



Universitätskurs

Mindful Leadership

an der
Technischen Universität Graz

Lehrplan

§ 1 Qualifikationsprofil

1. Ziele des Universitätskurses

Mindful Leadership zählt zu den Schlüsselkompetenzen für das 21. Jahrhundert. Der Universitätskurs bietet eine interdisziplinäre Ausbildung durch authentisch sozialisierte Vortragende, die kulturelles Lernen jenseits klassischer Didaktik ermöglicht. Ziel ist es, Führungskräfte auf eine komplexe, vernetzte und sich rasant wandelnde Welt vorzubereiten.

Viele Unternehmen haben zwar einzelne Maßnahmen zur Förderung von Führungsqualität und Innovation gesetzt, es fehlt jedoch häufig an Umsetzungskraft. Oft gibt es keine durchdachte Innovationsstrategie, und Humanressourcen werden noch immer nach überholten Bildungsmodellen entwickelt. Der Universitätskurs begegnet der häufig isolierten Betrachtung von Innovation, indem er fundiertes Wissen und praxisrelevante Kompetenzen in den Bereichen Führung, Change-Management und abteilungsübergreifend verankerter Innovationskultur vermittelt.

Im Rahmen des Universitätskurses werden die folgenden thematischen Schwerpunkte vermittelt:

Techno-Ökonomische Aspekte der Führung in digitalen Ökosystemen

Dieser interdisziplinäre Themenblock qualifiziert Führungskräfte für verantwortungsvolles Handeln in technologiegetriebenen, dynamischen Umfeldern. Im Fokus stehen moderne Leadership-Ansätze im Kontext digitaler Transformation, gruppendynamischer Prozesse und Selbstreflexion. Ergänzt wird dies durch praxisnahe Einblicke in regulatorische Rahmenbedingungen technologischer Ökosysteme sowie Entscheidungsfindung unter Stress. Teilnehmende lernen, regulatorische Vorgaben strategisch zur Marktpositionierung und Differenzierung zu nutzen. Ein Virtual-Reality-Training vermittelt Führungskompetenzen in Krisensituationen. Ziel ist die Befähigung zu wirksamer Führung, fundierter Entscheidungsfindung und strategischer Integration technologischer wie regulatorischer Aspekte.

Entrepreneurship & Innovation

Dieser Themenblock fördert unternehmerisches Denken und strategische Verhandlungskompetenz als zentrale Führungsqualifikationen in dynamischen Umfeldern. Im Zentrum steht die Entwicklung eines Entrepreneurial Mindset, gestützt auf Kreativität, Nutzerfokus und agile Methoden wie Lean Startup, Design Research und iteratives Prototyping. Teilnehmende erarbeiten innovative Lösungsansätze und tragfähige Geschäftsmodelle. Ergänzend werden vertiefte Kenntnisse in Verhandlungsführung, inklusive psychologischer und analytischer Aspekte, sowie der Anwendung digitaler Tools und KI-gestützter Entscheidungsprozesse erworben. Rollenspiele und Simulationen sichern die praxisnahe Umsetzung. Ziel ist die Befähigung zu kreativem, marktnahem Handeln und souveräner Verhandlungsführung.

Mindfulness & Arts Topics

Dieser Themenblock vermittelt Führungskompetenzen an der Schnittstelle von Achtsamkeit, Kreativität und strategischer Zukunftsgestaltung. Im Fokus steht die Entwicklung eines Mindful Leadership-Stils, der Selbstführung, Resilienz und empathisches Handeln in komplexen Veränderungsprozessen betont. Die Teilnehmenden stärken ihre Wirkungskompetenz durch Storytelling, Theatermethoden und Präsenztraining. Sie lernen, Emotionen gezielt anzusprechen, vertrauensvolle Unternehmenskulturen zu gestalten und Innovation kommunikativ zu fördern. Ergänzend erwerben sie Grundlagen der Zukunftsforschung, analysieren Megatrends und entwerfen strategische Zukunftsszenarien – unterstützt durch KI-Tools und kreative Visualisierungstechniken.

International & Interdisciplinary Topics

Dieser Themenblock stärkt Zukunftskompetenzen, Innovationsfähigkeit und strategisches Denken. Im Zentrum steht die Analyse von Megatrends, die Entwicklung kreativer Zukunftsszenarien sowie der gezielte Einsatz von KI und visuellen Kommunikationsmitteln. Teilnehmende erwerben vertiefte Kenntnisse zu internationalen Innovationsökosystemen, Standardisierung und geistigem Eigentum als strategische Ressourcen. Ergänzt wird dies durch praxisorientierte Einblicke in PR, Medienarbeit und KI-gestützte Vertriebs- und Marketingstrategien. Ziel ist die Befähigung zur Gestaltung zukunftsfähiger Geschäftsmodelle und zur kommunikativen Positionierung im globalen Innovationskontext.

2. Zielgruppen, an die sich das Angebot richtet

Der Universitätskurs richtet sich an ein breites Spektrum von Fach- und Führungskräften jeglicher Branchen, die den Herausforderungen der digitalen und nachhaltigen Transformation aktiv begegnen möchten und mittels der aufmerksamen Führung von Teams einen Beitrag zum Erreichen einer prosperierenden Gesellschaft leisten wollen.

3. Zukünftige Arbeitsfelder

Die Absolvent*innen werden in einer Vielzahl von zukunftsrelevanten Arbeitsfeldern tätig, vor allem in Bereichen, die sich mit Leadership, Innovation und Transformation beschäftigen. Die erworbenen Fähigkeiten lassen sich insbesondere in den folgenden Arbeitsfeldern wirkungsvoll einsetzen:

1. Unternehmensführung und Management
2. Change Management und Transformation
3. Innovations- und Technologiemanagement
4. Human Resources & Personalentwicklung
5. Unternehmensberatung und Coaching
6. Entrepreneurship & Start-ups
7. Kommunikation & Medien
8. Öffentlicher Sektor & NGOs

4. Lernergebnisse

Techno-Ökonomische Aspekte der Führung in digitalen Ökosystemen	Je nach gewähltem Modul sind die Teilnehmer*innen nach erfolgreicher Absolvierung in der Lage,
Modul I: Angewandtes Führungsverhalten in der Digitalen Transformation	• Auswirkungen auf Führungsverhalten zu erkennen, Organisationen mit reduzierter Hierarchie zu verstehen und virtuelle Führung zu bewerten. • unterschiedliche Führungsthemen zu erkennen, Management und Leadership zu unterscheiden sowie Leadership zu erklären. • Führungstheorien zu beschreiben sowie Anreize und Motivation zusammenzufassen. • Führungsstile zu erklären und Menschenbilder darzustellen. • notwendige Kompetenzen zu erläutern und auf Führungssituationen anzuwenden. • Führungsinstrumente zu unterscheiden sowie die Bedeutung von Feedback, Delegation und Kontrolle zu verstehen. • negative Führungsverhalten zu erkennen und deren Auswirkungen auf Organisationen zu beschreiben.

	• Selbst- und Fremdwahrnehmung zu reflektieren und Wahrnehmungsfehler zu erkennen. • Kommunikationsmodelle anzuwenden, Gespräche zu führen und Kritikgespräche zu gestalten. • Führungsstile zu erklären und anzuwenden sowie Rollenkonflikte zu erkennen. • Motivation als Führungsinstrument zu verstehen und situativ anzuwenden. • Gruppenprozesse zu verstehen und zu steuern sowie Phasen der Teamentwicklung zu erkennen. • Gruppenentscheidungen zu analysieren und Kooperation und Konkurrenz zu erkennen. • Einflussfaktoren auf Teamarbeit zu reflektieren und zu steuern.
Modul II: Designing open and closed business ecosystems	• verschiedene Ökosysteme zur Schaffung von Partnerschaften für geschäftliche und/oder technologische Vorteile mit konkreten Beispielen aus KI, Blockchain, Cybersicherheit zu analysieren. • grundlegendes Verständnis globaler Standards, Vorschriften und Industrieallianzen sowie deren Zusammenspiel anzuwenden. • Wissen über verschiedene Praktiken zur Entwicklung von Standards und Zertifizierungen, mit Beispielen für deren Nutzung zur Differenzierung und Skalierung anzuwenden. • detaillierte Kenntnisse über Best Practices zur Mitgestaltung von Standards und Interessenvertretung in der Regulierung zur Förderung von Industrien anzuwenden. • kritisch zu analysieren und unterschiedliche, standardisierte und regulierte Ökosysteme zu vergleichen. • die Entwicklung und Umsetzung von Strategien zur Mitgestaltung von Standards zu verbessern. • Standards und regionale Gesetze zur geschäftlichen Differenzierung zu analysieren und zu bewerten. • ihre Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten zu stärken sowie Feedback konstruktiv umzusetzen. • erworbene Kompetenzen auf persönliche berufliche Herausforderungen zu übertragen und weiterzuentwickeln.
Modul III: Entscheidung im Einsatz - Einsatztraining mit Virtual Reality	• Führungskräfte von Einsatzorganisationen, insbesondere des ÖRK, die in komplexen Einsatzsituationen Entscheidungen im Einsatz treffen, zu verstehen. • Methoden zu kennen, um Entscheidungen in Echtzeitsituationen besser treffen zu können. • Entscheidungsverhalten in Zeitdrucksituationen an Hand einer VR-Einsatztaktiksimulation des Roten Kreuzes kennen zu lernen. • Erfahrungen aus dem Leadership-Training auf den eigenen betrieblichen Kontext übertragen zu können. • Bedürfnisse mit der GFK-Analyse (nach Marshal B. Rosenberg) zu reflektieren, um zukünftig besser über die eigenen Bedürfnisse in Drucksituationen Bescheid zu wissen. • Einsatzmöglichkeiten innovativer Virtual Reality Technologien für Weiterbildungen zu verstehen.

Entrepreneurship & Innovation	Je nach gewähltem Modul sind die Teilnehmer*innen nach erfolgreicher Absolvierung in der Lage,
Modul I: Negotiations: An introduction to the Art and Science of Negotiations	• unterschiedliche Konfliktarten und Verhandlungstypen zu verstehen. • das Zusammenspiel von Persönlichkeitstypen und Verhandlungsstilen zu verstehen. • gängige Verhandlungstools für die Planung, Durchführung und Analyse von Verhandlungen einzusetzen. • das richtige Kommunikationsmedium abhängig von der Verhandlungsphase für die Verhandlung zu wählen und KI als Unterstützung für Verhandlungen heranzuziehen. • Kompetenz Taktiken und deren Motive sowie Effekte zu erkennen und einzusetzen. • verhandlungsspezifische Besonderheiten zu antizipieren, erkennen und aktiv zu managen.
Modul II: Entrepreneurial Mindset: Curiosity, creativity and user-centered design	• Unternehmertum zu verstehen und das Konzept von Innovation zu entwickeln. • Bedürfnisse zu identifizieren und die Entwicklung von Empathie für Nutzer zu schärfen. • Kompetenzen im Einsatz geeigneter nutzerzentrierter Methoden zur Problemlösung in der Designforschung aufzubauen. • die Grundlagen des divergenten und konvergenten Denkens zu verstehen. • verschiedene Kreativitätsmethoden zu erlernen. • von Problemen zu innovativen Lösungen zu gelangen und andere im Prozess anzuleiten. • Prinzipien des agilen Arbeitens und Lean Startups anzuwenden. • Ideenentwicklung durch schnelles Prototyping und Testen zu fördern. • die Offenheit für Unsicherheit, Mehrdeutigkeit und iteratives Arbeiten zu stärken. • die Grundlagen der Geschäftsmodellierung zu verstehen. • Merkmale einer unternehmerischen Denkweise zu erkennen und zu reflektieren.

Mindfulness & Arts Topics	Je nach gewähltem Modul sind die Teilnehmer*innen nach erfolgreicher Absolvierung in der Lage,
Modul I: Die Bausteine des Mindful Leadership	• die Bedeutung und Relevanz von achtsamer Führung zu verstehen. • Einblicke in die Verbesserung der mentalen Konzentration und der kognitiven Fähigkeiten zu gewinnen. • die Fähigkeit zur Selbstreflexion zu entwickeln und deren Rolle für eine effektive Führung zu verstehen. • den Einfluss der Evolution auf die menschlichen Verhaltensweisen zu verstehen und zu interpretieren. • die Bedeutung des Stoizismus in der modernen Zeit zu interpretieren und daraus für das positive Führungsverhalten zu lernen. • ein Bewusstsein für neue Trends zu entwickeln und einen achtsamen Ansatz zur Antizipation und Anpassung an zukünftige Veränderungen zu kultivieren. • zu verstehen, wie Prinzipien der achtsamen Führung in verschiedenen organisatorischen und kulturellen Umfeldern angewendet werden können.
Modul II: Storytelling und Storythinking – Treiber für nachhaltige Innovationskultur	• ein Grundverständnis für die strategische Nutzung von Storytelling in Veränderungsprozessen zu erwerben. • Narrative gezielt zu gestalten, um Widerstände abzubauen und Engagement zu fördern.

	• bewährte Methoden und deren Übertragung auf eigene Herausforderungen zu kennen. • ihre Kommunikationsfähigkeit durch gezieltes Zuhören und Deuten versteckter Botschaften zu verbessern. • organisationale Dynamiken wahrzunehmen und zu interpretieren. • klare und überzeugende Narrative für verschiedene Zielgruppen zu entwickeln. • Geschichten wirkungsvoll einzusetzen, um Veränderungsprozesse zu begleiten. • Innovationsnetzwerke systematisch zu analysieren und zu bewerten. • die erworbenen Kompetenzen auf eigene berufliche Herausforderungen zu übertragen und weiterzuentwickeln.
Modul III: Mensch und Zukunft: Die Verbindung von Wertschätzung und Verantwortung	• ihre Selbstreflexion und persönliche Weiterentwicklung zu fördern. • ihre Empathie und emotionale Intelligenz einzusetzen. • ihre Adaptivität und Innovationsfähigkeit zu stärken. • Vertrauen aufzubauen und Partizipation zu ermöglichen. • Integrität und Authentizität zu leben. • Transparenz und klare Kommunikation zu fördern. • verantwortungsbewusst Entscheidungen zu treffen. • Achtsamkeit, Respekt und Diversität zu fördern. • Visionen zu entwickeln und zielorientiert zu führen. • analytisches und vernetztes Denken anzuwenden. • Veränderungsprozesse aktiv zu gestalten. • Prioritäten zu setzen und entschlossen zu handeln. • Beziehungsmanagement zu betreiben und die Teamdynamik zu stärken. • konstruktive Kommunikation und Konfliktlösung zu verbessern. • ihre emotionale Intelligenz und Handlungsfähigkeit unter Druck zu steigern. • Motivation gezielt zu fördern und Engagement zu steigern. • ihre sozialen Fähigkeiten weiterzuentwickeln und zu reflektieren.
Modul IV: Präsenz & Wirkung – Analog überzeugen in einer digitalen Welt	• ein bewusstes Verständnis für die eigene Wirkung und Führungspräsenz zu entwickeln. • sich bewusst zu positionieren und Klarheit in der Außenwirkung zu schaffen. • strategisch zu gestalten und Führungskommunikation anzuwenden. • prägnante, authentische Sprache für Leadership-Kontexte zu entwickeln. • ihre Fähigkeit, offen, adaptiv und authentisch zu agieren, zu stärken. • die eigene Präsenz, Körpersprache und stimmlichen Wirkung zu verbessern. • die persönliche Ausdruckskraft für Führungssituationen zu optimieren. • die neuen Fähigkeiten nachhaltig in den eigenen Führungsstil zu integrieren.

International & Interdisciplinary Topics	Je nach gewähltem Modul sind die Teilnehmer*innen nach erfolgreicher Absolvierung in der Lage,
Modul I: Grundlagen der Zukunftsforschung und kreativen Gestaltung von Zukunftsbildern	• grundlegend Megatrends, ihren Ursprung und deren Einflussfaktoren zu verstehen. • den Umgang und die Kombination von Megatrends zu verstehen. • Inhalte des Denkens und der Vorstellung zu beschreiben. • strategisches und analytisches Denken zur Entwicklung möglicher Szenarien zu verstehen. • strategisch und analytisch das Udenkbare (Zukunft) zu denken. • Szenen aus der Vorstellung zu beschreiben. • kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Konstruktion von Welt und Bedeutung zu vermitteln. • linguistische Analysen durchzuführen und Sprach- und Denkbilder zu konstruieren. • Sprachkompetenz und Techniken der Visualisierung in Interaktion mit künstlicher Intelligenz anzuwenden. • Zukunftsbilder zu präsentieren und kommunizieren.
Modul II: International Innovation Ecosystems	• ein grundlegendes Verständnis von Innovationsökosystemen und deren globalen Unterschieden zu erlangen. • kulturelle und pfadabhängige Faktoren zu analysieren, die Innovation fördern oder hemmen. • Innovationsmuster, Technologien und Marktprozesse zu kennen. • Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Innovationskulturen zu identifizieren. • detailliertes Wissen über Best Practices und Erfolgsfaktoren in spezifischen Innovationsregionen zu gewinnen. • verschiedene Innovationsökosysteme kritisch zu analysieren und zu vergleichen. • ihre Fähigkeiten zur Entwicklung und Umsetzung von Innovationsstrategien zu stärken. • Innovationsnetzwerke systematisch zu analysieren und zu bewerten. • ihre Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten zu stärken sowie Feedback konstruktiv umzusetzen. • die erworbenen Kompetenzen auf eigene berufliche Herausforderungen zu übertragen und weiterzuentwickeln.
Modul III: Standardisierung zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft	• die WTO-Prinzipien für Standards und Standardisierung zu kennen und zu verstehen. • den Mehrwert, Nutzen sowie die Vor- und Nachteile von Standards für Wirtschaft, Staat und Gesellschaft zu verstehen. • die Bedeutung von Standards als Instrument angewandter Wirtschaftspolitik am Beispiel Europäischer Standards für den Europäischen Binnenmarkt zu kennen. • die Rolle von Standards als Grundlagen für die Konformitätsbewertung zu kennen und zu verstehen. • eine Übersicht zu gewinnen, wie, wo und von wem Standards entwickelt werden, insbesondere national, europäisch, international, und wie man sich in verschiedenen Rollen beteiligen kann. Dies beinhaltet ebenso das Kennen und Verstehen der Zusammenarbeit zwischen europäischen und internationalen Normungsorganisationen. • den Unterschied zu verstehen zwischen den unterschiedlichen Ergebnissen der Standardisierung. • bei der Entwicklung eines Standards und der Festlegung von Anforderungen zu wissen, worauf zu achten ist, insbesondere Standard Essential Patents (SEP).

	• sich über Standardisierungsprojekte zu informieren und unternehmensintern die Relevanz zu evaluieren. • eine Kosten-Nutzen-Analyse durchzuführen als Entscheidungsgrundlage für die Initiierung/Teilnahme/Leitung eines Standardisierungsprojekts. • zu verstehen, worauf bei der Anwendung von Standards zu achten ist. • Standards und Standardisierung als Valorisierungspfade abgestimmt auf die Zielsetzungen eines Forschungs-/Innovationsprojektes einzusetzen, um innovative Lösungen erfolgreich auf den Markt zu bringen. • das erworbene Wissen zur Funktion von Standards und Standardisierung anhand eines Beispiels anzuwenden.
Modul IV: Geistiges Eigentum in Wirtschaft und Innovation	• das Konzept von IP und der wichtigsten IP-Rechte zu kennen und zu verstehen. • verschiedene IP-Rechte und Maßnahmen im Umgang mit IP aufeinander abgestimmt entlang der Innovationskette einzusetzen unter Berücksichtigung der jeweiligen Ziele. • das Prioritätssystem, das europäische Patentsystem bzw. Marken-/Musterschutzsystems und das System der internationalen Patentanmeldung zu verstehen. • Spezialkenntnisse und Anwendungswissen in den behandelten Themen zu erlangen. • das erworbene Wissen zur Funktion von IP-Rechten anhand eines Beispiels anzuwenden. • Einblick in Unternehmenspraxis (Best Practice) zu erlangen. • Informationen über den Stand der Technik zu beschaffen und die Aktivitäten von Mitbewerbern als Entscheidungsgrundlage zu erkennen. • Information zu analysieren und zu bewerten • die persönliche Ausdruckskraft für Führungssituationen zu optimieren. • die neuen Fähigkeiten in den eigenen Führungsstil nachhaltig zu integrieren.
Modul V: PR & Medienarbeit in der Praxis	• Verständnis für Medienbranche zu gewinnen. • Faktoren für Nachrichtenwert zu erkennen. • zielgerichtete Pressemeldungen zu erstellen. • mit medialen Krisensituationen umgehen zu können. • mit Medienvertretern gezielt zu kommunizieren. • Netzwerkaufbau und PR-Strategien zu entwickeln. • die erlernten Techniken anzuwenden. • Sicherheit in Pressegesprächen zu gewinnen. • Inhalte praxisnah umzusetzen. • eigene Pressemeldungen zu verfassen und zu platzieren.
Modul VI: Sales, Marketing, Business & Generative KI	• die Bestandteile einer Geschäftsstrategie und deren Verbindung zur GTM-Strategie zu verstehen. • Anwendungen von Generativer KI in der Geschäftsstrategie auf hoher Ebene zu erkunden. • Unterschiede zwischen GTM-Strategie und Geschäftsstrategie zu verstehen und einen strukturierten GTM-Plan zu entwickeln. • die Rolle der Generativen KI in GTM-Strategien zu verstehen. • Branchen- und Wettbewerbsanalysen durchzuführen. • generative KI zu nutzen, um neue Wettbewerber zu identifizieren, deren Aktivitäten zu verfolgen und Marktbewegungen vorherzusehen. • Marktsegmentierung zu verstehen, ihre Rolle in der GTM-Strategie zu erkennen.

	• zu verstehen, wie Generative KI neue Kundensegmente und -bedürfnisse identifizieren kann. • Preisstrategien und Zahlungsbereitschaftsanalysen zu erlernen sowie den Einsatz von Generativer KI zur Optimierung von Preismodellen zu verstehen. • Fallstudien zur erfolgreichen Preisgestaltung zu analysieren. • Wertversprechen mithilfe von Fallstudien zu erstellen und zu verfeinern. • generative KI zu nutzen, um Wertversprechen zu entwickeln und zu verbessern. • Grundlagen der Verkaufstechniken und Strategien zum Beziehungsaufbau zu kennen.
--	---

5. Lehr- und Lernkonzept

Der Universitätskurs ist modular aufgebaut und folgt einem mehrstufigen Lehr- und Lernarrangement. Für jedes Modul ist eine Online-, Präsenz- und Transferphase vorgesehen, in denen die Inhalte vermittelt werden. Die angebotenen Module sind den unter §1 angeführten Themenblöcken zugeordnet.

6. Beurteilungskonzept

Die Teilnahme an der Online-, Präsenz- und Transferphase ist verpflichtend. Zusätzlich wird ein individueller Leistungsnachweis mit dem/der Vortragenden am Beginn eines Moduls vereinbart. Die Beurteilung der einzelnen Module erfolgt durch die wissenschaftliche Kursleitung.

Die Gewichtung der einzelnen Beurteilungen pro Modul gestaltet sich wie folgt:

	Gewichtung	Mindesterfolg je Beurteilung für eine positive Absolvierung der Lehrveranstaltung im Erstantritt
Onlinephase	30%	> 50%
Präsenzphase	30%	> 50%
Transferphase	40%	> 50%
Summe	100%	> 50%

§ 2 Dauer, Gliederung und Umfang (in ECTS-Anrechnungspunkten)

Der Universitätskurs besteht aus den unter § 4 aufgelisteten Modulen bzw. Lehrveranstaltungen. Jedes Modul besteht aus einer Online-, Präsenz- und Transferphase.

Insgesamt umfasst der Universitätskurs 446 Stunden in einem Gesamtausmaß von 29 ECTS-Anrechnungspunkten. Es ist grundsätzlich möglich, nur einzelne Module zu absolvieren.

§ 3 Zugangsvoraussetzungen und Auswahlverfahren

Die Unterrichtssprache ist Englisch oder Deutsch.

Für diesen Universitätskurs gelten keine spezifischen Zugangsvoraussetzungen.

Die Entscheidung über die Aufnahme erfolgt durch die wissenschaftliche Kursleitung.

Maximale Teilnehmer*innenzahl: 20

§ 4 Unterrichtsplan

Module – Lehrveranstaltungen	ECTS
Angewandtes Führungsverhalten in der Digitalen Transformation	5
Designing open and closed business ecosystems	2
Entscheidung im Einsatz – Einsatztraining Virtual Reality	1
Negotiations: An introduction to the Art and Science of Negotiations	4
Entrepreneurial Mindset: Curiosity, creativity and user-centered design	4
Die Bausteine des Mindful Leadership	2
Storytelling und Storythinking – Treiber für nachhaltige Innovationskultur	1
Mensch und Zukunft: Die Verbindung von Wertschätzung und Verantwortung	2
Präsenz & Wirkung – Analog überzeugen in einer digitalen Welt	2
Grundlagen der Zukunftsforschung und kreativen Gestaltung von Zukunftsbildern	1
International Innovation Ecosystems	1
Standardisierung zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft	1
Designing open and closed business ecosystems	1
Storytelling und Storythinking – Treiber für nachhaltige Innovationskultur	1
Sales, Marketing, Business & Generative AI	1
Gesamt	29

§ 5 Prüfungsordnung

Für den Abschluss bestehen folgende Möglichkeiten:

- Abschluss des Universitätskurses in vollem Umfang
- Getrennte Leistungsfeststellung zum separaten Abschluss der einzelnen Module

Die Leistungsfeststellung muss spätestens bis sechs Monate nach der Präsenzphase erfolgen. Bei negativer Prüfungsleistung besteht die Möglichkeit, die jeweilige Modulabschlussprüfung zu wiederholen. Die Prüfungswiederholung muss bis spätestens ein Jahr nach dem Kursende erfolgen.

Die zugehörige Feststellung des Prüfungserfolgs obliegt der oder dem Vortragenden.

§ 6 Abschluss

Nach positivem Abschluss des Universitätskurses wird von der Technischen Universität Graz ein Certificate of Advanced Studies in Mindful Leadership verliehen. Sollten nicht alle Module des Universitätskurses erfolgreich absolviert werden, so führt die erfolgreiche Absolvierung eines Einzelmoduls zur Verleihung eines Microcredentials mit 1 bis 5 ECTS. Teilnehmende, welche keine Prüfung ablegen, erhalten eine Teilnahmebestätigung der TU Graz.

§ 7 Universitätskursbeitrag

Der Universitätskursbeitrag schließt nur die Kosten des Universitätskurses gemäß § 8 für die Lehrveranstaltungen ein. Der Kursbeitrag ist der aktuellen Information auf der Homepage von TU Graz Life Long Learning zu entnehmen.

Die TeilnehmerInnen dieses Universitätskurses haben nur den Universitätskursbeitrag, nicht aber den Studienbeitrag zu entrichten. Sollten die TeilnehmerInnen als außerordentliche Hörer inskribiert sein, ist auch der ÖH-Beitrag zu bezahlen.

§ 8 Kosten des Universitätskurses

Die Kosten des Universitätskurses setzen sich aus den Aufwendungen für die Lehrenden und den sonstigen Aufwendungen für Leitung, Organisation, Durchführung der Kurse, Probenmaterialien etc. zusammen. Die dafür erforderlichen Mittel werden aus dem Universitätskursbeitrag und gegebenenfalls aus Drittmitteln aufgebracht. Der Universitätskurs kann nur abgehalten werden, wenn die für die Durchführung erforderlichen Mittel in entsprechender Höhe zur Verfügung stehen.

§ 9 Durchführung des Universitätskurses

Der Universitätskurs wird von TU Graz Life Long Learning in Kooperation mit der WU Wien und der Fa. Innovationorbit durchgeführt. Die wissenschaftliche Leitung nimmt Univ.-Prof. Dipl. Ing. Dr. techn. Stefan Vorbach wahr.

§ 10 Inkrafttreten

Der Lehrplan tritt am Tag nach der Verlautbarung im Mitteilungsblatt der TU Graz in Kraft.

Univ.-Prof. Dipl. Ing. Dr. techn. Stefan Vorbach

Vizerektor für Lehre
TU Graz