

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Modulkatalog

Inhalte – Lernergebnisse – Lehrende

Stand: 07/2025



Inhalt

Pflichtmodule	4
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	4
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	5
Accounting und Controlling	7
Marketing	8
Finanzmanagement.....	9
Organisation und Personal.....	10
Wirtschaftsprivatrecht	11
Statistik und empirische Forschungsmethoden.....	12
Wissenschaftliches Arbeiten	13
Projektmanagement in der Praxis.....	14
Profil: Innovation und Nachhaltigkeit.....	15
Innovationsmanagement	15
Entrepreneurship	16
Nachhaltigkeitsmanagement	17
Profil: Personal und Leadership	18
Führung und Kommunikation.....	18
Recruiting und Employer Branding.....	19
Personalentwicklung und Talentmanagement.....	20
Profil: Digital Business Management	21
Digitalisierung im Unternehmen	21
Intelligentes Datenmanagement	22
Digitale Geschäftsmodelle.....	23
Profil: Marketing	24
Dienstleistungsmarketing.....	24
Strategisches Marketing	25
Online-Marketing.....	26
Profil: Sport und Wirtschaft.....	27
Sportmanagement.....	27
Sportmarketing und -sponsoring.....	28
Nationales und internationales Sport- und Verbandsrecht	29
Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre.....	30
Professionalisierungsmodul.....	31
Storytelling – erzählend überzeugen.....	32
Kommunikation – kompetent und ergebnisorientiert	33
Konfliktmanagement - konstruktiv Lösungen finden.....	34
Verhandeln – souverän und erfolgreich.....	35
Design Thinking – kreativ mit System.....	36
Digital Literacy	37
Resilienz stärken.....	38
Entscheidungen richtig treffen	39
Leadership – digital und zukunftsorientiert	40
Coaching – Tools für die Praxis	41

Führung übernehmen – die neue Rolle als Führungskraft	42
Self Leadership – die Kunst, sich selbst zu führen	44
Ausgewählte Aspekte zur Professionalisierung	45
Abschlussmodul	46

***WICHTIGER HINWEIS:**

Der Modulkatalog wird regelmäßig aktualisiert. Module, die sich in der (Weiter-)Entwicklung befinden, sind mit „In Bearbeitung“ kenntlich gemacht. Speziell die Bausteine des Professionalisierungsmoduls werden fortlaufend aktualisiert und erweitert (siehe: <https://uol.de/c3/weiterbildung/future-skills>).

Pflichtmodule

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Pflichtmodul

Lehrende*r	Dr. Michael Koch // Frank Michael Henn Institut für Ökonomische Bildung
Inhalte	<p>Das Modul stellt den fachlichen Einstieg in den Studiengang dar. Es dient der inhaltlichen Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (BWL) als Teildisziplin der Wirtschaftswissenschaften und damit einer ersten Orientierung im Studiengang. Ziel ist es, ein grundlegendes Verständnis bezüglich der vielfältigen organisatorischen, technischen und finanziellen Entscheidungen, die in Betrieben getroffen werden müssen, zu vermitteln und dabei die spezifische Perspektive sowie die unterschiedlichen Handlungs- und Gestaltungsfelder der BWL interaktiv herauszuarbeiten.</p> <p>Diesem Gedanken folgend, steht am Anfang die Klärung der folgenden Fragestellungen: Was sind Betriebe? Welchem Zweck dienen Unternehmen (als wirtschaftliche Betriebe) in modernen Volkswirtschaften? In welche Regelzusammenhänge sind Unternehmen eingebettet und welche Aufgaben lassen sich daraus ableiten? Hieran anknüpfend werden betriebswirtschaftliche Entscheidungen in den Fokus gerückt und wird die Unterscheidung volks- und betriebswirtschaftlicher Theorie konturiert. Damit rationale betriebswirtschaftliche Entscheidungen getroffen werden können, bedarf es entsprechender Instrumente für die Analyse der Ist-Situation (u.a. im Hinblick auf die Stellung, Stärken und Schwächen sowie den strategischen Geschäftsfeldern).</p> <p>Im nächsten Schritt erfolgt dann die notwendige Strukturierung unternehmerischer Zielsetzungen. Beispielhafte Entscheidungsmöglichkeiten werden vermittelt, um die betriebswirtschaftlichen Ziele zu hierarchisieren und zu operationalisieren. Dabei werden auch potenzielle Konfliktfelder herausgearbeitet.</p> <p>Den Abschluss bildet die Analyse ausgewählter Entscheidungsbereiche zur operativen Umsetzung betriebswirtschaftlicher Zielsetzungen entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette. Hierzu werden konstitutive Fragen (Rechtsformen und Standortwahl), primäre Aktivitäten (Beschaffung, Produktion, Vertrieb) sowie übergeordnete Themen (Auswirkungen der Digitalisierung, zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeitsstrategien, konkrete wirtschafts- und unternehmensethische Anforderungen) behandelt.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre (BWL) sowie die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Handlungs- und Entscheidungsfelder ermitteln. — die Funktionen von Unternehmen im Wirtschaftsgeschehen herausarbeiten und analysieren. — die grundlegenden Eigenschaften von Unternehmen erläutern. — Instrumente zur strategischen Ist-Analyse von Unternehmen anwenden und interpretieren. — die Ziele, Bewertungsindikatoren und Kalküle zur Lösung von Entscheidungsproblemen in verschiedenen Unternehmensbereichen erarbeiten. — sich die Bedeutung konstitutiver Entscheidungen (Rechtsform, Standort) erschließen. — leistungswirtschaftliche Prozesse eines Betriebes erfassen und die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Strukturierung des betrieblichen Produktionsprozesses ermitteln. — die Auswirkungen aktueller gesellschaftspolitischer Entwicklungen (Nachhaltigkeit, Digitalisierung, ethische Anforderungen) auf das Erlernte übertragen und grundlegend analysieren.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

Pflichtmodul

Lehrende*r	Prof. Dr. Dennis Drews // apl. Prof. Dr. Ulrich Scheele // Prof. Dr. Hans-Michael Trautwein Jade Hochschule // Carl von Ossietzky Universität Oldenburg // Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Das Modul führt in die ökonomische Denkweise ein und bietet einen elementaren Überblick über grundlegende Themen der Volkswirtschaftslehre. Zentrale Denkansätze und Kausalbeziehungen werden anhand alltagsbezogener Beispiele veranschaulicht. Im ersten Teil des Moduls werden theoretische und empirische Grundlagen für das Verständnis volkswirtschaftlicher Zusammenhänge gelegt, indem die folgenden Themen behandelt werden: Wirtschaftstheoretische Grundbegriffe, Interdependenz und Handel, Funktionsweise und Effizienz von Märkten, Wirtschaftskreislauf und Sozialprodukt, Unternehmensverhalten auf unterschiedlich strukturierten Märkten sowie Marktversagen und Staatstätigkeit.</p> <p>Die weiteren Teile des Moduls befassen sich mit drei großen wirtschaftspolitischen Themen unserer Zeit: Globalisierung, Digitalisierung und Klimaschutz. Zu den genannten Themenblöcken werden einführende Texte mit mikro- und makroökonomischem Hintergrundwissen sowie verschiedene Ressourcen bereitgestellt, die ein Grundverständnis vermitteln. Auf dieser Basis können in der Projektphase speziellere Fragestellungen in den Themenblöcken bearbeitet werden.</p> <p>Im Themenblock ‚Globalisierung‘ werden langfristige Trends der grenzübergreifenden Arbeitsteilung bis hin zu modernen Wertschöpfungsketten aufgezeigt und die damit verknüpften arbeitsmarkt-, finanz- und währungspolitischen Implikationen beleuchtet.</p> <p>Der Themenblock ‚Digitalisierung‘ befasst sich mit den Besonderheiten und den Herausforderungen, die mit der digitalen Transformation der Arbeits- und Lebenswelten verbunden sind und thematisiert beispielsweise die Entwicklung sogenannter Plattformökonomien.</p> <p>Im Themenblock ‚Klima‘ geht es um die Ursachen des Klimawandels und um die mikro- und makroökonomischen Aspekte im Zusammenhang mit Klimaschutz und Klimaanpassung. Im Vordergrund stehen dabei vor allem die vielfältigen Herausforderungen eines umfassenden Transformationsprozesses in Richtung Klimaneutralität.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — wirtschaftstheoretische Grundbegriffe anwenden und in ihrem Zusammenhang einordnen. — allgemeine Schlussfolgerungen aus der Theorie für die empirische Behandlung von zentralen Themenblöcken sowie die Begründung und Ausgestaltung wirtschaftspolitischer Maßnahmen ziehen. — nach verschiedenen Marktformen differenzieren und daraus resultierende Verhaltensweisen von Marktakteuren herleiten. — Ursachen und Ausprägungen verschiedener Formen von Marktversagen erkennen und damit verbundene Anforderungen an die Wirtschaftspolitik identifizieren. — die Entwicklung einer kreislaufanalytischen Perspektive auf die Wechselwirkungen von Preis- und Mengenentwicklungen auf gesamtwirtschaftlich bedeutsamen Märkten verstehen. — komplexe weltwirtschaftliche Zusammenhänge durch das Verständnis der Grundstrukturen von Zahlungsbilanzen, Wechselkurssystemen und handelspolitischen Strategien erfassen. — komplexe Zusammenhänge von Kapitalbildung, technologischem Wandel und Wirtschaftswachstum in ihren einzel- und gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen interpretieren. — wirtschaftspolitische Handlungsoptionen im Umgang mit Ressourcenknappheit und Klimawandel abwägen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.

Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Accounting und Controlling

Pflichtmodul

Lehrende*r	Prof. Dr. Andreas Eiselt PHWT Vechta/Diepholz
Inhalte	<p>Mit Hilfe des computergestützten Unternehmensplanspiels TOPSIM - General Management werden die grundlegenden Begriffe und Themenfelder aus dem Bereich von Accounting und Controlling erarbeitet. Das Planspiel berücksichtigt alle Bereiche eines Industrieunternehmens von der Fertigung, über Einkauf, Personal, Forschung und Entwicklung bis hin zu Marketing und Vertrieb.</p> <p>Ein umfangreiches Berichtswesen (u.a. internes Rechnungswesen mit detaillierter Kostenrechnung und externes Rechnungswesen mit Gewinn- und Verlustrechnung, Liquiditätsrechnung sowie Bilanz) liefert dabei die Informationen für die Entscheidungen der Teilnehmenden.</p> <p>Dabei werden die Teilnehmenden schrittweise an komplexe Sachverhalte herangeführt und der Nutzen von Informationen deutlich gemacht. Im Planspiel werden auch die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Unternehmensbereichen und dem Markt abgebildet.</p> <p>Die Teilnehmenden werden gemeinsam in einem Team die Leitung eines Unternehmens übernehmen und auf einem fiktiven Markt gegeneinander antreten. Herausforderung ist es, in einem unsicheren Marktumfeld unter Zeitdruck rationale Entscheidungen zu treffen. Neben einer ausgeprägten strategischen Denkweise wird den Teilnehmenden die Fähigkeit abverlangt, diese operativ im Unternehmen umzusetzen. Die Steuerung von Unternehmen auf Basis von Informationen wird somit erlebbar. Insgesamt lernen die Teilnehmenden also durch ihre eigenen Aktivitäten („learning by doing“).</p> <p>Schließlich müssen die Teilnehmenden ihre Entscheidungen im Rahmen ihrer Prüfungsleistung schriftlich und/oder mündlich verteidigen.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Instrumente des Rechnungswesens (z.B. Kostenrechnung oder Kennzahlen) sicher für Ihre Entscheidungen nutzen. — eine ganzheitliche Unternehmensplanung, -führung und -kontrolle übernehmen. — je nach Aufgabenstellung sinnvolle Methoden zur Problemlösung anwenden. — in einem Team gemeinsam Probleme und Konflikte lösen. — Entscheidungen diskutieren, kritisch beleuchten, eigene Auffassungen verteidigen und präsentieren.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Marketing

Pflichtmodul

Lehrende*r	Prof. Dr. Thorsten Raabe Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Marketing hat sich von einer betrieblichen Funktion zu einem Leitkonzept der Unternehmensführung entwickelt. Kunden- und Marktorientierung stellen die zentrale Maxime eines ganzheitlichen Managementansatzes dar, der die konsequente Orientierung aller Unternehmenstätigkeiten am „Engpass Markt“ fordert. Das Modul soll ein grundlegendes Verständnis dieses betrieblichen Instrumentalbereiches schaffen, indem sowohl seine Anwendungsvoraussetzungen wie auch Gestaltungsoptionen im Hinblick auf die zentrale Zieldimension der Beeinflussung von Markttransaktionen vermittelt wird.</p> <p>Das Modul greift die Grundlagen des Marketings im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung auf, indem die Marketingphilosophie als Denkhaltung, theoretisch-konzeptionelle Grundlegungen als auch das notwendige analytische und methodische Wissen verknüpft mit konkreten Beispielaufgaben vermittelt werden.</p> <p>Folgende Inhalte werden thematisiert: Formen des Marketing; Marketing als Managementkonzept; verhaltenstheoretische Orientierung und Grundlagen des Konsumentenverhaltens sowie des institutionellen Kaufverhaltens; Marketingziele, -instrumente und Marketing-Mix; Markenpolitik. Auch wird dem Einfluss der Digitalisierung auf das Marketing (z.B. durch neue Wertschöpfungsprozesse, rein digitale Geschäftsmodelle, Big Data etc.) Raum im Modul eingeräumt. Abschließend wird die generelle Bedeutung gesellschaftlicher Megatrends für Marketingkonzeption und -praxis reflektiert.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Denkweise und die Aufgaben des Marketings verstehen. — Märkte identifizieren und voneinander abgrenzen. — sich mit einem systematischen Entscheidungsverhalten auseinandersetzen. — neue Entwicklungen im Marketing erkennen. — die institutionellen Besonderheiten des Marketings verstehen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Finanzmanagement

Pflichtmodul

Lehrende*r	Prof. Dr. Armin Varmaz Hochschule Bremen
Inhalte	<p>Zielsetzung des Moduls ist es, die notwendigen Grundkenntnisse der finanzwirtschaftlichen Bewertung und der Unternehmensfinanzierung zu vermitteln. Nach einem Überblick zum Forschungsgegenstand und den Forschungsansätzen der betrieblichen Finanzwirtschaft werden mit dem Zeitwert des Geldes, Berücksichtigung der zeitvariablen Zinsen, Zinsstrukturkurve und Inflation, Bestimmung der Effektivverzinsung, der Risiko- und Portfolioplanung, der Finanzplanung, der Finanzierungsformenlehre, der Finanzanalyse und der Projektfinanzierung die wesentlichen Themenschwerpunkte der finanzwirtschaftlichen Theorie behandelt.</p> <p>Der Schwerpunkt des Moduls liegt dabei auf der finanzwirtschaftlichen Bewertung von Finanzierungsinstrumenten. Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt, die finanzwirtschaftlichen Theorie auf konkrete Anwendungsprobleme zu übertragen, den die Entscheider im Unternehmen typischerweise gegenüberstehen. Der Schwerpunkt bietet eine umfassende Behandlung der Schlüsselaspekte im finanzwirtschaftlichen Entscheidungsprozess eines Unternehmens, inkl. der Bewertung von Projekten unter Unsicherheit, Kapitalkosten sowie Finanzierungsaspekte. Die vermittelten theoretischen Kenntnisse werden anhand von Zahlenbeispielen und Beispielaufgaben illustriert.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Anforderungen der Finanzwirtschaft als Teil der Unternehmensführung benennen und wesentliche Aspekte unterscheiden — Methoden der finanzwirtschaftlichen Bewertung von Finanzierungsinstrumenten unter Sicherheit und Unsicherheit beschreiben, illustrieren, vergleichen und anwenden. — Vorgehensweisen und grundlegende Lösungsansätze im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen für die Unternehmensführung entwickeln. — Software-Tools (z.B. Tabellenkalkulation) sowie geeignete Daten nutzen, um finanzwirtschaftliche Fragestellungen zu lösen — wesentliche Finanzierungsquellen für Unternehmen systematisieren und analysieren. — das Zusammenwirken der verschiedenen Finanzierungsquellen erläutern. — Finanzierungskosten für Eigen- und Fremdkapital ermitteln und mit dem Wissen über Risiken sowie Chancen der einzelnen Alternativen (für eine gegebene Situation) das beste Finanzierungsinstrument ermitteln. — Bildung von Portfolios begründen und die Aufteilung des Kapitals vornehmen — die Grundlagen der Finanzanalyse verstehen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Organisation und Personal

Pflichtmodul

Lehrende*r	Prof. Dr. Thomas Breisig Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Unser Leben ist durchdrungen von dem Phänomen „Organisation“. Mit Blick auf den betrieblichen Kontext schafft das Modul ein Bewusstsein und Verständnis für verschiedene Organisationsbegriffe, -fragen und -belange. Ausgehend von der differenzierten Klärung des Organisationsbegriffs rücken die Aufbau- und Ablauforganisation und deren unterschiedlichen Gestaltungsmöglichkeiten in den Fokus. Geschaffene Organisationslösungen sind aber nicht zwingend von unendlicher Dauer. Der Wandel in und von Organisationen spielt in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle und wird mit unterschiedlichen Modellen und Konzepten thematisiert. Da Organisationen auch Orte der Entwicklung gemeinsamer Einstellungen, Werte und Normen sind, widmet sich das Modul ebenfalls der Organisationskultur.</p> <p>Organisation funktioniert letztendlich nicht ohne Personal. So befasst sich das Modul ebenfalls mit dem Menschen als Teil des betrieblichen Leistungsprozesses. Das Erkenntnisobjekt des Human Resource Managements (HRM) bzw. des Personalwesens besteht im Kern darin, das Leistungsverhalten des arbeitenden Menschen in wirtschaftlichen Organisationen zu erklären und es prognostizierbar und steuerbar zu machen. Dabei geht es um das Potenzial „lebendiger“ Menschen und vor diesem besonderen Hintergrund wird in diesem Modul ein Einblick in den Bestand an theoretischen und praktischen Erkenntnissen zum HRM gegeben. Neben den begrifflich-theoretischen Grundlagen und den Besonderheiten des HRM beschäftigt sich das Modul mit zentralen Handlungsfeldern des Personalwesens. Dabei wird einer gewissen Input-Throughput-Output-Logik gefolgt (Personalplanung, Beschaffung und Integration von Mitarbeitenden, ihren Einsatz zur Erreichung der Betriebszwecke bis hin zur Freistellung und zur Aufhebung des Arbeitsverhältnisses). So spielen auch arbeitsrechtliche Fragestellungen eine wichtige Rolle, da sie zahlreiche Aspekte der Personalarbeit betreffen, u.a. das Einstellungsverfahren, die Gestaltung von Arbeitsverträgen, Rechte und Pflichten von Arbeitgebern und Arbeitnehmern im Rahmen des Arbeitsverhältnisses sowie die Beendigung von Arbeitsverhältnissen.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — unterschiedliche Organisationsverständnisse differenzieren. — zentrale Fragen betrieblicher Organisation einordnen, aber auch spezifische Organisationsprobleme erfassen und anhand unterschiedlicher Aspekte der Organisationsgestaltung Lösungen generieren. — den Wandel in und von Organisation erklären sowie unterschiedliche Konzepte kritisch diskutieren. — die Bedeutung der Organisationskultur einschätzen und diese organisationspezifisch erfassen. — den Unterschied zwischen „Faktor Arbeit“ und anderen Produktionsfaktoren erklären. — personalwirtschaftliche Implikationen eines gesellschaftlichen Wertewandels einschätzen. — die Grundlagen und Bedeutung von Zielvereinbarungen und Steuerungsinstrumenten beschreiben und kritisch würdigen. — die Rolle der Personalplanung im betriebswirtschaftlichen Planungszusammenhang einschätzen und Funktionsbereiche unterscheiden. — verschiedene Instrumente zur Personalauswahl und -freisetzung einschätzen und anwenden. — eine grundlegende Begriffsklärung von Personalentwicklung nachvollziehen. — individuelles und kollektives Arbeitsrecht unterscheiden und Grundzüge erläutern.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Wirtschaftsprivatrecht

Pflichtmodul

Lehrende*r	Dr. Edgar Rose Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Dieses Modul befasst sich mit den zivilrechtlichen Bedingungen und Auswirkungen wirtschaftlicher Aktivitäten. Es vermittelt Orientierung und Handlungsfähigkeit im komplexen regulativen Geflecht, durch das unternehmerisches Handeln in wachsendem Maße geprägt wird. Neben den allgemeinen wirtschaftsrechtlichen Grundlagen des Bürgerlichen Rechts und des Handelsrecht werden vertiefend auch Kenntnisse des Gesellschaftsrechts und des gewerblichen Rechtsschutzes vermittelt.</p> <p>Eingeführt wird einerseits in die juristische Methodik der Beurteilung und Bearbeitung von (potenziellen) Konflikten in der Unternehmenspraxis. Durch Übungsfälle wird die systematische Klärung der jeweils relevanten Rechtslage veranschaulicht. Andererseits wird ein Überblick über die zahlreichen gesetzlichen Inhalte des Wirtschaftsprivatrechts gegeben. Eingehend werden dann die zentralen Rechtsquellen des Vertragsrechts bzw. des Haftungsrechts vermittelt. Der Umgang mit Vertragsstörungen oder Haftungsrisiken wird diskutiert. Weitere Inhalte z. B. der Geschäftsführung im Handels- und Gesellschaftsrecht, des Markenrechts oder des unlauteren Wettbewerbs werden exemplarisch erarbeitet.</p> <p>Ein besonderer Schwerpunkt wird auf das Internetrecht gelegt. Dabei stellen das Marketing im Netz und der Vertragsschluss im Onlinehandel wichtige Themen dar, bei denen der europarechtlich geprägte Verbraucherschutz eine große Rolle spielt. Auch die besonderen Haftungsrisiken des zunehmenden Einsatzes künstlicher Intelligenz werden erörtert.</p> <p>Die Inhalte des Moduls sind im Einzelnen: Vertragsschluss und Vertragsgestaltung (inkl. AGB), Vertragsstörungen beim Kauf- und Werkvertrag, Verbraucherschutz im Netz, Produzenten- und Produkthaftung, Recht der Kaufleute, Vertretung und Haftung der Personen- oder Kapitalgesellschaft, Nachahmungsschutz gegenüber Mitbewerbern, unlautere Geschäftspraktiken beim Kampf um Marktanteile.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die grundlegenden Inhalte und die Systematik der für die Wirtschaft relevanten Teile des Rechtssystems erläutern, — zentrale Kategorien des Fachgebiets wie z. B. Verbraucher/Unternehmer, Kaufvertrag/Werkvertrag oder Rücktritt/Widerruf/Anfechtung sicher unterscheiden, — Rechtsquellen interpretieren und die Aussagekraft gerichtlicher Entscheidungen einschätzen, — relevante rechtliche Fragestellungen entwickeln und Antworten mit den einschlägigen Rechts- und Fachquellen erarbeiten, — rechtliche Risiken und Problemfälle in der Unternehmenspraxis erkennen und unter juristischen Gesichtspunkten lösungsorientiert analysieren, — präventiv rechtskonformes unternehmerisches Handeln durch Anwendung des aktuell geltenden Rechts fortlaufend sicherstellen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Statistik und empirische Forschungsmethoden

Pflichtmodul

Lehrende*r	Prof. Dr. Heinke Rübken Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	In diesem Modul werden die Grundlagen der qualitativen und quantitativen empirischen Sozialforschung vermittelt. Das Modul soll die Teilnehmenden befähigen, im Rahmen einer Projektarbeit oder ihrer Abschlussarbeit eigenständig empirische Daten zu erheben, wissenschaftlich auszuwerten und sie in ein angemessenes Berichtsformat zu überführen. Es werden sowohl qualitative als auch quantitative Forschungsdesigns, Datenerhebungsmethoden sowie Auswertungsmöglichkeiten vorgestellt und kritisch beleuchtet. Zudem erlernen die Modulteilnehmenden, empirische Studien besser zu verstehen und die Qualität eigenständig zu beurteilen. Die kritische Interpretation von empirischen Daten, die tagtäglich in der Presse oder im beruflichen Alltag kursieren, ist ein zentrales Kompetenzziel in diesem Modul. Auf welcher Basis stehen die gegebenen Daten und Aussagen, wie wurden sie aufbereitet und interpretiert? Wie weit reicht die damit einhergehende Aussage? Das Modul ermöglicht es den Teilnehmenden somit, durch eigene Datenerhebung und -analyse einen Beitrag zur Wissensgenerierung zu leisten, und darüber hinaus auch Aussagen und Informationen von anderen kritisch zu reflektieren. Für die Projektarbeit in diesem Modul entscheiden die Teilnehmenden sich für eine vertiefende Bearbeitung und Anwendung qualitativer oder quantitativer Forschungsmethoden und führen die Erhebung und Auswertung von Daten durch, die für ihren beruflichen Kontext relevant sind. Die Inhalte, die mit den zur Anwendung kommenden Forschungsmethoden bearbeitet werden, werden aus konkreten beruflichen Fragestellungen heraus entwickelt.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — wesentliche Merkmale unterschiedlicher Forschungsdesigns verstehen. — wichtige Charakteristika verschiedener Erhebungsverfahren richtig anwenden. — Gütekriterien qualitativer und quantitativer Forschung erkennen. — Verfahren und Methoden in konkreten Informations- und Entscheidungsprozessen adäquat einsetzen. — statistische Ergebnisse sachbezogen präsentieren und interpretieren. — qualitative Daten aufbereiten und methodisch korrekt auswerten.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Wissenschaftliches Arbeiten

Pflichtmodul

Lehrende*r	Anne Rubens-Laarmann // Dr. Daniel Dorniok Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf // Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Die Erstellung von schriftlichen Prüfungsleistungen bis hin zur Bachelorarbeit setzt ein systematisches, methodisch begründetes Vorgehen, die Beachtung von Formvorschriften und eine gute Arbeitsorganisation voraus. Dieses „Handwerkszeug“ ist vom ersten Modul an anzuwenden, um Projektarbeiten angemessen bearbeiten zu können.</p> <p>Die Teilnehmenden entwickeln zumeist ihre Fragestellungen selbst und sind in der Projektphase von der ersten Orientierung zu ihrem Thema über die systematische Literaturrecherche, -beschaffung und -verarbeitung bis hin zur Verschriftlichung auf die Verwendung wissenschaftlicher Regeln angewiesen. Dieses Modul zeigt diese Regeln auf und ermöglicht den Teilnehmenden diese einzuüben. Anders als in der umfangreichen Literatur zum Thema „Wissenschaftliches Arbeiten“ werden in diesem Modul auch die Besonderheiten des Studiengangs berücksichtigt. Die Teilnehmenden werden u.a. sensibilisiert für Probleme, die bei der Bearbeitung praxisnaher Themen in Gruppen häufig auftreten. Darüber hinaus erhalten sie Hinweise für die Bewertungskriterien schriftlicher Prüfungsleistungen. Um die Inhalte anschaulich zu gestalten, wird dabei auf eine Vielzahl von Beispielen zurückgegriffen.</p> <p>Folgende Themen werden bearbeitet: Wesen des wissenschaftlichen Arbeitens, Elemente einer wissenschaftlichen Arbeit, Themenwahl und Themenfindung, Methoden der Bearbeitung, Umgang mit Literatur (Recherche, Beschaffung, Auswahl, Lese- und Markierungstechniken, Ideenmanagement), formelle Anforderungen an den Umgang mit fremdem geistigen Eigentum und an die Zitierweise, grundlegende Anforderungen an die Erstellung von Projektdokumentationen und -portfolios, adäquate Einbindung von Beispielen aus der (Unternehmens-)Praxis, Anforderungen an den Theorie-Praxis-Transfer, Zeit-/Terminplanung in Projekten, Grundlagen wissenschaftlicher Präsentationen.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — (Forschungs-)Fragestellungen für eine Projektarbeit entwerfen und deren Bearbeitbarkeit einschätzen. — die Verwertbarkeit unterschiedlicher Literaturquellen beurteilen. — den aktuellen Forschungsstand zu einer Thematik aufarbeiten. — die grundlegenden Regeln wissenschaftlichen Arbeitens im Hinblick auf Gliederung, Argumentationslogik, Darstellungsformen, Schreibstil und Verweisarbeit anwenden. — Projektgruppenarbeit planen und umsetzen. — eine Forschungsfrage in einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit beantworten. — anderen Teilnehmenden im Modul Feedback zu deren Projektideen und wissenschaftlichem Vorgehen geben.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Projektmanagement in der Praxis

Pflichtmodul

Lehrende*r	Björn Müller-Bohlen reflexionsinstanz // Moderation, Facilitation, Training & Consulting
Inhalte	<p>Das Modul Projektmanagement in der Praxis besteht aus zwei Teilen.</p> <p>Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen zum Thema Projektmanagement erarbeitet. Im zweiten Teil soll das Erlernte in einem realen Praxisprojekt umgesetzt werden.</p> <p>1. Grundlagen des Projektmanagements (5 KP)</p> <p>Zunächst werden die Begriffe Projekte, Projektarbeit, Projektmanagement und Portfoliomanagement in Zusammenhang mit der Steuerung von Unternehmen thematisiert. Im Anschluss daran wird der Fokus auf die Vorbereitung und Definition von Projekten gelegt. Die Teilnehmenden lernen u.a., das Projektumfeld zu analysieren sowie eindeutige Ziele für ein Projekt festzulegen. Weiter lernen die Teilnehmenden die Planungsschritte für die Projektarbeit kennen und erfahren, welche Vorgehensmodelle (inkl. Agile Entwicklung) sich für welche Projekte eignen. Es werden Möglichkeiten zur weiteren Strukturierung des Projekts, zum Ablauf- und Terminmanagement sowie zur Ressourcen- und Kostenplanung aufgezeigt. Darüber hinaus werden soziale Strukturen in Projekten, Projektarbeit in Teams und spezielle Kommunikationssituationen aufgegriffen. Am Ende können die Teilnehmenden aus ihren Erkenntnissen Erfolgskriterien für einen erfolgreichen Projektablauf ableiten.</p> <p>2. Praxisprojekt (10 KP)</p> <p>Die im zweiten Teil zu erbringende Transferleistung in diesem Modul besteht darin, ein reales bzw. praxisnahes Projekt, mit Bezug zu einem im Wahlpflichtbereich erfolgreich absolvierten Profil, konkret umzusetzen. Die Teilnehmenden arbeiten dazu in Projektgruppen. Sie erarbeiten alle relevanten Konzepte und Pläne zur Implementierung des Projektes und begleiten die Umsetzung im Modul. Zum Modulabschluss präsentieren sie eine qualifizierte und reflektierte Beschreibung des Projektverlaufs.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Bedeutung von Projekten und Projektmanagement in Unternehmen erklären. — die Projektphasen und den Projektlebenszyklus voneinander abgrenzen. — aussagekräftige Projektziele formulieren. — passende Vorgehensmodelle für eigene Praxisprojekte auswählen. — geeignete Projektpläne und Analysen (z.B.: Stakeholderanalyse, Risikoanalyse) ausarbeiten. — geeignete Instrumente zur Unterstützung der Projektvorbereitung, Projektplanung, Projektdurchführung und des Projektabschlusses auswählen und einsetzen. — Projektrisiken identifizieren und einschätzen sowie geeignete Präventiv-Maßnahmen bestimmen. — ein praxisrelevantes Projekt in einer Organisation konzipieren und seine Umsetzung unter Einbeziehung der relevanten Faktoren planen. — die Projektidee und das Projektkonzept im Projektumfeld, dessen Akzeptanz und Unterstützung benötigt wird, kommunizieren. — mögliche Projekterfolgs- und Misserfolgskriterien benennen und entsprechende Strategien/ Vorgehensweisen zur erfolgreichen Arbeit in eigenen Projekten anwenden.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss eines Profils im Wahlpflichtbereich
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 15 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 450 Std.
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	1.200,00 Euro

Profil: Innovation und Nachhaltigkeit

Innovationsmanagement

Wahlpflichtmodul | Profil: Innovation und Nachhaltigkeit

Lehrende*r	Dr. Martina Weifenbach myndway
Inhalte	<p>Innovationsmanagement bedeutet kontinuierlich aus einer unternehmerischen Perspektive auf die Organisation zu blicken. Denn um langfristig am Markt bestehen zu können, müssen Unternehmen – im Kontext des digitalen Wandels mehr denn je – nicht nur permanent an der Weiterentwicklung bestehender Produkte und Dienstleistungen arbeiten, sondern auch neue Angebote schaffen und auf den Märkten durchsetzen sowie ihre internen Prozesse ständig neu gestalten.</p> <p>In diesem Modul werden zunächst die Grundlagen des Innovationsmanagements vermittelt: Was bedeutet Innovation? Welche internen und externen Einflussfaktoren beeinflussen Innovationsprozesse? Was kennzeichnet ein Innovationssystem? Wie wird das Management von Innovationsprozessen sinnvoll gestaltet? Im Anschluss daran liegt der Fokus auf Geschäftsmodellen und deren Entwicklung: Was sind zentrale Elemente eines Geschäftsmodells? Wie ist der Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie und Geschäftsmodell? Welche nachhaltigen Geschäftsmodelle gibt es und was können wir davon lernen? Was sind Barrieren – insbes. kognitive Barrieren - in der Geschäftsmodellentwicklung? Welche Methoden und Techniken helfen diese Barrieren zu überwinden und innovative Geschäftsmodelle zu entwickeln? Welche erfolgreichen Geschäftsmodellmuster lassen sich identifizieren?</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Grundlagen und Bedeutung von Innovation sowie Innovationsmanagement einordnen. — die Besonderheiten des Managements von Innovationen verstehen. — die wichtigsten Einflussfaktoren auf Innovationsprozesse analysieren. — die Grundphilosophie von Geschäftsmodellen nachvollziehen. — die (strategische) Bedeutung der einzelnen Bestandteile eines Geschäftsmodells erkennen und beurteilen. — bestehende Geschäftsmodelle und deren jeweiliges Erfolgspotential mit Hilfe des Business Model Canvas (BMC) analysieren. — Mit kognitiven Barrieren in der Geschäftsmodellentwicklung umgehen. — erste Entwürfe eines (nachhaltigen) Geschäftsmodells entwickeln.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Entrepreneurship

Wahlpflichtmodul | Profil: Innovation und Nachhaltigkeit

Lehrende*r	Prof. Dr. Jörg Freiling Universität Bremen
Inhalte	Im Rahmen des Moduls lernen die Teilnehmenden diejenigen Aufgaben kennen, die mit einer Unternehmensgründung verbunden sind. Zu dem gründungsrelevanten Wissen zählen die Grundlagen unternehmerischen Denkens und Handelns, das Finden bzw. Entwickeln einer Geschäftsidee, die Elemente und Entwicklungsschritte eines Geschäftsmodells und eines Business Plans sowie die Kenntnis der Lean-Startup-Methode. Im Mittelpunkt des Kurses steht die methodengeleitete Entwicklung und Validierung einer innovativen Geschäftsbasis. Dies betrifft die Schaffung neuer Betriebe (Entrepreneurship) ebenso wie die Neugeschäftsgenerierung in bestehenden Unternehmen.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — die Aufgaben einer Unternehmensgründung begrifflich und sachlich abgrenzen. — die zur Entwicklung innovativer Geschäftsgrundlagen relevanten agilen Methoden gezielt zum Einsatz bringen. — Geschäftsideen entwickeln und bewerten. — Geschäftsideen in Geschäftsmodelle bzw. Business-Pläne transformieren. — die Bausteine von Geschäftsmodellen im Markt validieren. — durch Marktvalidierung ihre Geschäftskonzepte anpassen und auf höhere Reifegrade bringen. — eine Geschäftskonzeption in Richtung eines Product-/Market-Fits steuern.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Nachhaltigkeitsmanagement

Wahlpflichtmodul | Profil: Innovation und Nachhaltigkeit

Lehrende*r	Dr. Irene Antoni-Komar Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Zielsetzung dieses Moduls ist es, ein grundlegendes Verständnis für nachhaltiges Wirtschaften zu schaffen und zur eigenen unternehmerischen Mitgestaltung zu befähigen.</p> <p>Aus der nunmehr fast ein halbes Jahrhundert anhaltenden Debatte um nachhaltige Entwicklung sind nicht nur Herausforderungen für Politik und Gesellschaft erwachsen, sondern insbesondere auch für Unternehmen, die sich einer kontinuierlichen Transformation von Geschäftsmodellen, Produktionsprozessen und Marketingstrategien in Richtung nachhaltiger Entwicklung gegenübersehen. Denn nachhaltiges Management hat nicht nur das Ziel, das Überleben eines Unternehmens möglichst langfristig zu sichern, sondern vor allem verantwortungsbewusst und sorgsam mit den natürlichen Ressourcen und den sozialen Bedingungen umzugehen. Doch wie lässt sich eine entsprechende Strategie umsetzen und welche Maßnahmen eignen sich dazu? Wie können Produkte, Prozesse, Strukturen und Technologien ökologisch und sozialverträglich verbessert werden?</p> <p>Zu diesem Zweck werden die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung entlang ökologischer, sozialer und ökonomischer Perspektiven diskutiert sowie Lösungsansätze auf gesellschaftlicher, individueller und unternehmerischer Ebene abgeleitet.</p> <p>Dies beinhaltet im ersten Teil zunächst die Erarbeitung des Problemhintergrunds anhand ökologischer, sozialer und ökonomischer Krisen, um daran anschließend die für das Grundverständnis einer nachhaltigen Entwicklung erforderlichen historischen Meilensteine darzulegen. Daraus folgt die Analyse von Modellen (starke versus schwache Nachhaltigkeit), Prinzipien (Effizienz, Konsistenz und Suffizienz) und Konzepten (u.a. Green Economy, Kreislaufwirtschaft, Postwachstumsökonomie) nachhaltiger Entwicklung. Im zweiten Schritt werden unternehmerische Lösungsstrategien wie Sustainable Supply Chain Management, Ökobilanzierung, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Proumentenmanagement etc. erarbeitet und anhand ausgewählter Best Practices praxisorientiert diskutiert.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — verstehen, was nachhaltiges Wirtschaften bedeutet und welche Rolle Unternehmen hierfür spielen. — den Begriff der nachhaltigen Entwicklung in seinen wesentlichen Zügen beschreiben. — die grundlegenden Ziele und Barrieren der nachhaltigen Entwicklung erläutern. — sich mit spezifischen theoretischen Perspektiven und Lösungsansätzen nachhaltigen Wirtschaftens vertraut machen. — sich spezielle Kenntnisse über mögliche Methoden und Instrumente des nachhaltigen Managements von Unternehmen aneignen. — sich ein kritisches Bewusstsein über verantwortungsvolles Unternehmertum verschaffen. — das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in seiner Bedeutung kritisch reflektieren. — die Verantwortung von Unternehmen in diesem Zusammenhang beurteilen. — konkrete Strategien nachhaltiger Unternehmenspraxis differenzieren und deren Umsetzung anregen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Profil: Personal und Leadership

Führung und Kommunikation

Wahlpflichtmodul | Profil: Personal und Leadership

Lehrende*r	Dipl. Oec. André Karczmarzyk C ³ [Kubik-C]
Inhalte	<p>Führung und Kommunikation sind zwei Bereiche, die unabhängig von spezifischen Unternehmensgrößen und -typen gelten. Insbesondere begriffliche und konzeptionelle Grundlagen der Führungs- und Kommunikationsforschung haben übergeordneten und allgemeingültigen Charakter.</p> <p>Der erste Teil des Moduls beschäftigt sich mit dem Bereich „Führung“, der zweite mit dem Bereich „Kommunikation“. Zunächst wird jeweils in die begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen eingeführt. Ziel ist es, verschiedene theoretische Zugänge für Fragen der Führung und der Kommunikation kennen zu lernen und ihre Implikationen für die Praxis herauszuarbeiten. Hierfür wird vor allem auf Standardwerke zurückgegriffen, die mit Literatur zu spezifischen Problemstellungen angereichert werden. Darauf aufbauend werden neuere Entwicklungen auf beiden Forschungsgebieten vorgestellt (z. B. das Konzept der emotionalen Intelligenz). Für beide Bereiche werden abschließend Probleme (Führungs- und Kommunikationsdefizite) identifiziert und Lösungsoptionen diskutiert.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Begriffe der Führung und Kommunikation definieren. — die Basisannahmen der vorgestellten Führungs- und Kommunikationstheorien beschreiben und voneinander abgrenzen. — die Stärken und Schwächen der vorgestellten Konzepte nennen. — verschiedene Führungs- und Kommunikationsinstrumente einordnen. — benennen, weshalb Führungs- und Kommunikationsdefizite entstehen und wie damit umgegangen werden kann. — ihr eigenes Führungs- und Kommunikationsverhalten theoretisch reflektieren.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Recruiting und Employer Branding

Wahlpflichtmodul | Profil: Personal und Leadership

Lehrende*r	Teodora Bartel Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	Das Modul vermittelt Strategien, Ziele und Funktionen des Recruitings und Employer Brandings. Beide Bereiche werden aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und zunächst getrennt, später in Wechselwirkung betrachtet und diskutiert. Dabei spielen sowohl die strategische als auch die operative Sicht eine Rolle. Die Auseinandersetzung mit möglichen Synergieeffekten, Risiken und Chancen bilden die Basis für Konzepte und Überlegungen, wie genau die strategische und operative Ausgestaltung im Betrieb angestoßen, vollzogen und reflektiert werden kann. Die Einbettung in das betriebliche Human Resource Management sowie die Auswirkungen von Entwicklungstrends wie bspw. Digitalisierung, Globalisierung und demografische Entwicklung bieten weitere Diskussionsgrundlagen und werden zur Vertiefung nacheinander behandelt. Abgerundet wird das Modul durch die Behandlung von konkreten (Best Practice) Beispielen, anhand derer die gesammelten Kenntnisse unter Beweis gestellt und reflektiert werden können.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — die Bereiche Employer Branding und Recruiting tiefgehend verstehen und in den Gesamtkontext des Personalmanagements einordnen. — die Synergieeffekte zwischen den beiden Bereichen aufdecken und erfolgversprechend in die Maßnahmengestaltung einbringen. — die Ziele, Methoden und Instrumente von Recruiting und Employer Branding unterscheiden. — sowohl die strategische Ausgestaltung als auch die operative Umsetzung skizzieren. — Herausforderungen und Konsequenzen des Recruitings und Employer Brandings ableiten und erläutern. — die Auswirkung von Digitalisierung, Globalisierung und weiteren Entwicklungstrends erläutern. — anhand von Anwendungs- und Best Practice Beispielen des Recruitings und Employer Brandings Verbesserungsmöglichkeiten für die eigene betriebliche Praxis ableiten.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Personalentwicklung und Talentmanagement

Wahlpflichtmodul | Profil: Personal und Leadership

Lehrende*r	Mareike Junker-Michel Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Das Modul vermittelt Grundlagen zu den Rahmenbedingungen, Zielen, Inhalten, Methoden und Instrumenten, die für eine erfolgreiche Gestaltung der Personalentwicklung von Bedeutung sind. Ein besonderer Akzent wird durch die Betrachtung des damit eng verbundenen Handlungsfeldes des Talentmanagements gesetzt. Dieses Modul baut auf dem Modul Organisation und Personal auf und vertieft die dort vermittelten Ansatzpunkte der Personalentwicklung.</p> <p>Verschiedene aktuelle Einflussfaktoren, wie der demographische Wandel, der Fachkräftemangel, technologische Entwicklungen oder auch der Wertewandel, erhöhen die Handlungsnotwendigkeiten von Unternehmen, geeignete Mitarbeitende und vor allem auch Talente zu finden, zu fördern, weiterzuentwickeln und zu binden. Die Personalentwicklung spielt entlang des gesamten beruflichen und betrieblichen Lebenszyklus der Mitarbeitenden eine zentrale Rolle. Sie unterstützt die Attraktivität, Produktivität und langfristige Existenz des Unternehmens, befördert zeitgleich aber auch die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeitenden („Employability“) und stellt sicher, dass diese mit den sich stetig verändernden Rahmenbedingungen und Anforderungen mithalten können („Lebenslanges Lernen“).</p> <p>Das Modul schärft das Verständnis der Teilnehmenden für die Notwendigkeit, die Bedingungen, die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren der Personalentwicklung und liefert zugleich das notwendige Handwerkszeug, um den Prozess der Personalentwicklung effektiv und effizient gestalten zu können. Es sensibilisiert zudem für die Chancen und Grenzen sowie Ansatzpunkte eines Talentmanagements und zeigt dessen besondere Bedeutung auf.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — wirtschaftliche und gesellschaftliche Umfeldbedingungen als Treiber für die Personalentwicklung und das Talentmanagement erkennen und Handlungsnotwendigkeiten ableiten. — die Ziele, Inhalte, Methoden und Instrumente der Personalentwicklung verstehen, unterscheiden und reflektieren. — verschiedene Verständnisse der Personalentwicklung und des Talentmanagements voneinander abgrenzen, anwenden und kritisch reflektieren. — die Entwicklungsfähigkeit und -bereitschaft von Mitarbeitenden identifizieren und in Anwendungskontexten berücksichtigen. — Wissen um betriebliche, berufliche und private Lebensphasen der Mitarbeitenden bei der Planung von Personalentwicklungsschritten integrieren. — den Prozess der Personalentwicklung und seine Bestandteile darstellen, erklären und seine Bedeutung in der betrieblichen Praxis reflektieren. — geeignete Instrumente der Erfolgsmessung im Rahmen der Personalentwicklung auswählen und verfügen über Wissen um deren Chancen und Herausforderungen. — die wesentlichen Charakteristika des Talentmanagements erläutern und diesen Ansatz im Gesamtkontext des Personalmanagements verorten, von anderen Handlungsfeldern abgrenzen und als Teil der Personalentwicklung verstehen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Profil: Digital Business Management

Digitalisierung im Unternehmen

Wahlpflichtmodul | Profil: Digital Business

Lehrende*r	Matthias Brucke embeteco GmbH & Co. KG
Inhalte	<p>Unter Digitalisierung verstand man früher die Umwandlung von analogen Werten in digitale Inhalte, z.B. bei der Aufnahme von Musik. Heute wird darunter eher die Transformation von Unternehmen und der gesamten Gesellschaft verstanden, die sich durch die Entwicklungen in der Informationstechnologie ergeben. Wenn Unternehmen sich anpassen und weiterentwickeln wollen, müssen sie die Digitalisierung in den folgenden fünf Dimensionen verstehen und angehen:</p> <p>Menschen: Die Digitalisierung mit der Möglichkeit, Daten und Informationen in Lichtgeschwindigkeit zu übertragen sorgt für Transparenz. Eine digitale, agile Unternehmens- und Innovationskultur und neue Führungsansätze sind nötig.</p> <p>Technik: Der Einsatz von neuen Technologien (z.B. Informations- und Kommunikationstechnologien) sind notwendig. Das Spektrum geht dabei von Technologien der Industrie 4.0 über Steuerungswerkzeuge (MES, PPS, ERP, CMR) bis hin zu Social Intranets.</p> <p>Prozesse: Interne Digitalisierung setzt voraus, dass im Unternehmen die dafür notwendigen Prozesse entwickelt werden. Wenn keine Prozesse existieren, kann auch nicht digitalisiert werden. Wenn keine oder schlechte Prozesse existieren, führt dies zu schlechten digitalisierten Prozessen.</p> <p>Produkte: Es ist für Unternehmen in der Zukunft wichtig, die bei der Produktion anfallenden Daten zu erfassen und zu nutzen und sich verstärkt auf die Entwicklung von Produkten zu fokussieren, die Daten erzeugen und nutzen. Aus diesen Daten können dann zukünftige Geschäftsmodelle entwickelt werden.</p> <p>Märkte: Durch die Digitalisierung kommt es zu einer Plattformisierung von Märkten oder einer sog. Plattform-Ökonomie mit anderen Marktmechanismen (Netzwerkeffekt).</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die fünf Dimensionen der Digitalisierung verstehen und den Stand im Unternehmen analysieren. — innovative Digitale Technologien (Internet-Technologie, Social Media, Social Intranets), zukünftige Trends (KI, Maschinen Lernen, Robotik, Autonome Systeme) unterscheiden und bewerten. — Plattformökonomie verstehen und für die Entwicklung eigener Produkte und Dienstleistungen sowie zur Positionierung des Unternehmens im Markt nutzen. — die Unternehmenskultur analysieren, eine Digitale Kultur definieren sowie die nötigen Führungskonzepte auswählen und anwenden um einen Transformationsprozess steuern. — die Entwicklung von digitalen Produkten und Digitalen Dienstleitungen initiieren und steuern — eine Digitalisierungsstrategie für ein Unternehmen entwickeln und deren Umsetzung planen, dafür passende Methoden auszuwählen und sie umzusetzen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Intelligentes Datenmanagement

Wahlpflichtmodul | Profil: Digital Business

Lehrende*r	Dr. Oliver Norkus // Matthias Brucke embeteco GmbH & Co. KG
Inhalte	<p>Die Digitalisierung hat ein stetiges Wachstum von Datenmengen zur Folge. Dadurch wird auch in Unternehmen das Datenmanagement immer wichtiger, denn durch soziale Netzwerke, Maschinen oder digitale Interaktion findet eine Erweiterung der klassischen Unternehmensdaten statt, die wertvolle Erkenntnisse mit sich bringen. Aus diesem Grund ist die Analyse und Interpretation dieser Daten von entscheidender Bedeutung und wichtig für den Unternehmenserfolg.</p> <p>Inhalte dieses Moduls sind dementsprechend die Vermittlung von Methoden, die für die Datenanalyse im Rahmen stetig wachsender Datenmengen relevant sind.</p> <p>Weitere Themen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Einführung in das Datenmanagement (Bedeutung der Thematik und Klärung wichtiger Begrifflichkeiten wie Big Data, Data Science; Artificial Intelligence; Machine Learning) — Qualität, Aussagekraft und statistische Auswertbarkeit von Daten — Ausgestaltungsmöglichkeiten für die Datensammlung, Gewinnung, Strukturierung und Visualisierung — Methodenüberblick — Datenstrategien — Rechtliche, kulturelle und ethische Aspekte von Datenmanagement
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — Begrifflichkeiten im Kontext Datenmanagement unterscheiden und definieren. — die Relevanz und Bedeutung von Datenmanagement erläutern. — Grundlagen aus der Statistik einordnen, die für die Analyse großer Datenbestände notwendig sind. — Daten sammeln, strukturieren, analysieren und visualisieren. — ausgewählte Methoden und Verfahren des Datenmanagements wiedergeben und anwenden. — rechtliche Aspekte für die Anwendung von Datenanalyse in Deutschland sowie international verstehen. — Chancen und Risiken im Kontext von Datenmanagement benennen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Digitale Geschäftsmodelle

Wahlpflichtmodul | Profil: Digital Business

Lehrende*r	Prof. Dr. Dirk Fischer Jade Hochschule
Inhalte	Ein Geschäftsmodell beschreibt die logischen Zusammenhänge, wie ein Unternehmen welchen Wert für die Kunden schafft und sich damit einen Ertrag sichert. Es besteht aus drei Hauptkomponenten: Dem Nutzenversprechen gegenüber dem Kunden, der Wertschöpfungsarchitektur und dem Ertragsmodell. Neue Technologien haben in den vergangenen Jahren grundsätzlich neue Geschäftsmodelle ermöglicht, die die Regeln des Wettbewerbs in der jeweiligen Branche neu definiert haben (z.B. in der Musikindustrie durch Streaming-Dienste oder im Handel durch Plattformen wie Amazon). Damit können völlig neue Kundensegmente und Informations- und Kommunikationswege gefunden werden. Neue Touchpoints werden geschaffen. Zahlreiche etablierte, global agierende Unternehmen, wie AirBerlin, Woolworth, Kodak oder Nokia mussten ihre Marktanteile an Konkurrenten mit innovativeren Geschäftsmodellen abgeben. Maßnahmen der Digitalisierung können einzelne Bausteine eines bestehenden Geschäftsmodells betreffen oder ein komplett neues Geschäftsmodell ermöglichen. Im Modul lernen die Teilnehmenden, wie sie neue digitale Bestandteile von Geschäftsmodellen entwickeln und prüfen und auch völlig innovative Modelle generieren können.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — die Bedeutung der Digitalisierung für Unternehmen und deren Geschäftsmodelle verstehen. — die Dimension der Veränderung durch die Digitalisierung in Bezug auf das eigene Unternehmen verstehen. — die Grundphilosophie von Geschäftsmodellen nachvollziehen und die (strategische) Bedeutung der einzelnen Bestandteile eines Geschäftsmodells erkennen und beurteilen. — Rahmenkonzepte für neue Geschäftsmodelle verstehen und anwenden. — (digitale) Entwicklungsmöglichkeiten für Produkte und Geschäftsmodelle erkennen. — auf Digitalisierung beruhende Geschäftsmodelle analysieren und Ideen für eigene disruptive Geschäftsideen entwickeln.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühren oder Semesterbeitrag)

Profil: Marketing

Dienstleistungsmarketing

Wahlpflichtmodul | Profil: Marketing

Lehrende*r	Prof. Dr. Thorsten Raabe Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Dienstleistungen genießen im Wirtschaftsgeschehen wachsende Bedeutung: So erleben wir auf der einen Seite einen Strukturwandel hin zum Dritten Sektor („Weg in die Dienstleistungsgesellschaft und -wirtschaft“), welcher maßgeblich durch den Trend der Digitalisierung beschleunigt wird; auf der anderen Seite nimmt die Zahl der Sachleistungsunternehmen zu, die sich durch zusätzlich angebotene Serviceleistungen als Mehrwerte von ihren Wettbewerbern strategisch abgrenzen wollen. Der Dienstleistungscharakter dieser Zusatzleistungen erlaubt es, das Management von Serviceleistungen ebenfalls aus dienstleistungstheoretischer Sicht zu reflektieren, weshalb es in diesem Modul ein integrales inhaltliches Element darstellt.</p> <p>Ein eigenständiges Marketing für Dienstleistungen lässt sich vor allem aufgrund von konstitutiven Merkmalen begründen, die Dienst- gegenüber Sachleistungen abgrenzen. Diese Besonderheiten haben erhebliche Konsequenzen für das Kunden- und Wettbewerberverhalten und damit für den Einsatz von Marketinginstrumenten. Das Modul beschäftigt sich zunächst mit den Grundlagen der Dienstleistungstheorie. Hierbei wird u.a. eine Abgrenzung zu Sachgütern vorgenommen und (primäre) Dienstleistungen werden von (zusätzlichen) Serviceleistungen unterschieden. Auf dieser Basis lassen sich Besonderheiten im Kaufverhalten bei Dienstleistungen darstellen.</p> <p>Einen Schwerpunkt des Moduls bildet die Betrachtung der Dienstleistungsqualität. Hier werden u.a. Ansätze zur Qualitätsmessung und die Grundlagen eines spezifischen Qualitätsmanagements für Dienstleistungen vorgestellt. Auch der aus dem Pflichtmodul Marketing bekannte Marketingplanungsprozess (strategische und operative Marketingplanung) wird hier aufgegriffen und im Hinblick auf das Marketing für Dienstleistungen konkretisiert.</p> <p>Das Modul richtet sich somit nicht nur an diejenigen, die direkt aus dem Dienstleistungsbereich kommen, sondern an alle, die in serviceorientierten Märkten arbeiten. Dabei werden sowohl investive Dienstleistungen als auch der B2C-Markt angesprochen.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Spezifika von Dienstleistungen benennen und die Besonderheiten bei deren Vermarktung reflektieren. — die zunehmende Wettbewerbsrelevanz auch von Serviceleistungen aufzeigen. — die Grundlagen des Qualitätsmanagements für Dienstleistungen anwenden. — den Marketingplanungsprozess auf Service- und Dienstleistungen transferieren.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Strategisches Marketing

Wahlpflichtmodul | Profil: Marketing

Lehrende*r	Prof. Dr. Thorsten Raabe Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Strategische Entscheidungen sind die Grundlage für die langfristige Handlungsplanung von Unternehmen. In Zeiten von dynamischen und komplexen Umweltverhältnissen ist strategische Planung zum einen schwieriger, zum anderen aber auch wichtiger geworden. Während auf übergeordneter Ebene der Unternehmensplanung strategische Entscheidungen für das ganze Unternehmen getroffen werden, beschäftigt sich das strategische Marketing z. B. mit den strategischen Geschäftseinheiten, geeigneten Produkt-Markt-Kombinationen und der Optimierung des Ressourceneinsatzes.</p> <p>Angesichts der fortschreitenden Globalisierung der Wirtschaften nimmt auch die Bedeutung von international ausgerichtetem Marketing als spezielle Ausprägung strategischer Marketingplanung zu. Unternehmen können nur dann auf fremden Märkten erfolgreich sein, wenn strategische und operative Entscheidungen gezielt anhand der Spezifika des jeweiligen Marktes (Ökonomie, Kultur, Kaufverhalten etc.) getroffen werden.</p> <p>In diesem Modul werden zunächst die wichtigsten Entscheidungstatbestände des strategischen Analyse- und Planungsprozesses thematisiert. Die gängigen Modelle und Konzepte werden erläutert und anwendungsorientiert beurteilt. Im Rahmen der internationalen Marktbearbeitung erfolgt eine Vorstellung ausgewählter Analysemethoden, Ziele und Strategien.</p> <p>Folgende Inhalte werden thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Marketingorientierte Umweltanalyse — Strategische Geschäftsfeldplanung — Ableitung zielorientierter Strategien — Problemfelder im internationalen Marketing — Kontextorientierte Strategien im internationalen Marketing
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — den systematischen Aufbau der strategischen Unternehmens- und Marketingplanung einordnen. — Methoden zur Analyse und Strategiefindung anwenden und mögliche Gestaltungsprobleme erkennen. — die typischen Problemfelder im internationalen Marketing reflektieren. — anhand geeigneter Informationsgrundlagen angemessene Strategien und Instrumente der internationalen Marktbearbeitung entwickeln.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Online-Marketing

Wahlpflichtmodul | Profil: Marketing

Lehrende*r	Prof. Dr. Stephan Kull Jade Hochschule
Inhalte	<p>Online-Marketing bezeichnet alle Marketing-Maßnahmen, deren Umsetzung online erfolgt. Allen Online-Marketing-Aktivitäten obliegt die Zielstellung, Umsatz, Traffic oder Reichweite zu steigern. Ob die Produkte oder Dienstleistungen, auf die sich die Maßnahmen des Internet-Marketings beziehen, online oder über die klassischen Vertriebskanäle verkauft werden, ist dagegen unerheblich. So können selbst Unternehmen, die ihre Produkte ausschließlich in einem lokalen Ladengeschäft anbieten, mit Online-Marketing zur Umsatzsteigerung beitragen.</p> <p>Dank der vielfältigen Online-Marketing-Maßnahmen ist nicht einmal mehr zwangsläufig eine eigene Website notwendig, um mit Web-Marketing Erfolge zu erzielen. Dennoch ist eine eigene Internetpräsenz vielfach wesentliche Voraussetzung für Web-Erfolge, weil hier alle Maßnahmen zusammenlaufen und gebündelt werden. Mit einer eigenen Website können Unternehmen die Informationen über sich zu einem wesentlichen Teil steuern, die Interessenten finden, wenn sie online nach der Firma suchen. Eine eigene Internetpräsenz gehört für Unternehmen heute zum Standard der Außendarstellung. Diese sollte über eine einfache gut durchdachte Navigation verfügen, eine hohe Usability aufweisen und den Usern leicht verständlich und anschaulich präsentiert darbieten.</p> <p>Das Modul beschäftigt sich mit den folgenden Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> — Social Media Marketing — Suchmaschinenoptimierung — Affiliate Marketing — E-Mail Marketing — Keyword Advertising — Display Advertising — Web Controlling & Analytic
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die verschiedenen Möglichkeiten des Internet-Marketings einordnen. — die jeweiligen Maßnahmen gewinnbringend für ihr Unternehmen einsetzen. — die grundlegenden Strategien der Suchmaschinenoptimierung verstehen. — Maßnahmen ergreifen, um die Platzierung ihrer Webseite in den Ergebnissen der Suchmaschinen zu verbessern. — Online-Marketing-Maßnahmen strategisch und zielorientiert planen und in die Marketingausrichtung ihres Unternehmens integrieren. — Erfolge messbar machen, Optimierungen einleiten und mit Web Controlling die wichtigsten Kennzahlen interpretieren und analysieren. — sofort einsetzbare Werkzeuge und Tools anwenden, die ihnen bei der praktischen Umsetzung von professionellen Online-Marketing-Strategien helfen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Profil: Sport und Wirtschaft

Sportmanagement

Wahlpflichtmodul | Profil: Sport & Wirtschaft

Lehrende*r	Prof. Dr. Sebastian Kaiser-Jovy, MBA Hochschule Heilbronn
Inhalte	Die Verflechtungen von Sport und Wirtschaft sind in den vergangenen Jahren immer enger geworden. In vielen Bereichen hat die in einer Marktwirtschaft vorherrschende ökonomische Rationalität Einzug gehalten. Im Zuge der hohen und steigenden ökonomischen Bedeutung des Sports, von Kommerzialisierung und Professionalisierung, wie auch des durch Globalisierung, Migration und Digitalisierung vorangetriebenen gesellschaftlichen Wandels, ist die Nachfrage nach spezieller Fachkompetenz im Sportmanagement kontinuierlich gestiegen. Neben professionellen Sportler*innen und Trainer*innen braucht der Sport zunehmend ein professionelles Management, welches mit den vielfältigen Besonderheiten der Sportwirtschaft vertraut ist, die in der traditionellen – auf Sachgüterproduktion für Märkte in großen erwerbswirtschaftlichen Betrieben konzentrierten – Ökonomie nicht im Zentrum der Aufmerksamkeit gestanden haben. Diese Besonderheiten betreffen die Determinanten der Entwicklung von Sportsystemen und -organisationen im internationalen Vergleich, das Verhältnis von Staat und Sport, organisatorische Aspekte von Sportligen und deren Regulierung im internationalen Vergleich, sozioökonomische Wirkungen und Dysfunktionen von internationalen Sportgroßveranstaltungen, Aspekte der Fanbindung u.v.a.m. Durch kompetenzorientierte Vermittlung anhand von Fallbeispielen aus der Praxis des internationalen Sportmanagements, und unter Bezugnahme auf einen breiten Bezugsrahmen der allgemeinen und speziellen (sozialwissenschaftlichen) Theorie, werden im Modul Lösungsstrategien für jeweils konkrete Probleme erarbeitet.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — aufbauend auf allgemeinen Kenntnissen der Sportwirtschaft sowie von wirtschaftlichen Problemen von Sportbetrieben aller Art, die Besonderheiten des Sportmanagements erläutern und kritisch reflektieren; — zwischen allgemeinen betriebswirtschaftlichen Instrumenten und Methoden sowie speziellen Anwendungen des Sportmanagements differenzieren und jeweils passgenaue Problemlösungsstrategien erarbeiten; — die moderne Sportentwicklung, etwa die Bedingungen öffentlicher Sportförderung, die nachfrageorientierte Sportentwicklungsplanung, die strategische Steuerung und Sport-Governance eingehender verstehen; — fachspezifische Interpretations- und Diskurskompetenz (Überzeugungsfähigkeit, Argumentationsfähigkeit) anwenden; — kooperative Arbeits- bzw. Diskussionsprozesse sowie die Entwicklung passgenauer Problemlösungsstrategien (etwa strategische Entwicklung eines Spitzensportverbandes, Controlling eines Mannschaftssportanbieters, Marktkommunikation einer kommerziellen Sportorganisation usw.) planen und gestalten.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Sportmarketing und -sponsoring

Wahlpflichtmodul | Profil: Sport & Wirtschaft

Lehrende*r	Prof. Dr. Benedikt Römmelt FH Erfurt
Inhalte	<p>Die Teilnehmenden werden aufbauend auf dem Erwerb von Grundlagenwissen zum Marketing mit den Besonderheiten und spezifischen Aufgaben und Anforderungen des Sportmarketings vertraut gemacht. Grundlegend dabei ist die Unterscheidung zwischen dem Marketing von bzw. im Sport, also der Vermarktung von sportbezogenen Dienstleistungen und Produkten verschiedener Akteure der Sportbranche, und dem Marketing mit bzw. durch Sport, also der werblichen Nutzung von Sport durch Unternehmen in Form von Sponsoring.</p> <p>Grundlagen des Sport-Marketing und -sponsoring</p> <ul style="list-style-type: none"> — Konstitutive Grundlagen des Sportmarketing: Besonderheiten von Angebots-, Nachfrage-, Organisations- und Marktstrukturen im Sport — Begriff, Erscheinungsformen und aktuelle Bedeutung des Sport-Sponsorings — Der Sportmarketing- und Sport-Sponsoring-Management-Prozess — Strukturen und Entwicklung des Sportmarktes <p>Das Marketing-Management ausgewählter Sportorganisationen und Sportanbieter</p> <ul style="list-style-type: none"> — Marketing von Sportvereinen und -verbänden — Marketing für (Groß-)Sportveranstaltungen — Marketing in der Sportartikelindustrie und im Sportfachhandel — Marketing für kommerzielle Sportanbieter — Die Vermarktung von Rechten im Sport <p>Das Sponsoring-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> — Sponsoringplanung und -management aus der Sicht von Sponsoren — Sponsoringplanung aus der Sicht des Gesponserten — Zur Rolle der Agenturen im Sponsoring — Zur Rolle der Medien im Sponsoring — Wirkungskontrolle und Wirkungsmessung im Sponsoring — Erarbeitung, Präsentation und Diskussion von Sport-Sponsoring- und Marketing-Konzepten für fiktive Fallbeispiele oder real existierende Sportorganisationen / Sportveranstaltungen / Sportprodukte.
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — den systematischen Sportmarketing und Sport-Sponsoring-Prozess einordnen. — grundlegende Kenntnisse des strategischen und operativen Sportmarketings und -Sponsorings anwenden. — die relevanten Besonderheiten des Sportmarketing unterscheiden. — ein integriertes Marketingkonzept für Vereine, Verbände oder kommerzielle Anbieter der Sportbranche erstellen. — Marketingkonzepte implementieren und deren Erfolg messen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Nationales und internationales Sport- und Verbandsrecht

Wahlpflichtmodul | Profil: Sport & Wirtschaft

Lehrende*r	RA Prof. Dr. jur. Rainer Cherkeh Fachanwalt für Sportrecht KERN CHERKEH Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
Inhalte	Dieses Modul soll an die relevanten Kernpunkte des Sport- und Verbandsrechts heranführen sowie den Teilnehmenden dabei helfen, die elementare Verknüpfung von Sport, Wirtschaft und Recht in ihrer späteren beruflichen Praxis zutreffend einordnen zu können. In diesem Modul werden folgende, teils ineinander aufbauende Abschnitte behandelt: <ul style="list-style-type: none"> — Vereins- und Verbandsrecht (national, international) — Sportgerichtsbarkeit einschließlich nationale und internationale Sportschiedsgerichtsbarkeit — Haftung und Versicherung — Sponsoring — Veranstaltungsvermarktung — Medienrechte — Arbeitsrecht — Doping und Strafrecht — EU-Recht und Sport
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — die im sportlichen Umfeld relevanten Rechtsgebiete nennen und jeweils konkrete Beispiele dazu angeben. — die wesentlichen Bestimmungen der verschiedenen Rechtsgebiete im Sport skizzieren und konkrete Fallbeispiele mit Hilfe der nationalen/internationalen Verbandsbestimmungen und weiterer Rechtsvorschriften analysieren/bearbeiten. — die rechtlichen Auswirkungen der Sportpraxis auf Vereine/Verbände, Athleten, Veranstalter, Sponsoren, Vermarkter, Medienpartner und andere am Sport Beteiligte bewerten. — die Unterschiede zwischen Vereins-/Verbandsgerichtsbarkeit, echter Schiedsgerichtsbarkeit und staatlicher Gerichtsbarkeit im Bereich des Sports erläutern und die Arbeitsweise der unterschiedlichen Gerichtsbarkeiten beschreiben (national und international).
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre

Wahlpflichtmodul

Lehrende*r	In Abhängigkeit des jeweiligen Themas
Inhalte	In Abhängigkeit des jeweiligen Themas
Lernergebnisse	In diesem Modul werden (wechselnde) aktuelle Thema der Betriebswirtschaftslehre behandelt. Dabei geht es im Wesentlichen um die Vermittlung von Spezialwissen sowie die Fähigkeit, sich derartiges Wissen selbständig anzueignen und für den Einsatz in der Praxis aufzuarbeiten sowie verfügbar zu machen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Gebühr	890,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Professionalisierungsmodul

Wahlpflichtmodul

Lehrende*r	Dozententeam
Inhalte	Im Rahmen des Professionalisierungsmoduls finden die Studierenden Angebote zum Erwerb modulübergreifender Schlüsselkompetenzen. Um das Modul erfolgreich zu absolvieren, belegen Sie fünf Modulbausteine (zu je 2 Kreditpunkten). Die fünf Bausteine können die Studierenden aus sämtlichen Professionalisierungseinheiten wählen. Die einzelnen Professionalisierungseinheiten werden ausführlich auf den folgenden Seiten beschrieben.
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> — Die Studierenden trainieren ihre Sozial- und Methodenkompetenzen. Die so entwickelten Kompetenzen können in den Modulen des Studiengangs weiter trainiert werden (beispielsweise im Rahmen von Präsentationen oder der transferorientierten Projektarbeit) und im beruflichen Alltag umgesetzt werden. — Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, die eigene berufliche Situation zu reflektieren und darauf aufbauend wichtige Handlungskompetenzen weiterzuentwickeln.
Lehrformen	Präsenz-/Online-Workshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul Das Modul kann in den Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre (B.A.) eingebracht werden, wenn nicht bereits das Modul „Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre“ gewählt wurde.
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an den Online-Phasen und den Präsenz-/Online-Workshops — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 5 x 2 KP Das Professionalisierungsmodul ist unbenotet.
Häufigkeit des Angebots	Je nach Bedarf werden jedes Semester drei bis vier Modulbausteine angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Details siehe Modulbausteine)
Dauer	Siehe Modulbausteine
Gebühr	Siehe Modulbausteine

Storytelling – erzählend überzeugen

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Sandra Vieth Inhaberin der Performance Marketing Agentur onlinemarketingliebe.com
Inhalte	In Zeiten des Informationsüberflusses ist es wichtiger denn je, Aufmerksamkeit zu erlangen und sich von der Masse abzuheben. Eine effektive Methode, dies zu erreichen, ist Storytelling. In dieser Professionalisierungseinheit lernen Teilnehmende, wie sie „Geschichten erzählen“ und damit ihre Zielgruppe erreichen und überzeugen. Wie lassen sich Themen grundsätzlich entwickeln, so dass sie interessieren? Wie kann eine starke und emotionale Verbindung zur Zielgruppe aufgebaut werden? Wie lassen sich Methoden des Storytellings zielführend in die Unternehmenskommunikation einbinden? Anhand des eigenen Arbeitsumfeldes konzipieren die Teilnehmenden „Geschichten“ und bereiten diese entsprechend der jeweiligen Adressaten auf. Diese Veranstaltung richtet sich an alle, die Unternehmenskommunikation mit Hilfe von Storytelling verbessern möchten.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — kennen die Methodik des Storytellings und können diese für ihre Belange anwenden. — kennen praktische Anwendungsfälle des Storytellings bezogen auf Leadership, Management & Marketing. — wenden die Methodik auf einen Praxisfall in ihrem Unternehmen an. — lernen aus den Vorträgen der Teilnehmenden, Anwendungsfälle von Storytelling umzusetzen. — können Botschaften zielgerichtet und adressatengerecht aufbereiten.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul (Baustein des Professionalisierungsmoduls)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an den Online-Phasen und den Präsenzworkshops — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Kommunikation – kompetent und ergebnisorientiert

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Ferdinand Soethe Kommunikationstrainer
Inhalte	<p>Gespräche mit Mitarbeitern, Kollegen, Beratungsgespräche, Umgang mit Ihrem Chef, mit „Kunden“... – in allen Gesprächen wollen Sie etwas erreichen. Wie Sie auf einen Gesprächsprozess respektvoll und zugleich effektiv Einfluss nehmen, werden Sie sich in dieser Professionalisierungseinheit ansehen, einüben und ausprobieren.</p> <p>Alle Gesprächssituationen werden primär durch die nonverbale Interaktion bestimmt. Wenn in diesem Sinne die Beziehungskommunikation „stimmt“, dann tragen die Worte und Inhalte umso mehr. In diesem Sinne werden die Teilnehmer*innen mit (überwiegend) nonverbalen Techniken und dem gezielten Einsatz von Visualisierungen erlernen/vertiefen, wie man...</p> <ul style="list-style-type: none"> — Aufmerksamkeit erzeugt und fokussiert, — zum roten Faden lenkt, — jederzeit und fast jede Situation deeskalieren kann, — besser erklären kann und in der Argumentation wahrgenommen wird, — jederzeit ein Feedback vom Partner sich „erlesen“ kann (wahrnehmen kann), — offen und freundlich in der Beziehung und klar in der Sache sein kann, — einfach eine höhere Wirksamkeit und zugleich Wahrhaftigkeit in Gesprächen realisieren kann. <p>Das Gelernte lässt sich für alle Gesprächssituationen mit bis zu vier Menschen anwenden. Die Wirkungen der Techniken sind überaus erstaunlich und auf Mitarbeitergespräche, Problemlösegespräche, Abstimmungsgespräche usw. anwendbar.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — können Themen versachlichen und entschärfen. — können in Gesprächen die Konzentration auf das Wesentliche erhöhen. — sind in der Lage den roten Faden in Gesprächen sehr sicher zu halten. — können eine hohe Kooperation und ein hohes Commitment im Gespräch erzeugen und aufrecht erhalten.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Konfliktmanagement - konstruktiv Lösungen finden

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Dr. Andreas Blumenkamp zert. Mediator / Wirtschaftsmediator
Inhalte	<p>In der Professionalisierungseinheit werden zunächst allgemeine Grundlagen zu Konflikten in Organisationen und Unternehmen vermittelt und Konfliktsituationen im Arbeitsalltag thematisiert. Es werden Fragen zum Sinn von Konflikten beantwortet und unterschiedliche Arten von Konfliktkonstellationen sowie für Institutionen typische Konfliktformen dargestellt und analysiert. Im weiteren Verlauf wird die Konflikttheorie nach Friedrich Glasl vertieft und als Analysemodell für Konflikte erläutert. Die Teilnehmenden lernen Verfahren der Konfliktbearbeitung kennen und können für unterschiedliche Konfliktsituationen adäquate Interventionsformen auswählen und anwenden. Das Repertoire der Konfliktbearbeitung wird erweitert und die Moderation von Konfliktgesprächen geübt.</p> <p>In der Professionalisierungseinheit wird die Bereitschaft zur Bearbeitung eines Konfliktfalles von der Analyse bis zu Interventions- und Präventionsstrategien in Kooperation mit anderen Teilnehmenden erwartet.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — erhalten theoretisches Hintergrundwissen über wesentliche Konfliktarten, die Funktionen von Konflikten sowie mögliche Umgangsweisen. — werden für unterschiedliche Konfliktsituationen im Unternehmen bzw. in der Organisation sensibilisiert, können diese erkennen und analysieren. — lernen Strategien zur Intervention bzw. Moderation von Konflikten kennen und können diese anwenden.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Verhandeln – souverän und erfolgreich

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Dr. Andreas Blumenkamp zert. Mediator / Wirtschaftsmediator
Inhalte	Als Führungskraft müssen Sie laufend mit verschiedenen Personengruppen innerhalb und außerhalb Ihres Unternehmens Verhandlungen führen und zu tragfähigen Ergebnissen und Abschlüssen kommen. In Verhandlungs- und Konfliktgesprächen den richtigen Ton treffen, vielschichtige Botschaften verstehen und angemessen darauf reagieren, gemeinsame Lösungen in Sach- und Beziehungsfragen finden, gehört zur kommunikativen Kompetenz und bietet die Voraussetzung für eine gelungene ergebnisorientierte Gesprächsführung. Strategien, die Gewinner und Verlierer produzieren, indem sie die eigene Position oder die des Verhandlungspartners schwächen, wird die win-win-Strategie entgegengesetzt, die auf Eindeutigkeit in der Sache und Wertschätzung der Person basiert.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — können Verhandlungspartner einschätzen, eigene Ziele definieren und Verhandlungsspielraum einräumen. — können entscheidende Rahmenbedingungen im Vorfeld eines Verhandlungs- oder Konfliktgesprächs identifizieren. — beherrschen die notwendigen Gesprächstechniken: Ziele klären, Sachlichkeit herstellen, Emotionalität nutzen. — können Gesprächshaltungen erkennen und erweitern. — sind in der Lage verbindlich zu argumentieren und geschickt zu formulieren. — können Gespräche leiten und moderieren.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Design Thinking – kreativ mit System

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Michael Stamp Senior engineer, ADAS Development; Audi of America, Inc.
Inhalte	<p>Design Thinking ist von hoher Relevanz, da es Unternehmen ermöglicht, innovative und kundenorientierte Lösungen zu entwickeln. Durch die Fokussierung auf die Bedürfnisse der Nutzenden können Produkte und Dienstleistungen besser an deren Anforderungen angepasst werden. Die flexible und iterative Natur von Design Thinking ermöglicht eine effektive Anpassung an sich ändernde Marktbedingungen. Zudem fördert die Methode die Zusammenarbeit und Kreativität im Team, was zu innovativen Ideen und Lösungen führt. In der schnelllebigen Geschäftswelt bietet Design Thinking somit einen strategischen Vorteil, um auf Herausforderungen zu reagieren, wettbewerbsfähige Produkte zu schaffen und Kundenloyalität aufzubauen.</p> <p>Das Kompetenztraining „Design Thinking“ umfasst die Vorstellung der Historie des Konzeptes und die praktische Anwendung des kreativen Innovationsprozesses Design Thinking. Ergänzt wird das Kompetenztraining durch konkrete Praxiserfahrungen aus dem Silicon Valley.</p> <p>Nach einer Einführung in Definitionen und Anwendungsbereiche werden die unterschiedlichen Phasen des Design Thinking erläutert. Der nutzerzentrierte Ansatz wird durch die Persona-Entwicklung, User Journey Maps und weitere Kreativitätstechniken vertieft, Werkzeuge und Technologien, werden besprochen. Das Kompetenztraining beinhaltet in der Vor-/Nachbereitung praktische Übungen zur realen Anwendung von Design Thinking.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden des Kompetenztrainings</p> <ul style="list-style-type: none"> — kennen verschiedene Modelle und Instrumente des Design Thinking — kennen den Beitrag des Design Thinking, um ergebnisoffen in Bezug auf gegebene Problem- und Themenstellungen kreative Entwicklungsprozesse durchzuführen — können Design Thinking in ihrem Berufsumfeld anwenden — erkennen den Beitrag des Design Thinking im Kontext des eigenen Berufsumfelds — sind in der Lage, die Methode anhand eines konkreten Praxisbeispiels anzuwenden
Lehrformen	Workshop (vor Ort) mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Kompetenztrainings	Wahlpflichtmodul (Baustein des Professionalisierungsmoduls)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und der und am Workshop vor Ort — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Das Kompetenztraining wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Workshop: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern das Kompetenztraining im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Digital Literacy

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Dr. Joachim Stöter Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Digitale Kompetenzen sind Zukunftskompetenzen (Future Skills). Insbesondere Digital Literacy zählt zu den digitalen Grundfähigkeiten. Digital Literacy ermöglicht es dem Individuum, Wissen durch Information und Kommunikation über digitale Medien zu erwerben und zu teilen. Dabei sind folgende Aspekte besonders relevant: Zugang zu Wissensressourcen mit Hilfe digitaler Medien, Integration, Management und Evaluation dieses Wissens. Der Stifterverband spricht in seinem Futur-Skills Framework in diesem Zusammenhang von Digitalen Schlüsselkompetenzen.</p> <p>Damit handelt es sich bei Digital Literacy um eine zukünftig zwingend notwendige Basis-Kompetenz für eine erfolgreiche Teilhabe an der Gesellschaft, die zunehmend durch digitale Medien, Techniken und Prozesse durchdrungen wird. Insbesondere die rasanten Entwicklungen rund um "künstliche Intelligenzen" (KI), wie z.B. das in der Öffentlichkeit viel diskutierte ChatGPT unterstreichen diese Relevanz deutlich.</p> <p>Entdecken Sie in dieser Professionalisierungseinheit digitale Tools, welche auf die verschiedenen Anwendungsszenarien, die mit diesen Schlüsselkompetenzen verbunden sind (Umgang mit Daten, Kollaboration im Arbeiten und Lernen, Sicherheitsregeln im Netz, Kritisches Hinterfragen, etc.). Gemeinsam entwickeln wir ein Verständnis über die Auswirkungen auf unser Lernen, unsere Kommunikation und Gesellschaft. Testen Sie die Tools für Ihre beruflichen Anwendungsszenarien und lernen Sie Potenziale und Grenzen kennen.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — sind in der Lage, die Potenziale und Grenzen digitaler Tools zu erkennen. — sind für die Differenzierungen digitaler Schlüsselkompetenzen sensibilisiert — können digitale Tools zielgerichtet und situationsspezifisch in berufliche Kontexte einbinden. — können die Implikationen auf Lernen, Kommunikation und Gesellschaft analysieren und beurteilen. — sind in der Lage, die ethischen und rechtlichen Implikationen digitaler Tools einzuschätzen und zu beurteilen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Resilienz stärken

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Stephan Pust Fachdozent, Trainer, Business Coach
Inhalte	Schon vor der Corona-Pandemie, die Organisationen und deren Mitarbeiter*innen vor bisher nicht bekannte Herausforderungen gestellt hat, wurden tiefgreifende Veränderungen in der (Arbeits-)Welt unter dem Schlagwort „VUCA“ diskutiert. Vor diesem Hintergrund ist eine der zentralen Fragestellungen, wie Menschen handlungsfähig bleiben und innere Stärke sowie Widerstandskraft gewinnen können (individuelle Resilienz). In der Arbeitswelt sind in diesem Zusammenhang auch Organisationen gefragt: Jene können einen Beitrag dazu leisten, sich (und ihre Mitarbeiter*innen) in die Lage zu versetzen, kritische Beeinträchtigungen aus der VUCA-(Um)Welt besser aufzufangen und zu bewältigen (organisationale Resilienz). Die individuelle Resilienz zu steigern und den zu leistenden Beitrag von Organisationen in diesem Kontext zu erkennen, bilden den Ausgangspunkt für diese Professionalisierungseinheit.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — lernen grundlegende Inhalte eines Resilienz-Konzeptes als Kernkompetenz der Stunde kennen. — können individuelle und organisationale Resilienz näher definieren und Zusammenhänge aufzeigen. — wissen um die Bedeutung der individuellen und organisationalen Resilienz in der heutigen (Arbeits-)Welt. — erlangen ein Grundverständnis über den Umgang mit herausfordernden Veränderungen. — erkennen individuelle und kontextuelle Risikofaktoren. — kennen die Säulen individueller Resilienz und verschiedene Ansätze für mehr organisationale Resilienz. — sind sich bewusst, dass Resilienz sich trainieren lässt.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Vorbereitung auf das Seminar anhand eines persönlichen Fragebogens
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul (Baustein des Professionalisierungsmoduls)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und der Präsenzphase — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Entscheidungen richtig treffen

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Stephan Pust Fachdozent, Trainer, Business Coach
Inhalte	<p>Jeden Tag treffen wir alle eine Vielzahl von bewussten oder unbewussten Entscheidungen – in beruflicher und privater Hinsicht. Gerade berufliche Entscheidungen müssen dabei zunehmend „unter Zeitdruck“ getroffen werden. Hinzu kommen Entscheidungssituationen, bei denen eine „Vielzahl von Alternativen“ zu bewerten sind. Die bewusste Gestaltung von Entscheidungsprozessen wird damit auch vor dem Hintergrund der digitalen Transformation in Unternehmen zu einer wichtigen Schlüsselressource.</p> <p>Die Entscheidungstheorie beschäftigt sich damit, wie Entscheidungen getroffen werden können und wie sie tatsächlich getroffen werden. Zentrale Fragen sind, warum es uns in der Realität häufig so schwer fällt, Entscheidungen zu treffen und welchen Einfluss unser Denken und unsere Emotionen auf Entscheidungen haben.</p> <p>Themenschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Entscheidung – eine Begriffsklärung — Wie Entscheidungen rational getroffen werden können – präskriptive Entscheidungstheorie — Entscheidungen unter Sicherheit und Entscheidungen unter Unsicherheit — Wie Entscheidungen in der Realität getroffen werden – deskriptive Entscheidungstheorie — Wie unser Denken und unsere Emotionen Entscheidungen beeinflussen — Entscheidungspsychologie – Angst vor Entscheidungen — Entscheidungsprozess – 5 Phasenmodell — Methoden und Techniken zur Entscheidungsunterstützung — Entscheidungen in der VUCA-Welt treffen — Gruppenentscheidungen durchführen
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — erlangen ein Grundverständnis der Entscheidungstheorie. — verstehen die Rolle von Kognition und Emotion im Rahmen des Entscheidungsprozesses. — erkennen zentrale Fehler bei Entscheidungen. — lernen sicher Individual- und Gruppenentscheidungen zu treffen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Leadership – digital und zukunftsorientiert

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Prof. Dr. Ralf Keim FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Hamburg
Inhalte	<p>Informationen und das Wissen der Mitarbeitenden sind die zentralen Ressourcen von Organisationen und Unternehmen. Um sie nutzbar zu machen, sind eine gute Führung und adäquate Organisationsstrukturen grundlegend. Das Management der komplexen Prozesse in wissensintensiven Organisationen und Unternehmen stellt Führungskräfte insbesondere im heutigen Web 2.0-Zeitalter dabei vor Herausforderungen, für die klassische Managementwerkzeuge und -strategien nur bedingt Lösungen anbieten.</p> <p>zoom, webex oder slack aber auch zum Beispiel Facebook, Kununu und X: Das Internet und insbesondere Web 2.0-Systeme haben die Art revolutioniert, wie wir Medien nutzen und wie wir mit anderen Menschen interagieren und zusammenarbeiten. Spätestens seit den pandemiebedingten Einschränkungen ist das virtuelle Arbeiten und die damit verbundene Flexibilisierung fester Bestandteil vieler Organisationen geworden. Neben vielen Vorteilen sind damit aber auch neue Herausforderungen für die Führung verbunden.</p> <p>Die Professionalisierungseinheit richtet den Blick auf die Zukunft der Führung. Gemeinsam mit den Teilnehmenden werden Antworten auf die Frage entwickelt, welche der unbestritten erfolgreichen Prinzipien des Web 2.0 – insbesondere Selbstorganisation, Vernetzung, Offenheit, Transparenz und direktes Feedback – Entwicklungspotentiale für das Management wissens-intensiver Organisationen und Unternehmen darstellen. Es sollen Denkanstöße gegeben werden, wie eine Führungskraft die Arbeit von Wissensarbeitern*innen gestalten sollte.</p> <p>Um für den beruflichen Alltag der Teilnehmenden relevante Kompetenzen zu entwickeln, wird u.a. auch die Ebene von (befristeten) Projekten beleuchtet. Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht die Perspektive der Führungskraft. Dabei wird thematisiert, wie die Führungskraft eine agile und an den Bedürfnissen von Wissensarbeitern*innen orientierte Führung gestalten kann. Hierzu werden ausgewählte Systeme ausprobiert und ihre Einsatzbereiche diskutiert.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — reflektieren ihr eigenes Führungshandeln. — kennen die Gestaltungsoptionen einer Führungskraft mit besonderem Fokus auf Wissensarbeiter. — erwerben die Fähigkeit, Web 2.0 Systeme und Managementprinzipien für Führungs- und Managementzwecke u.a. im Projektmanagement einzusetzen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Coaching – Tools für die Praxis

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Dr. Astrid Beermann Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	Im Rahmen dieser Professionalisierungseinheit werden grundlegende Coachingkompetenzen vermittelt, die im betrieblichen (Führungs-) Alltag angewandt werden können. Eine Einführung in zentrale Methoden und eine professionelle Haltung im Coaching sind weitere inhaltliche Bestandteile. Das Psychodynamisch-Systemische Modell bildet dabei den wesentlichen Theorie- und Praxishintergrund. Der Fokus der Professionalisierungseinheit liegt auf der Beschäftigung mit der praktischen Anwendung von Coachingelementen und ihrer Reflexion. Anhand eigener realer Fallbeispiele aus dem betrieblichen Alltag findet eine reflexive Betrachtung der jeweiligen Situationen sowie der Rollenentwicklung als Fach- und Führungskraft, die Coachingelemente im betrieblichen Alltag einsetzt, statt.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> — kennen die Grundvoraussetzungen für erfolgreiches Coaching und können bestimmen, inwieweit diese Voraussetzungen in Ihrem Unternehmen erfüllt werden können. — kennen die Wirkungsweise von Coaching und können Unterschiede zur „klassischen“ Führung benennen. — kennen zentrale Modelle, Instrumente und Werkzeuge des Coaching. — kennen die unterschiedlichen Phasen im Coachingprozess, wissen um die Rolle der Kommunikation und können Coaching-Gespräche gestalten/führen. — kennen die besondere Bedeutung des Coaching in Veränderungsprozessen. — können Kenntnisse und Methoden des Coaching anwenden, um das eigene Handeln bewusster zu reflektieren und auf dieser Grundlage jenes wirksamer zu gestalten.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Führung übernehmen – die neue Rolle als Führungskraft

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	Ingo Thiel Coach und Trainer, Projektpartner LETTINGGO
Inhalte	<p>Wenn Arbeitnehmer*innen von der Mitarbeitendenstelle auf einen Führungsposten berufen werden, ändern sich nicht nur Position und Aufgaben, sondern oftmals die gesamte Stellung innerhalb der Firma – auch die soziale. Denn auf einmal ist man für die Kolleg*innen Vorgesetzte*r, muss sich im Führungskreis mit etablierten Entscheidungsträger*innen auseinandersetzen und in einem anderen Tätigkeitsfeld mit komplett neuen Anforderungen umgehen. Diesen Rollenwechsel im Spannungsfeld von Erwartungen, auch den eigenen, zu meistern, ist nicht immer eine einfache Aufgabe. Die richtigen Weichen schon in den ersten Monaten zu stellen, ist eine wichtige Voraussetzung für die vielen Tage danach. Aber was braucht man alles, um diese neue Funktion erfolgreich ausfüllen zu können? Wie soll man seinen Mitarbeitenden den Weg weisen, wenn man sich in der neuen Verantwortung selbst noch zurechtfinden muss?</p> <p>Eine Führungsaufgabe ist weitaus komplexer, als immer nur den einen Königsweg zu kennen und zu gehen. Es kommt viel mehr auf das richtige Einschätzen und Einsetzen der Fähigkeiten und Potenziale von Mitarbeitenden an. Führungskräfte müssen nicht alles besser wissen, sondern sollten möglichst ein Team in die Lage versetzen, erstklassige Leistungen zu erbringen und die Stärken des Einzelnen zu nutzen. Effektive Arbeitsprozesse und effiziente Lösungen werden so gemeinsam geschaffen. Führung ist nicht nur eine fachliche, sondern vor allem auch eine soziale und kommunikative Aufgabe, die möglichst authentisch und empathisch ausgeübt werden und durch hochmotivierte Mitarbeitende hervorragende Resultate erzielen sollte. Personalverantwortung bedeutet aber auch oftmals disziplinarische Befugnisse: man muss Aufgaben festlegen, Leistungen kontrollieren und beurteilen, Urlaubsplanung vornehmen und genehmigen, aber ebenfalls die Fürsorgepflicht gegenüber Mitarbeitenden wahrnehmen.</p> <p>In dieser Professionalisierungseinheit erhalten Sie das notwendige Rüst- und Handwerkzeug, bekommen Einblicke in unterschiedliche Leadership-Modelle sowie praktische Anleitungen und anschauliche Best Practice-Modelle, um sich sowohl im eigenen Team als auch im Kreis der Führungskräfte zu etablieren. Sie lernen Führungsfallen zu vermeiden und mit schwierigen Situationen und Konflikten im Führungsalltag nicht nur umzugehen, sondern sie souverän zu meistern. So legen wir gemeinsam den Grundstein für Ihren Führungserfolg, denn Führung kann man lernen!</p>
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — können erprobte Instrumente der Führungspraxis nutzen. — können Mitarbeitende typ- und situationsgerecht entwickeln. — können Teams zusammenstellen und erfolgreich machen. — können richtig delegieren und motivieren. — sind in der Lage, Personalgespräche souverän zu führen. — entwickeln Lösungsmöglichkeiten für Konflikte und andere schwierige Situationen. — bringen Fehlerkultur, Firmenkultur & Freiräume zusammen. — gestalten Meetings effektiv und sinnvoll. — wenden praktische Tools wie SMART- oder GROW-Modell und 360-Grad-Feedback sicher an. — entwickeln einen persönlichen Fahrplan für Erfolg in der neuen Rolle.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen

Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Self Leadership – die Kunst, sich selbst zu führen

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	N.N.
Inhalte	<p>Von Führungskräften wird erwartet, dass sie sich in hohem Maße mit ihrer Tätigkeit identifizieren und sich für ihr Unternehmen engagieren. Zielstrebigkeit, rasches und flexibles Handeln, Kritik - und Konfliktfähigkeit, hohe Fach- und Methodenkompetenz sowie Risikobereitschaft sind nur einige Beispiele für allgemeine Anforderungen, die heute an Führungskräfte gestellt werden.</p> <p>Die Belastungen sind zahlreich und verlangen ein gutes Management der eigenen Person, um die Vorteile einer Führungsposition zu empfinden. Individueller Lebensstil, Einstellungen und Verhaltensmuster der Führungsperson und Arbeitsbedingungen stehen als stressauslösende Faktoren in engem Zusammenhang.</p> <p>In dieser Professionalisierungseinheit steht die Beschäftigung mit personenbezogenen Interventionen des Stressmanagements im Vordergrund. Dies beinhaltet die Frage nach der Entwicklung eigener Ressourcen als Führungskraft sowie sich der eigenen Selbstwirksamkeit im Führungsalltag bewusst zu werden, um den Belastungssituationen nachhaltig standhalten zu können. Methoden für die Entwicklung eines emotionalen Selbstmanagements als Grundlage für die Balance von motivationalen und kognitiven Aspekten im persönlichen Führungsverhalten werden dargestellt und praktisch erprobt.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — können die eigene Tätigkeit im Hinblick auf stressreduzierende Veränderungen reflektieren. — beherrschen Methoden, um Stressoren und Ressourcen der eigenen Tätigkeit identifizieren sowie frühzeitig Stressreaktionen erkennen zu können. — erlernen individuelle emotions- und problemorientierte Bewältigungsstrategien und erhöhen ihre Selbstmanagementfähigkeit (Self Leadership) im Umgang mit Stresssituationen. — können die eigenen Denkmuster positiv beeinflussen: von der Selbstsabotage zur Selbstannahme. — sind in der Lage, die Achtsamkeit für die eigene Person zu erhöhen. — beherrschen Methoden zur Selbstbeobachtung und Selbstbelohnung.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Baustein des Professionalisierungsmoduls (Wahlpflicht)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Ausgewählte Aspekte zur Professionalisierung

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	In Abhängigkeit des gewählten Themas.
Inhalte	In Abhängigkeit des gewählten Themas.
Lernergebnisse	In dieser Veranstaltung werden bestimmte Soft Skills trainiert. Dabei geht es im Wesentlichen um die Vermittlung von überfachlichen Kompetenzen sowie die Fähigkeit, sich derartige Kompetenzen selbständig anzueignen und für den Einsatz in der Praxis aufzuarbeiten und verfügbar zu machen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul (Baustein des Professionalisierungsmoduls)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern die Professionalisierungseinheit im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	300,00 Euro (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Abschlussmodul

Pflichtmodul

Lehrende*r	Anne Rubens-Laarmann, Gutachter*innen Henrich-Heine-Universität Düsseldorf
Inhalte	<p>Das Abschlussmodul begleitet die Erstellung der Bachelorarbeit und besteht aus folgenden Teilen:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Individuelle Betreuung durch Gutachter*innen — Online-Intensivphasen mit Mentorenbetreuung — Begleitende Studienmaterialien zur Erstellung der Bachelorarbeit <p>Die Online-Intensivphasen dienen der Vorstellung, Diskussion und Überarbeitung des Exposés der Teilnehmenden (erste Phase) sowie der Diskussion ausgewählter Fragestellung und Leseproben der Arbeit (zweite Phase). Feedback kommt von den anderen Teilnehmenden und der Mentorin. Diese steht auch während und zwischen den Intensivphasen für die Klärung organisatorischer und formaler Fragen zur Verfügung. Fachliche Fragen beantworten parallel die Gutachter*innen.</p> <p>Die Studienmaterialien beinhalten: Themensuche (Arten wissenschaftlicher Abschlussarbeiten, Strategien zur Themenfindung, Festlegung des Themenbereichs), Materialsuche (Literatur beschaffen, Literaturlauswertung, Literaturverwaltung), Das Thema erarbeiten (Fragestellung, Zielsetzung, Exposé), Aufbau und Gliederung (Grundlagen, formale Anforderungen, Aufbau), Dokumentation der Quellen (Wann zitieren, wie zitieren).</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — wirtschaftswissenschaftliche Fragestellung klar formulieren. — ein adäquates Forschungsdesign entwickeln. — selbständig eine wissenschaftliche Arbeit verfassen. — die inhaltlichen und formalen Kriterien an eine Bachelorarbeit anwenden.
Lehrformen	Selbststudium, Online-Kolloquium
Teilnehmerzahl	--
Voraussetzungen	Keine; Prüfungsleistungen in einem Umfang von mindestens 120 KP für die Zulassung zur Bachelorarbeit
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Pflichtmodul</p> <p><i>Dieses Modul flankiert die Erstellung der Bachelorarbeit und beinhaltet die Erstellung ebendieser.</i></p>
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen im Online-Kolloquium — Erstellung eines Exposés zum Bachelorarbeitsvorhaben — Eigenständige Anfertigung der Bachelorarbeit unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden
Kreditpunkte und Noten	<p>Kreditpunkte: 15 KP (Online-Kolloquium: 3 KP; Bachelorarbeit: 12 KP)</p> <p>Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Semester angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 450 Std. (Online-Kolloquium: 90 Std.; Bachelorarbeit: 360 Std.)
Dauer	--
Gebühr	890,00 Euro

Beratung & Kontakt

Nicola Seitz
Managerin für Wissenschaftliche Weiterbildung



Beratungstermin vereinbaren

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
C3L – Center für lebenslanges Lernen
Ammerländer Heerstraße 136
26129 Oldenburg

☎ +49 (0)441 / 798 50 45

✉ bwl@uol.de

<https://uol.de/bwl>

[Instagram](#) | [YouTube](#) | [LinkedIn](#) | [Facebook](#)