

Leadership	
Lehrende	Dr. rer. pol. Karsten Hurrelmann
Inhalte	Teils jenseits, teils in Verknüpfung mit der organisatorischen Dimension bildet in diesem Modul die personale Dimension erfolgreichen Innovationsmanagements den Gegenstand der Bearbeitung. Damit ist nicht die Rückkehr zu früheren einseitigen Auffassungen gemeint, dass Menschen (meistens dann Männer) die Geschichte machen. Sehr wohl wird aber dem Umstand Rechnung getragen, dass es gerade im Feld des Innovationsmanagements nicht nur systemische und kulturelle Verhältnisse von Organisationen sind, die für Innovationserfolge zu sorgen vermögen, sondern es auch der visionären, weitsichtigen und für die soziale Umsetzung charismatischen Persönlichkeiten bedarf. Das Modul gliedert sich in die folgenden sechs Abschnitte: a) Megatrends und Leadership für Innovationen, b) Creative response, c) Reputation und Legitimation von Innovationen, d) Personal Social Responsibility, e) Leadership und Intrapreneurship, f) Innovationsmanagement in der Krise.
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sollen die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> • die wesentlichen Trends wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung erläutern können • die Idee des Creative Response als Basis für erfolgreiches Innovationsmanagement jenseits von technischen Innovationen anwenden und eigene Beispiele für die unterschiedlichen Innovationstypen darlegen können, • die Charakteristika des Leadership darstellen und anwenden sowie die daraus erwachsenden persönlichen Anforderungen und Spannungen im Unternehmen darlegen können, • die Bedeutung der Reputation von Unternehmen und deren Abgrenzung zur Legitimation sowie die Erfassung von Stakeholdern eines Unternehmens kennen und verstehen, • Kenntnisse zur Szenariomethode und der Tugendethik als moderne Perspektive vorweisen, • das Konzept des Intrapreneurship gegenüber anderen abgrenzen und erforderliche Voraussetzungen hierfür definieren können sowie • die besonderen Bedingungen kleiner und mittelständischer Unternehmen für das Innovationsmanagement kennen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	22
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzphasen • Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 6 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 2 bis 3 Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Dauer	22 Wochen
Termine	Modulbeginn (online): 15.10.2020 Präsenzphase I: 20./21.11.2020 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Präsenzphase II: 12./13.02.2021 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Nachbearbeitungsphase und Modulabschluss bis (online): 09.03.2021
Gebühren	900,00 Euro