI®
DIE UNTERNEHMERISCHE HOCHSCHULE

PATRONS

SPONSORS

SUBSIDIARIES

VERTRAUEN MOTIVIERTER MENSCHEN | TRUSTED BY THE MOTIVATED