

MBA ZUKUNFTSTRENDS UND NACHHALTIGES MANAGEMENT

Gültig ab Jahrgang Start 2020 (Stand 28.3.2022)

MODULHANDBUCH



Inhaltsübersicht

SEMESTER 1

I.1 Strategisches und Normatives Management	3
Strategisches Management / Strategie-Design	
Normatives Management	
I.2 Trend- und Zukunftsforschung	6
Megatrends und Planetare Grenzen	
Instrumente der Trend- und Zukunftsforschung	
I.3 Arbeitswelt der Zukunft und Future Skills	10
Arbeitswelt der Zukunft	
Future Skills	
I.4 Nachhaltiges Management	15
Nachhaltigkeit managen	
Nachhaltigkeit messen und managen	

SEMESTER 2

II.1 Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile	21
II.2 Gemeinwohlorientierung und Social Innovation	23
Gemeinwohlökonomie	
Social Innovation	
II.3 Transformations- und Innovations-Management	28
Märkte und Unternehmen im disruptiven Wandel	
Innovations-Management	
II.4 Wirtschaftspolitik und Psychologie	34
Wirtschaftspolitik	
Psychologie der Nachhaltigkeit	

SEMESTER 3

III.1 Marken-Management und Digitalkompetenz	39
Marken-Management	
Digitalkompetenz	
III.2 Selbstbestimmung	43
III.3 Führung im Wandel	47
Change Management	
Mindful Leadership	
III.4 General Management und Zukunfts-Labor	50
General Management (Management in Zeiten von Digitalisierung und KI)	
Zukunfts-Labor	

SEMESTER 4

IV. Master Thesis	55
--------------------------	-----------

I.1 Modul Strategisches und Normatives Management

Modulbezeichnung Modulcode		I.1 Strategisches und Normatives Management 416-001
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	• Aktualisiertes Verständnis von Strategischem Management • 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 • Steigerung der Innovationsfähigkeit durch Strategic Design • Aufbau von Skills zum Anpassen der Geschäftsstrategie in einer sich schnell verändernden Welt
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltungen
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Case Study, Übungen, Forschendes Lernen, Präsentationen, Gruppenarbeiten, Diskussionen / Feedback
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. Strategisches Management hat nicht zuletzt die Funktion, das Unternehmen zukunftsfähig (= ökonomisch nachhaltig) zu erhalten.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe unten „Lehrveranstaltungen“
	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 (Yara Dobra / Michael Geiss) I.1.2 Normatives Management (Prof. Dr. Klaus Gourgé)

Lehrveranstaltung		I.1.1 Strategisches Management/Strategie-Design			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	In Anwendungsbeispielen und Übungs-Cases trainieren die Studierenden: das neue Verständnis von Strategischem Management: Strategie-Design statt Strategischer Planung Kompetenzen für die Entwicklung zukunftsfähiger Geschäftsmodelle Case: Re-Invent your Business mit Strategic Design: als Organisation Innovationskultur entwickeln systematisches Erarbeiten, Prototyping und Testen neuer Business Models und Value Propositions Persönliche Skills in der Anwendung der Methoden und Tools Kollaboration, Präsentation, Feedback und Iteration			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	
		System	x	x	x
		Selbst			x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	Design als strategisches Instrument im Unternehmen: Design-Reifegrad und Design-Kultur Strategic-Design-Framework Treiber von Innovationen im Sweet-Spot von Technologie, Mensch, Business und Nachhaltigkeit Geschäftsmodell-Innovation als Methode Pattern digitaler Geschäftsmodelle Value Proposition Design, Testing Business Ideas, Business Model Portfolios Strategic Design Sprints			
	Lehr- / Lernformen	Interaktive Vorlesung / Seminar			
Organisation	Lehr- / Lernmethoden	Case Study, Workshop, Homework, Präsentation, Diskussion, Literaturstudium, Anwendung von Softwaretools			
	Literatur / Lehrmaterial	Skript mit Literaturliste Literaturempfehlungen: - Richard Buchanan: Worlds in the Making. Design, Management, and the Reform of Organizational Culture. In: she ji 09/2015 - Osterwalder/Pigneur: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer - Osterwalder/Pigneur: Value Proposition Design - Gassmann/Frankenberger/Czik: The Business Model Navigator - Kim/Mauborgne: Blue Ocean Strategy - Stähler: Das richtige Gründen. Werkzeugkasten für Unternehmer - Eric Ries: Lean Startup			
	Besonderes	Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			
	ECTS-Punkte	3 ECTS			
Organisation	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%			

Lehrveranstaltung		I.1.2 Normatives Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	- 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	- 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			
Organisa- tion	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	- Skript - Literaturempfehlungen: - 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			
Organisa- tion	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Studienarbeit = 16% (12 UE) : 84%			

I.2 Modul Trend- und Zukunftsforschung

Modulbezeichnung Modulcode		I.2 Trend- und Zukunftsforschung 416-020
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Nach Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage: • 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; • neue Methoden und Modelle der Trend- und Zukunftsforschung in der eigenen Arbeit einzusetzen, um zeitnah auf Krisen, Konjunktumschwünge und technologische Neuerungen reagieren zu können, • eigenständig Modelle und Methoden der Trend- und Zukunftsforschung einschätzen und nach Vorzügen und Reichweitenden bewerten zu können. • Zukünftige Entwicklungen in Unternehmen, auf unterschiedlichen Märkten mit Methoden der Trend- und Zukunftsforschung sicher einordnen zu können, eigene Forschungsvorhaben mit einer gesicherten Methodenexpertise umsetzen zu können.
	Inhalte	Sozioökonomischen Wandel zu verstehen, das heißt in der unternehmerischen Zukunft vor allem: Nachhaltigkeitsziele mit Umsatzzielen zu verschmelzen. In den kommenden Jahren müssen alle Unternehmen der Anforderung gerecht werden, Wertschöpfungsmodelle zu entwickeln, die die planetaren Grenzen respektieren. Nachhaltigkeit ist jedoch längst schon ein hochproduktiver Bereich unserer Gesellschaft, der von technologischer und sozial-ökologischer Innovationsfähigkeit lebt. Damit werden Nachhaltigkeit und Ökoeffizienz in den kommenden Jahren zu essentiellen Kategorien, wenn es darum geht, die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens sicher zu stellen. Die Instrumente der Trend- und Zukunftsforschung stehen dafür bereit, um zukünftige Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft für eigene Unternehmenszwecke einschätzen zu können. Die sozial-ökologische Transformation, die sich für die kommenden zehn Jahre weltweit abzeichnet, wird von dynamischen Entwicklungen gekennzeichnet sein. Besonders hier ist es wichtig, auf eine solide Methodenkenntnis zurückgreifen zu können. In der Veranstaltung werden vor allem die Modelle der Megatrendforschung, die Szenariotechnik und die Delphiemethode vorgestellt und auf ihre Tauglichkeit für Forschungsvorhaben in der Trend- und Zukunftsforschung überprüft.

	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Arbeitsgruppen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen
Bezüge zu ...	... anderen Modulen	I.1, I.4, II.3
	... nachhaltiger Entwicklung	Sozioökonomischen Wandel zu verstehen, das heißt in der unternehmerischen Zukunft vor allem: Nachhaltigkeitsziele mit Umsatzzielen zu verschmelzen. In den kommenden Jahren müssen alle Unternehmen der Anforderung gerecht werden, Wertschöpfungsmodelle zu entwickeln, die die planetaren Grenzen respektieren. Nachhaltigkeit ist jedoch längst schon ein hochproduktiver Bereich unserer Gesellschaft, der von technologischer und sozial-ökologischer Innovationsfähigkeit lebt. Damit werden Nachhaltigkeit und Ökoeffizienz in den kommenden Jahren zu essentiellen Kategorien, wenn es darum geht, die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens sicher zu stellen.
Prüfungsleistungen		Studienarbeit (StA)
Organisation	Modulverantwortlicher	Dr. Eike Wenzel
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Studienarbeit = 16% (12 UE) : 84%
Lehrveranstaltungen		I.2.1 Megatrends und Planetare Grenzen I.2.2 Instrumente der Trend- und Zukunftsforschung

Lehrveranstaltung		I.2.1 Megatrends und Planetare Grenzen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	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. Nach Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage: - 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;			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	
		Selbst			x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	Sozioökonomischen Wandel zu verstehen, das heißt in der unternehmerischen Zukunft vor allem: Nachhaltigkeitsziele mit Umsatzzielen zu verschmelzen. In den kommenden Jahren müssen alle Unternehmen der Anforderung gerecht werden, Wertschöpfungsmodelle zu entwickeln, die die planetaren Grenzen respektieren. Nachhaltigkeit ist jedoch längst schon ein hochproduktiver Bereich unserer Gesellschaft, der von technologischer und sozial-ökologischer Innovationsfähigkeit lebt. Damit werden Nachhaltigkeit und Ökoeffizienz in den kommenden Jahren zu essentiellen Kategorien, wenn es darum geht, die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens sicher zu stellen.			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Arbeitsgruppen			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
	Literatur / Lehrmaterial	Skript mit ausführlicher Literaturliste - Literaturempfehlungen: - Jeremy Rifkin: Der globale Green New Deal, Frankfurt 2019 - Maja Göpel: Unsere Welt neu denken, Berlin 2020 - Naomi Klein: Warum nur ein Green New Deal unseren Planeten retten kann, Berlin 2019 - Präsentationen des Instituts für Trend- und Zukunftsforschung (ITZ): www.zukunftpassiert.de - Kolumnen Handelsblatt https://www.handelsblatt.com/meinung/kolumnen/expertenrat/wenzel/ - Megatrends! Kolumne Dr. Eike Wenzel: http://megatrends-letter.de/category/blog/megatrends-kolumne/			
Organisation	Besonderes	Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			
	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Studienarbeit = 16% (12 UE) : 84%			
	Workload	75 Stunden			

Lehrveranstaltung		I.2. Instrumente der Trend- und Zukunftsforschung			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Nach Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage: • neue Methoden und Modelle der Trend- und Zukunftsforschung in der eigenen Arbeit einzusetzen, um zeitnah auf Krisen, Konjunktumschwünge und technologische Neuerungen reagieren zu können, • eigenständig Modelle und Methoden der Trend- und Zukunftsforschung einschätzen und nach Vorzügen und Reichweitendefiziten bewerten zu können. • Zukünftige Entwicklungen in Unternehmen, auf unterschiedlichen Märkten mit Methoden der Trend- und Zukunftsforschung sicher einordnen zu können, eigene Forschungsvorhaben mit einer gesicherten Methodenexpertise umsetzen zu können.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	
		Selbst		x	
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	Die Instrumente der Trend- und Zukunftsforschung stehen dafür bereit, um zukünftige Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft für eigene Unternehmenszwecke einschätzen zu können. Die sozial-ökologische Transformation, die sich für die kommenden zehn Jahre weltweit abzeichnet, wird von dynamischen Entwicklungen gekennzeichnet sein. Besonders hier ist es wichtig, auf eine solide Methodenkenntnis zurückgreifen zu können. In der Veranstaltung werden vor allem die Modelle der Megatrendforschung, die Szenariotechnik und die Delphiemethode vorgestellt und auf ihre Tauglichkeit für Forschungsvorhaben in der Trend- und Zukunftsforschung überprüft.			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Arbeitsgruppen			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
	Literatur / Lehrmaterial	Skript mit ausführlicher Literaturliste • Literaturempfehlungen: • Grundlagen und Methoden der Zukunftsforschung, Szenarien, Delphi, Technikvorschau, http://www.institutfutur.de/_service/download/methoden-zukunftsforschung_sfz-wb21.pdf • Grundlagen der Szenariotechnik, https://www.business-wissen.de/hb/grundlagen-der-szenario-technik/ • Zukunft machen: Wie Sie von Trends zu Business-Innovationen kommen. Ein Praxis-Guide 31. August 2007 von Eike Wenzel, Matthias Horx und Jeanette Huber • Neun erfolgreiche Prognosemethoden: https://www.futuresplatform.com/blog/9-foresight-methodologies-successful-companies-use-stay-ahead - 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 aktueller Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Studienarbeit = 16% (12 UE) : 84%			
	Workload	75 Stunden			

I.3 Arbeitswelt der Zukunft und Future Skills

Modulbezeichnung Modulcode		I.3 Arbeitswelt der Zukunft und Future Skills 416-021
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Die Teilnehmenden sind in der Lage,... ...den Wandel von Arbeit auf der Basis sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Forschung nachzuvollziehen ...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) ...ein Bild des Kompetenzprofils für das Arbeiten der Zukunft zu entwickeln und Kompetenzen zu erkennen, die unabhängig vom spezifischen Aufgaben- und Berufsbereich für die neue Arbeitswelt relevant sein werden ...die Qualität und den Sinn dieser Kompetenzen zu erfassen und bei Bedarf in sich selbst zu entwickeln
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Seminar mit Referaten von Dozent und Teilnehmenden, Diskussionen, Fallbeispielen aus der Organisationspraxis und Übungen zur Entwicklung sogenannter Metakompetenzen bzw. Future Skills
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	Durch die steigende Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit bricht in der Arbeitswelt zunehmend die Orientierung weg. Um trotzdem sicher durch sie zu navigieren, benötigen ihre Akteure besondere Kompetenzen, Einstellungen und Haltungen.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe unten „Lehrveranstaltungen“
	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 Arbeitswelt der Zukunft (Torge Lars Rosenberg) I.3.2 Future Skills (Ottilie Wenzler und Torge Lars Rosenberg)

Lehrveranstaltung		I.3.1 Arbeitswelt der Zukunft			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	• 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	1. Arbeit – historische und aktuelle Bezüge 1.1 Menschliche Arbeit 1.2 Unentgeltliche Arbeit – Erwerbsarbeit – Industriearbeit 1.3 Gegenwart und Zukunft der Arbeit 2. Zukunft der Arbeit – Treiber der Veränderung 2.1 Globalisierung 2.2 Wettbewerb 2.3 Digitalisierung und Automatisierung 2.4 Wertewandel 2.5 Demographie 3. Zukunft der Arbeit, Arbeit der Zukunft – Gestaltungsfelder für die Organisationspraxis 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			
	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	Literaturempfehlungen ▪ 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/Publikationen/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	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		I.3.2 Future Skills			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	- Die Veränderungen der Kompetenzanforderungen vor dem Hintergrund der großen Transformation, den die moderne Arbeit derzeit erlebt, nachvollziehen - Zunehmende Differenzierung von Jobprofilen nachvollziehen und Ableitungen für Kompetenzen daraus treffen - Unterschiedliche Metakompetenzen kennen, analysieren und differenzieren können			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x		
		Selbst		x	x
		Sozial	x		x
	Inhalte	Theorie und Hintergrund „Future Skills“ Fähigkeiten, Kompetenzen, Eigenschaften Ways of Thinking Selbstwirksamkeit, Kritisches Denken, Interkulturelle Kompetenz, Netzwerkkompetenz, Konfliktkompetenz, Kreativität, Problemlösungsfähigkeit Ways of Working Selbstorganisation, Resilienz, Kommunikation, Digitale Grundkompetenz, Lernkompetenz, Kundenorientierung, Verantwortungsbewusstsein			
	Lehr- / Lernformen	Seminar mit Referaten von zwei Dozent und Teilnehmenden, Diskussionen, Fallbeispielen aus der Organisationspraxis und Reflexionen sowie Übungen zur Aneignung der Kompetenzen			
	Lehr- / Lernmethoden	Referat, Gruppenarbeit, Hypnotalk, Timeline, Brainstorming			

	Literatur / Lehrmaterial	Literaturempfehlungen ▪ Davies, Anna u. a.: Future Work Skills 2020, online verfügbar unter www.iff.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf (Abrufdatum 26.04.2020). ▪ Molina, Karl Maria u. a. (Hg.): Kompetenzen der Zukunft. Arbeit 2030. Als lernende Organisation wettbewerbsfähig bleiben, Freiburg u. a. 2018. ▪ OECD (Hg.): „OECD Skills Strategy 2019: Skills to Shape a Better Future, online unter https://www.oecd-ilibrary.org (Abrufdatum 26.04.2020). ▪ Seidl, Tobias: „Kompetenzen für das 21. Jahrhundert. Was wir brauchen, um Leben und Beruf erfolgreich meistern zu können“, in: Projektmanagement aktuell, 2/2018, S. 56-59. ▪ Stifterverband (Hg.): „Future Skills: Welche Kompetenzen in Deutschland fehlen“, online unter http://www.future-skills.net/analysen/wie-future-skills-die-personalarbeit-veraendern (Abrufdatum 26.04.2020). Stifterverband (Hg.): „Welche Kompetenzen in Deutschland fehlen“, online unter http://www.future-skills.net/analysen-future-skills-welche-kompetenzen-in-deutschland-fehlen (Abrufdatum 26.04.2020).
	Besonderes	
	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
Organisa- tion	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%

I.4 Modul Nachhaltiges Management

Modulbezeichnung Modulcode		I.4 Nachhaltiges Management 416-022
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Das Modul vermittelt die Anforderungen des Nachhaltigkeitsmanagements und verdeutlicht insbesondere die Schnittstellenfunktion von Nachhaltigkeit zwischen diversen inhaltlichen Anforderungen und den verschiedenen betrieblichen Funktionsbereichen. Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage • 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	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. 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.

	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		I.4.1 Nachhaltigkeit managen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	• 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	• 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	• 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
	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
Organisa- tion	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		I.4.2 Nachhaltigkeit messen und managen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	- 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	- 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	• 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
	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
Organisa-tion	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%

II.1 Modul Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile

Modulbezeichnung Modulcode		II.1 Gestaltung zukunftsfähiger Lebens- und Wirtschaftsstile 416-005
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			
Ausgestal- tung	Qualifikati- onsziele	• 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	• 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- / Lern- methoden	Vorlesung und problem based learning			
	Literatur / Lehrmaterial	• Crastan, V. (2016): Weltweite Energiewirtschaft und Klimaschutz, Berlin • Meyer, A. et al. (2016): Smart City : Strategie, Governance und Projekte, Wiesbaden • Friege, C, Herbes, C. (2015): Marketing erneuerbarer Energien : Grundlagen, Geschäftsmodelle, Fallbeispiele, München • Attias, D. (2017): The Automobile Revolution : Towards a New Electro-Mobility 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				
Organisa- tion	ECTS-Punkte	6 ECTS			
	Aufteilung	150 Stunden			
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%			

II.2 Modul Gemeinwohlorientierung und Social Innovation

Modulbezeichnung Modulcode		II.2 Gemeinwohlorientierung und Social Innovation 416-023
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	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. Sie kennen den Begriff der sozialen Innovation und verschiedene Beispiele für neue Arten der Kommunikation und Kooperation innerhalb und zwischen Organisationen. Die Studierenden kennen verschiedene neue Organisationsformen die soziale Innovation begünstigen. Sie sind in der Lage, Merkmale sozial innovativer Organisationen zu benennen und in ihren individuellen Umfeldern wiederzuerkennen. Sie werden in die Lage versetzt, Elemente der behandelten Organisationsformen und Methoden im eigenen Kontext anzuwenden.
	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 unten „Lehrveranstaltungen“
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Modulart	Pflichtfach
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%
Lehrveranstaltung		II.2.1 Gemeinwohlökonomie (Dr. Oliver Vlest) II.2.2 Social Innovation (Sebasitan Brumm, Tim Weinert)

Kommentiert [SB1]: Ist das so gedacht? Alle Lernziele der einzelnen LV hier nochmal rein?

Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		II.2.1 Gemeinwohlökonomie			
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	- 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- / Lernmethoden	Analyse von Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation, praktische Übungen			

	Literatur / Lehrmaterial	• 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., Zahrt, 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	
	ECTS-Punkte	3 ECTS
Organisation	Aufteilung	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 34% : 50%
	Workload	75 Stunden

Lehrveranstaltung		II.2.2 Social Innovation			
Ausgestal- tung	Qualifikati- onsziele	Die Studierenden kennen den Begriff der sozialen Innovation und verschiedene Beispiele für neue Arten der Kommunikation und Kooperation innerhalb und zwischen Organisationen. Sie kennen verschiedene neue Organisationsformen die soziale Innovation begünstigen. Sie sind in der Lage, Merkmale sozial innovativer Organisationen zu benennen und in ihren individuellen Umfeldern wiederzuerkennen. Sie werden in die Lage versetzt, Elemente der behandelten Organisationsformen und Methoden im eigenen Kontext anzuwenden.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x		
		System	x	x	x
		Selbst	x	x	x
		Sozial	x		
	Inhalte	1. Grundlagen sozialer Innovation • Formen sozialer Innovation • Wirkungsmessung/Impact • Voraussetzungen sozialer Innovation 2. Organisationsformen • Purpose-Unternehmen • Soziokratie • Das kollegiale Unternehmen • Social Business / Gemeinwohl-Unternehmen 3. Nachhaltige Entscheidungsfindung in Unternehmen • Entscheiden in Gruppen • Entscheidungsverfahren ◦ Systemisches Konsensieren ◦ Soziokratischer Konsent • Entscheidungslandkarte und -matrix			
	Lehr- / Lernformen	• Interaktive Vorlesung / Seminar			
	Lehr- / Lern- methoden	Impulsreferate, Vortrag, Gruppenarbeit, Selbstreflexion, praktische Übungen.			

Organisa- tion	Literatur / Lehrmaterial	• Au, C. (Hrsg.) (2016): Wirksame und nachhaltige Führungsansätze – System, Beziehung, Haltung und Individualität. Wiesbaden: Springer. • Breidenbach, J. & Rollow, B. (2018): New work needs Inner work. • Fink, F. & Moeller, M. – Purpose driven organizations – Sinn, Selbstorganisation, Agilität. Schäffer & Poeschel: 2018. • Gloger, B. & Rösner, D. (2014): Selbstorganisation braucht Führung – Die einfachen Geheimnisse des agilen Managements. München: Hanser. • Howaldt, J. & Jacobsen, H. (Hrsg.)(2010): Soziale Innovation. Wiesbaden: Springer • Kurz B. & Kubek D. (2017): Kursbuch Wirkung. Berlin: Phineo. • Neugebauer, C. (2019): Netzwerke und soziale Innovation – Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen? Wiesbaden: Springer. • Oesterreich, B. & Schröder, C. (2017): Das kollegial geführte Unternehmen – Ideen und Praktiken für die agile Organisation von morgen. Vahlen. • Paulus, G., Schrotta, S. & Visotschnig, E. (2017): Systemisches Konsensieren – Der Schlüssel zum gemeinsamen Erfolg. Holzkirchen: Danke. • Riess, B. (2010): Corporate Citizenship planen und messen mit der IOOI-Methode, Ein Leitfadens für das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, Bertelsmann Stiftung. • Strauch, B. & Reijmer, A. (2018): Soziokratie – Kreisstrukturen als Organisationsprinzip zur Stärkung der Mitverantwortung des Einzelnen. München: Vahlen. • Schwert, A. (2012): Strategische Einbettung von CSR in das Unternehmen, in Schneider, Andreas & Schmidpeter, René (Hrsg.): Corporate Social Responsibility, Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin/Heidelberg: Gabler, S. 331-356. • Surowiecki, J. (2007): Die Weisheit der Vielen – Warum Gruppen klüger sind als Einzelne. München: Goldmann.
	Besonderes	
	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 34% : 50%
Organisa- tion	Workload	75 Stunden

II.3 Modul Transformations- und Innovations-Management

Modulbezeichnung Modulcode		II.3 Transformations-und Innovations-Management 416-024
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	• Innovations-Strategien in internationalen Unternehmen erkennen und bewerten zu können, sowie Schlussfolgerungen für die eigene Innovationspraxis ziehen zu können, • Eigene Innovationsvorhaben entwickeln zu können, bei denen nachhaltige Bezugsgrößen eine zentrale Rolle spielen, Branchentrends zu verstehen und in eigenes unternehmerisches Handeln umzusetzen: • 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. • Nachhaltigkeitsmanagement im 21. Jahrhundert zu betrachten anhand aktueller Konzepte und Theorien, die eine neuartige Wertschöpfungskultur anstreben.
	Inhalte	Gerade wer sich mit Zukunftsthemen unter besonderer Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten beschäftigt, der ist darauf angewiesen, von den besten zu lernen. Die Veranstaltung erläutert und diskutiert Beispiele von disruptiver Innovationspraxis, wie sie vor allem mit Blick auf alternative Wertschöpfungsprozesse und Nachhaltigkeitsstrategien entwickelt wurden. Eine Innovationspraktikerin bzw. ein Innovationspraktiker wird zum Abschluss seine Erfahrungen, Tricks und Kniffe mit den Teilnehmern diskutieren.

	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Gastvortrag, Diskussionen, Arbeitsgruppen
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,
	... nachhaltiger Entwicklung	Die Veranstaltung erläutert und diskutiert Beispiele von disruptiver Innovationspraxis, wie sie vor allem mit Blick auf alternative Wertschöpfungsprozesse und Nachhaltigkeitsstrategien entwickelt wurden.
Prüfungsleistungen		Studienarbeit (StA)
Organisation	Modulverantwortlicher	Dr. Eike Wenzel
	Modulart	
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 34% : 50%
Lehrveranstaltungen		II.3.1 Märkte und Unternehmen im disruptiven Wandel II.3.2 Innovations-Management

Lehrveranstaltung		II.3.1 Märkte und Unternehmen im disruptiven Wandel			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Nach Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage: • Innovations-Strategien in internationalen Unternehmen erkennen und bewerten zu können, sowie Schlussfolgerungen für die eigene Innovationspraxis ziehen zu können, • Eigene Innovationsvorhaben entwickeln zu können, bei denen nachhaltige Bezugsgrößen eine zentrale Rolle spielen, • 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.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x		x
		System	x	x	x
		Selbst			
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	Gerade wer sich mit Zukunftsthemen unter besonderer Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten beschäftigt, der ist darauf angewiesen, von den besten zu lernen. Die Veranstaltung erläutert und diskutiert Beispiele von disruptiver Innovationspraxis, wie sie vor allem mit Blick auf alternative Wertschöpfungsprozesse und Nachhaltigkeitsstrategien entwickelt wurden. Eine Innovationspraktikerin bzw. ein Innovationspraktiker wird zum Abschluss seine Erfahrungen, Tricks und Kniffe mit den Teilnehmern diskutieren.			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Gastvortrag, Diskussionen, Arbeitsgruppen			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Fallstudien, Praxisbeispielen, Arbeitsgruppen und Diskussionen			

	Literatur / Lehrmaterial	Skript mit ausführlicher Literaturliste - Literaturempfehlungen: - 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	Analyse aktueller Trendentwicklungen; Gastvortrag einer Expertin, eines Experten aus dem Gebiet der technologischen, resp. unternehmerischen Innovation.
Organisa- tion	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 34% : 50%
	Workload	75 Stunden

Lehrveranstaltung		II.3.2 Innovations-Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • 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. • 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			
		System			
		Selbst			
		Sozial			
	Inhalte	Gerade wer sich mit Zukunftsthemen unter besonderer Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten beschäftigt, der ist darauf angewiesen, von den besten zu lernen. Die Veranstaltung erläutert und diskutiert Beispiele von disruptiver Innovationspraxis, wie sie vor allem mit Blick auf alternative Wertschöpfungsprozesse und Nachhaltigkeitsstrategien entwickelt wurden. Eine Innovationspraktikerin bzw. ein Innovationspraktiker wird zum Abschluss seine Erfahrungen, Tricks und Kniffe mit den Teilnehmern diskutieren.			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Arbeitsgruppen			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Fallstudien, Praxisbeispielen, Arbeitsgruppen und Diskussionen			

Organisa- tion	Literatur / Lehrmaterial	Skript mit ausführlicher Literaturliste • Literaturempfehlungen: • Network Thinking 16. Oktober 2015 von Ulrich Weinberg • Mariana Mazzucato: The entrepreneurial state, London 2018 • 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
	Besonderes	Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele
	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	Präsenz: Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 34% : 50%
	Workload	75 Stunden

II.4 Modul Wirtschaftspolitik und Psychologie

Modulbezeichnung Modulcode		II.4 Wirtschaftspolitik und Psychologie 416-025
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik differenziert zu verstehen und fundiert zu beurteilen • die wirtschaftspolitischen Ziele und Zielkonflikte (Magisches Vier- bzw. Vieleck) zu benennen und Prioritäten argumentativ zu begründen • die Grenzen des primär national ausgerichteten wirtschaftspolitischen Instrumentariums in einer globalisierten Weltwirtschaft zu verstehen • die Beziehungen zwischen volkswirtschaftlicher Theoriebildung, wirtschaftspolitischen Dogmen, Politikberatung und realer Wirtschaftspolitik zu reflektieren • sich kritisch mit den traditionellen wirtschaftspolitischen Grundannahmen auseinanderzusetzen • Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigkeitsorientierten Wirtschaftspolitik zu beurteilen • Leitlinien der „sozial-ökologischen Marktwirtschaft“ des Bundeswirtschaftsministeriums zu benennen • aktuelle Fälle von „Markt-“ versus „Staatsversagen“ einzuordnen • das BIP als Wachstums- und Wohlstandsindikator mit anderen Indizes kritisch zu vergleichen • Die Studierenden • verstehen die Einflussfaktoren, die aus sozial- und kognitionspsychologischer Sicht menschliches Verhalten im Sinne der Nachhaltigkeit fördern oder hemmen, und können sie an Beispielen / Selbstreflektion erklären • erkennen, wie diese Faktoren zusammenhängen und beeinflusst werden können • können diese Erkenntnisse für die Planung von Projekten einsetzen • erkennen emotionsorientierte Bewältigungsstrategien und können Strategien zum wertschätzenden Umgang anwenden • kennen die Rolle von zielgruppenorientierter Kommunikation und die Risiken im Umgang mit von (Falsch)Information
	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	I.2, I.4, II.1, III.4,
	... nachhaltiger Entwicklung	Schon die Erweiterung des „magischen Vierecks“ der Wirtschaftspolitik um die Ziele „Schutz der Umwelt“ und „Soziale Gerechtigkeit“ zeigt, dass zeitgemäße Wirtschaftspolitik einen Pfadwechsel hin zu nachhaltiger Wirtschaftsweise vollziehen muss. Für nachhaltiges Wirtschaften ist das Verständnis psychologischer Faktoren wesentlich, die Akteure trotz vorhandenen Wissens davon abhalten, entsprechend zu handeln.
Prüfungsleistungen		K60
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe unten „Lehrveranstaltungen“
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%
Lehrveranstaltungen		II.4.1 Wirtschaftspolitik (Prof. Dr. Klaus Gourgé) II.4.2 Psychologie der Nachhaltigkeit (Dr. Inga Bause)

Lehrveranstaltung		II.4.1 Wirtschaftspolitik			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	- aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik differenziert verstehen und fundiert beurteilen können - die wirtschaftspolitischen Ziele und Zielkonflikte (Magisches Vier- bzw. Vieleck) benennen und Prioritäten argumentativ begründen können - die Grenzen des primär national ausgerichteten wirtschaftspolitischen Instrumentariums in einer globalisierten Weltwirtschaft verstehen - die Beziehungen zwischen volkswirtschaftlicher Theoriebildung, wirtschaftspolitischen Dogmen, Politikberatung und realer Wirtschaftspolitik reflektieren können - Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigkeitsorientierten Wirtschaftspolitik beurteilen können - Leitlinien der „sozial-ökologischen Marktwirtschaft“ des Bundeswirtschaftsministeriums benennen können			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x		x
		System	x		x
		Selbst		x	x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	- Grundlagen gesamtwirtschaftlichen Denkens - Grundfragen aktueller Wirtschaftspolitik - Wirtschaftspolitische Ziele und Zielkonflikte „Markt-“ versus „Staatsversagen“ - BIP als Wachstums- und Wohlstandsindikator versus andere Indizes - Rahmenbedingungen der Globalisierung - Sozial-ökologische Transformation der Wirtschaftspolitik - Wirtschaftspolitische Herausforderungen und neuere Denkansätze: Postwachstumsökonomie, Donut Economics, Sharing Economy, Circular Economy			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung und Diskussion aktueller wirtschaftspolitischer Themen			

	Literatur / Lehrmaterial	• Es wird ein eigens zusammengestellter Reader mit unterschiedlichen Texten zu konventionellen sowie insbesondere neuen / alternativen Konzepten der Wirtschaftspolitik zur Verfügung gestellt • „Real World Economics“ http://www.paecon.net/PAEReview/issue98/whole98.pdf • „Postautistische Ökonomik“ https://de-academic.com/dic.nsf/dewiki/1125173 • Wirtschaft neu denken: http://fgw-nrw.de/fileadmin/user_upload/Blinde_Flecken_der_Lehrbuchoekonomie_klein.pdf
	Besonderes	Die Studierenden können vorab eigene Themen und aktuelle Fragen vorschlagen, die dann in der Veranstaltung bearbeitet werden
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%
	Workload	75 Stunden

Lehrveranstaltung		II.4.2 Psychologie der Nachhaltigkeit			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Die Studierenden • verstehen die Einflussfaktoren, die aus sozial- und kognitionspsychologischer Sicht menschliches Verhalten im Sinne der Nachhaltigkeit fördern oder hemmen, und können sie an Beispielen / Selbstreflektion erklären • erkennen, wie diese Faktoren zusammenhängen und beeinflusst werden können • können diese Erkenntnisse für die Planung von Projekten einsetzen • erkennen emotionsorientierte Bewältigungsstrategien und können Strategien zum wertschätzenden Umgang anwenden • kennen die Rolle von zielgruppenorientierter Kommunikation und die Risiken im Umgang mit von (Falsch)Information			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x		
		Selbst			x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	• Grundlagen aus Umwelt-, Sozial- und Kognitionspsychologie • Das sozio-ökologische Dilemma, Modell zum kollektiven Handeln & Myopischer Effekt • Einflussfaktoren nachhaltigen Handelns (von der Entstehung einer Intention zur Handlung und ihren Folgen) • Die Rolle von Kommunikation und (Falsch-)Information • Erkenntnisse der positiven Psychologie zur Förderung nachhaltigen Verhaltens			
	Lehr- / Lernformen	Interaktives Seminar mit Gruppenarbeiten und Übungen			
	Lehr- / Lernmethoden	Impulsvorträge, Diskussionen, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenarbeiten, Übungen			

	Literatur / Lehrmaterial	Literaturempfehlungen: - Christie Manning (2010): The psychology of sustainable behavior: Tips for empowering people to take environmentally positive action (https://www.pca.state.mn.us/sites/default/files/p-ee1-01.pdf) - Krompton und Kasser (2009): Meeting Environmental Challenges: The Role of Human Identity (https://valuesandframes.org/re-sources/CCF_report_the_role_of_human_identity.pdf) - Rachel James (2010): Promoting sustainable behavior. A guide to successful communication (https://sustainability.berkeley.edu/sites/default/files/Promoting_Sustain_Behavior_Primer.pdf) - Niki Harré (2011). Psychology for a Better World (Auckland University Press)
	Besonderes	
Organisa- tion	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 50% : 34%
	Workload	75 Stunden

III.1 Modul Marken-Management und Digitalkompetenz

Modulbezeichnung		III. 1 Marken-Management und Digitalkompetenz
Modulcode		416-026
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis für die Anforderungen gelingender Kommunikation mit den Anspruchsgruppen (Stakeholdern) des Unternehmens.

		• Sie lernen, Unternehmenskommunikation und Markenführung im Unternehmen zu verankern. • Sie erwerben detaillierte Kenntnisse in Strategien und Techniken der Kommunikation und des Marken-Managements. • Sie entwickeln ein fundiertes Markenverständnis, können Rahmenbedingungen für Kommunikationsmaßnahmen einschätzen und Ziele für die Unternehmenskommunikation und Markenführung festlegen • Die Studierenden vertiefen ihr Verständnis für die Bedeutung digitaler Kompetenzen für ihren Erfolg im professionellen Alltag und als Führungskraft, Projektleitung, im Unternehmen oder einer gemeinnützigen Organisation. • Sie üben digitale Fähigkeiten und erkunden anhand von Praxisbeispielen Themen wie künstliche Intelligenz, Cloud computing, Sicherheit und Datenschutz.
	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:innen dar, um in einer digitalisierten Welt selbstständig neue Herausforderungen in der Kommunikation analysieren und Lösungen bewerten zu können. Inhalte des Teilmoduls Digitalkompetenz (siehe auch nächste III.1.2): • Grundlagen und Trends zu Digitalkompetenz, Medienkompetenz, Digital Literacy, Digital Skills • Digitalkompetenz auf persönlicher Ebene, als Führungskraft, in der Projektleitung, im Unternehmen • Umgang mit Informationen und Daten • Kommunikation und Zusammenarbeit • Sicherheit und Datenschutz • Lösung von Problemen und Kompetenzerweiterung • Digitale Transformation

	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		StA
Organisation	Modulverantwortliche	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe unten Lehrveranstaltung
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (24 UE) : 42% : 42%
Lehrveranstaltungen		III.1.1 Marken-Management (Sven Kaun-Feederle) III.1.2 Digitalkompetenz (Sybille Fleischmann)

Lehrveranstaltung		III.1.1 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		
	Inhalte	Selbst		X	
		Sozial	X	X	
		Grundlagen für eine inhaltliche und strategische Basis für die Markenpositionierung/Markenstrategie und deren Kommunikationsmaßnahmen.			
		<u>Markenstrategie</u> Basis einer Positionierung – Markendefinition/Markenwerte – 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 – Leitbildprozesse – Motivieren und Involvieren der Mitarbeiter – Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen			
		<u>Markenplanungsprozesse</u> – Analyse der Markentreiber – Planung der Umsetzung in der Kommunikation – Klärung/Steuerung der Kunden-Kontaktpunkte/Kanäle			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussionen, Gruppenarbeit			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Präsentationen, Beispiele aus der Praxis			

Organisa- tion	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
	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (ca. 12 UE) : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		III.1.2 Digitalkompetenz			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	- Die Studierenden vertiefen ihr Verständnis für die Bedeutung digitaler Kompetenzen für ihren Erfolg im professionellen Alltag und als Führungskraft, Projektleitung, im Unternehmen oder einer gemeinnützigen Organisation. - Sie üben digitale Fähigkeiten und erkunden anhand von Praxisbeispielen Themen wie künstliche Intelligenz, Cloud computing, Sicherheit und Datenschutz.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	
		Selbst		x	x
		Sozial	x	x	
	Inhalte	- Grundlagen und Trends zu Digitalkompetenz, Medienkompetenz, Digital Literacy, Digital Skills Digitalkompetenz auf persönlicher Ebene, als Führungskraft, in der Projektleitung, im Unternehmen - Umgang mit Informationen und Daten - Kommunikation und Zusammenarbeit - Sicherheit und Datenschutz - Lösung von Problemen und Kompetenzerweiterung - Digitale Transformation - Der Digitale Reifegrad von Organisationen - Das Internet der Dinge: Konzepte und Anwendungen. - Cloud Computing - Chancen und Auswirkungen (incl. SaaS) - Künstliche Intelligenz (KI) und Datenanalyse (Praxisbeispiele) - Wie Künstliche Intelligenz Geschäftsmodelle transformiert - KI in Digital Health			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Diskussionen			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Diskussionen			

	Literatur / Lehrmaterial	• Udacity.com, Coursera.com, EDX.org (ueberwiegend englisch) ◦ kostenfreie Teilnahme; Kursgebühren nur, falls darüber ein Zertifikat erworben werden soll • Google Digital Garage (englisch) learndigital.withgoogle.com/digital-garage/ • Skills4Mittelstand von Brainymotion und Microsoft www.brainymotion.de/skills4mittelstand
	Besonderes	
	ECTS-Punkte	3
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (ca. 12 UE) : 42% : 42%
Organisation	Workload	75 Stunden

III.2 Modul Selbstbestimmung

Modulbezeichnung Modulcode		III.2 Selbstbestimmung 416-010
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	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. 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. 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. 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). 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.
	Inhalte	Anforderungen an gelingendes Selbstmanagement in der VUCA-Welt (volatility, uncertainty, complexity, ambivalence) Bedeutung und Möglichkeiten von Achtsamkeit / Resilienz Kreative Methoden zur Selbstreflexion, nach Situation und Bedarf der TeilnehmerInnen, zum Beispiel: • 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) Arbeit an den individuellen Entwicklungszielen der TeilnehmerInnen: Meine Ziele - mein Leben - meine Zukunft 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, • 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	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	Nachhaltiges Handeln setzt (neben dem kognitiven Verständnis von Zusammenhängen) insbesondere die Bereitschaft voraus, a) die eigenen Denk- und Handlungsmuster zu reflektieren und ggf. zu verändern b) Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen Beides sind zentrale Elemente von Selbst-Management in dem hier vertretenen Sinne.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe unten „Lehrveranstaltungen“
	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	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. 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. 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. 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). 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.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach		x	
		System		x	x
		Selbst	x	x	x
		Sozial		x	x
	Inhalte	Anforderungen an gelingendes Selbstmanagement in der VUCA-Welt (volatility, uncertainty, complexity, ambivalence) Bedeutung und Möglichkeiten von Achtsamkeit / Resilienz Kreative Methoden zur Selbstreflexion, nach Situation und Bedarf der TeilnehmerInnen, zum Beispiel: • 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) Arbeit an den individuellen Entwicklungszielen der TeilnehmerInnen: Meine Ziele - mein Leben - meine Zukunft 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, • 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	Bei Interesse zur Lektüre empfohlen: • 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 Modulcode		III.3 Führung im Wandel 416-019
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Die Studierenden verstehen die Erfolgsrelevanz des „Faktor Mensch“ bei Veränderungsprojekten Sie können veränderungsbedingte Widerstände (er-)kennen und lösungsorientierte Handlungsweisen ableiten Sie verstehen organisatorischen Wandel als kontinuierliche Aufgabe der Unternehmensführung Sie können Change Projekte in der Praxis erfolgreich begleiten Die Studierenden erkennen den Unterschied zwischen Management und Leadership und die verbindenden Elemente Sie stärken ihre Fähigkeiten, in heutigen und zukünftigen Herausforderungen mit eigener Klarheit und Leichtigkeit zu agieren und Menschen für ein Anliegen zu gewinnen Sie verfügen über Möglichkeiten, die Balance zu halten in einer komplexen sich ständig verändernden Welt und dabei den besten Beitrag fürs Ganze zu leisten Sie kennen Methoden des Teambuilding, bei denen das Team Teil einer Ko-Kreation mit sich selbst und dem Unternehmen wird Die Teilnehmer*innen erfahren, wie sie gleichzeitig ihre Karriere und ihre persönliche Entwicklung im Blick behalten können
	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	Der Pfadwechsel hin zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise erfordert seitens der Unternehmen eine tiefgreifende Transformation bestehender Organisationsprinzipien ebenso wie der Denk- und Handlungsmuster aller Beteiligten. Führungskräften kommt in diesem eine besondere Bedeutung zu, unter anderem im Vermitteln der unternehmensspezifischen Nachhaltigkeitsziele.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe unten „Lehrveranstaltungen“
	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 (Ottilie Wenzler)

Lehrveranstaltung		III.3.1 Change Management
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	- 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 begleiten können
	Inhalte	- 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: - 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 - Spalinek, 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	Die Studierenden erkennen den Unterschied zwischen Management und Leadership und die verbindenden Elemente Sie stärken ihre Fähigkeiten, in heutigen und zukünftigen Herausforderungen mit eigener Klarheit und Leichtigkeit zu agieren und Menschen für ein Anliegen zu gewinnen Sie verfügen über Möglichkeiten, die Balance zu halten in einer komplexen sich ständig verändernden Welt und dabei den besten Beitrag fürs Ganze zu leisten Sie kennen Methoden des Teambuilding, bei denen das Team Teil einer Ko-Kreation mit sich selbst und dem Unternehmen wird Die Teilnehmer*innen erfahren, wie sie gleichzeitig ihre Karriere und ihre persönliche Entwicklung im Blick behalten können			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x		x
		Selbst			x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	• 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 Modulcode		III.4 General Management / Zukunfts-Labor 416-027
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	Die Studierenden • können im Rahmen des Zukunfts-Labors das im Studium erworbene Wissen und die erlernten Tools und Methoden in einen ganzheitlichen Anwendungskontext bringen • sind in der Lage, sich mit dem Design verschiedener Zukunftsszenarien auseinanderzusetzen • erwerben eine praxistaugliche Herangehensweise zur Konzeption von Zukunftsszenarien, um diese auch später in ihrem persönlichen Arbeitskontext anwenden zu können • kennen die verschiedenen, disruptiven Digital-Technologien und ihren Einfluss auf die Datenökonomie und die Wirtschaftsordnung (Plattformökonomie & Sharing Economy) • sind in der Lage, neue Trend-Technologien und Business-Cases hinsichtlich ihrer Markt-Relevanz und ethischen Dimension kritisch zu hinterfragen und selbständig einzuordnen • kennen und verstehen das Dual-Use-Dilemma neuer Technologien und welche Rolle es im wirtschaftspolitischen und gesamtgesellschaftlichen Kontext spielt • haben einen Überblick über globale Märkte und Ansätze zur Regulierung der digitalen Sphäre
	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	Zukunftsfähigkeit ist Voraussetzung und wesentlicher Teil von Nachhaltigkeit. Das gilt sowohl für das Entwickeln zukunftsfähiger Strategien als auch für das Verständnis von Management in Zeiten der Künstlichen Intelligenz., einschließlich der Beurteilung ihrer ethischen Fragen und Risiken.
Prüfungsleistungen		StA
Organisation	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Klaus Gourgé, Dozent*in siehe unten „Lehrveranstaltungen“
	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 General Management (Katrin-Cécile Ziegler) III.4.2 Zukunfts-Labor (Yara Dobra, Michael Geiss)

Lehrveranstaltung		III.4.1 General Management (Management in Zeiten von Digitalisierung und KI)			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die verschiedenen, disruptiven Cutting-Edge Technologien (u.a. KI, AR, VR, Robotik) und ihren Einfluss auf die Datenökonomie und die Wirtschaftsordnung (Plattformökonomie & Sharing Economy) - sind in der Lage, neue Trend-Technologien und Business-Cases hinsichtlich ihrer Markt-Relevanz und ethischen Dimension kritisch zu hinterfragen und selbständig einzuordnen (Fake-News, Bias-Problematik, Mensch-Maschinen-Beziehung). - Kennen und verstehen das Dual-Use-Dilemma neuer Technologien und welche Rolle es im wirtschaftspolitischen und gesamtgesellschaftlichen Kontext spielt - haben einen Überblick über globale und kontinentale Märkte und Ansätze zur Regulierung			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	
		Selbst			x
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	- Grundlagen disruptiver Technologien - Anwendungen und ethische Fragestellungen - Zukunftsmärkte & Regulierungsmodelle			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Multimediale Vorlesung mit Präsentationen, Videos, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			

	Literatur / Lehrmaterial	Literaturempfehlungen: • Bendel, Oliver: 350 Keywords Digitalisierung, Springer Gabler 2019 • Angela Janke, Prof. Dr. Nicolas Burkhardt: Disruptive Technologien im Mittelstand, Springer Fachmedien Wiesbaden 2018 • Justus Haucup: Macht, Markt und Wettbewerb: Was steuert die Datenökonomie?, Nicolai Publishing & Intelligence GmbH Berlin, 2018 • Ochs, C., Friedewald, M., Hess, Th., Lamla, J. (Hrsg.): Die Zukunft der Datenökonomie, Springer VS 2019 • Catrin Misselhorn: Grundfragen der Maschinenethik, Reclams Universal-Bibliothek, 2018 • Julian Nida-Rümelin: Digitaler Humanismus: Eine Ethik für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz, Piper; 2018 • Cornelia Diethelm: Trendradar Digitale Ethik, Center for Digital Responsibility, https://digitalresponsibility.ch/trendradar/ • Jayshree Pandya: The Dual-Use Dilemma Of Artificial Intelligence, in: Forbes, Jan 7, 2019 • Tom Douglas: THE DUAL-USE DILEMMA, The Parliamentary Office of Science and Technology, July 2009 Number 340 https://www.parliament.uk/documents/post/postpn340.pdf
	Besonderes	
	ECTS-Punkte	3 ECTS
	Aufteilung	75 Stunden
Organisation	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%

Lehrveranstaltung		III.4.2 Zukunfts-Labor			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Im „Zukunfts-Labor“ zum Ende des 3. Semesters können die Studierenden das im Studium erworbene Wissen und die erlernten Tools und Methoden in einen ganzheitlichen Anwendungskontext bringen. Schwerpunkt ist die Auseinandersetzung mit dem Design verschiedener Zukunftsszenarien. Das Zukunfts-Labor hat zum Ziel, eine praxistaugliche Vorlage / Herangehensweise zur Konzeption von Zukunftsszenarien zu vermitteln, die die Teilnehmer auch später in ihrem persönlichen Arbeitskontext anwenden können.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach			x
		System	x	x	x
		Selbst	x		
		Sozial	x	x	x
	Inhalte	• Kennenlernen und Arbeiten innerhalb des Strategic Design Frameworks • Kennenlernen verschiedener Methoden zur strukturierten Konzeption von Zukunftsszenarien • Arbeiten mit und Bewerten der Szenarien • Auseinandersetzung mit der Visualisierung von Szenarien			
	Lehr- / Lernformen	Workshop			
	Lehr- / Lernmethoden	Gruppenarbeit, Diskussion			
Organisation	Literatur / Lehrmaterial				
	Besonderes				
	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
Organisation	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung, Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 16% (12 UE) : 42% : 42%			

IV. Modul: Master Thesis

Modulbezeichnung Modulcode		IV. Master Thesis 416-013
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	- 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%