



Universität für Bodenkultur Wien

University of Natural Resources and Life Sciences, Vienna

Curriculum

Universitätslehrgang Fresh Business Management in the Food Value Chain

Universitätslehrgang Kat. II

Wien, Mai 2016



Inhalt

Motivation zur Schwerpunktsetzung.....	3
§ 1 Qualifikationsprofil	4
§ 2 Zulassungsvoraussetzungen.....	4
§ 3 Aufbau des Studiums	5
§ 4 Module.....	6
§ 5 Abschlussarbeit.....	7
§ 6 Abschluss	7
§ 7 Bezeichnung der Absolventinnen und Absolventen.....	8
§ 8 Prüfungsordnung	8
§ 9 Inkrafttreten.....	8
Anhang A Lehrveranstaltungstypen	9
Anhang B Modulbeschreibungen	10

Motivation zur Schwerpunktsetzung

„Paprika, Tomaten, Zucchini, Obst und saisonales Gemüse – eine bunte Vielfalt liegt in den Frischtheken eines Supermarktes. Aber wie kommen **frisches Obst und frisches Gemüse** eigentlich in den Supermarkt? Wie werden sie produziert, vertrieben und wie wird gute Qualität gewährleistet?

Der Universitätslehrgang mit Schwerpunkt „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ will genau diese Fragen beantworten. Von der Produktion bis zum Konsumenten wandern Produkte durch vielerlei Hände. Sie durchlaufen eine ganze Kette von Verarbeitungsschritten – die sogenannte **Food-Value-Chain**. Sie werden weiterverarbeitet, umverpackt, veredelt und tauchen in Werbespots auf. Viele Schritte und Menschen sind daran beteiligt, bis ein Produkt letztendlich frisch beim Konsumenten auf dem Tisch liegt“ (cit. n. Fontys Venlo, 2015).

Die TeilnehmerInnen des Universitätslehrganges “Fresh Business Management in the Food Value Chain” werden mit Entscheidungsträgern der Fresh-Food-Value-Chain zusammenarbeiten, u.a. neue Produkte entwickeln und neue Vertriebswege oder revolutionäre Lagermöglichkeiten vorgestellt bekommen. Der Schwerpunkt „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ kombiniert **Waste Management, Risk Management, Crowd Sourcing, Procurement und Consumer Trends** mit dem Wissen über die Frischeketten für lokale, regionale und internationale Märkte. Dabei beschäftigen sich die Studierenden mit den gesamten Güterströmen vom Produzenten bis hin zum Konsumenten und lernen von den Vortragenden und von Best Practice Beispielen aus der Praxis jene **Entscheidungshilfen** kennen, die sie zum Erfolg führen.

Die Entwicklungen in Frankreich zum Abfallmanagement bei Supermärkten, die Theorie der schwachen Signale beim Risikomanagement, die Entwicklung virtueller freiwilliger Mit-Entscheider-Gruppen für die Neuproduktplanung (gestützt auf die Analyse internationaler Produktdatenbanken), die zunehmende Bedeutung des Value Chain Branding für das Beschaffungsmarketing und neue Marktforschungstechniken wie Laddering-Technik zur Einsicht in Consumer Trends weisen auf die Notwendigkeit hin, Entscheidungsträgern in der Fresh Food Value Chain vor allem **Entscheidungsmethoden** zu lehren.

Dieser methodische Schwerpunkt begründet neben dem inhaltlichen Schwerpunkt Fresh Business Management in the Food Value Chain des Relaunch seine **Alleinstellung** im weltweiten Foodmarketing-Weiterbildungsangebot.

Der Universitätslehrgang ermöglicht die Kooperation mit der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik (dem Hochschullehrgang für Obst und Gemüse) und dem holländischen Hochschulverband Fontys (42.000 Studierende) am Standort Venlo (Bachelorlehrgang International Fresh Business Management).

Im Rahmen einer Public Private Partnership mit der österreichischen Firma Frutura in Hartl bei Kaindorf (Steiermark), einem international agierenden Produktions- und Handelsbetrieb mit Schwerpunkt Obst und Gemüse und Kooperationspartner des Hochschullehrganges für Obst und Gemüse der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, kann auf das Lieferanten-/Kundennetzwerk der Firma Frutura zugegriffen und so die für die Praxis nachfragerrelevanten Entscheidungsmethoden im Rahmen des Universitätslehrganges angeboten werden.

§ 1 QUALIFIKATIONSPROFIL

a) Kenntnisse, Fertigkeiten, persönliche und fachliche Kompetenzen

Der berufsorientierte Universitätslehrgang „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ vermittelt anwendungsrelevantes Wissen und Fertigkeiten in den Bereichen **Waste Management, Risk Management, Crowd Sourcing, Procurement und Consumer Trends** in Kombination mit dem Wissen über die Frischeketten für lokale, regionale und internationale Märkte. Der Universitätslehrgang ist durch die Zielsetzung einer qualitätsorientierten, wirtschaftlichen und nachhaltigen Managementkultur geprägt. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über die Fähigkeit, facheinschlägige Fragestellungen auf Grundlage einer ingenieur-, sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Fachkompetenz zu lösen.

b) Berufs- und Tätigkeitsfelder

Die Absolventinnen und Absolventen sind auf Grundlage ihrer Ausbildung in folgenden Bereichen tätig:

- Management von Unternehmen der Wertschöpfungskette Lebensmittel,
- Produktion von Obst und Gemüse,
- Verarbeitung von Obst und Gemüse,
- Einkauf / Handel von Obst und Gemüse,
- Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Fresh Business Management / Food Value Chain,
- Qualitätsmanagement mit Schwerpunkt Fresh Business Management / Food Value Chain.

§ 2 ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN

Zum Universitätslehrgang „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ werden Personen mit folgenden Voraussetzungen zugelassen:

- Abgeschlossenes Universitäts- oder Fachhochschulstudium (Bachelor oder Masterstudium).
- Abschluss einer facheinschlägigen Berufsbildenden Höheren Schule und eine mindestens einjährige einschlägige Berufspraxis.
- Allgemeine Universitätsreife und eine mindestens dreijährige einschlägige Berufspraxis.
- In begründeten Ausnahmefällen mit einer Meisterprüfung (oder einem gleichwertigen Berufsabschluss) und einer mehrjährigen einschlägigen Berufspraxis.

Die Zulassung erfolgt über das Rektorat.

§ 3 AUFBAU DES STUDIUMS

(1) Der Universitätslehrgang umfasst einen Arbeitsaufwand im Ausmaß von 60 ECTS-Punkten. Das Studium gliedert sich in

Präsenzlehre in 5 Modulen	20 ECTS
Begleitetes Selbststudium in 5 Modulen	20 ECTS
Abschlussarbeit	20 ECTS

Schwerpunktsetzung in den 5 Modulen der Präsenzlehre und dem begleiteten Selbststudium wie folgt:

1. Modul Märkte: Consumer & Innovation Trends in Fruit & Vegetable Markets (trend scouting)
2. Modul Betriebswirtschaftslehre I: Perception of Risk and Risk Management in Fruit & Vegetable Marketing
3. Modul Betriebswirtschaftslehre II: Procurement Perspectives of Fruits & Vegetables in Supply Chain Planning
4. Modul Marketing: Crowd sourcing (via f.e. productscan)
5. Modul Wirtschaft – Politik – Recht: Waste Management

(2) Das 3-Säulenprinzip ist das zentrale Identifikationsmerkmal des Studienangebotes an der Universität für Bodenkultur Wien. Der Universitätslehrgang „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ entspricht diesem Grundsatz. Der Universitätslehrgang weist in Summe Lehrinhalte von mindestens je 15 Prozent aus den Bereichen Technik und Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften sowie Wirtschafts-, Sozial- und Rechtswissenschaften auf.

(3) Struktur des Universitätslehrganges:

1. Semester	2. Semester	3. Semester
<p>Präsenzlehre Module 1 - 5 (je 2 ECTS-Punkte)</p>	<p>Präsenzlehre Module 1 - 5 (je 2 ECTS-Punkte)</p>	<p>Abschlussarbeit (20 ECTS-Punkte)</p>
<p>Übungen Module 1 - 5 (je 2 ECTS-Punkte)</p>	<p>Übungen Module 1 - 5 (je 2 ECTS-Punkte)</p>	

§ 4 MODULE

Der Universitätslehrgang umfasst die folgenden 5 **Module**:

Modul "Märkte" (8 ECTS-Punkte)	LVA-Typ	ECTS-Punkte
LVA-Bezeichnung		
Consumer & Innovation Trends in Fruit & Vegetable Markets (trend scouting) I	VO	2
Consumer & Innovation Trends in Fruit & Vegetable Markets (trend scouting) II	VO	2
Consumer & Innovation Trends in Fruit & Vegetable Markets (trend scouting)I	UE	2
Consumer & Innovation Trends in Fruit & Vegetable Markets (trend scouting) II	UE	2

Modul "Betriebswirtschaftslehre I" (8 ECTS-Punkte)	LVA-Typ	ECTS-Punkte
LVA-Bezeichnung		
Perception of Risk and Risk Management in Fruit & Vegetable Marketing I	VO	2
Perception of Risk and Risk Management in Fruit & Vegetable Marketing II	VO	2
Perception of Risk and Risk Management in Fruit & Vegetable MarketingI	UE	2
Perception of Risk and Risk Management in Fruit & Vegetable MarketingII	UE	2

Modul "Betriebswirtschaftslehre II" (8 ECTS-Punkte)	LVA-Typ	ECTS-Punkte
LVA-Bezeichnung		
Procurement Perspectives of Fruit & Vegetable Supply Chain Planning I	VO	2
Procurement Perspectives of Fruit & Vegetable Supply Chain Planning II	VO	2
Procurement Perspectives of Fruit & Vegetable Supply Chain Planning I	UE	2
Procurement Perspectives of Fruit & Vegetable Supply Chain Planning II	UE	2

Modul "Marketing" (8 ECTS-Punkte)	LVA-Typ	ECTS-Punkte
LVA-Bezeichnung		
Crowd sourcing (via productscan) I	VO	2
Crowd sourcing (via productscan) II	VO	2
Crowd sourcing (via productscan) I	UE	2
Crowd sourcing (via productscan) II	UE	2

Modul "Wirtschaft – Politik – Recht" (8 ECTS-Punkte)	LVA-Typ	ECTS-Punkte
LVA-Bezeichnung		
Waste Management I	VO	2
Waste Management II	VO	2
Waste Management I	UE	2
Waste Management II	UE	2

§ 5 ABSCHLUSSARBEIT

Die Abschlussarbeit ist ein auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basierendes Projekt im Umfang von 20 ECTS-Punkten. Mit der Abschlussarbeit weisen Studierende ihre Fähigkeit nach, eine Aufgabenstellung aus dem Bereich "Fresh Business Management in Fruits & Vegetables Markets" selbständig sowie inhaltlich und methodisch vertretbar zu bearbeiten. Die Abschlussarbeit kann in Deutsch oder Englisch verfasst werden.

§ 6 ABSCHLUSS

Der Universitätslehrgang „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ gilt als abgeschlossen, wenn alle Module und die Abschlussarbeit positiv beurteilt wurden.

§7 BEZEICHNUNG DER ABSOLVENTINNEN UND ABSOLVENTEN

An Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrgangs „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ wird die Bezeichnung „Akademischer Fresh Business Manager in the Food Value Chain“ verliehen.

§8 PRÜFUNGSORDNUNG

(1) Der Universitätslehrgang „Fresh Business Management in the Food Value Chain“ ist abgeschlossen, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

die positive Absolvierung aller Module und im Ausmaß von insgesamt 40 ECTS-Punkten (§ 4 und §5),

die positive Absolvierung der Abschlussarbeit im Ausmaß von 20 ECTS-Punkten (§ 6),

(2) Die Beurteilung des Studienerfolges erfolgt bei den Modulen in Form von Lehrveranstaltungsprüfungen. Die Lehrveranstaltungsprüfungen können schriftlich und/oder mündlich nach Festlegung durch die Leiterin oder den Leiter der Lehrveranstaltung unter Berücksichtigung des ECTS-Ausmaßes absolviert werden.

(3) Die abgeschlossene Abschlussarbeit ist von der Betreuerin oder vom Betreuer mit schriftlicher Begründung zu bewerten.

(4) Für den Gesamtstudienerfolg ist eine Gesamtbeurteilung zu vergeben. Diese hat „bestanden“ zu lauten, wenn jede Teilleistung positiv beurteilt wurde, andernfalls hat sie „nicht bestanden“ zu lauten. Die Gesamtbeurteilung hat „mit Auszeichnung bestanden“ zu lauten, wenn keine Teilleistung schlechter als „gut“ und mindestens die Hälfte der Teilleistungen mit „sehr gut“ beurteilt wurde.

§9 INKRAFTTRETEN

Dieses Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Folgemonats der Verlautbarung im Mitteilungsblatt in Kraft.

ANHANG A LEHRVERANSTALTUNGSTYPEN

Folgende Typen von Lehrveranstaltungen stehen zur Verfügung:

Vorlesungen (VO)

Vorlesungen sind Lehrveranstaltungen, in denen Teilbereiche eines Faches und seiner Methoden didaktisch aufbereitet vermittelt werden.

Übungen (UE)

Übungen sind Lehrveranstaltungen, in denen Studierende unter Anleitung aufbauend auf theoretischem Wissen spezifische praktische Fertigkeiten erlernen und anwenden.

ANHANG B MODULBESCHREIBUNGEN

Titel des Moduls	Modul "Märkte"
Lernergebnisse (Learning Outcomes)	<p>Die Studierenden</p> <p>beherrschen grundlegende Konzepte des Trend-Scouting und der Laddering Technik und können diese eigenständig anwenden.</p> <p>kennen und verstehen Kaufverhaltenssituationen privater Haushalte und können Effekte von ausgewählten Stresssituationen für Konsumentinnen und Konsumenten auf deren Kaufentscheidungsprozesse beurteilen.</p> <p>haben Kenntnisse über die wichtigsten Trends am Obst und Gemüse Markt und erkennen die Zusammenhänge zur Entwicklung neuer Produkte im Bereich Obst und Gemüse</p>
Lehrveranstaltungen	
Bezeichnung der LVA	<p>Consumer & Innovation Trends in Fruit & Vegetable Markets (trend scouting), VO</p> <p>Consumer & Innovation Trends in Fruit & Vegetable Markets (trend scouting), UE</p>
Standort der LVA	UFT Tulln
Häufigkeit des Angebots	Gemäß Nachfrage

Titel des Moduls	Modul "Betriebswirtschaftslehre I"
Lernergebnisse (Learning Outcomes)	<p>Die Studierenden</p> <p>kennen die Theorie der schwachen Signale beim Risikomanagement und können die für das Fresh Business Management geeigneten Möglichkeiten zur Beeinflussung der Produkthaftungswahrnehmung in der Wertschöpfungskette Lebensmittel beschreiben.</p> <p>kennen die wichtigsten Inhalte der Global Food Safety Initiative (GFSI) und der Global Agricultural Practices (GAP).</p> <p>können die Beziehungen zwischen Produkthaftung und Lebensmittelhandel erörtern.</p> <p>kennen die wesentlichen Unterschiede des Begriffs "product liability risk" aus der Sicht der Partner der Wertschöpfungskette Lebensmittel.</p>
Lehrveranstaltungen	
Bezeichnung der LVA	<p>Perception of Risk and Risk Management in Fruit & Vegetable Marketing, VO</p> <p>Perception of Risk and Risk Management in Fruit & Vegetable Marketing, UE</p>
Standort der LVA	UFT Tulln
Häufigkeit des Angebots	Gemäß Nachfrage

Titel des Moduls	Modul "Betriebswirtschaftslehre II)
Lernergebnisse (Learning Outcomes)	<p>Die Studierenden</p> <p>können die spezifischen Charakteristika der Obst und Gemüse Supply Chain Planung und Koordination beschreiben.</p> <p>kennen die wichtigsten Effektgrößen des Beschaffungsmarketing zwischen Produzenten und Händlern.</p> <p>können Anwendungsbeispiele für die Optimierung der Fruit & Vegetables Supply Chain beschreiben.</p> <p>kennen Beeinflussungsmöglichkeiten der Effektgrößen des Beschaffungsmarketing zwischen Produzenten und Händlern.</p> <p>kennen die Bedeutung des Value Chain Branding für das Beschaffungsmarketing in der Fresh Value Chain.</p>
Lehrveranstaltungen	
Bezeichnung der LVA	Procurement Perspectives of Fruit & Vegetable Supply Chain Planning, VO Procurement Perspectives of Fruit & Vegetable Supply Chain Planning, UE
Standort der LVA	UFT Tulln
Häufigkeit des Angebots	Gemäß Nachfrage

Modulbezeichnung	Modul "Marketing"
Lernergebnisse (Learning Outcomes)	<p>Die Studierenden</p> <p>haben einen Überblick über die Möglichkeiten des Crowd-sourcing zur Nutzung virtueller freiwilliger Mit-Entscheider-Gruppen für die Neuproduktplanung.</p> <p>können internationale Datenbanken wie z.B. productscan für Fast Moving Consumer Goods zur Neuproduktentwicklung nutzen.</p> <p>kennen im Rahmen der Neuproduktentwicklung das State-Gate-Modell nach Cooper.</p> <p>haben einen Überblick über die Anwendung des Stage-Gate-Modells in großen und mittleren europäischen Unternehmen.</p>
Lehrveranstaltungen	
Bezeichnung der LVA	Crowd sourcing (via productscan), VO Crowd sourcing (via productscan), UE
Standort der LVA	UFT Tulln
Häufigkeit des Angebots	Gemäß Nachfrage

Titel des Moduls	Modul "Wirtschaft – Politik – Recht"
Lernergebnisse (Learning Outcomes)	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen abfallreduzierende und damit kostensparende Platzierungshilfen bei Obst und Gemüse im Handel. können abfallreduzierende Platzierungshilfen in den Beschaffungsprozess des Lebensmittelhandels integrieren. kennen Beispiele zur Nachnutzung von "Abfall" im europäischen Lebensmittelhandel. können Nachnutzungsmöglichkeiten von "Abfall" gestalten.
Lehrveranstaltungen	
Bezeichnung der LVA	Waste Management, VO Waste Management, UE
Standort der LVA	UFT Tulln
Häufigkeit des Angebots	Gemäß Nachfrage