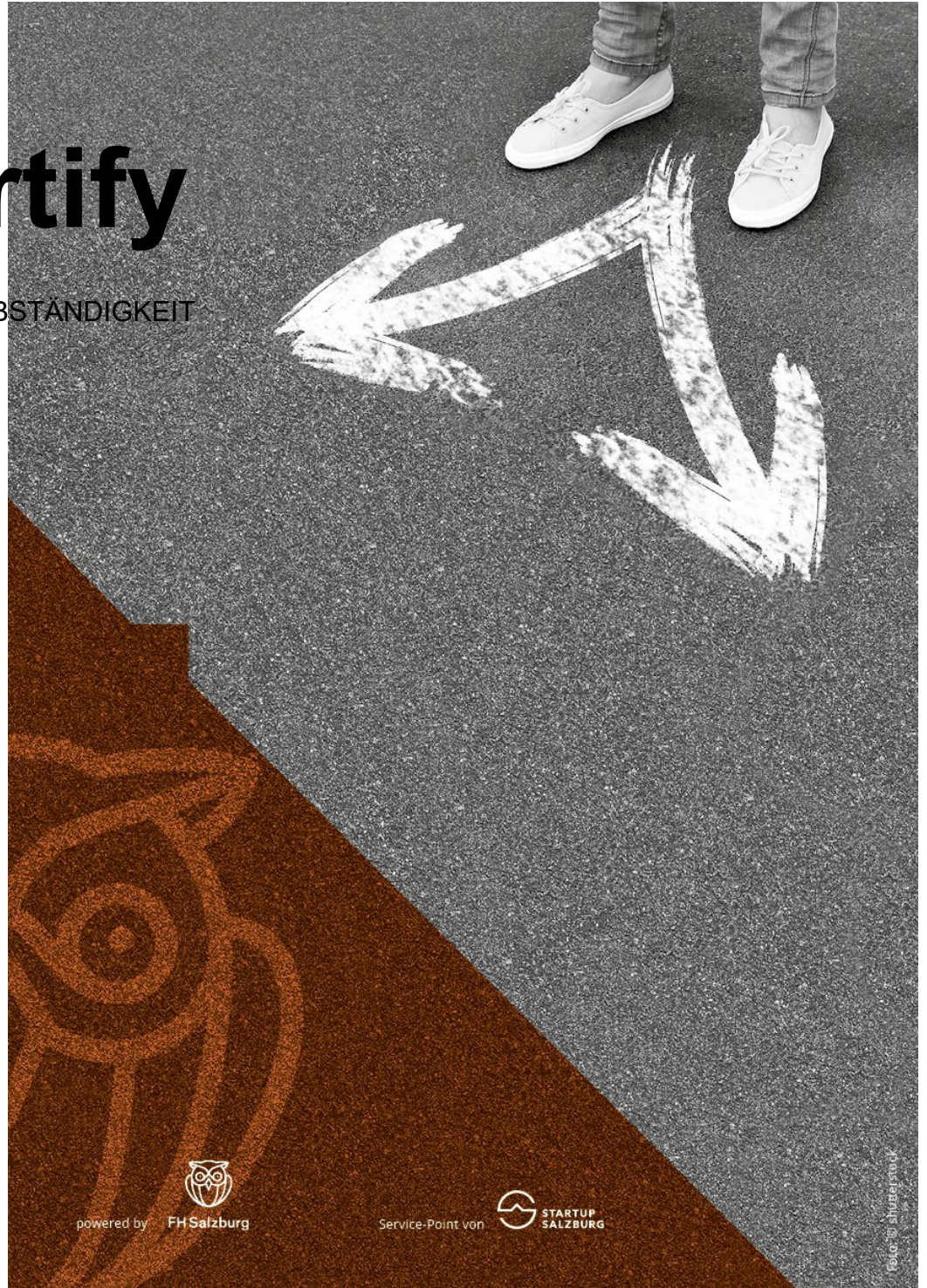


# fhstartify

DER PASS ZUR SELBSTÄNDIGKEIT



powered by FH Salzburg

Service-Point von



STARTUP SALZBURG

## Inhalt

1	Was ist fhstartify? .....	3
2	Wie funktioniert fhstartify? .....	4
3	Welche Lehrveranstaltungen beinhaltet fhstartify im Sommersemester 2025? .....	5
	Entrepreneurship .....	5
	Management .....	8
	Allgemeine BWL & Finanzierung .....	10
	Marketing & Vertrieb .....	12
	Persönlichkeit & Kommunikation .....	14
	Design, Ideation & Prototyping .....	16
4	Euer Pass zur Selbständigkeit – BEISPIEL .....	18

# 1 Was ist fhstartify?

Der „fhstartify – der Pass zur Selbständigkeit“ ist eine interdisziplinäre Studienergänzung, angeboten von mehreren Studiengängen in Zusammenarbeit mit dem FHStartup Center für Studierende der FH Salzburg rund um das Thema „Startups & ihre Selbständigkeit“.

Um weiteres unternehmensbezogenes Know-how zu erlangen und sozial-kommunikative Kompetenzen zu stärken, aber insbesondere Methoden zur Konzeption und Optimierung eurer Gründungsvorhaben kennenlernen zu können, stehen hinter dem „Pass zur Selbständigkeit“ Lehrveranstaltungen aus folgenden Kategorien:

## 1) Entrepreneurship

- > Formen und Methoden des Entrepreneurships
- > Herausforderungen in KMU und deren Erfolgsfaktoren
- > Know-how rund um Erkennen, Entwickeln und Darstellen von Geschäftsideen und Geschäftsmodellen
- > Innovationsstrategien, die Organisation von Innovationsprojekten, Ablaufplanung von Prozessen und Umsetzen von Innovationen

## 2) Management

- > Visionen, Strategien und Planung für eine langfristig erfolgreiche Unternehmenspolitik
- > Wesentliche Management Tools
- > Methoden des Projektmanagements

## 3) Allgemeine BWL & Finanzierung

- > Wesentliche wirtschaftliche Kennzahlen seines Unternehmens bestimmen und beurteilen
- > Kennzahlen des Controllings für Unternehmensentscheidungen nutzen.
- > Grundlagen des Rechnungswesens
- > Investition und Finanzierung

## 4) Marketing & Vertrieb

- > systematische Informationsgewinnung über Marktgegebenheiten und Kundenbedürfnisse
- > Gestaltung des Marketing-Mixes (Kommunikation, Produkt, Preis, Vertrieb)
- > Aufbau nachhaltiger Kundenbeziehungen

## 5) Persönlichkeit & Kommunikation

- > Präsentation und Moderation
- > Teamtraining
- > Gesprächsführung

## 6) Design, Ideation & Prototyping

- > Research- und Design-Testing-Methoden
- > Produktentwicklungsprozesse

Hinter fhstartify stehen

- eine Unmenge wertvollen Wissens,
- über 50 Lehrveranstaltungen,
- aus 13 Studiengängen,
- rund 130 ECTS,

welche studiengangübergreifend über mehrere Semester hinweg besucht werden können und zur Stärkung Eures Kompetenzfeldes dienen.

## 2 Wie funktioniert fhstartify?

fhstartify steht allen ordentlich inskribierten Studierenden der FH Salzburg zur Verfügung, die ihre Kompetenzen interdisziplinär und vernetzt über die Studiengänge hinweg erweitern können.

### Was müsst Ihr tun?



#### Passende LVA finden

Habt ihr eine Lehrveranstaltung gefunden, die ihr besuchen wollt, dann gleicht sie mit eurem Stundenplan ab. Die LVA Termine findet ihr auf <https://myplan.fh-salzburg.ac.at>

Passen die Termine mit eurem Stundenplan zusammen, dann müsst ihr nur noch **3 Mails** schreiben

- 1) E-Mail an [fhstartup@fh-salzburg.ac.at](mailto:fhstartup@fh-salzburg.ac.at):
  - Name
  - Matrikelnummer
  - Studiengang & Semester
  - Interesse an welchen LVA (falls schon bekannt)

Wir schicken euch euren **fhstartify Pass** zu

- 2) E-Mail an den\*die LVA Leiter\*in, ob das fhstartify Kontingent noch frei ist. Wenn OK dann ...
- 3) E-Mail an das entsprechende Office, um dich zu der LVA inskribieren zu lassen. LVA erscheint in eurem Stundenplan.

#### LVA besuchen



- > LVA erfolgreich abschließen, entsprechend den Prüfungsmodalitäten der jeweiligen Lehrveranstaltung.
- > Benotung und Bestätigung für die erfolgreich abgeschlossene Veranstaltung auf eurem „Pass zur Selbständigkeit“ von dem\*der LVA-Leiter\*in einholen

#### fhstartiy Pass füllen



- > Mit eurem vollen fhstartify Pass (6 abgeschlossene LVAs) zum FHStartup Center gehen.
- > Zertifikat für eure Zusatzqualifikation seitens der Fachhochschule Salzburg erhalten.

Let's startup!

### 3 Welche Lehrveranstaltungen beinhaltet fhstartify im Sommersemester 2025?

#### ENTREPRENEURSHIP

##### LVA Übersicht

Thema	WS/SS	ECTS	LVA-Nr.:
Business Planning	SS	2	IMTB6BPLIL
Entrepreneurship in KMU	SS	2	IMTB6ENPIL
Entrepreneurship in SME	SS	2	IMEB6ENPIL
Business of Web	SS	1	MMTB6BOWIL
Business of Game	SS	1	MMTB6BOGIL
Digitale Transformation: Funktionsweisen & Effekte	SS	3	WINB2DITIL

##### LVA Beschreibungen

LVA: <i>Business Planning</i>	
STG: IMT B	LVA Nr.: IMTB6BPLIL
LVA-Leiter*in: Bernhard Steinacher	ECTS-Punkte / SWS: 2 / 2
Semester: SS	Verfügbare Plätze: 3
Typ: IL	Sprache: Deutsch

##### LVA Beschreibung:

Die Bedeutung von Businessplänen sowie Merkmale erfolgreicher Businesspläne □ Elemente und Struktur eines Businessplans, der sich wie folgt gliedert: □ Executive Summary □ Produkt/Dienstleistungen (Exakte Beschreibung, Kundennutzen, Zielgruppe, Entwicklungsstand) □ Unternehmerteam □ Markt und Wettbewerb: □ Marketing und Vertrieb (Entwicklung einer Marketingkonzeption und Ausarbeitung des Marke-tinginstrumentariums) □ Geschäftssystem und Organisation (Rechtsform, Gründerpersonen, Personalplanung, Organisations-struktur) □ SWOT Analyse □ Realisierungsfahrplan (zeitliche Planung sowie Kontrolle) □ Finanzplanung und Finanzierung (Investitionsplan, Kapitalbedarfsplan, Ergebnisplanung, Liquiditäts-planung) □ Umsetzung des Businessplans für eine durch die Studierenden selbst gewählten Gründungsidee.

LVA: <i>Entrepreneurship in KMU</i>	
STG: IMT B	LVA Nr.: IMTB6ENPIL
LVA-Leiter*in: Stefan Bammer	ECTS-Punkte / SWS: 2 / 2
Semester: SS	Verfügbare Plätze: 3
Typ: IL	Sprache: Deutsch

##### LVA Beschreibung:

Strukturen und Schlüsselemente im Unternehmertum □ Die Unternehmerpersönlichkeit, Chancen und Risiken, Erfolgsfaktoren und Messgrößen eines Unternehmers □ Entrepreneurship: der unternehmerische Prozess zur Durchsetzung innovativer Produkte und Dienstleistungen □ Die

wirtschaftliche Bedeutung und Wachstum im Entrepreneurship und sozialen Entrepreneurship von KMU innerhalb Österreichs und im internationalen Kontext □ Wechselwirkungen zwischen der Suche nach neuen Marktchancen, der unternehmerischen Wachsamkeit, der Kenntnis des Marktes und der Nutzung sozialer Netzwerke im Entrepreneurship □ Internationalisierung/Globalisierung der Wirtschaft und des Unternehmens □ Soziale Verantwortung des Entrepreneurs □ Wirtschaftliche Aspekte der Firmenübernahme und -nachfolge, Varianten der Firmenübernahme und -nachfolge, Problemfelder und Herausforderungen, Zielsetzungen

<b>LVA:</b>	<b><i>Entrepreneurship in SME</i></b>		
<b>STG:</b>	IMT E	<b>LVA Nr.:</b>	IMEB6ENPIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Stefan Bammer	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	2 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	English

**LVA Beschreibung:**

Structures and key elements in entrepreneurship The entrepreneurial personality, opportunities and risks, success factors and measures of an entrepreneur Entrepreneurship:

- The entrepreneurial process of implementing innovative products and services
- The economic significance and growth in entrepreneurship and social entrepreneurship of SMEs within Austria and in an international context
- Interactions between the search for new market opportunities, entrepreneurial vigilance, knowledge of the market and the use of social networks in entrepreneurship
- Internationalization/globalization of the economy and the company
- Social responsibility of the entrepreneur
- Economic aspects of company takeover and succession, variants of company takeover and succession, problem areas and challenges, objectives

<b>LVA:</b>	<b><i>Business of Web</i></b>		
<b>STG:</b>	MMT B	<b>LVA Nr.:</b>	MMTB6BOWIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Florian Bauer	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	1 / 1
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	0
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Die Studierende - können Geschäfts-Modelle und Strategien von Web-Unternehmen in eigenen Worten beschreiben, und die Relevanz dieser Geschäftsmodelle für ihr eigenes Projekt einordnen. - gestalten eine Landing Page für ihre Projekt, lancieren eine Google AdWords Kampagne und analysieren die Wirksamkeit der Kampagne. - können die Grundkonzepte Konzepte des Information Retrievals, insbesondere Algorithmen und Datenstrukturen für Indizierung, Matching, Retrieval und Ranking in eigenen Worten beschreiben. - konfigurieren Suchmaschinen wie z.B. Solr und binden Sie in Programmierprojekte ein. - kennen fortgeschrittene Konzepte aus aktuellen Themengebieten des Web & Mobile Development und können diese praktisch anwenden. (Themengebiet wird jedes Jahr ausgewählt)

<b>LVA:</b>	<b><i>Business of Game</i></b>		
<b>STG:</b>	MMT B	<b>LVA Nr.:</b>	MMTB6BOGIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	André Bernhardt, Florian Jindra	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	1 / 1
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	0
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Aktuelle Daten zur Games-Industrie (Österreich, Europa, weltweit); Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte von Games; Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten; Vermarktung und Vertrieb von Games; Erfolgsmetriken; Rollen von Publisher, Developer, Distributor, Händler; Typische Verträge und Vertragsbedingungen in der Game-Branche; Urheberrecht; Softwarepatente; Datenschutz; Jugendschutz; Release-Plattformen; aktuelle Wettbewerbe; Pitches; Press Kits; Erarbeiten von Pitches zu Abschlussprojekten in praktischen Übungen; Handhabung von Lizenzen für Software sowie Assets.

<b>LVA:</b>	<b><i>Digitale Transformation: Funktionsweisen &amp; Effekte</i></b>		
<b>STG:</b>	WIN	<b>LVA Nr.:</b>	WINB2DITIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Lisa Amrusch-Gärber	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Die Digitalisierung der Wirtschaft verändert bestehende Unternehmens- und Arbeitsstrukturen (peer-to-peer-production, Plattform- und Netzwerkökonomie, commons und/oder Sharing Economy), Geschäftsprozesse und das Eco-System. Anhand von einigen Beispielen (Google, Amazon, Uber etc.) werden die digitalen Transformationen der wirtschaftlichen organisationalen und strategischen Abläufe sowie Prozesse beurteilt. Mit dieser beispielhaften Analyse werden einige Strukturelemente (User-Orientierung, Prosumer, Quantifizierung des Selbst und des Sozialen auch im Hinblick auf eine Akteur-System-Umfeld-Interaktion) herausgestellt, welche für ein Digital Business Management bezeichnend im Hinblick auf unterschiedliche Märkte sind. In dieser LV werden demnach die Auswirkungen der digitalen Technologien auf die Geschäftsprozesse und Funktionsbereiche (Digital Marketing, Digitalisierung der Wertschöpfungskette, Blockchain-Technologie und alternative Währungen) diskutiert und deren praktische Relevanz (digitale Transformation als Change Management auch mit Bezug auf digitale lock-in) beurteilt. Mit der Digitalisierung der Wirtschaft ändert sich nicht nur praktisch, sondern auch epistemisch ein Geschäftsmodell, weil auf Basis der Algorithmen die semantische Interpretation derselben für die Geschäftsprozesse bedeutend wird. Zudem wird die Funktion des Wissens und dessen Digitalisierung in Geschäftsprozessen erläutert, so dass das oftmals implizite Wissen derselben auch formal abgebildet werden kann - resp. die Grenzen einer Formalisierung des Wissens bestimmt werden können. Die Spannung zwischen den Erfolgsfaktoren des impliziten Wissens und den damit expliziten Formalisierungen werden mit Bezug auf Wettbewerbsvorteile somit auch kenntlich gemacht.

## MANAGEMENT

### LVA Übersicht

Thema	WS/SS	ECTS	LVA-Nr.:
Grundlagen des Human Resource Management	SS	3	BWIB2GHRIL
Innovative HRM Systeme	SS	2	IMTB6IHRSIL
Innovative Approaches in HRM	SS	2	IMEB6IHRSIL
Konfliktbehandlung und -transformation	SS	4	SOZM4KBTIL

### LVA Beschreibungen

<b>LVA:</b> <i>Grundlagen des Human Resource Management</i>			
<b>STG:</b>	BWI B	<b>LVA Nr.:</b>	BWIB2GHRIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Robert Pürstinger	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	3
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

Die Lehrveranstaltung behandelt grundlegende Themen des Human Resource Management. Inhalte sind: Ziele, Aufgaben und Herausforderungen des Human Resource Management, Employer Branding, Personalbeschaffung, Personalauswahl, Motivations- und Führungstheorien.

<b>LVA:</b> <i>Innovative HRM Systeme</i>			
<b>STG:</b>	IMT B	<b>LVA Nr.:</b>	IMTB6IHRSIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Monika Pleschinger	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	2 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	3
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

- Allgemeine Trends und veränderte Rahmenbedingungen des Personalmanagements
- Spezielle Themen des HRM und Branchenentwicklung im Tourismus
- Individualitätsmanagement, Qualität- und Wissensmanagement
- Strategisches Human Resource Management
- Internationales Human Resource Management
- Employability im Zusammenspiel des Personalmanagements
- Innovative Personalkonzepte und Impulse des HRM



<b>LVA:</b>	<b><i>Innovative Approaches in HRM</i></b>		
<b>STG:</b>	IMT E	<b>LVA Nr.:</b>	IMEB6IHR SIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Paige Haber-Curran	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	2 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	English

**LVA Beschreibung:**

- General trends and changing conditions in HR management
- Special HRM topics and industry developments in tourism
- Individuality management, quality and knowledge management
- Strategic human resource management
- International human resource management
- Employability in the interplay of HR management
- Innovative personnel concepts and HRM impulses

<b>LVA:</b>	<b><i>Konfliktbehandlung und -transformation</i></b>		
<b>STG:</b>	Soziale Innovation MA	<b>LVA Nr.:</b>	SOZM4KB TIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Daniela Molzbichler	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	4 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	4
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Soziale Konflikte sind sowohl auf Mikro- als auch auf Meso- und Makroebene alltägliche Phänomene, mit denen wir - vor allem auch bei Sozialen Innovationsentwicklungen - konfrontiert sind. Neben den unterschiedlichen individuellen Strategien, gibt es auch hier professionelle Methoden und Instrumente, wie Konflikte analysiert, diagnostiziert und behandelt werden können. Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden hauptsächlich die Diagnose und Analyse sowie Eskalations- und Deeskalationsstufen nach Friedrich Glasl erlernt und anhand aktueller Konfliktbeispiele auf Mikro-, Meso- und Makroebene erprobt. Für den Bereich der Konflikttransformationen werden VertreterInnen wie etwa Johan Galtung herangezogen. Dabei werden die unterschiedlichen Konfliktparameter genauer analysiert und anhand praxisbezogener Beispiele auf kulturelle, stukturelle und institutionelle Gewalt eingegangen.

## ALLGEMEINE BWL & FINANZIERUNG

### LVA Übersicht

Thema	WS/SS	ECTS	LVA-Nr.:
Controlling	SS	2	IMTB6CONIL
Controlling	SS	2	IMEB6CONIL
Wirtschaft und Recht 2	SS	3	ITSB2WURVO
Unternehmerische Grundlagen und Recht	SS	3	MMTB6UGRVO
Buchhaltung & Bilanzierung	SS	3	WINB2BUBIL
Finanzmanagement	SS	3	WINB4FIMIL

### LVA Beschreibungen

LVA: <i>Controlling</i>			
STG:	IMT B	LVA Nr.:	IMTB6CONIL
LVA-Leiter*in:	Regina Zlamal-Derfler	ECTS-Punkte / SWS:	2 / 2
Semester:	SS	Verfügbare Plätze:	3
Typ:	IL	Sprache:	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

- Begriff Controlling: Definition, Arbeitsgebiet, Profil des Controllers, Organisation des Controllings im Unternehmen - Strategisches Controlling: Balanced Scorecard, Instrumente der strategischen Planung, wertorientierte Unternehmensführung, Outsourcing, Frühwarnsysteme, strategische Erfolgsfaktoren - Operatives Controlling: Controlling - Regelkreis, Merkmale und Vorgehen bei Budgetierung und Forecasting, Instrumente des operativen Controllings (Abweichungsanalysen, Break Even Analysen, Gewinnmultiplikatoren, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, Deckungsbeitragsrechnung, kurzfristige Erfolgsrechnung, Sensitivitätsanalysen, Cash-Flow Analyse) - Berichtswesen im Unternehmen: Aufbau und Ablauf, Voraussetzungen für ein effizientes Berichtswesen, (visuelle) Aufbereitung von Berichten, Management Informationssysteme (MIS) - Analyseverfahren und -vorgehensweisen - Aussagekraft und Vergleichswerte von touristischen Kennzahlen - Ermittlung von Optimierungspotenzial

LVA: <i>Controlling</i>			
STG:	IMT E	LVA Nr.:	IMEB6CONIL
LVA-Leiter*in:	Ulrike Galvan-Vorderegger	ECTS-Punkte / SWS:	2 / 2
Semester:	SS	Verfügbare Plätze:	
Typ:	IL	Sprache:	English

#### LVA Beschreibung:

- Concept - Controlling: definition, field of work, profile of the controller, organization of controlling in the company - Strategic controlling: balanced scorecard, instruments of strategic planning, value-oriented corporate management, outsourcing, early warning systems, strategic success factors - Operational controlling: controlling - control loop, characteristics and procedures for budgeting and forecasting, instruments of operational controlling (deviation analyses, break-even analyses, profit multipliers, key figures and key figure systems, contribution margin accounting, short-term income statement, sensitivity

analyses, cash flow analysis) - Reporting in the company: Structure and process, prerequisites for efficient reporting, (visual) preparation of reports, management information systems (MIS) - Analysis methods and procedures - Meaningfulness and comparative values of tourism key figures - Determination of optimization potential

<b>LVA:</b>	<b><i>Wirtschaft und Recht 2</i></b>		
<b>STG:</b>	ITS B	<b>LVA Nr.:</b>	ITSB2WURVO
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Manfred Mayr	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 3
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	5
<b>Typ:</b>	VO	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Finanzierung und Controlling: Grundlagen der Investitionsrechnung und Finanzierung, Einführung in die Methoden der kurzfristigen Finanzplanung und Budgetierung, Finanzierungsarten, Einführung in das Finanz- und Investitionsmanagement, Instrumente der Finanzierung, qualitative und quantitative Bewertungskriterien für Investitionen, Investitionsrechnungsverfahren, innerbetriebliche Leistungsverrechnung; Kostenrechnung, Kostenrechnungssysteme, Einführung in das Controlling, fachspezifische Übungen. Rechtskunde: Einführung in das Urheber- und Strafrecht, nationale und internationale Gerichtsbarkeit sowie Schiedsgerichtsbarkeit, Einführung ins Zivilrecht (Schwerpunkt Vertragsrecht unter Einbeziehung des Cyber Law).

<b>LVA:</b>	<b><i>Unternehmerische Grundlagen und Recht</i></b>		
<b>STG:</b>	MMT B	<b>LVA Nr.:</b>	MMTB6UGRVO
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Michael Großauer	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Phasen der Unternehmensgründung; Grundlagen der Unternehmensführung; Organisation von Unternehmen; Steuerliche, sozialversicherungs- und arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen für die Selbstständigkeit in Österreich; Grundlagen der Vertragsgestaltung mit Kund\*innen. Überblick Medienrecht (Europa- und Verfassungsrechtliche Grundlagen; Grundzüge des österreichischen Mediengesetzes; Arbeitsrecht und IKT); Urheberrecht (Europäisches Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht und Medienunternehmen); Werberecht; Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

<b>LVA:</b>	<b><i>Buchhaltung &amp; Bilanzierung</i></b>		
<b>STG:</b>	WIN	<b>LVA Nr.:</b>	WINB2BUBIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Ines Laura Premm	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Die Lehrveranstaltung vermittelt zunächst ein Grundverständnis für Buchhaltung und Bilanzierung (gesetzliche Grundlage der Buchhaltung und Bilanzierung und deren Aufbau) sowie den Zusammenhang

zwischen Buchhaltung und Bilanzierung und erläutert anschließend die grundlegenden laufenden Geschäftsfälle sowie deren Verbuchung. Im Detail werden folgende Inhalte behandelt: Begriff, Gliederung und Aufgaben der Unternehmensrechnung; Zweck der betrieblichen Aufzeichnungen; Buchführungspflichten und -systeme; Buchtechnische Behandlung der wichtigsten Geschäftsfälle; Überleitung zum Jahresabschluss und Jahresabschlussarbeiten.

<b>LVA:</b>	<b>Finanzmanagement</b>		
<b>STG:</b>	WIN	<b>LVA Nr.:</b>	WINB4FIMIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Johannes Pann, Fans Benecke	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2,5
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

Die Lehrveranstaltung führt zunächst in die Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft und die Investitionsrechnung ein. Im Anschluss werden die verschiedenen Teilbereiche des Finanzmanagements aufgezeigt und die einzelnen Finanzierungsformen detailliert erläutert: Aufgaben und Ziele der betrieblichen Finanzwirtschaft und des Finanzmanagements; Finanzierungsformen; Innenfinanzierungsformen und Cash Flow Statement; Außenfinanzierungsformen (Eigenfinanzierung, Fremdfinanzierung); Abgrenzung Eigen- und Fremdkapital; Finanzierungstheorien und optimale Finanzierungsstruktur.

## MARKETING & VERTRIEB

### LVA Übersicht

Lehrveranstaltung	WS/SS	ECTS	LVA-Nr.:
Branding	SS	3	BWIB4BRAIL
Branding	SS	3	BWBB4BRAIL
Grundlagen Marketing	SS	3	BWBB2GMAIL
Tourismus Marketing Instrumente	SS	3	IMTB2TOMIL

### LVA Beschreibungen

<b>LVA:</b>	<b>Branding</b>		
<b>STG:</b>	BWI B	<b>LVA Nr.:</b>	BWIB4BRAIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Ricard Parrilla Guix	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	English

#### LVA Beschreibung:

The course imparts a comprehensive overview of the various areas of brand management. The course is divided into "Introduction to Brand Management" and "Special Aspects of Brand Management".  
 Introduction to brand management: - Identity-oriented brand management - Corporate brand management - Fundamentals of brand valuation - Brand architecture - Brand transfer and portfolio

management - Behavioral branding Special aspects of brand management: - Brand positioning and brand design - Corporate identity, from the logo to corporate design

<b>LVA:</b>	<b>Branding</b>		
<b>STG:</b>	BWI B	<b>LVA Nr.:</b>	BWBB4BRAIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Kurt Danksagmüller	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Den Studierenden wird umfassender Überblick über die verschiedenen Bereiche der Markenführung gegeben. Dabei gliedert sich die Lehrveranstaltung in die Bereiche "Einführung in die Markenführung" sowie "Besonderheiten der Markenführung". Einführung in die Markenführung: - Identitätsorientierte Markenführung - Führung der Unternehmensmarke - Grundlagen der Markenbewertung - Markenarchitektur - Markentransfer und Portfoliomanagement - Behavioral Branding Besonderheiten der Markenführung: - Markenpositionierung und -gestaltung - Corporate Identity, vom Logo zum Corporate Design

<b>LVA:</b>	<b>Grundlagen Marketing</b>		
<b>STG:</b>	BWI B	<b>LVA Nr.:</b>	BWBB2GMAIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Cornelia Huis	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	5
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Den Studierenden wird ein Überblick über die Grundbegriffe des Marketing gegeben. Neben einer begrifflichen Abgrenzung werden die Aufgaben des Marketing sowie zentrale Begrifflichkeiten erläutert. Im Bereich des strategischen Marketing wird auf die Bestimmung des relevanten Marktes, das Prinzip der Marktsegmentierung sowie Analyseinstrumente des strategischen Marketing (u.a. SWOT, Portfolio und Positionierung) näher eingegangen. Abschließend werden im Rahmen des operativen Marketing die einzelnen Instrumente (4 Ps) und Ihre Funktionen erläutert.

<b>LVA:</b>	<b>Tourismus Marketing Instrumente</b>		
<b>STG:</b>	IMT B	<b>LVA Nr.:</b>	IMTB2TOMIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Matthias Neu	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

- Produktpolitik im Tourismus; Definition des Produktbegriffs, Produktentwicklungsstrategien, Produktlebenszyklus, Markenpolitik, Positionierung touristischer Produkte/Dienstleistungen - Distributionspolitik im Tourismus: Entscheidung über den optimalen Distributionsmix, Multi Channel Distribution, Direct-Sales - Preispolitik im Tourismus: Bedeutung der Preispolitik im Tourismus, Preisbildung (kosten-, wettbewerbs- und marktorientierte Preisbildung), taktische Preispolitik

(Preisdifferenzierung), strategische Preispolitik (Hoch- und Niedrigpreisstrategien), Konditionenpolitik - Kommunikationspolitik: Überblick über kommunikationspolitische Instrumente, traditioneller vs. aktueller Kommunikations-Mix, Nachhaltigkeitskommunikation im Tourismus - Customer Relationship Management im Marketing

## PERSÖNLICHKEIT & KOMMUNIKATION

### LVA Übersicht

Thema	WS/SS	ECTS	LVA-Nr.:
Präsentation & Moderation	SS	2	BWIB2PMOIL
Präsentation und Moderation	SS	2	IMTB1PMOIL
Presentation and Moderation	SS	2	IMEB2PMOIL
How to Communicate your Ideas	SS	3	KMBB2HCIL
Verhandlungs- und Verkaufstechniken	0,00	2	IMTB4VVTIL

### LVA Beschreibungen

LVA: <i>Präsentation &amp; Moderation</i>			
STG:	BWI B	LVA Nr.:	BWIB2PMOIL
LVA-Leiter*in:	Florian Elstner	ECTS-Punkte / SWS:	2 / 2
Semester:	SS	Verfügbare Plätze:	3
Typ:	IL	Sprache:	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

- Präsentationsziele und Zielgruppen bestimmen und analysieren - Zielgruppenorientierung in der Präsentation - Präsentationsstruktur festlegen (Aufbau, Gliederung, roter Faden, Dramaturgie) - Rhetorische Mittel nutzen - Präsentationsmedien einsetzen - Vorbereiten und Durchführen einer Präsentation - Grundsätze und Techniken erfolgreicher Moderation von Arbeitsgruppen - Typischer Phasen einer Moderation - Einsatz von Technik und Moderationsinstrumenten - Vorbereiten und Durchführen einer Moderation

LVA: <i>Präsentation und Moderation</i>			
STG:	IMT B	LVA Nr.:	IMTB1PMOIL
LVA-Leiter*in:	Obermoser Christian	ECTS-Punkte / SWS:	1,5 / 1,5
Semester:	SS	Verfügbare Plätze:	
Typ:	IL	Sprache:	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

- Moderations- und Präsentationstechniken und -methoden zum Aufbau, zur Strukturierung, Aktivierung, Ideensammlung, Ergebnisfindung und zum Ab-schließen - Rhetorische Mittel nutzen - Umgang mit herausfordernden Situationen - Medieneinsatz

<b>LVA:</b>	<b><i>Presentation and Moderation</i></b>		
<b>STG:</b>	IMT E	<b>LVA Nr.:</b>	IMEB2PMOIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Anna-Maria Wegenkittl	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	1,5 / 1,5
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	English

**LVA Beschreibung:**

After this course, alumni will be able to prepare and conduct presentations in terms of content and organization. They are aware of their individual, authentic presentation style. They apply techniques and rhetorical means that enable them to formulate thoughts clearly and credibly and to present facts convincingly. Upon completion of this course, alumni will be able to prepare and conduct presentations using typical phases and tools. They know how to lead through agendas, mediate between participants and motivate active participation.

<b>LVA:</b>	<b><i>How to Communicate your Ideas</i></b>		
<b>STG:</b>	KMU B	<b>LVA Nr.:</b>	KMBB2HCIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Sophia Lambrakis	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	English

**LVA Beschreibung:**

Complementary to the Innovation Lab 1, students learn to express all notions related to the topic of innovation using relevant vocabulary and structures of the English language. The lecture explains how to tailor contents to specific audiences and thus to create effective and targeted communication. Students are encouraged to experiment with the language in order to experience the impact they can create by using certain vocabulary, structures and rhetorical figures. Similarly, students try out different presentation techniques to convey concepts and ideas such as product and service innovations. Students build a comprehensive glossary and thesaurus of words to describe innovative products and services and overcome eventual reservations of speaking English and phrasing critical questions in public.

<b>LVA:</b>	<b><i>Verhandlungs- und Verkaufstechniken</i></b>		
<b>STG:</b>	IMT B	<b>LVA Nr.:</b>	IMTB4VVTIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Thomas Mussager	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	1,5 / 1
<b>Semester:</b>		<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

**LVA Beschreibung:**

Mit dem Transferwissen aus PE1 (Präsentation und Moderation) und PE2-Konfliktmanagement und den in dieser Lehrveranstaltung erlernten und erprobten Methoden und Techniken können Studierende dieser Lehrveranstaltung in einfachen Verhandlungssituationen Inhalte argumentieren, für kreative Ideen werben, andere überzeugen und Lösungen formulieren und vertreten. Sie wissen, wie man neutrale Beurteilungskriterien entwickelt, und wie man auch in herausfordernden Situationen Probleme und Menschen getrennt betrachtet. Der hohe reflexive und Übungscharakter dieser Lehrveranstaltung erlaubt es den Studierenden Erfahrungen in einem geschützten Rahmen zu machen, um für die Praxis Handlungsweisen ableiten zu können

## DESIGN, IDEATION & PROTOTYPING

### LVA Übersicht

Thema	WS/SS	ECTS	LVA-Nr.:
Produkt- und Servicemanagement 1	SS	3	DPMB2PSMVO
Modellbau (Voraussetzung: AUVA Kurs)	SS	1	HTBB2MODUE
Tourism Marketing Instruments	SS	3	IMEB2TMIL
Experience and Transformational Design	SS	3	IMTM2ETDIL

### LVA Beschreibungen

<b>LVA: Produkt- und Servicemanagement 1</b>			
<b>STG:</b>	DPM B	<b>LVA Nr.:</b>	DPMB2PSMVO
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Dominik Walcher	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	3
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

Innerhalb eines konkreten praktischen Semesterprojekts (z. B. Shirtprojekt) wenden die Studierenden die erlernten Inhalte an und generieren die ersten eigenen Umsätze mit dem (Online-) Verkauf selbst gestalteter Produkte.

Wichtig: Kick-off Termin am 24.02.2024

<b>LVA: Modellbau (Voraussetzung: AUVA Kurs)</b>			
<b>STG:</b>	HTB Bachelor	<b>LVA Nr.:</b>	HTBB2MODUE
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Maximilian Pristovnik	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	1 / 1
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	4
<b>Typ:</b>	UB	<b>Sprache:</b>	Deutsch

#### LVA Beschreibung:

- Einführung in die Arbeitssicherheit - Einführung in die Werkstätte, Bearbeitung unterschiedlicher Materialien - Arbeiten mit Holz - Arbeiten mit Holzwerkstoffen, Bearbeitung von plattenförmigen Werkstoffen - Arbeiten mit Metall, Kunststoff, etc. - Kleben und Verbinden unterschiedlicher Materialien - Oberflächenbehandlung - Erstellung eines Präsentationsmodells



<b>LVA:</b>	<b><i>Tourism Marketing Instruments</i></b>		
<b>STG:</b>	IMT E	<b>LVA Nr.:</b>	IMEB2TMIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Markus Lassing	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	English

**LVA Beschreibung:**

Students understand the service and process-oriented marketing of different service companies in the tourism industry. They will be able to combine individual marketing (micro-marketing) with the inter-company marketing of joint tourism organizations. Students know the basics and instruments of marketing and know about the necessity of its strategic use in terms of a market and socially oriented corporate management. They will be able to formulate marketing objectives and evaluate strategic marketing decisions. Students know instrumental elements of tourism marketing and can support decisions in the marketing mix. They know central aspects of purchasing and consumer behavior and can divide markets into segments using contemporary instruments.

<b>LVA:</b>	<b><i>Experience and Transformational Design</i></b>		
<b>STG:</b>	IMT E	<b>LVA Nr.:</b>	IMTM2ETDIL
<b>LVA-Leiter*in:</b>	Christina Standler-Kahlenbach	<b>ECTS-Punkte / SWS:</b>	3 / 2
<b>Semester:</b>	SS	<b>Verfügbare Plätze:</b>	3
<b>Typ:</b>	IL	<b>Sprache:</b>	English

**LVA Beschreibung:**

This master's course focuses on the design of transformative and memorable experiences within the dynamic field of tourism. The course aims to equip students with an in-depth understanding of design principles, theories and concepts, also familiarizing them with best practice examples. The course provides a comprehensive toolkit for creating experiences, touching on the fundamentals of storytelling, sensory engagement and transformational techniques etc. Considering crucial issues of sustainability, the aim is to create enriching and transformative experiences for both tourists and host communities. As part of the course, students will participate in a field trip to a selected attraction that currently encounters specific challenges. Working in groups, students will develop creative ideas using transformative design principles. Results will be presented in class and guidelines for improvement will be made available to the touristic partner.

## 4 Euer Pass zur Selbständigkeit – BEISPIEL

<b>Name:</b>	
<b>Personenkennzeichen:</b>	

<b>LVA Nr.</b>	<b>LVA Titel</b>	<b>Beurteilung</b>	<b>Stempel / Datum</b>

Pass vom FHStartup Center ausgegeben am \_\_\_\_\_

Zertifikat vom FHStartup Center ausgestellt am \_\_\_\_\_

Für weitere Fragen und Informationen

FHStartup Center

Urstein Süd 1 | 5412 Puch/Salzburg | Austria

fon: +43 (0)50-2211-5000

Newslist Signup: <http://bit.ly/fhstartup-news>

[www.fh-salzburg.ac.at/fhstartup](http://www.fh-salzburg.ac.at/fhstartup)

[facebook.com/fhstartup](https://facebook.com/fhstartup)

[linkedin.com/company/fhstartup](https://linkedin.com/company/fhstartup)

[instagram.com/fhstartup](https://instagram.com/fhstartup)

powered by

Fachhochschule Salzburg GmbH

Web: [www.fh-salzburg.ac.at](http://www.fh-salzburg.ac.at)

Service-Point von

Web: [www.startup-salzburg.at](http://www.startup-salzburg.at)

