

MBA Trend- und Nachhaltigkeits- Management

Gültig ab Jahrgang Start 2019 (Stand 30.3.2019)

MODULHANDBUCH



Inhaltsverzeichnis

I.1 Strategisches und Normatives Management	3
I.2 Gesellschaftlicher Wandel und sozio-ökonomische Trends	6
I.3 Zukunft der Arbeit - Arbeit der Zukunft -	9
I.4 Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik	12
II.1 Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile	14
II.2 Wert-Wirtschaft und Gemeinwohl-Orientierung	16
II.3 Unternehmenskommunikation: Markenführung und Medienkompetenz	19
II.4 Trend- und Innovations-Management	23
III.1 Nachhaltiges Management	27
III.2 Selbstbestimmung	33
III.3 Führung im Wandel	37
III.4 General Management / Zukunfts-Labor	40
IV. Master Thesis	43

I.1 Modul Strategisches und Normatives Management

Modulbezeichnung		I.1 Strategisches und Normatives Management
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Kenntnisse strategischer Unternehmensführung erlangen • theoretische Modelle auf konkrete Probleme anwenden können • Unternehmen in ihrer Verantwortung als Teil der Gesellschaft verstehen • Gewinn- vs. Gemeinwohlorientierung, ökonomische vs. ethische Ziele reflektieren können • ethische Argumentationsmuster auf aktuelle Themen anwenden können • sich zu konkreten Fragestellungen eine eigene ethische Position erarbeiten und diese argumentativ und systematisch begründen können
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltungen
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele, Forschendes Lernen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen
Bezüge zu anderen Modulen	I.2 / II.2. / III.1
	... nachhaltiger Entwicklung	Normatives Management behandelt die zentralen Werte der Unternehmensführung. Dabei stehen Fragen der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens (CSR, Corporate Social Responsibility) und damit des nachhaltigen Wirtschaftens im Mittelpunkt.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe Lehrveranstaltung
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Modulart	Pflichtfach
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		I.1.1 Strategisches Management (Prof. Dr. Werner Ziegler) I.1.2 Normatives Management (Klaus Gourgé)

Lehrveranstaltung		I.1.1 Strategisches Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Bedeutung einer Vision für die Strategie eines Unternehmens kennen und an Praxisbeispielen aufzeigen können Instrumente beschreiben, erläutern, bewerten, anwenden können Ablaufphasen der Strategieentwicklung unterscheiden und kennen Vorschläge entwickeln, um für strategische Entscheidungen Merkmale von Märkten zu erheben, zu identifizieren und in ein Strategiekonzept zusammenzufassen/zu implementieren Ansätze entwickeln und Maßnahmen vorschlagen für strategisch verankertes Personalmanagement 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	
		Selbst		x	
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Visionen und Ziele Begriffe und Notwendigkeit der strategischen Unternehmensführung Aufgaben der strategischen Unternehmensführung Operative vs. strategische Unternehmensführung Phasen der strategischen Führung Konzepte und Instrumente der strategischen Unternehmensführung Strategien verschiedener Märkte und Branchen Strategisches Personalmanagement 			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussionen			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
	Literatur / Lehrmaterial	Skript mit Literaturliste Literaturempfehlungen: Gälweiler, A.: Strategische Unternehmensführung, Frankfurt am Main/New York (Campus) 2005 Hinterhuber, H.: Strategische Unternehmensführung Band I: Strategisches Denken, Berlin (Erich Schmidt) 2011 Hinterhuber, H.: Strategische Unternehmensführung Band I: Strategisches Handeln, Berlin (Erich Schmidt) 2004 Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, Wiesbaden (Gabler) 2010 Pinow, D.: Führen. Worauf es wirklich ankommt, Wiesbaden (Gabler) 2006			
Besonderes	Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele				
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%			

Lehrveranstaltung		I.1.2 Normatives Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> Die unterschiedlichen Dimensionen gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen (CSR) kennen, verstehen und eigenständig beurteilen können Wirtschafts- und unternehmensethische Positionen kennen und ihre Argumentation kritisch reflektieren können Management verstehen als Balance zwischen wertebasiertem und auf Wertsteigerung / Werterhalt gerichtetem Handeln Aktuelle Fragen von wirtschaftsethischer Relevanz systematisch bearbeiten und den eigenen Standpunkt in einer Diskussion vertreten können 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x		
		Selbst		x	X
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Corporate Social Responsibility (CSR) Wirtschaftsethische Argumentationsmuster und Grundbegriffe Unternehmen als Teil der Gesellschaft Gewinn- vs. Gemeinwohlorientierung, ökonomische vs. ethische Ziele Wirtschaftsethische Relevanz in aktuellen Problemen 			
	Lehr- / Lernformen	Forschendes Lernen			
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung zu theoretischen Grundlagen; eigenständige Themensuche; Bearbeiten der Forschungsfrage mit Unterstützung / Input on demand; Präsentationen mit Diskussion / Feedback				
Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> Skript Literaturempfehlungen: <ul style="list-style-type: none"> Sandel, Michael (2012): What money can't buy, dt. Was man für Geld nicht kaufen kann. Die moralischen Grenzen des Marktes Porter, Michael E. (et al.): Shared Value – Die Brücke von Corporate Social Responsibility zu Corporate Strategy, in: A. Schneider / R. Schmidbauer (Hrsg.) (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, S. 145-160. Sandel, M. (o.J.): video lectures, episodes 2 +3, on: http://www.justiceharvard.org eigenständige Literaturrecherche nach Festlegung der Themen 				
Besonderes	Eigenständige Themensuche und -bearbeitung zu zeitaktuellen Fragen von wirtschaftsethischer Relevanz				
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Studienarbeit = 16% (12 UE) : 84%			

I.2 Modul Gesellschaftlicher Wandel und sozio-ökonomische Trends

Modulbezeichnung		I.2 Gesellschaftlicher Wandel und sozio-ökonomische Trends
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>In einer immer komplizierter werdenden Management-Welt brauchen (angehende) Führungskräfte schnell operationalisierbare Konzepte, um zweierlei zu leisten: 1.) den Umsatz- und Wachstumsanforderungen gerecht zu werden, die sich 2.) jedoch im 21. Jahrhundert direkt an die Imperative nachhaltiger Wertschöpfung knüpfen.</p> <p>Nach Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trends als Early-Warning-System zu nutzen: Sie erfahren, wie Megatrends, Technologie-, Gesellschaftstrends und Konsumtrends als Frühwarnsystem eingesetzt werden können, um auf Veränderungen im eigenen Business reagieren können; • Trends als Business-Navigator zu nutzen: Sie erwerben Kenntnisse und Techniken, wie mittels Trendanalyse die für das Unternehmen wichtigsten sozioökonomischen Veränderungen richtig eingeschätzt werden können; • Zeitgeistströmungen interpretieren und in unternehmerisches Handeln übersetzen zu können: Die TeilnehmerInnen erwerben Fachkenntnisse darin, wie Trends die Konsumwünsche und Lebensstile ihrer Kunden verändern und können frühzeitig den Bedürfniswandel in innovative Konzepte umsetzen; • neue Methoden einzusetzen, um zeitnah auf Krisen, Konjunkturschwünge und technologische Neuerungen reagieren zu können.
	Inhalte	<p>Innovationen werden in Zukunft nur dann wirklich substantielle Wirkung entfalten, wenn sie als nachhaltige Innovationen konzipiert sind. Für die beruflichen Anforderungen der kommenden Jahre heißt das vor allem: Innovatives Handeln wird gleichzeitig auch ökologisch- und sozial-verantwortliches Handeln sein. Um diesen neuen Job-Herausforderungen gerecht zu werden, ist es wichtig, sozio-ökonomischen Wandel möglichst umfassend zu verstehen. Ein ausgezeichnetes Instrument dafür sind die Megatrends und weitere daraus abgeleitete Trends (Trendtechnologietrends, Gesellschaftstrends, sowie Konsum- und Lebensstiltrends). Mit den Megatrends beschreiben wir die 15 wichtigsten Veränderungstreiber, die Wirtschaft und Gesellschaft in den kommenden 30 bis 50 Jahren mitunter radikal verändern werden. Zu ihnen gehören unter anderem Veränderungsprozesse wie die Digitalisierung, wie die Energiewende, aber auch Themen wie Demografischer Wandel, Neourbanität und Multipolare Weltordnung/Migration. Das intensive Studium der Megatrends und aller davon abgeleiteten weiteren Trendebenen wird im Management der kommenden Jahre entscheidend wichtig, da sich nur noch auf Basis der relevanten sozioökonomischen Transformationslogiken nachhaltige Konzepte für ein zielführendes unternehmerisches Handeln entwickeln lassen.</p>

	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis Übungen zur Diagnose von Anreizsystemen, von Gruppeneffekten und von Konflikten in interkulturellen Teams, Lernteamcoaching
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.1 / Modul II.1. / Modul II.2 / Modul II.3
	... nachhaltiger Entwicklung	Sozioökonomischen Wandel zu verstehen, das heißt in der unternehmerischen Zukunft vor allem: Nachhaltigkeitsziele mit Umsatzzielen zu verschmelzen. Nachhaltigkeit ist darüber hinaus aber längst auch ein hochproduktiver Bereich unserer Gesellschaft, der von technologischen bzw. soziotechnologischer Innovationsfähigkeit lebt. Damit gehören Nachhaltigkeit und Ökoeffizienz zu den essentiellen Anforderungen jedweden unternehmerischen und sozialem Verhaltens.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Dr. Eike Wenzel
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		I.2.1 Gesellschaftlicher Wandel und sozio-ökonomische Trends

Lehrveranstaltung		I.2.1 Gesellschaftlicher Wandel und sozio-ökonomische Trends			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Die TeilnehmerInnen sind in der Lage:			
		<ul style="list-style-type: none"> • Zeitgeistströmungen zu interpretieren und in unternehmerisches Handeln zu übersetzen: Sie erwerben Fachkenntnisse darin, wie Trends die Konsumwünsche und Lebensstile ihrer Kunden verändern und können frühzeitig den Bedürfniswandel in innovative Konzepte umsetzen. • neue Methoden zu nutzen, um zeitnah auf Krisen, Konjunkturschwünge und technologische Neuerungen reagieren zu können. 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	
	Selbst		x		
	Sozial	x	x	x	
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Trends als Early-Warning-System zu nutzen: Sie erfahren, wie Megatrends, Technologie-, Gesellschaftstrends und Konsumtrends als Frühwarnsystem eingesetzt werden können, um auf Veränderungen im eigenen Business reagieren können. • Trends als Business-Navigator nutzen: Sie erwerben Kenntnisse und Techniken, wie mittels Trendanalyse die für das Unternehmen wichtigsten sozioökonomischen Veränderungen richtig eingeschätzt werden können. 			
Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussionen				
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen				
Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Skript mit ausführlicher Literaturliste • Literaturempfehlungen: <ul style="list-style-type: none"> • Präsentationen des Instituts für Trend- und Zukunftsforschung (ITZ): www.zukunftpassiert.de • WIWO Green: http://www.wiwo.de/eike-wenzel/13405532.html • Megatrends! Kolumne Dr. Eike Wenzel: http://megatrends-letter.de/category/blog/megatrends-kolumne/ • Mind Set! Wie wir die Zukunft entschlüsseln 1. März 2007 von John Naisbitt und Tatjana Halek • Megatrends - 10 Perspektiven, die unser Leben verändern werden 1. Januar 1984 von John Naisbitt • #wir: Wie die Digitalisierung unseren Alltag verändert 7. März 2014 von Eike Wenzel und Oliver Dziemba • Wie wir morgen leben werden: 15 Lebensstiltrends, die unsere Zukunft prägen werden 4. April 2012 von Eike Dr. Wenzel und Oliver Dziemba • Marketing 2020: Die elf neuen Zielgruppen - wie sie leben, was sie kaufen 2. März 2009 von Oliver Dziemba und Eike Wenzel • Zukunft machen: Wie Sie von Trends zu Business-Innovationen kommen. Ein Praxis-Guide 31. August 2007 von Eike Wenzel, Matthias Horx und Jeanette Huber • Ist die Zukunft noch zu retten?: Warum unser System in der Krise steckt - und was sich ändern muss, damit wir... 28. März 2011 von Eike Wenzel 				
Besonderes	Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele				
Organisation	ECTS-Punkte	6 ECTS			
	Aufteilung	150 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%			

I.3 Modul Zukunft der Arbeit - Arbeit der Zukunft

Modulbezeichnung		I.3 Zukunft der Arbeit - Arbeit der Zukunft
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Die TeilnehmerInnen sind in der Lage,den Wandel von Arbeit auf der Basis sozial- und volkswirtschaftlicher Forschung nachzuvollziehen ...Treiber der Veränderung zu erkennen, zu analysieren und zu differenzieren ...Gestaltungsfelder der Zukunft der Arbeit in Organisationen allgemein zu bewerten sowie spezifisch in der eigenen Organisation bedarfsorientiert zu identifizieren und umzusetzen ...die Rolle von Führungskräften beim Wandel der Arbeitswelt zu erläutern und aktiv zu gestalten bzw. auszufüllen (bei eigener Führungsverantwortung)
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Seminar mit Referaten von Dozent und Teilnehmern, Diskussionen, Fallbeispielen aus der Organisationspraxis und Übungen zur Priorisierung von Handlungsfeldern zur Zukunft der Arbeit in unterschiedlichen Organisationen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.1 / Modul II.2 / Modul II.3 / Modul III.2 / III.3
	... nachhaltiger Entwicklung	Wertewandel, demographische Veränderungen, Technisierung und ein immer schärferer internationaler Wettbewerb verändern das bisherige Verständnis von Arbeit. In Zukunft wird Arbeit anders organisiert sein und eine andere Bedeutung haben. Umso wichtiger ist es, die sozialen und soziokulturellen Aspekte der Nachhaltigkeit von Arbeit zu stärken.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe Lehrveranstaltung
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung/Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		I.3.1. Zukunft der Arbeit - Arbeit der Zukunft (Torge Lars Rosenberg)

Lehrveranstaltung		I.3.1 Zukunft der Arbeit - Arbeit der Zukunft			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Den Wandel von Arbeit auf der Basis sozial- und volkswirtschaftlicher Forschung nachvollziehen • Treiber der Veränderung kennen, analysieren und differenzieren können, reduktive Hypothesen erkennen und bewerten • Gestaltungsfelder der Zukunft der Arbeit in Organisationen kennen und erläutern sowie in der eigenen Organisation bedarfsorientiert identifizieren und analysieren können • Die Rolle von Führungskräften beim Wandel der Arbeitswelt kennen und aktiv gestalten/ausfüllen können 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
	Fach	x	x	x	
	System	x			
	Selbst		x	x	
	Sozial	x		x	
Inhalte	<p>1. Arbeit – historische und aktuelle Bezüge</p> <p>1.1 Menschliche Arbeit 1.2 Unentgeltliche Arbeit – Erwerbsarbeit – Industriearbeit 1.3 Gegenwart und Zukunft der Arbeit</p> <p>2. Zukunft der Arbeit – Treiber der Veränderung</p> <p>2.1 Globalisierung 2.2 Wettbewerb 2.3 Digitalisierung und Automatisierung 2.4 Wertewandel 2.5 Demographie</p> <p>3. Zukunft der Arbeit, Arbeit der Zukunft – Gestaltungsfelder für die Organisationspraxis</p> <p>3.1 Neue Arbeitsmärkte 3.2 Digitale Arbeitswelten 3.3 Unternehmensorganisation und Hierarchie 3.4 Zeitliche und räumliche Flexibilität 3.5 Führung und shared leadership 3.6 Kundenzentriertheit 3.7 Beschäftigungsfähigkeit, Qualifikation und Gesundheit 3.8 Arbeit und Nachhaltigkeit</p>				
	Lehr- / Lernformen	Seminar mit Referaten von Dozent und Teilnehmern, Diskussionen, Fallbeispielen aus der Organisationspraxis und Übungen zur Priorisierung von Handlungsfeldern zur Zukunft der Arbeit in unterschiedlichen Organisationen			
	Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit Referaten von Dozent und Teilnehmern, Diskussionen, Fallbeispielen aus der Organisationspraxis und Übungen zur Priorisierung von Handlungsfeldern zur Zukunft der Arbeit in unterschiedlichen Organisationen			

	Literatur / Lehrmaterial	<p>Literaturempfehlungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Acatech (Hg.): „Die digitale Transformation gestalten. Was Personalvorstände zur Zukunft der Arbeit sagen. Ein Stimmungsbild aus dem Human-Resources-Kreis von Acatech und Jacobs-Foundation, online unter http://www.acatech.de/fileadmin/user_upload/Baumstruktur_nach_Website/Acatech/root/de/Publicationen/Stellungnahmen/acatech_IM_PULS_HR-Kreis_WEB.pdf (Abrufdatum 03.07.2017) ▪ Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“: Arbeit und Digitalisierung, 66. Jg., 18-19/2016, online unter https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2016-18-19_online.pdf (Abrufdatum 03.07.2017) ▪ Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hg.): Wertewelten Arbeiten 4.0, online unter https://www.arbeitenviernull.de/fileadmin/Downloads/Wertestudie_Arbeiten_4.0.pdf (Abrufdatum 03.07.2017) ▪ Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hg.): Weißbuch Arbeiten 4.0, online unter http://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/a883-weissbuch.pdf;jsessionid=5C62982A694EC59E3B34C284F55ABDC3?__blob=publicationFile&v=9 (Abrufdatum 03.07.2017) ▪ Franken, S.: Führen in der Arbeitswelt der Zukunft: Instrumente, Techniken und Best-Practice-Beispiele, Heidelberg/Berlin: Springer-Gabler, 2016 ▪ Hackl, B. u. a.: New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt: Management-Impulse, Praxisbeispiele, Studien, Heidelberg/Berlin: Springer-Gabler, 2017
	Besonderes	
Organisa- tion	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%

I.4 Modul Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung		I.4 Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Das Modul Wirtschaftspolitik vermittelt den Studierenden einen fundierten Überblick über die wesentlichen gesamtwirtschaftlichen Zusammenhänge und Fragestellungen. Die Studierenden sind somit in der Lage, aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik fundiert und differenziert zu verstehen und zu beurteilen. Sie können das gesamtwirtschaftliche Umfeld, ordnungspolitische Fragen oder geld-, finanz- und umweltpolitische Vorgaben in die Entscheidungen der betrieblichen Praxis einbeziehen. Darüber hinaus sind sie befähigt, die Konsequenzen einer zunehmenden außenwirtschaftlichen Verflechtung und Internationalisierung der Wirtschaft zu erkennen, um diesen zentralen Aspekt bei unternehmerischen Entscheidungen angemessen zu berücksichtigen. Nach Abschluss des Moduls ist neben einem Grundverständnis für das Funktionieren einer marktwirtschaftlich organisierten Volkswirtschaft auf gesamtwirtschaftlicher Ebene auch ein Verständnis für die einzel- und gesamtwirtschaftlichen Wirkungen der staatlichen Wirtschaftstätigkeit vorhanden.
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen
Bezüge zu anderen Modulen	keine
	... nachhaltiger Entwicklung	In Zeiten der Wirtschaftskrise ist das Kennen ökonomischer Zusammenhänge extrem wichtig. Das Eingreifen des Staates in wirtschaftspolitische Aspekte von Unternehmen ist in Zeiten der Finanzkrise ein aktuell diskutiertes Thema. Die finanzielle Unterstützung der Unternehmen und Staaten wird auch in den nächsten Jahren weiter diskutiert werden. Vor allem vor diesem Hintergrund sind ökonomische und ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit von Bedeutung.
Prüfungsleistungen		Klausur K 60
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Gerhard Mauch
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%
Lehrveranstaltungen		I.4.1 Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik

Lehrveranstaltung		I.4.1 Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik			
Ausgestal- tung	Qualifikati- onsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik in einen modellhaften Rahmen einordnen und diskutieren können. • Die Funktionsweise gesamtwirtschaftlicher Märkte, wie z.B. des Arbeits-, Kapital-, Geld- und Devisenmarktes, in einem theoretischen Modellrahmen unter Anwendung mathematischer, statistischer und mikroökonomischer Kenntnisse analysieren können • Ansatzpunkte, Instrumente und Grenzen der nationalen Wirtschaftspolitik erklären können • Herausforderungen der Globalisierung und der europäischen Integration für die heimische Volkswirtschaft beurteilen können 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	x
		Selbst	x	x	x
	Sozial	x	x	x	
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen gesamtwirtschaftlichen Denkens • Kreislaufanalyse und volkswirtschaftliches Rechnungswesen • Betrachtung einer Volkswirtschaft in der kurzen Frist Das Problem wirtschaftlicher Schwankungen • Betrachtung einer Volkswirtschaft in der langen Frist Die Bestimmungsfaktoren der langfristigen Entwicklung • Ordnungspolitische Grundlagen Gestaltung von Verfügungsrechten, Vertragstheorie, kollektive Entscheidungen • Wirtschaftspolitische Konzeptionen im historischen Wandel Angebots- vs. nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik • Grundfragen aktueller Wirtschaftspolitik Arbeitslosigkeit: Ursachen und Bekämpfung; Preisniveaustabilität: Geldpolitik; Nationale Wirtschaftspolitik und Internationalisierung 			
		Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation		
		Lehr- / Lern- methoden	Vorlesung und Diskussion aktueller weltwirtschaftlicher Themen		
		Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Blanchard, O.; Illing, G. (2006): Makroökonomie, 4. Aufl., München • Breyer, F.; Kolmar, M. (2005): Grundlagen der Wirtschaftspolitik, 2. Aufl., Tübingen • Görgens, E. et al. (2004): Europäische Geldpolitik, 4. Aufl., Stuttgart • Klump, R. (2006): Wirtschaftspolitik, München • Krugmann, P.R.; Obstfeld, M. (2006): Internationale Wirtschaft, 7. Aufl., München • Mankiw, N.G. (2003): Makroökonomik, 5. Aufl., Stuttgart 		
Besonderes					
Organisa- tion	ECTS-Punkte	6 ECTS			
	Aufteilung	150 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%			

II.1 Modul Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile

Modulbezeichnung		II.1 Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Die Studierenden erwerben in der Veranstaltung einen fundierten Überblick über die wesentlichen Diskussionsstränge, die Klimaschutz und Wirtschaftswachstum zu einem neuen Wirtschafts- und Lebenskonzept verknüpfen wollen. Aufbauend auf den Grundlagen der Klimaschutzpolitik und des Konzepts „grüner Wachstumsmärkte“ sind die Studierenden in der Lage, aktuelle Themenfelder in diesem Bereich zu verstehen und differenziert zu beurteilen.
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	s. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung
Bezüge zu anderen Modulen	I.2, I.4, III.1
	... nachhaltiger Entwicklung	Als Antwort auf die Wirtschaftskrise entwickelte die OECD das Konzept des „green growth“, das durch eine Fokussierung der Volkswirtschaften auf grüne Wachstumsbereiche wie Elektromobilität, erneuerbare Energien oder Energieeffizienz ein qualitatives Wachstum ermöglichen soll. So werden mit staatlicher Unterstützung vorrangig Wirtschaftsbereiche gefördert, die Umwelttechnologien im weitesten Sinne zur Marktreife und zur Anwendung bringen.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Marc Ringel
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%
Lehrveranstaltungen		II.1.1 Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile

Lehrveranstaltung		II.1.1 Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Verständnis für das Zusammenspiel von Klimaschutzpolitik und „grünem“ Wirtschaftswachstum in Zukunftsbereichen wie Elektromobilität, Erneuerbare Energien oder Energieeffizienz • Erarbeitung von Konzepten „nachhaltiger Lebens- und Wirtschaftsstile“ anhand der Analyse des Konzepts der Smart Cities • Vergleichende Beurteilung verschiedener Konzepte von „intelligenten“ Städten anhand von Beispielen aus Deutschland, der EU (Smart Cities and Communities), Indien (100 Smart cities initiative), Saudi Arabien (Konzept der King Abdullah Economic City) bzw. den Vereinigten Arabischen Emiraten (Masdar City) 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	x
		Selbst	x	x	x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Klimaschutzpolitik nach Paris 2015: Welche Optionen gibt es? • Konzept des „green growth“ • Smart Cities: Nachhaltige Lebensräume 			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Analyse von Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation			
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung und problem based learning				
Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Crastan, V. (2016): Weltweite Energiewirtschaft und Klimaschutz, Berlin • Meyer, A. et al. (2016): Smart City : Strategie, Governance und Projekte, Wiesbaden • Friegle, C, Herbes, C. (2015): Marketing erneuerbarer Energien : Grundlagen, Geschäftsmodelle, Fallbeispiele, München • Attias, D. (2017): The Automobile Revolution : Towards a New Electromobility Paradigm, Hamburg • OECD (2014): Green growth indicators. Pdf im Hochschulnetz verfügbar über oecd iLibrary: http://www.oecd-ilibrary.org/environment/green-growth-indicators-2013_9789264202030-en • Umweltbundesamt (2015): Green Economy: Nachhaltige Wohlfahrt messbar machen unter Nutzung der umweltökonomischen Gesamtrechnungs-(UGR) Daten. https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_69_2015_green_economy_nachhaltige_wohlfahrt_messbar_machen_0.pdf • UNEP/Green Growth Knowledge Platform (2016): Germany. http://www.greengrowthknowledge.org/country/germany 				
Besonderes					
Organisation	ECTS-Punkte	6 ECTS			
	Aufteilung	150 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%			

II.2 Modul Wert-Wirtschaft und Gemeinwohl-Orientierung

Modulbezeichnung		II.2 Wert-Wirtschaft und Gemeinwohl-Orientierung
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen unterschiedliche ökonomische Denkmodelle und Konzepte des Wirtschaftens; sie sind in der Lage, diese differenziert hinsichtlich ihrer direkten und indirekten Auswirkungen bewerten zu können.</p> <p>Die Teilnehmer*innen sind sich ihres persönlichen Werterahmens bewusst; sie können wertebasierte Führungsstrategien entwickeln und anwenden.</p> <p>Die Studierenden kennen das Konzept der Gemeinwohlökonomie sowie das Instrument der Gemeinwohl-Matrix als strategischen Managementrahmen und üben deren konkrete Anwendung im Unternehmen.</p>
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Analyse von Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.1 / Modul I.2 / Modul II.2 / Modul II.1 / Modul III.2
	... nachhaltiger Entwicklung	Die Gemeinwohl-Orientierung ebenso wie die hier behandelten Wertegrundsätze sind zentrale Bestandteile eines nachhaltigen Wirtschaftsmodells.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe Lehrveranstaltung
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Modulart	Pflichtfach
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltung		II.2.1 Werte- und gemeinwohlorientiertes Management (Dr. Oliver Viest)

Lehrveranstaltung		II.2.1 Werte- und gemeinwohlorientiertes Management			
Ausgestal- tung	Qualifikati- onsziele	Die Studierenden kennen unterschiedliche ökonomische Denkmodelle und Konzepte des Wirtschaftens; sie sind in der Lage, diese differenziert hinsichtlich ihrer direkten und indirekten Auswirkungen bewerten zu können.			
		Die Teilnehmer*innen sind sich ihres persönlichen Werterahmens bewusst; sie können wertebasierte Führungsstrategien entwickeln und anwenden.			
	Die Studierenden kennen das Konzept der Gemeinwohlökonomie sowie das Instrument der Gemeinwohl-Matrix als strategischen Managementrahmen und üben deren konkrete Anwendung im Unternehmen.				
	Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen	
	Fach	x	x	x	
	System	x			
	Selbst	x		x	
Sozial	x	x	x		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Exemplarische ökonomische Alternativkonzepte: Transformationsdesign, Postwachstumsökonomie, DeGrowth, Gemeinwohlökonomie (GWÖ) als Wirtschaftsmodell ,... • Umwelt und persönliche Werte als Grundlage nachhaltigen Wirtschaftens • Bedeutung ethisch-ökologischer Aspekte für Handlungsfelder von Unternehmen • Beweise des Gelingens: Mehrwert einer holistischen Weltsicht für progressives unternehmerisches Handeln • Bewertung von ethisch-ökologischen Auswirkungen von Unternehmen in Ergänzung zur finanziellen Perspektive 				
Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Interaktion, Diskussion				
Lehr- / Lern- methoden	Analyse von Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation, praktische Übungen				

	Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • FactorY - Magazin für nachhaltiges Wirtschaften, Thema: Trans-Form. Hrsg.: Aachener Stiftung Kathy Beys, Nr. 2, 2013 • Felber, C.: Die Gemeinwohl-Ökonomie, Wien 2012 • Frey, B.S., Stutzer, A.: Glück: Die ökonomische Analyse, Working Paper No. 417, Zürich 2009 • Gatterer, H.: Trendstudie: Die Zukunft der Gemeinnützigkeit, Wien 2014 • Niebert, Kai: Mut zur Effizienz und Befreiung, in: Umwelt Aktuell, München, März 2016, S. 2 f. • Grimm, J.: Ergebnisse der Glücksforschung als Leitfaden für politisches Handeln?, Flensburg 2006 • Grenzen des Wachstums, Hrsg.: Michael Otto Stiftung, Hamburg 2011 • Koths, G., Holl, F.: Verantwortungsvoller Konsum – ein Problem asymmetrisch verteilter Information? S. 663 ff., in: Corporate Social Responsibility, Hrsg.: Schneider, A., Schmidpeter, R., Berlin - Heidelberg 2012 • Otto Group Trendstudie 2013: Lebensqualität, Hamburg 2013 • Paech, B., Paech N.: Suffizienz plus Subsistenz ergibt ökonomische Souveränität, S. 54 ff., in: Politische Ökologie 124 *Post-Oil City, München, 2011 • Schneider, A.: Reifegradmodell CSR – eine Begriffsklärung und -abgrenzung, S. 17 ff. in A. Schneider, R. Schmidpeter (Hrsg.), Corporate Social Responsibility, Berlin – Heidelberg, 2012 • Seidl, I, Zahrnt, A.: Die Postwachstumsgesellschaft. Neuer Wohlstand, neues Wohlergehen, in: Politische Ökologie 133 *Große Transformation, S. 46 ff., München, 2013 • Viest, O.: Die Gemeinwohl-Bilanz: Hilfe bei der Nachhaltigkeitsstrategie kleiner Unternehmen, S. 5 ff., in: Forum Wirtschaftsethik, Zeitschrift des dnwe, Berlin 2015, • Viest, O.: Mehr als nur Gewinn, S. 70 ff. in: Update 21, Schwerpunkt Nachhaltigkeit und Unternehmensführung, WS 15/16, Hochschule Mainz 2015
	Besonderes	
Organisa- tion	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 34% : 50%

II.3 Unternehmenskommunikation: Markenführung und Medienkompetenz

Modulbezeichnung		II.3 Unternehmenskommunikation: Markenführung und Medienkompetenz
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Studierende erwerben ein vertieftes Verständnis für die Anforderungen gelingender Kommunikation mit den Anspruchsgruppen (Stakeholdern) des Unternehmens.</p> <p>Studierende lernen, Unternehmenskommunikation und Markenführung im Unternehmen zu verankern.</p> <p>Sie erwerben detaillierte Kenntnisse in Strategien und Techniken der Kommunikation und des Marken-Managements.</p> <p>Studierende entwickeln ein fundiertes Markenverständnis, können Rahmenbedingungen für Kommunikationsmaßnahmen einschätzen und Ziele für die Unternehmenskommunikation und Markenführung festlegen.</p>
	Inhalte	Zukunftssichernde Unternehmenskommunikation und Markenführung erfordert die konsequente Fokussierung von Unternehmensaktivitäten auf die Bedürfnisse der Anspruchsgruppen. Kommunikations- und Markenverständnis stellt ein grundlegendes Rüstzeug für Manager dar, um in einer digitalisierten Welt selbstständig neue Herausforderungen in der Kommunikation analysieren und Lösungen bewerten zu können.
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Erarbeiten von Fallstudien, Lehrfilme, Gruppenarbeiten
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
Bezüge zu anderen Modulen	
	... nachhaltiger Entwicklung	Kompetenz im Umgang mit den Medien und anderen gesellschaftlichen Anspruchsgruppen wird unter den Bedingungen nachhaltigen Wirtschaftens zum erfolgskritischen Faktor. Dazu zählt die konstruktive und vertrauensbasierte Gestaltung von Stakeholder-Dialogen ebenso wie eine zukunftsfähige Markenführung ("jenseits des Verkaufens").
Prüfungsleistungen		Studienarbeit
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe Lehrveranstaltung
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		II.3.1 Markenführung (Sven Kaun-Feederle) II.3.2 Medienkompetenz (Gerhard Schmücker)

Lehrveranstaltung		II.3.1 Markenführung			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Die Studierenden erlernen Wirkmechanismen für eine erfolgreiche und nachhaltige Markenführung.			
		Sie kennen die Rahmenbedingungen, Ziele und Grundsatzstrategien der Markenführung und werden in die Lage versetzt, authentische Markenidentitäten und -positionierungen zu identifizieren.			
	Die Studierenden erhalten Werkzeuge für die Verankerung der Marke im Unternehmen und bei externen Anspruchsgruppen.				
	Sie lernen die Grundlagen für die Führung von Markenportfolios, Management von Markenarchitekturen und die Kontrolle von Markenkommunikationsmaßnahmen kennen.				
	Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen	
	Fach	X	X	X	
	System	X			
Selbst		X			
Sozial	X	X			
Inhalte	Grundlagen für eine inhaltliche und strategische Basis für die Markenpositionierung/Markenstrategie und deren Kommunikationsmaßnahmen.				
	<u>Markenstrategie</u> Basis einer Positionierung – Markendefinition/Markenwerte <ul style="list-style-type: none"> – Selbstbild und Fremdbild analysieren – Zielprofil der Marke identifizieren. – Positionierung/Alleinstellungsmerkmale beschreiben – Markenarchitekturmodell entwickeln – Einbindung der Positionierung (Mission, Vision, Werte, Leitbild) 				
	<u>Markenkommunikation</u> Unternehmensleitbild und Markenleitbild <ul style="list-style-type: none"> – Leitbildprozesse – Motivieren und Involvieren der Mitarbeiter – Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen 				
Lehr- / Lernformen	<u>Markenplanungsprozesse</u> <ul style="list-style-type: none"> – Analyse der Markentreiber – Planung der Umsetzung in der Kommunikation – Klärung/Steuerung der Kunden-Kontaktpunkte/Kanäle 				
	Vorlesung und Diskussionen, Gruppenarbeit				
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Beispiele aus der Praxis				

	Literatur / Lehrmaterial	Esch, F.: Strategien u. Technik der Markenführung, 9. Aufl, München 2018 Wala, H.: Meine Marke, 9. Aufl., München 2018 Sattler, H.; Herrmann, A.; Esch, F.: Marketing, 5. Aufl., München 2017 Bruhn, M.: Integr. Untern.- und Markenkomm., 6. Aufl., Stuttgart 2014 Esch, F.: Identität – das Rückgrat starker Marken, Frankfurt 2016
	Besonderes	Internationale Fallstudien unter Berücksichtigung von Megatrends
Organisa- tion	ECTS-Punkte	4,5 ECTS
	Aufteilung	112,5 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (18 UE) : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		II.3.2 Medienkompetenz			
Ausgestal- tung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Struktur und die Funktionsweisen des Mediensystems und seine Wirkungen. • Die Studierenden erfahren den Umgang mit Journalisten. • Die Studierenden erhalten einen Einblick in das Berufsbild der PR und der Unternehmenskommunikation. • Sie erhalten die Grundlagen der Medien- und Kommunikationsarbeit. • Sie sind in der Lage, kritisch Medienwirkungen zu beurteilen. • Sie erhalten einen Einblick in die Wirkung von Krisenkommunikation. 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	X		
		Selbst		x	
		Sozial	x	x	x
		Inhalte	PR/Unternehmens- und Krisenkommunikation, Praxisfeld Journalismus, Medienwirkung zwischen Social Media und etablierter Presse		
		Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussionen		
		Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Praxisbeispielen, Diskussionen		
		Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentationsunterlagen • Literaturempfehlungen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Fallbeispiele werden in der Vorlesung ausgegeben 		
	Besonderes	Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			
Organisa- tion	ECTS-Punkte	1,5 ECTS			
	Aufteilung	37,5 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung 16% (6 UE) : 84%			

II.4 Modul Trend- und Innovations-Management

Modulbezeichnung		II.4 Trend- und Innovations-Management
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovationskonzepte des 20. Jahrhunderts von denen des 21. Jahrhunderts zu unterscheiden: Sie besitzen vertiefende Erkenntnisse, wie Innovation im 20. Jahrhundert praktisch und theoretisch vonstattengegangen ist und in welchem Zusammenhang das mit sozioökonomischer Modernisierung steht. • Innovationskonzepte in der Nachhaltigkeitsgesellschaft anhand aktueller Theoriemodule zu beurteilen und zu verstehen, was Innovation heute und in den kommenden Jahren angesichts von Digitalisierung, Nachhaltigkeitsgesellschaft und ethischem Konsum bedeutet. • Branchentrends zu verstehen und in eigenes unternehmerisches Handeln umzusetzen: Die TeilnehmerInnen erhalten Einblick in die wichtigsten Veränderungstrends aller relevanten Branchen im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Globalisierung und demografischem Wandel, auch anhand von Best-Practice-Modellen. • Nachhaltigkeitsmanagement im 21. Jahrhundert zu betrachten anhand aktueller Konzepte und Theorien, die eine neuartige Wertschöpfungskultur anstreben. • Die TeilnehmerInnen sind vertraut mit Innovationskonzepten konkreter Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten, die „disruptives Innovationsmanagement“ leben.
	Inhalte	<p>Noch nie fanden Innovationen in solch kurzen Zeitabständen statt wie in den vergangenen zehn Jahren. Hauptverantwortlich dafür sind Megatrends wie Klimawandel, Rohstoffknappheit, Energiewende und Digitalisierung. Insbesondere die Digitalisierung verändert Geschäftsmodelle mitunter in kürzester Zeit. Zielführende Innovationen werden in den kommenden Jahren jedoch vor allem auch Nachhaltigkeitsansprüchen gerecht werden. In dem Modul lernen die TeilnehmerInnen die neuesten Konzepte, Modelle und Methoden der Innovationsforschung kennen. Mithilfe der Megatrend-Matrix werden sie in die Lage versetzt, nicht nur Innovationstheorien zu verstehen, sondern selbst innovativ tätig zu werden - mit den Händen zu denken und Innovationen als etwas Praktisches anzusehen.</p>

	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele, Team- und Einzelarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.1 / Modul II.1. / Modul II.2 / Modul II.3
	... nachhaltiger Entwicklung	Sozioökonomischen Wandel zu verstehen, das heißt in der unternehmerischen Zukunft vor allem: Nachhaltigkeitsziele mit Umsatzzielen zu verschmelzen. Nachhaltigkeit ist darüber hinaus aber längst auch ein hochproduktiver Bereich unserer Gesellschaft, der von technologischen bzw. soziotechnologischer Innovationsfähigkeit lebt. Damit gehören Nachhaltigkeit und Ökoeffizienz zu den essentiellen Anforderungen jedweden unternehmerischen und sozialetischen Verhaltens.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Dr. Eike Wenzel
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		II.4.1 Trend- und Innovations-Management

Lehrveranstaltung		II.4.1 Trend- und Innovations-Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:			
		<ul style="list-style-type: none"> Innovationskonzepte des 20. Jahrhunderts von denen des 21. Jahrhunderts zu unterscheiden: Sie besitzen vertiefende Erkenntnisse, wie Innovation im 20. Jahrhundert praktisch und theoretisch vonstattengegangen ist und in welchem Zusammenhang das mit sozioökonomischer Modernisierung steht. Innovationskonzepte in der Nachhaltigkeitsgesellschaft anhand aktueller Theoriemodule zu beurteilen und zu verstehen, was Innovation heute und in den kommenden Jahren angesichts von Digitalisierung, Nachhaltigkeitsgesellschaft und ethischem Konsum bedeutet. Branchentrends zu verstehen und in eigenes unternehmerisches Handeln umzusetzen: Die TeilnehmerInnen erhalten Einblick in die wichtigsten Veränderungstrends aller relevanten Branchen im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Globalisierung und demografischem Wandel, auch anhand von Best-Practice-Modellen. Nachhaltigkeitsmanagement im 21. Jahrhundert zu betrachten anhand aktueller Konzepte und Theorien, die eine neuartige Wertschöpfungskultur anstreben. Die TeilnehmerInnen sind vertraut mit Innovationskonzepten konkreter Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten, die „disruptives Innovationsmanagement“ leben. 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	
	Selbst		x	x	
	Sozial	x	x	x	
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Wie sieht Nachhaltigkeitsmanagement im 21. Jahrhundert aus? Die TeilnehmerInnen setzen sich mit den neuesten Konzepten und Theorien auseinander, die eine neuartige Wertschöpfungskultur anstreben. Dabei lernen sie neue Management-Ansätze kennen, die konkret ihr Alltagshandeln im Job in den kommenden Jahren prägen wird. Innovationen mit Ziel: Die TeilnehmerInnen werden mit Innovationskonzepten und -modellen vertraut gemacht, auch von konkreten Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten, die „disruptives Innovationsmanagement“ leben. 			
	Lehr- / Lernformen	Vortrag, Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion			
	Lehr- / Lernmethoden	Fallstudien und Praxisbeispiele, Diskussionen			

	Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Skript mit Literaturliste • Literaturempfehlungen: <ul style="list-style-type: none"> • Network Thinking 16. Oktober 2015 von Ulrich Weinberg • 30 Minuten Design Thinking Broschiert use pre formatted date that complies with legal requirement from media matrix – 1. März 2013 von Jochen Gürtler (Autor), Johannes Meyer (Autor) • Cashkurs Trends: www.cashkurs-trends.de • Design Thinking Live Gebundene Ausgabe use pre formatted date that complies with legal requirement from media matrix – 15. Januar 2015 von Christoph Meinel (Hg.) (Autor), Ulrich Weinberg (Hg.) (Autor), Timm Krohn (Hg.) (Autor) • The Innovators Dilemma: Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren 30. August 2011 von Clayton M. Christensen und Stephan Friedrich von den Eichen • Silicon Valley: Was aus dem mächtigsten Tal der Welt auf uns zukommt 22. September 2014 von Christoph Keese • Innovator's Prescription: A Disruptive Solution for Health Care 1. Januar 2009 von Clayton M. Christensen • Innovation and Entrepreneurship 9. Mai 2006 von Peter F. Drucker • Zero to One: Wie Innovation unsere Gesellschaft rettet 16. September 2014 von Peter Thiel und Blake Masters • Theorie U: Von der Zukunft her führen: Presencing als soziale Technik 1. Dezember 2014 von Claus O Scharmer • Von der Zukunft her führen: Von der Egosystem- zur Ökosystem-Wirtschaft. Theorie U in der Praxis 22. September 2014 von C Otto Scharmer und Katrin Käufer • Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit 30. April 2015 von Frederic Laloux und Mike Kauschke
	Besonderes	Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele
Organisa- tion	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%

III.1 Modul Nachhaltiges Management

Modulbezeichnung		III.1 Nachhaltiges Management
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Das Modul vermittelt die Anforderungen des Nachhaltigkeitsmanagements und verdeutlicht insbesondere die Schnittstellenfunktion von Nachhaltigkeit zwischen diversen inhaltlichen Anforderungen und den verschiedenen betrieblichen Funktionsbereichen.</p> <p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Ansätze und Ausrichtungen von Nachhaltigkeitsmanagement zu verstehen • Wesentliche Prinzipien des Nachhaltigkeitsmanagements zu erklären und ihre Funktionen zu begreifen • Die Schnittstellenfunktion als zentrale Aufgabe des Nachhaltigkeitsmanagements innerhalb von Unternehmen zu begreifen • Bedingungen von und Schwierigkeiten im Umgang mit den verschiedenen zu beteiligenden Unternehmensbereichen zu erkennen, Nachhaltigkeitsmanagement als Koordinationsaufgabe zu begreifen sowie die positiven Folgen ihrer integrierenden Funktion zu vermitteln • Standards und Instrumente zur Gewichtung von Nachhaltigkeitsaspekten aus den verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen auszuwählen und die Wirkungen ihrer Anwendung für einzelne Unternehmen reflektieren zu können • Die Bedeutung von quantitativen und qualitativen Indikatoren und Beschreibungen von Nachhaltigkeitsleistungen einschätzen zu können • Öffentlich kommunizierte Nachhaltigkeitsleistungen und –ziele vor dem Hintergrund der zentralen Prinzipien des Nachhaltigkeitsmanagements zu bewerten
	Inhalte	<p>Nachhaltigkeitsmanagement beschreibt einerseits die Leistung, Unternehmensaktivitäten bezüglich ihrer ökonomischen, umweltbezogenen und sozialen Auswirkungen zu verbessern, also schädliche Effekte zu minimieren und positive Effekte zu verstärken oder neu hervorzubringen. Andererseits ist Nachhaltigkeitsmanagement eine unternehmensinterne Koordinations- und Kommunikationsleistung, die mit Hilfe bestehender Standards zu planen, zu entwickeln, zu messen und zu dokumentieren ist. Die Herausforderung besteht in beiden Hinsichten darin, dass Nachhaltigkeit prinzipiell über Grenzen zwischen gesellschaftlichen und betrieblichen Funktionsbereichen hinweg angelegt ist, also stark von Schnittstellen- und Integrationsaufgaben geprägt ist.</p> <p>Bestehende Standards bieten Prinzipien, Instrumente, Indikatorensysteme und Rankings, und die Praxis bietet (Weiter-)Entwicklungsnotwendigkeiten sowie öffentlich verfügbare Dokumentationen und Diskurse. Mithilfe dieses Fundus an Formen und Materialien werden die konkreten Anforderungen an unternehmerisches Nachhaltigkeitsmanagement erarbeitet, Beurteilungskriterien für Erfolg und „Greenwashing“ vermittelt und grundlegende Voraussetzungen für gelingendes Nachhaltigkeitsmanagement dargestellt.</p>

	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispielen zum Management und aus der Nachhaltigkeitskommunikation, Kurzrecherchen Übungen zur Vorbereitung von Prozessen, Erlernen von Instrumenten, zur Vertiefung von Analysefähigkeiten hinsichtlich von Nachhaltigkeitsaspekten und -prinzipien
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Quellenangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsdokumente
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.1 / Modul I.4. / Modul II.1 / Modul II.2
	... nachhaltiger Entwicklung	Nachhaltigkeitsmanagement bearbeitet die ökonomische, umweltbezogene und soziale Dimension von Nachhaltigkeit auf der Ebene von Aspekten, differenziert also innerhalb der Dimensionen in konkrete Herausforderungen und Handlungsfelder. Zudem werden die prozessualen Ideen nachhaltiger Entwicklung, insbesondere die Einbeziehung und Berücksichtigung verschiedener gesellschaftlicher Gruppen und Perspektiven, bearbeitet und als Kernbestandteil von Nachhaltigkeitsprozessen integriert. Der Fokus dieses Moduls liegt auf den speziellen Aufgaben und Herangehensweisen von profitorientierten Unternehmen; gleichwohl fließen auch Perspektiven anderer Akteure ein.
Prüfungsleistungen		Klausur K60
Organisation	Modulverantwortliche	Prof. Dr. Brigitte Biermann
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		III.1.1 Nachhaltigkeit managen III.1.2 Nachhaltigkeit messen und managen

Lehrveranstaltung		III.1.1 Nachhaltigkeit managen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Zielvorstellungen von Nachhaltigkeitsmanagement entlang des möglichen Spektrums einzuordnen und zu hinterfragen • Die Prinzipien Kontext, Wesentlichkeit und Stakeholder-Einbeziehung als Bestandteile von Nachhaltigkeitsmanagement von Unternehmen identifizieren zu können • Standards, die diese Prinzipien vorgeben, und Anwendungsvorgaben bezüglich der Prinzipien aus den Standards zu kennen • Wichtige Aufgabenfelder des Nachhaltigkeitsmanagements als Schnittstellenfunktion innerhalb von Unternehmen zu kennen • Vorgehensweisen für die Auswahl, Einbeziehung und Motivation der zu beteiligenden Unternehmensbereiche zu kennen • Auswahlkriterien zu definieren, nach denen ein Unternehmen die jeweils relevanten anzuwendenden Standards identifizieren kann 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x		
		Selbst			
	Sozial				
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitsdimensionen und Nachhaltigkeitsaspekte • Wichtige Standards für das Nachhaltigkeitsmanagement • Unterscheidung zwischen Herangehensweisen im Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement • Die Prinzipien Kontext, Wesentlichkeit und Stakeholder-Einbeziehung • Nachhaltigkeitsmanagement zwischen kleinen Korrekturen in einzelnen Unternehmensbereichen und Neuausrichtung • Vorgehensweisen bei der Einbeziehung von Stakeholdern • Ausrichtungs- und Organisationsformen des Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen 			
Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispielen zum Management und aus der Nachhaltigkeitskommunikation, Kurzrecherchen				
Lehr- / Lernmethoden	Zudem Übungen zur Analyse von Nachhaltigkeitsaspekten und -prinzipien				

	Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Quellenangaben im Studienmaterial • Material (Auswahl): • EU: RICHTLINIE 2014/95/EU DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 22. Oktober 2014 zur Änderung der Richtlinie 2013/34/EU im Hinblick auf die Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen durch bestimmte große Unternehmen und Gruppen, vom 22.10.2014. In: Amtsblatt der Europäischen Union. • GRI (2013): Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung Version G4. Berichterstattungsgrundsätze und Standardangaben; Umsetzungsanleitung. Global Reporting Initiative (GRI). Amsterdam. www.globalreporting.org. • GRI; UN Global Compact; WBCSD (2015): SDG Compass. The Guide for business action on the SDGs. www.sdgcompass.org Global Reporting Initiative (GRI); United Nations Global Compact; World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). • Hesse, Axel (2010): SD-KPI Standard 2010-2014. Sustainable Development Key Performance Indicators (SD-KPIs): Mindestberichts-anforderung für bedeutende Nachhaltigkeitsinformationen in Lageberichten von 68 Branchen. Münster. • ISO (2010): Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010). Hg. v. DIN Deutsches Institut für Normung e.V. Berlin. • UN Global Compact
	Besonderes	Auswahl der Praxisbeispiele gemeinsam mit den Teilnehmenden
Organisa-tion	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		III.1.2 Nachhaltigkeit messen und managen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Voraussetzungen gelingenden Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen zu reflektieren und wesentliche Stolperfallen identifizieren zu können • Datenerhebungs- und -aufbereitungsprozesse für das Nachhaltigkeitsmanagement verstehen zu können und effektive Herangehensweisen zu kennen • Überblickswissen im Umgang mit gängigen Standards zu erwerben • Auswahlkriterien für die Nutzung von Standards anwenden zu können • Die Bedeutung quantitativer und qualitativer Informationen im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements zu erfassen • Die Beschreibung von Nachhaltigkeitsleistungen analysieren zu können • Nachhaltigkeitsleistungen und –ziele vor dem Hintergrund der zentralen Prinzipien des Nachhaltigkeitsmanagements zu bewerten • Die wesentlichen Innen- und Außenwirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation zu kennen 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	
		System	x		
		Selbst			x
		Sozial	x		
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Standards für das Nachhaltigkeitsmanagement und die darin enthaltenen Aspekte und (ausgewählte) Indikatoren • Unterscheidung zwischen der qualitativen und quantitativen Erfassung und Kommunikation von Nachhaltigkeitsleistungen • Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsberichterstattung • Nachhaltigkeitskommunikation im Unternehmen organisieren • Prinzipien der Nachhaltigkeitskommunikation, insbesondere das Prinzip der Ausgewogenheit • Berichterstattungspraxis und -bedeutung • Nachhaltigkeitsrankings und –preise und ihre Bedeutung 			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispielen zum Management und aus der Nachhaltigkeitskommunikation			
	Lehr- / Lernmethoden	Zudem Übungen zur Analyse von Nachhaltigkeitsindikatoren und -rankings			

	Literatur / Lehrmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Quellenangaben im Studienmaterial • Material (Auswahl): • EU: RICHTLINIE 2014/95/EU DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 22. Oktober 2014 zur Änderung der Richtlinie 2013/34/EU im Hinblick auf die Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen durch bestimmte große Unternehmen und Gruppen, vom 22.10.2014. In: Amtsblatt der Europäischen Union. • GRI (2013): Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung Version G4. Berichterstattungsgrundsätze und Standardangaben; Umsetzungsanleitung. Global Reporting Initiative (GRI). Amsterdam. www.globalreporting.org. • GRI; UN Global Compact; WBCSD (2015): SDG Compass. The Guide for business action on the SDGs. www.sdgcompass.org Global Reporting Initiative (GRI); United Nations Global Compact; World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). • Hesse, Axel (2010): SD-KPI Standard 2010-2014. Sustainable Development Key Performance Indicators (SD-KPIs): Mindestberichts-anforderung für bedeutende Nachhaltigkeitsinformationen in Lageberichten von 68 Branchen. Münster. • ISO (2010): Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010). Hg. v. DIN Deutsches Institut für Normung e.V. Berlin. • UN Global Compact
	Besonderes	Auswahl der Praxisbeispiele gemeinsam mit den Teilnehmenden
Organisa-tion	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%

III.2 Modul Selbstbestimmung

Modulbezeichnung		III.2 Selbstbestimmung
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Die TeilnehmerInnen verfügen nach der Veranstaltung über erweiterte und fundierte Möglichkeiten der Reflexion, bezogen auf ihre persönlichen (Lebens-)Ziele, ihre individuellen Stärken und Schwächen, ihre beruflichen Rollen und Perspektiven.</p> <p>Sie haben jeweils eigene Kriterien entwickelt, nach denen sie ihre derzeitige Lebenssituation und ihre Ziele für die Zukunft bewerten können. Sie sind somit in der Lage zu erkennen, wie sich verantwortungsvolles Selbst-Management unterscheidet vom Verfolgen externer, nichtpersönlicher Zielvorgaben, gesellschaftlicher Konventionen („Normal-Lebensläufe“), traditioneller Rollenmuster u.ä.</p> <p>Die TeilnehmerInnen können sich selbst und anderen einen Resonanzraum zur Verfügung stellen, konstruktives Feedback geben und bekommen, sowie mit bestimmten Einstellungen des Coachings (assoziiierend, unvoreingenommen, nicht wertend, etc.) ihre bisherigen Denk- und Handlungsmuster in Frage stellen und ggf. neue Formen des Denkens, Bewertens und Handelns ausprobieren.</p> <p>Die TeilnehmerInnen können einen Zusammenhang herstellen zwischen den gesellschaftlichen Veränderungsprozessen, die sie in anderen Modulen dieses MBA-Programms kennengelernt haben, und ihrer persönlichen Situation (d.h. inwiefern sie davon persönlich betroffen sind und inwiefern sie selbst zu diesen Veränderungsprozessen beitragen).</p> <p>Sie können dieses Verständnis ganz konkret auf ihre nahe Zukunft anwenden, in dem sie ihr persönliches „Projekt Zukunft“ definieren. Das kann beispielsweise die Suche nach dem eigenen Thema für die Master Thesis sein: Da jede Teilnehmerin / jeder Teilnehmer in naher Zukunft (4. Semester) einen erheblichen Anteil ihrer / seiner Lebenszeit mit dieser Arbeit verbringen wird, bedeutet das nach dem hier vorgestellten Verständnis von Selbst-Management weit mehr als Zeit- und Projekt-Management, nämlich: herauszufinden, was einen (intrinsisch) antreibt, wohin es einen (thematisch) zieht etc.</p>
	Inhalte	<p>Anforderungen an gelingendes Selbstmanagement in der VUCA-Welt (volatility, uncertainty, complexity, ambivalence)</p> <p>Bedeutung und Möglichkeiten von Achtsamkeit / Resilienz</p> <p>Kreative Methoden zur Selbstreflexion, nach Situation und Bedarf der TeilnehmerInnen, zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rollenanalyse • Tagebuch / Blog • Soziale Foto-Matrix (Themen z.B. meine Arbeit, meine Zukunft...) • Die Gruppe als Resonanzraum • Gruppen-Coaching und/oder Einzel-Coaching (je nach Bedarf) <p>Arbeit an den individuellen Entwicklungszielen der TeilnehmerInnen: Meine Ziele - mein Leben - meine Zukunft</p> <p>Erarbeiten eines persönlichen Projekts „Meine Zukunft“ (z.B.: Womit will ich mich in meiner Master Thesis beschäftigen? Wie soll es nach dem MBA weitergehen? Wie kann das im MBA-Programm erworbene Verständnis langfristiger gesellschaftlicher Veränderungsprozesse dazu genutzt werden,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die eigenen Rollen in Arbeitswelt und Gesellschaft zu reflektieren und neu zu definieren • persönliche Handlungsspielräume für Veränderung wahrzunehmen

		<ul style="list-style-type: none"> den eigenen Beitrag zu nachhaltigem / nicht nachhaltigem Wirtschaften zu erkennen und verantwortungsvoll zu gestalten
	Lehr- / Lernformen	s.u. Lehrveranstaltung
Und Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.4 / Modul II.2 / Modul II.4, Modul III.1
	... nachhaltiger Entwicklung	<p>Nachhaltiges Handeln setzt (neben dem kognitiven Verständnis von Zusammenhängen) insbesondere die Bereitschaft voraus,</p> <p>a) die eigenen Denk- und Handlungsmuster zu reflektieren und ggf. zu verändern</p> <p>b) Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen</p> <p>Beides sind zentrale Elemente von Selbst-Management in dem hier vertretenen Sinne.</p>
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe Lehrveranstaltung
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		III.2.1 Selbstbestimmung (Robert Erlinghagen, Klaus Gourgé)

Lehrveranstaltung		III.2.1 Selbstbestimmung																						
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Die TeilnehmerInnen verfügen nach der Veranstaltung über erweiterte und fundierte Möglichkeiten der Reflexion, bezogen auf ihre persönlichen (Lebens-)Ziele, ihre individuellen Stärken und Schwächen, ihre beruflichen Rollen und Perspektiven.</p> <p>Sie haben jeweils eigene Kriterien entwickelt, nach denen sie ihre derzeitige Lebenssituation und ihre Ziele für die Zukunft bewerten können. Sie sind somit in der Lage zu erkennen, wie sich verantwortungsvolles Selbst-Management unterscheidet vom Verfolgen externer, nichtpersönlicher Zielvorgaben, gesellschaftlicher Konventionen („Normal-Lebensläufe“), traditioneller Rollenmuster u.ä.</p> <p>Die TeilnehmerInnen können sich selbst und anderen einen Resonanzraum zur Verfügung stellen, konstruktives Feedback geben und bekommen sowie mit bestimmten Einstellungen des Coachings (assoziiierend, unvoreingenommen, nicht wertend, etc.) ihre bisherigen Denk- und Handlungsmuster in Frage stellen und ggf. neue Formen des Denkens, Bewertens und Handelns ausprobieren.</p> <p>Die TeilnehmerInnen können einen Zusammenhang herstellen zwischen den gesellschaftlichen Veränderungsprozessen, die sie in anderen Modulen dieses MBA-Programms kennengelernt haben, und ihrer persönlichen Situation (d.h. inwiefern sie davon persönlich betroffen sind und inwiefern sie selbst zu diesen Veränderungsprozessen beitragen).</p> <p>Sie können dieses Verständnis ganz konkret auf ihre nahe Zukunft anwenden, in dem sie ihr persönliches „Projekt Zukunft“ definieren. Das kann beispielsweise die Suche nach dem eigenen Thema für die Master Thesis sein:</p> <p>Da jede Teilnehmerin / jeder Teilnehmer in naher Zukunft (4. Semester) einen erheblichen Anteil ihrer / seiner Lebenszeit mit dieser Arbeit verbringen wird, bedeutet das nach dem hier vorgestellten Verständnis von Selbst-Management weit mehr als Zeit- und Projekt-Management, nämlich: herauszufinden, was einen (intrinsisch) antreibt, wohin es einen (thematisch) zieht etc.</p>																						
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Wissen</th> <th>Kenntnisse</th> <th>Fertigkeiten</th> <th>Kompetenzen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fach</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>System</td> <td></td> <td>x</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Selbst</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Sozial</td> <td></td> <td>x</td> <td>x</td> </tr> </tbody> </table>	Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen	Fach		x		System		x	x	Selbst	x	x	x	Sozial		x	x		
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen																					
Fach		x																						
System		x	x																					
Selbst	x	x	x																					
Sozial		x	x																					
	Inhalte	<p>Anforderungen an gelingendes Selbstmanagement in der VUCA-Welt (volatility, uncertainty, complexity, ambivalence)</p> <p>Bedeutung und Möglichkeiten von Achtsamkeit / Resilienz</p> <p>Kreative Methoden zur Selbstreflexion, nach Situation und Bedarf der TeilnehmerInnen, zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rollenanalyse • Tagebuch / Blog • Soziale Foto-Matrix (Themen z.B. meine Arbeit, meine Zukunft...) • Die Gruppe als Resonanzraum • Gruppen-Coaching und/oder Einzel-Coaching (je nach Bedarf) <p>Arbeit an den individuellen Entwicklungszielen der TeilnehmerInnen: Meine Ziele - mein Leben - meine Zukunft</p> <p>Erarbeiten eines persönlichen Projekts „Meine Zukunft“ (z.B.: Womit will ich mich in meiner Master Thesis beschäftigen? Wie soll es nach dem MBA weitergehen? Wie kann das im MBA-Programm erworbene Verständnis</p>																						

		<p>langfristiger gesellschaftlicher Veränderungsprozesse dazu genutzt werden,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die eigenen Rollen in Arbeitswelt und Gesellschaft zu reflektieren und neu zu definieren • persönliche Handlungsspielräume für Veränderung wahrzunehmen • den eigenen Beitrag zu nachhaltigem / nicht nachhaltigem Wirtschaften zu erkennen und verantwortungsvoll zu gestalten
	Lehr- / Lernformen	Lehrgespräch, Einzelarbeit, Gruppenarbeit
	Lehr- / Lernmethoden	Moderation, Übungen, Diskussion, Präsentation, Feedback
	Literatur / Lehrmaterial	<p>Bei Interesse zur Lektüre empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerd Gigerenzer (2013): Risiko. Wie man die richtigen Entscheidungen trifft, 2. Aufl., München: Bertelsmann • Byung-Chul Han (2012): Transparenzgesellschaft, 2. Aufl., Berlin: Matthes & Seitz • Nassim Nicholas Taleb (2013): Antifragilität. Anleitung für eine Welt, die wir nicht verstehen, München: Verlag Albrecht Knaus • Paul Verhaeghe (2013): Und ich? Identität in einer durchökonomisierten Gesellschaft, 2. Aufl., München: Verlag Antje Kunstmann • Karl König (2011): Arbeit und Persönlichkeit. Individuelle und interpersonelle Aspekte, Frankfurt: Brandes & Apsel • Fritz Riemann (2006): Grundformen der Angst, 37. Aufl., München: Ernst Reinhardt Verlag
	Besonderes	Coaching-Angebot (Gruppen- oder Einzel-Coaching nach Bedarf)
Organisation	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%

III.3 Modul Führung im Wandel

Modulbezeichnung		III.3 Führung im Wandel
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Ursachen für den betrieblichen Wandel erfassen und beschreiben • Zusammenhänge zwischen Geschäftsmodellen, Organisationen und Changeansätzen systematisieren • Darstellung von betriebswirtschaftlichen Veränderungsprozessen • Entrepreneurship als übergeordnete Klammer zu Unternehmensgründung und Unternehmensnachfolge einordnen • spezifische Probleme der Unternehmensgründung kennen und auf einen eigenen – auch potenziellen – Fall anwenden können • spezifische Probleme der Unternehmensnachfolge kennen und sie bei der Erstellung und • Durchführung eines Nachfolgeplans problemorientiert berücksichtigen.
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Lernteam-Coaching, Einzel- und Gruppenarbeit, Vorlesung und Präsentationen, Fallstudien und Rollenspiele zur Unternehmensnachfolge, exemplarische Erarbeitung eines Nachfolgeplans unter Einbezug quantitativer Daten
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.1 / Modul I.2 / Modul I.3 / Modul II.3 / Modul III.1
	... nachhaltiger Entwicklung	Für Unternehmen, die auf Käufermärkten agieren, gehört organisatorischer Wandel nahezu zum Alltagsgeschäft. Dies schlägt sich nieder in Umstrukturierungsmaßnahmen, Joint Ventures, strategischen Allianzen und anderen mehr. Im Vordergrund steht die ökonomische Nachhaltigkeit, doch müssen gerade bei Unternehmenszusammenschlüssen soziale und soziokulturelle Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigt werden, wenn sie dauerhaft erfolgreich sein sollen.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe Lehrveranstaltung
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		III.3.1 Change Management (Dr. Brigitte Polzin) III.3.2 Mindful Leadership (Otilie Wenzler)

Lehrveranstaltung		III.3.1 Change Management
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Erfolgsrelevanz des „Faktor Mensch“ bei Veränderungsprojekten verstehen und an Praxisbeispielen aufzeigen können • Veränderungsbedingte Widerstände (er-)kennen und lösungsorientierte Handlungsweisen ableiten • Organisatorischen Wandel als kontinuierliche Aufgabe der Unternehmensführung verstehen und erläutern können • Change Projekte in der Praxis erfolgreich durchführen zu können
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen des Wandels auf die Arbeitswelt • Grundlagen und Konzepte des Change Management • Change-Prozesse als Projekt • Change Management als kontinuierlicher Transformationsprozess • Umgang mit Widerstand • Change-Projekte in der Praxis
	Lehr- / Lernformen	Interaktive Vorlesung, Präsentation, Einzel- und Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Rollenspiele
	Lehr- / Lernmethoden	Interaktive Vorlesung, Präsentation, Einzel- und Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Rollenspiele
	Literatur / Lehrmaterial	Skript Literaturempfehlungen: <ul style="list-style-type: none"> • Doppler, K./ Lauterburg, C: Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, Campus Verlag, Frankfurt a.M., 2014 • Kotter, J.: Leading Change, Vahlen Verlag, München, 2011 • Kraus, G. / Becker-Kolle, C./ Fischer, T.: Change-Management, Berlin, 2010 • Lauer, Th.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden, 2014 • Spalineck, H. (Hrsg.): Werkzeuge für das Change Management, Frankfurt a.M., 1999
	Besonderes	
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
	Workload	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium: Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		III.3.2 Mindful Leadership			
Ausgestal- tung	Qualifikati- onsziele	<p>Die Studierenden erkennen den Unterschied zwischen Management und Leadership und die verbindenden Elemente</p> <p>Sie stärken ihre Fähigkeiten, in heutigen und zukünftigen Herausforderungen mit eigener Klarheit und Leichtigkeit zu agieren und Menschen für ein Anliegen zu gewinnen</p> <p>Sie verfügen über Möglichkeiten, die Balance zu halten in einer komplexen sich ständig verändernden Welt und dabei den besten Beitrag fürs Ganze zu leisten</p> <p>Sie kennen Methoden des Teambuilding, bei denen das Team Teil einer Ko-Kreation mit sich selbst und dem Unternehmen wird</p> <p>Die Teilnehmer*innen erfahren, wie sie gleichzeitig ihre Karriere und ihre persönliche Entwicklung im Blick behalten können</p>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x		x
		Selbst			x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Das Leadership-Modell • Strukturen der Aufmerksamkeit • Neues aus der Zukunft denken • Der Tanz mit dem Unbekannten 			
	Lehr- / Lernformen	Vortrag und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation			
	Lehr- / Lern- methoden	Vortrag und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation			
	Literatur / Lehrmaterial				
Besonderes					
Organisa- tion	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium: Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%			

III.4 Modul General Management / Zukunfts-Labor

Modulbezeichnung		III.4 General Management
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen die Ziele und Methoden des betriebswirtschaftlichen Risiko- und Krisenmanagements sowie dessen rechtliche Grundlagen Sie kennen die Methodik von „Design Thinking“ und haben eigene Erfahrungen anhand einer praktischen Challenge in Gruppenarbeit gesammelt. Sie sind damit in der Lage, interdisziplinäre Innovationsprojekte und -gruppen zu strukturieren und Prozesse zu entwerfen.
	Inhalte	Siehe Teilmodule III.4.1 und III.4.2 auf den nächsten Seiten
	Lehr- / Lernformen	Workshop, Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen
Bezüge zu anderen Modulen	Modul I.1 / Modul I.2 / Modul II.1 /
	... nachhaltiger Entwicklung	Transformationen zur Nachhaltigkeit, d.h. zu mehr Zukunftsfähigkeit, werden zunehmend als Designherausforderungen mit kreativen, technischen und politischen Dimensionen verstanden und nicht als Probleme, die nur durch Entwicklung und Einsatz von Technologie angegangen werden können. Innovative Herangehensweisen etwa mit Konzepten des Design Thinking sind in diesem Kontext zu erproben und kritisch zu reflektieren.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe Lehrveranstaltung
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		III.4.1 Risiko-Management und Krisen-Management (N. Lunze) III.4.2 Zukunfts-Labor (Svenja Bickert-Applleby)

Lehrveranstaltung		III.4.1 Risiko-Management und Krisen-Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Die Studierenden			
		<ul style="list-style-type: none"> kennen die Ziele (Transparenz, Optimierung von Chancen-Gefahren-Profil, Exkulpation) und Methoden des betriebswirtschaftlichen Risiko- und Krisenmanagements sowie dessen rechtliche Grundlagen, sind in der Lage, einen Risikomanagementprozess (z.B. für ein Projekt im Unternehmen) selbst durchzuführen und zu steuern, Sie sind fähig, ein grundlegendes RMS in einem Unternehmen zu implementieren, wissen, welche Rolle die Dokumentation von Entscheidungsprozessen innerhalb eines UN für das Top-Management, Vorstand (§ 91 II i.v.m. § 93 AktG) und Geschäftsführer (§ 43 GmbHG) einnimmt, sind in der Lage, ein Risiko/Compliance-Kommunikationssystem (BPO) in einem Unternehmen fachlich aufzubauen sowie eine interne Untersuchungseinheit einzurichten („Best Practice aus der Praxis“), haben einen Überblick über menschliche Entscheidungseigentümlichkeiten im Hinblick wie z. B. bei der Wahrnehmung von Risiken/Verlusten und Chancen/Gewinnen sowie Risiko-Evaluationen in Gruppen, haben ein profundes Repertoire an praxistauglichen und einfach durchführbaren Tools für die betriebliche Anwendung. 			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	X
		System	x	x	
	Selbst				
	Sozial	x	x	X	
	Inhalte	<ol style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaftliches Risikomanagement (75%) Verbesserung der Entscheidungsfindung im RM (25%) 			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen zur selbstorganisierten Stoffvertiefung und -anwendung, Diskussionen			
Literatur / Lehrmaterial	Skript (umfangreich, als Nachschlagewerk) Literaturangaben (in jeweils aktuellster Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Beck, H. Behavioral Economics. Denk, R.; Exner-Merkelt, K.; Ruthner, R.: Corporate Risk Management – Unternehmensweites Risikomanagement als Führungsaufgabe. Diedrichs, M.: Risikomanagement und Controlling. Dörsam, P. Grundlagen der Entscheidungstheorie. Gigerenzer, G. Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft. Kahneman, D. Schnelles Denken, Langsames Denken. Romeike, F. (Hrsg.): Rechtliche Grundlagen des Risikomanagements – Haftung und Strafvermeidung für Corporate Compliance. 				
Besonderes	Berücksichtigung zahlreicher Praxisbeispiele				
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%			

Lehrveranstaltung		III.4.2 Zukunfts-Labor			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Die Studierenden erwerben in der Veranstaltung einen Überblick über die Methodik und praktische Anwendung von „Design Thinking“, welches in der Veranstaltung anhand einer praktischen „Challenge“ in Gruppenarbeit angewendet wird. Design Thinking wird hier als Methodik verstanden, interdisziplinäre Innovationsprojekte und -gruppen zu strukturieren und Prozesse zu entwerfen.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach			x
		System	x	x	x
		Selbst	x		
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen der Methodik Design Thinking • Praktische Anwendung der Methodik in Gruppen • Kritische Reflexion von Transformation vs. Innovation • Verständnis von Prozess-Gestaltung 			
	Lehr- / Lernformen	Workshop			
	Lehr- / Lernmethoden	Gruppenarbeit, Diskussion			
	Literatur / Lehrmaterial				
Besonderes					
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%			

IV. Modul: Master Thesis

Modulbezeichnung		IV. Master Thesis
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, eine komplexe Themenstellung mit wissenschaftlichen Methoden systematisch zu bearbeiten. Sie können Quellen nach wissenschaftlichen Standards recherchieren, wiedergeben, zitieren, eine wissenschaftlich fundierte Bewertung des aktuellen Erkenntnisstands erarbeiten und dies prägnant und verständlich darstellen. Sie sind in der Lage, eine konkrete relevante Fragestellung abzuleiten und für diese mit wissenschaftlichen Methoden geeignete Lösungen zu entwickeln. Sie sind in der Lage, die Voraussetzungen und die Grenzen ihrer Lösungsvorschläge zu bewerten.
	Inhalte	Eine wissenschaftliche und/oder praxisrelevante Fragestellung, abgeleitet aus dem aktuellen Forschungsstand des zu bearbeitenden Wissensgebiets, wird systematisch analysiert und ausgearbeitet.
	Lehr- / Lernformen	Eigenständige Erarbeitung des vereinbarten Themas. Je zwei Professor/innen als Betreuer oder ein/e Professor/in und ein/e fachkundige/r Betreuer/in mit formal erfüllten Voraussetzungen zur Berufung auf eine Professur (insbes. Promotion)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Fundiertes Wissen und Fertigkeiten zu Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens
	Vorbereitung für das Modul	Besuch aller vorangehenden Module des Masterprogramms
Bezüge zu anderen Modulen	Alle Module des Studienprogramms
	... nachhaltiger Entwicklung	Zum einen besteht die Möglichkeit, die Thesis inhaltlich auf ein Nachhaltigkeitsthema auszurichten bzw. die Fragestellung im Kontext von Nachhaltigkeitsüberlegungen zu bearbeiten. Zum anderen fördert (selbst bei einer nicht primär nachhaltigkeitsrelevanten Fragestellung) das systematische Durchdringen einer noch ungelösten Problemstellung mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden exakt jene Kompetenzen, die auch zum Entwickeln nachhaltiger Lösungen erforderlich sind.
Prüfungsleistungen		Masterthesis / 4 Monate Dauer / 100 %
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé
	Modulart	Pflichtfach
	ECTS-Punkte	18 ECTS
	Workload	450 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 5% : 95% : 0%