

Berufsbegleitender Masterstudiengang
Innovationsmanagement und Entrepreneurship (MBA)



Wintersemester 2017/18

Gesamtmodulkatalog

Inhalte – Lernergebnisse – Lehrende – Termine

www.innovationsmanagement.uni-oldenburg.de

Pflichtmodule

Grundlagen des Innovationsmanagements	1
Grundlagen des Entrepreneurship	2
Leadership	3
Projektmanagement.....	4
Betriebliches Projekt	5
Methoden empirischer Sozialforschung	6
Abschlussmodul	7

Wahlpflichtmodule

Methodisches Erfinden.....	8
Produktentwicklung	9
Rechtlicher Schutz für Innovationen.....	10
Controlling von Innovationsprojekten.....	11
Innovationsfolgen und die gesellschaftliche Verantwortung	13
Innovationskooperationen und -netzwerke.....	14
Innovation und Marketing	15
Coaching und Supervision (demnächst als Professionalisierungseinheit)	16
Ausgewählte Aspekte des Innovationsmanagements	17
Unternehmensgründung, -fusionen und -übernahmen	18
Strategisches Management	19
Change Management	20
Nachhaltigkeitsmanagement	21
Human Resource Management.....	22
Finanzmanagement und Investition	23
Ausgewählte Aspekte des Entrepreneurship	24
Professionalisierungsmodul.....	25

Professionalisierungseinheiten

Karriereplanung	26
Erfolgreich Verhandeln	27
Wirkungsvoll präsentieren, überzeugend auftreten.....	28
Effektive Teammoderation	29
Effektive Gesprächsführung im Berufsalltag	30
Gruppensituationen gezielt leiten	31
Self Leadership: Die Kunst sich selbst zu führen.....	32
Leadership 2.0.....	33
Assessment-Center.....	34
Konfliktmanagement.....	35
Betriebliches Gesundheitsmanagement	36
Krisenmanagement – Prävention, Intervention und Kommunikation	37

Grundlagen des Innovationsmanagements

Pflichtmodul

Lehrender	apl. Prof. Dr. Klaus Fichter Carl von Ossietzky Universität Oldenburg/Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit
Inhalte	<p>Der Innovationsbegriff ist spätestens seit den 1990er Jahren fest in der Umgangssprache verankert. Wer heute etwas auf sich hält, egal ob in Unternehmen, Verwaltung oder in anderen Organisationen, ist „innovativ“. Dabei wird unterstellt, dass Innovation in einer sich ständig und immer schneller verändernden Welt die passende Antwort und die Lösung für vielfältige Probleme ist, sei es ein härterer internationaler Wettbewerb am Hochlohnstandort Deutschland, die Verteuerung von Energie oder der Klimawandel. Der unbestimmte und inflationäre Gebrauch des Begriffs hat mittlerweile aber auch dazu geführt, dass alles, was ein bisschen neu erscheint oder leicht verändert ist, als „innovativ“ gekennzeichnet wird. Mitunter handelt es sich sogar um das, was in der Innovationsforschung als „Pseudo-Innovation“ bezeichnet wird. Was genau ist aber nun „Innovation“? Auf welche Weise und auf welchen Wegen entsteht sie, und, lassen sich Innovationen genauso „managen“ wie Routineprozesse?</p> <p>Das Modul wird Antworten auf diese Fragen liefern. Es dient der Einführung ins Innovationsmanagement und schafft ein Grundverständnis für die Möglichkeiten und Grenzen der Steuerung von Innovationsprozessen. Zudem schafft das Modul die Wissensbasis für die anschließenden Module, die sich wichtigen Einzelaspekten des Innovationsmanagements widmen.</p>
Lernergebnisse	<p>Mit dem Besuch des Moduls sollen die Teilnehmenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Begriffe „Innovation“ und „Innovationsmanagement“ definieren können, ▪ verschiedene Arten von Innovationen nennen können und Kriterien für den Neuigkeitsgrad einer Innovation kennen, ▪ die Einflussfaktoren des Innovationsmanagements erläutern können, ▪ die Bedeutung eines „Innovationssystems“ für ein erfolgreiches Innovationsmanagement verstehen, ▪ Arten von Konflikten im Rahmen des Innovationsmanagements kennen, ▪ mögliche Auslöser für Innovationsvorhaben nennen können, ▪ Push- und Pull-Faktoren von Innovationsprozessen kennen, ▪ beschreiben können, was unter „Pfadabhängigkeiten“ zu verstehen ist, ▪ erläutern können, was mit „Open Innovation“ gemeint ist, ▪ Kennzeichen einer innovationsfreundlichen Organisation kennen, ▪ verschiedene Formen von Innovationskooperationen unterscheiden können, ▪ erläutern können, was unter einer Innovation Community verstanden wird, ▪ die Besonderheiten des Managements von Innovationsprozessen erläutern können, ▪ die Phasen des Innovationsprozesses unterscheiden und die wesentlichen Ziele erläutern können, ▪ Vorschläge zur Ideenfindung in Ihrem Unternehmen entwickeln können, ▪ Methoden der Bewertung und der Auswahl von Innovationsideen kennen sowie ▪ die Besonderheiten des Innovationsmarketings kennen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Grundlagen des Entrepreneurship

Pflichtmodul

Lehrender	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 Rechtsvorschriften, wie etwa die zur Rechtsformwahl, die Identifikation von Geschäftgelegenheiten, die Entwicklung von Geschäftgelegenheiten sowie Inhalte aus den Basisdisziplinen der Betriebswirtschaftslehre (z.B. Finanzierung), die auf die Spezifika von Gründungen zugeschnitten werden. Die Entwicklung von Geschäftskonzepten (z.B. in Form von Businessplänen) wird einen wichtigen Teil des Moduls einnehmen. Neben den Themen zur Unternehmensgründung wird zudem das angrenzende Gebiet der Unternehmensnachfolge als eine besonders kritische Phase im Lebenszyklus von mittelständischen Unternehmen behandelt.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls sollen die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Aufgaben einer Unternehmensgründung begrifflich und sachlich abgrenzen können, ▪ die unterschiedlichen Gründermotive und -handlungsweisen differenzieren können, ▪ die für einzelne Phasen des Gründungsprozesses wichtigen Entscheidungshilfen und Rechtsvorschriften kennen, ▪ spezifische Unterschiede von Gründungen gegenüber etablierten Unternehmen identifizieren können, ▪ alternative Formen der Gründungsfinanzierung kennen lernen, einschließlich der Besonderheiten der Finanzierung durch Risikokapital, ▪ Funktionen, Aufbau und Inhalte eines Businessplans kennen, ▪ erkennen, welche Formen der Gestaltung der Unternehmensnachfolge es gibt und welche Vor- und Nachteile diese haben.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Modulbeginn (online): 09.11.2017 Präsenzphase I: 15./16.12.2017 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Präsenzphase II: 09./10.03.2018 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online) bis: 03.04.2018
Gebühren	900,00 Euro

Leadership

Pflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Reinhard Pfriem Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>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.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Das Modul gliedert sich in sechs Abschnitte: 2. Megatrends und Leadership für Innovationen 3. Creative response 4. Reputation und Legitimation von Innovationen 5. Personal Social Responsibility 6. Leadership und Intrapreneurship 7. Innovationsmanagement in der Krise
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sollen die Studierenden</p> <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	max. 22 Teilnehmende
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Projektmanagement

Pflichtmodul

Lehrender	Dipl. Ing Frank Fischer Projektmanagement-Berater, -Trainer, -Coach // Geschäftsführender Gesellschaft der fischer und friends GmbH, Oldenburg
Inhalte	<p>Die Bedeutung von Projektarbeit in Unternehmen und Organisationen aus den unterschiedlichsten Branchen hat in den zurückliegenden Jahren stetig an Bedeutung zugenommen. Projektmanagement wird damit immer mehr auch zum strategisch bedeutsamen Tätigkeitsfeld.</p> <p>Betrachtet man die unzählig verfügbare Literatur zum Projektmanagement, fällt allerdings auf, dass diese sich überwiegend dem operativen Management von Einzelprojekten gewidmet hat. Mit dieser „herkömmlichen“ Herangehensweise werden jedoch die Herausforderungen der nächsten Jahre allein nicht mehr zu bewältigen sein. Unternehmen werden zunehmend als Innovations-schmieden fungieren müssen, um am wachsenden, globalen Markt bestehen zu können. Dabei mangelt es den Unternehmen meistens nicht an neuen und guten Visionen, Ideen oder Strategien. Vielmehr fehlt ihnen die notwendige Kompetenz, diese in einer Vielzahl vernetzter Projekte mit wechselnden Personalkonstellationen und Arbeitsinhalten, fehlenden organisierten Routinen, einer kurzfristigen Arbeitsweise und der funktionsübergreifenden Integration von Experten erfolgreich zu realisieren.</p> <p>Das Modul will die Teilnehmenden gezielt darauf vorbereiten, Innovationsprojekte und -teams im Sinne eines ganzheitlichen und strategisch ausgerichteten Projektmanagements zum Erfolg zu führen. Dabei wird zum einen die Methodenkompetenz erweitert, vor allem aber die Prozess- und Führungskompetenz ausgebaut.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kenntnis der speziellen Kennzeichen von Innovationsprojekten und Projektlandschaften, ▪ Kenntnis der Bedeutung und der Implikationen des Begriffes „Strategisches Projektmanagement“, ▪ Fähigkeit zur Auswahl und zum Einsatz geeigneter Instrumente zur Unterstützung der strategischen Projektvorbereitung, -planung, -führung, -überwachung und -steuerung, ▪ Kenntnisse der systemtheoretischen Ansätze für strategisches Projektmanagement, Multi-Projektmanagement, Portfolioplanung und -controlling, ▪ Kenntnis der sozialen Strukturen und spezieller Kommunikationssituationen in Innovationsprojekten, ▪ Kenntnis der wesentlichen Unterschiede zwischen realer und virtueller Projektarbeit, ▪ Fähigkeit zur Entwicklung von Handlungskonzepten für die Entwicklung und Steuerung von Innovationsteams, ▪ Kenntnis der Einflussfaktoren für das Management des Projektumfeldes von Innovationsprojekten, ▪ Fähigkeit zur Entwicklung von Handlungskonzepten für das integrierte und strategische Management des Projektumfeldes von Innovationsprojekten, ▪ Fähigkeit zur Planung, Überwachung und Steuerung eines vernetzten Risikomanagements in Innovationsportfolios und -programmen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Betriebliches Projekt

Pflichtmodul

Lehrender	Dipl. Ing Frank Fischer Projektmanagement-Berater, -Trainer, -Coach Geschäftsführender Gesellschaft der fischer und friends GmbH, Oldenburg
Inhalte	In diesem Modul entwickeln die Studierenden in einem selbstgewählten Unternehmen ein Projekt zum Innovationsmanagement und/oder Entrepreneurship. Die Betreuung des Projektes übernimmt ein Tandem aus Praxis und Lehre (Betreuer_in im Unternehmen und verantwortliche_r Hochschullehrende_r). Die Teilnehmenden erarbeiten ein Konzept sowie eine Arbeits- und Zeitplanung zur Implementierung und erstellen und präsentieren zum Modulabschluss eine qualifizierte und reflektierte Beschreibung des Projektverlaufs.
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ein Projekt zur Förderung innovativer und/oder unternehmerischer Prozesse in einer Organisation konzipieren und seine Umsetzung unter Einbeziehung der relevanten Faktoren planen können, ▪ Adäquate empirische Methoden zur Ermittlung von Daten einsetzen können, die bei der Konkretisierung und Implementierung zu beachten sind, ▪ Projektidee und -konzept auf den verschiedenen Ebenen des Unternehmens, deren Akzeptanz und Unterstützung benötigt werden, kommunizieren können.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
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: schriftlicher Bericht zur Projektplanung, Zwischenbericht, Abschlussbericht, Präsentation des Projektverlaufes
Kreditpunkte und Stunden	6 KP Gesamt: ca. 540 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird fortlaufend in jedem Semester angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Modulbeginn (online): 02.11.2017 Präsenzphase I: 08./09.12.2017 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Präsenzphase II: 02./03.03.2018 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Modulende: 27.03.2018
Gebühren	900,00 Euro

Methoden empirischer Sozialforschung

Pflichtmodul

Lehrende	Prof. Dr. Heinke Röbbken Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	Dieses Modul führt in die Grundlagen empirischer Forschung mit dem Ziel ein, methodische Kenntnisse für die Erhebung von Daten für (Innovations-)Projekte, aber auch für die Erstellung der Masterarbeit zu vermitteln. Nach Behandlung wissenschaftstheoretischer Fragen erfolgt ein Überblick über verschiedene qualitative und quantitative Forschungsdesigns. Es werden grundlegende Vorgehensweisen und Begriffe geklärt. Bei der Bearbeitung ihrer projektbezogenen Prüfungsleistung orientieren sich die Studierenden an Problemstellungen, die sich auf die Situation der ausgewählten Unternehmen beziehen, in denen (Innovations-)Projekte durchgeführt werden sollen.
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterscheidung grundlegender wissenschaftstheoretischer Konzepte und ihrer Wirkung auf die einzusetzende Methodik, ▪ Verstehen wesentlicher Merkmale unterschiedlicher Forschungsdesigns, ▪ Kennen qualitativer und quantitativer Methoden der Sozialforschung und Fähigkeit zu ihrer Anwendung in der Praxis (Erhebungstechniken, Fragebogenkonstruktion, Experteninterviews), ▪ Adäquater Einsatz der Verfahren und Methoden in konkreten Informations- und Entscheidungsprozessen, ▪ Sachbezogene Präsentation und Interpretation von statistischen Ergebnissen
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Abschlussmodul

Pflichtmodul

Lehrender	Dr. Ralph Hintemann/Gutachterinnen und Gutachter Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit
Inhalte	Das Abschlussmodul begleitet die Erstellung der Masterarbeit und besteht aus folgenden Teilen: 1. Lektüre der begleitenden Selbststudienmaterialien zur Erstellung der Masterarbeit 2. Online-Intensivphasen mit Mentorenbetreuung 3. Individuelle Betreuung durch eine/n Gutachter/in der Universität Oldenburg Die Online-Intensivphasen dienen der Vorstellung, Diskussion und Überarbeitung des Exposés der Teilnehmenden (erste Online-Intensivphase) sowie der Diskussion ausgewählter Fragestellungen und Leseproben der Arbeit (zweite Intensivphase). Teilnehmende und Mentor geben dazu Feedback. Der Mentor steht auch während und zwischen den Intensivphasen für die Klärung organisatorischer und formaler Fragen zur Verfügung. Fachliche Fragen beantworten parallel die Gutachter/innen.
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können eine Fragestellung für eine Masterarbeit aus dem Bereich Innovationsmanagement klar formulieren. ▪ Sie können ein adäquates Forschungsdesign entwickeln. ▪ Sie sind in der Lage, eine Masterarbeit selbständig unter Nutzung wissenschaftlicher Modelle und Methoden zu erstellen. ▪ Sie haben Kenntnis der inhaltlichen und formalen Kriterien an eine wissenschaftliche Arbeit und können diese anwenden.
Lehrformen	Selbststudium, Online-Kolloquium
Teilnehmerzahl	keine Teilnehmerbegrenzung
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul (dieses Modul flankiert die Erstellung der Masterarbeit)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen im Online-Kolloquium ▪ Erstellung eines Exposés zum Vorhaben der Masterarbeit ▪ eigenständige Anfertigung der Masterarbeit unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden
Kreditpunkte und Stunden	24 KP Gesamt: ca. 720 Std.
Häufigkeit	Das Modul wird fortlaufend in jedem Semester angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Modulbeginn (online): 06.09.2017 Online-Intensivphase I: 12.-21.10.2017 Online-Intensivphase II: 04.-13.01.2018 Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online) bis: 30.01.2018
Gebühren	900,00 Euro

Methodisches Erfinden

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Martin G. Möhrle Universität Bremen
Inhalte	<p>Erfolgreiche Erfindungen zu entwickeln beruht auf Kreativität und der Fähigkeit, greifbare Vorhersagen für die Zukunft zu erstellen und hieraus Ideen zu entwickeln. Das methodische Erfinden ermöglicht eine systematische Ideensuche und bietet eine Auswahl an Methoden zum zielgerichteten, neuartigen Lösen technischer und technisch-wirtschaftlicher Probleme. Es unterstützt das Hervorbringen von Innovationen, d.h. neuartiger Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen.</p> <p>Das methodische Erfinden beruht auf den Arbeiten des russischen Wissenschaftlers G.S. Altschuller, der auf Basis von umfangreichen Patentanalysen zu der Erkenntnis gelangte, dass einer Vielzahl von Erfindungen eine überschaubare Anzahl von Lösungsprinzipien zu Grunde liegt. Er entwickelte die Theorie des erfinderischen Problemlösens (TRIZ), die Erfindern das Handwerkszeug zur Verfügung stellt, sich das Wissen und die Lösungsprinzipien alter Erfindungen zu Nutze zu machen, um neue Lösungsprinzipien für bestehende Probleme zu finden und hieraus neue Ideen zu entwickeln. TRIZ stellt eine Vielzahl an Methoden und Werkzeugen zur Verfügung, die die Sichtweise auf die Erfindungen verändern und sie gezielt in eine neue Richtung lenken.</p> <p>Das Modul vermittelt einen Einblick in TRIZ sowie einige ausgewählte Methoden. Die Präsenzphasen dienen der Einführung in das Themenfeld, dem Kennenlernen und Anwenden von grundlegenden Methoden von TRIZ sowie der Diskussion und Reflexion der erarbeiteten Ergebnisse. Durch Übungen und das Ausarbeiten einer Fallstudie werden die in den Präsenzphasen erlangten Kenntnisse weiter vertieft.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennenlernen der Grundsätze des methodischen Erfindens. ▪ Kennenlernen von ausgewählten Methoden. ▪ Vertrautheit im Umgang mit diesen Methoden, basierend auf speziellen, methodenbezogenen Übungen. ▪ Anwendungskompetenz von speziellen Methoden durch durchgängige Bearbeitung einer selbst gewählten Fallstudie. ▪ Kompetenz im Creative Leadership durch Reflexion des eigenen erfinderischen Denkens. ▪ Kreativitätstests zu Beginn und als Abschluss der Veranstaltung.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, drei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Produktentwicklung

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Axel Hahn Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Dieses Modul beschäftigt sich mit der Entwicklung und Konstruktion als Kern der innovativen Produktentwicklung. Die Entwicklung und Konstruktion umfasst alle Tätigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ zur Erarbeitung der zur Herstellung und Nutzung eines Produktes notwendigen Informationen ausgehend von einer Aufgabenstellung, ▪ zur Ermittlung der „vormateriellen“ Zusammensetzung der einzelnen Funktionen und Teile eines Produktes, ▪ zur Ermittlung des Aufbaus zu einem Ganzen und zum Festlegen aller Einzelheiten ▪ und letztlich die Festlegung der Produktdokumentation. <p>Die Phasen der Produktentwicklung verwenden spezifische Methoden und Werkzeuge sowie Modelle. Neben dem allgemeinen ingenieurtechnischen Vorgehen werden die Grundlagen der relevanten Modelle und Anwendungssysteme beschrieben. Besonders hervorzuheben sind hierbei CAD-Systeme und die zugrundeliegenden 2D/3D-Produktmodelle. Neben klassischen CAD-Systemen werden Produktmodelle wie die der Finite-Elemente-Methode benutzt, um Aussagen über das zukünftige Produkt zu erhalten. Für die Verwaltung der in der Produktentwicklung erzeugten Produktmodelle werden außerdem PDM-Systeme eingesetzt.</p> <p>Das Modul behandelt diese Systeme und ihre Rolle in der Innovation von Produkten. Themen der Veranstaltung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Allgemeines Schema des Entwicklungsprozesses von Produkten ▪ Methoden zur Produktplanung und Innovation ▪ Konstruktionsmethodiken ▪ Konstruktion mit CAD-Systemen ▪ Produktentwicklung mit Hilfe von PDM-Systemen ▪ Management in Entwicklungen und Konstruktion
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Absolventen_innen kennen die Grundlagen der innovativen Produktentwicklung ausgehend von Methoden und Kreativitätstechniken in der Innovationsarbeit über verschiedene Konstruktionsmethodiken bis zur rechnergestützten Umsetzung. ▪ Die Bedeutung der Methoden und Anwendungen in diesem Prozess sind bekannt und können auf einfache Problemstellungen übertragen werden. ▪ Die Grundlagen der 2D/3D-Modellierung sind bekannt und es sind erste praktische Erfahrungen in der Arbeit mit einem CAD-System vorhanden.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	<p>Modulbeginn (online): 28.09.2017</p> <p>Präsenzphase I: 03./04.11.2017 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h)</p> <p>Präsenzphase II: 26./27.01.2018 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h)</p> <p>Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online) bis: 20.02.2018</p>
Gebühren	900,00 Euro

Rechtlicher Schutz für Innovationen

Wahlpflichtmodul

Lehrende	Dr. Ulrike Gedert//Dipl. Phys. Gunnar Siekmann Kanzlei Jabbusch Siekmann & Wasiljef, Oldenburg
Inhalte	<p>Weil die Ergebnisse schöpferischer Leistungen wertvolle, aber immaterielle Güter darstellen, bedarf es eigentumsähnlicher Schutzrechte (intellectual property rights), um ihre exklusive Verfügbarkeit und Handelbarkeit sicherzustellen. Einen Schwerpunkt des Moduls bilden deshalb die Einführungen in das Immaterialgüterrecht mit dem Urheberrecht und den Gewerblichen Schutzrechten (Patente, Marken, Geschmacksmuster und Gebrauchsmuster).</p> <p>Innovationen müssen einen „Namen“ bekommen und kommuniziert werden, aber auch vor Plagiaten geschützt werden, so dass insbesondere das Markenrecht und das Lauterkeitsrecht (UWG) behandelt werden.</p> <p>Weil Innovationen nicht nur im eigenen Unternehmen genutzt werden, sondern auch vermarktet (lizenzieren) werden oder weil Innovationen eingekauft werden müssen, soll auch die Vertragsgestaltung (Lizenzverträge) nicht zu kurz kommen. Innovationsprozesse sind durch Geheimnisschutz zu flankieren, so dass auch die vertraglichen Bindungen des Know How (Geheimhaltungsvereinbarungen) Gegenstand des Moduls sind.</p> <p>Zu behandeln sind schließlich die bei der Verletzung von Immaterialgüterrechten auch die eintretenden Rechtsfolgen: Unterlassung, Schadensersatz, Auskunft und Vernichtung sowie das Instrumentarium gegen die Produktpiraterie inklusive der zollrechtlichen Maßnahmen.</p> <p>Die verschiedenen Schutzrechte werden auch in ihrem internationalen Kontext betrachtet. Aufgrund europäischer Verordnungen existieren die Gemeinschaftsmarke und das Gemeinschaftsgeschmacksmuster als EU-weit wirkende Schutzrechte. Im Marken-, Patent-, Geschmacksmuster- und Urheberrecht werden auch die internationalen Schutzmöglichkeiten miterläutert.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie sind in der Lage festzustellen, unter welchen Voraussetzungen Urheberrechte, patentfähige Erfindungen und andere gewerbliche Schutzrechte bestehen. ▪ Sie können in speziellen Datenbanken recherchieren, ob Schutzrechte bestehen, und wissen, wie die Schutzrechte gesichert werden und welche Rechtsfolgen bei der Verletzung von Immaterialgüterrechten eintreten. ▪ Sie wissen um die Möglichkeiten des Designschutzes und der Bekämpfung von schutzrechtsverletzenden Plagiaten, flankiert durch wettbewerbsrechtliche und zollrechtliche Instrumente. ▪ Sie wissen, welche Rechtsinstrumente auch des Wettbewerbsrechts (UWG) zur Verfügung stehen, um unlautere Behinderung von Innovationsprozessen zu unterbinden. Sie sind mit dem Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen vertraut und können die straf- und zivilrechtlichen Folgen der Verletzung von Geheimnissen benennen. ▪ Sie erwerben Kenntnisse darüber, in welchem internationalen Kontext sich die jeweiligen Schutzrechte bewegen und können die internationalen Registrierungsmöglichkeiten einsetzen, um ein möglichst umfassendes Schutzrechtsportfolio für Ihr Unternehmen zu sichern.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Controlling von Innovationsprojekten

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Tobias Scheytt Helmut-Schmidt-Universität Hamburg
Inhalte	<p>Innovationen fallen nicht vom Himmel, sie lassen sich aber auch nicht vollständig planen. Dennoch stehen Innovationsprozesse im Zentrum erfolgreicher Unternehmenssteuerung. Controlling hat in diesem Prozess, in dem es um Imitation, Invention und Innovation geht, also auch und gerade um das Neue, das noch nicht da ist. Freilich ist damit nicht nur der einmalige Einfall gemeint. Massiv wären somit aus Controllingsicht die Art und Weise, Spannungen, Konflikte und Verwerfungen zu bearbeiten, die zu Einfällen führen sowie die Bewegungen in Organisationen, die den Wunsch nach Neuem auslösen und seine Erfüllung realistisch erscheinen lassen.</p> <p>Die dazu einzusetzenden Instrumente und Verhaltensweisen müssen die ausgelatschten Trampelpfade konkret reflektieren und darüber hinausführen. Enge Anknüpfungen an andere Module sind in diesem Zusammenhang unvermeidbar und sogar wünschenswert: Controllingaktivitäten in Innovationsprozessen liegen „über“ dem Mosaik aus Kreativitäts-, Innovations- und Szenario-Techniken, Informations- und Kommunikationssystem von Organisationen, Führungsstil und Unternehmenskultur, Wissensmanagement, organisationaler Lernfähigkeiten sowie der jeweils bestehenden (in der Regel nicht systematisch bearbeiteten) Frage- und Antwortkultur im Unternehmen.</p> <p>Controlling begleitet Innovationsprozesse in allen ihren Facetten, schlägt Beobachtungspunkte und Mess- wie Beurteilungskriterien und gegebenenfalls Interventionsmöglichkeiten vor. Das gilt im operativen Bereich (hier kann Controlling aus dem Evaluierungsdiskurs lernen, was bisher fast nicht erfolgt ist) und noch mehr im Bereich strategischer Unternehmensführung bzw. strategischen Controllings, in dem „Entgrenzung“ (z. B. ausgehend vom bisherigen Material, den bisherigen Produkten und Produktionsprozessen, aber auch geographisch und vertriebsbezogen und ganz besonders mental) und die Entwicklung entsprechender Prüfmöglichkeiten und einer adäquater Unternehmenskultur angesagt sind. So erst enthält und leistet etwa strategisches Controlling einen Eigenwert und Eigenbeitrag, der den Vornamen „strategisch“ im Zusammenhang mit Controlling legitimiert.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sollen nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die „Wahrnehmungs- und Steuerungsmöglichkeiten“ von Innovationen bzw. Innovationsprozessen kennen. ▪ in der Lage sein, diese und die bereits in anderen Modulen vermittelten Techniken kritisch zu reflektieren, so dass sie auch die Grenzen der bereits vermittelten Methoden deutlicher erkennen und beurteilen können. Gleiches gilt für den reflektierteren und kompetenteren Einsatz der vermittelten Techniken. ▪ die Strukturierung von Innovationsprozessplänen, die Abwägung der Risiken und Unwägbarkeiten sowie ggf. die Benennung von „Sollbruchstellen“ kennen. ▪ in der Lage sein, einzelne Prozessschritte in ihrer konkreten Praxis anzugeben und den Prozessfortschritt zu evaluieren. ▪ Controlling-Reports verfassen können, in denen sie die Innovationskultur und den Innovationsgrad der eigenen Organisation darstellen und beurteilen sowie Veränderungsvorschläge vortragen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen

Termine	Modulbeginn (online): 12.10.2017 Präsenzphase I: 17./18.11.2017 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Präsenzphase II: 09./10.02.2018 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online) bis: 06.03.2018
Gebühren	900,00 Euro

Innovationsfolgen und die gesellschaftliche Verantwortung

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Dr. Ralph Hintemann Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit
Inhalte	<p>Innovationen werden heute oft als Antwort für Krisenphänomene gesehen, die unser modernes Wirtschaften hervorgerufen hat. Sie sind die Lösung zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Nationen, zur Senkung der Arbeitslosigkeit und zur Verringerung von Umweltbelastungen und Ressourcenverbrauch. Gleichzeitig sind Innovationen aber – zumindest teilweise – auch für diese Phänomene verantwortlich. Es ist unbestritten, dass Innovationen erhebliche Auswirkungen auf die ökonomischen, sozialen und ökologischen Systeme haben und zu großen Veränderungen innerhalb dieser Systeme führen können. Schon Joseph A. Schumpeter, der als Vater der Innovationsforschung gilt, sprach im Zusammenhang von Innovationen von einer „schöpferischen Zerstörung“ – einem unaufhörlichen Zerstören der alten und einem kontinuierlichen Schaffen einer neuen Struktur. Das Zerstören von Strukturen bedeutet, dass es außer den Gewinnern ebenfalls Verlierer der Innovationstätigkeit gibt. Dies können neben einzelnen Betrieben oder ganzen Branchen auch die sozialen Systeme und die Umwelt sein.</p> <p>Die Beschäftigung mit den Folgen von Innovationen stellt einen wichtigen Zweig der Innovationsforschung und des Innovationsmanagements dar. Insbesondere mögliche negative Folgen für das soziale System und die Umwelt erfordern das Wahrnehmen von gesellschaftlicher Verantwortung durch Politik und Unternehmen. Dabei stellt sich die Herausforderung, dass – ebenso wie der Erfolg einer Innovation – auch ihre Folgen nicht sicher vorhersehbar sind. Dies gilt umso mehr, als dass auch indirekte Folgen berücksichtigt werden sollten.</p> <p>Welche Folgen können Innovationen für Unternehmen und für die Gesellschaft haben? Wie können die möglichen Auswirkungen frühzeitig ermittelt und bewertet werden? Wo liegen die Grenzen der Vorhersage von Innovationsfolgen? Welche Strategien zum Umgang mit Innovationsfolgen sind möglich? Das Modul wird sich mit diesen Fragen beschäftigen. Es gibt einen Überblick über die Arten von Innovationsfolgen sowie Grundlagen und Methoden ihrer Prognose und Analyse. Dabei werden sowohl gesamtwirtschaftliche Aspekte als auch die individuelle Unternehmenssicht betrachtet und ein Schwerpunkt auf die Frage der gesellschaftlichen Verantwortung der verschiedenen Akteure gelegt.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie kennen verschiedene Möglichkeiten, Innovationsfolgen zu kategorisieren. ▪ Sie sind in der Lage, entsprechend dieser Kategorisierungen Innovationen zu analysieren. ▪ Sie verfügen über ein Bewusstsein für die Folgen von Innovationen auf ökonomische, soziale und ökologische Systeme. ▪ Sie erkennen Stellen im Innovationsprozess, an denen eine Ermittlung und Bewertung von Innovationsfolgen Sinn macht, und kennen eine Reihe von Verfahren zur Innovationsfolgebewertung. ▪ Sie erkennen die Notwendigkeit für Unternehmer und Politiker, sich mit den erwünschten und unerwünschten Folgen von Innovationen frühzeitig auseinanderzusetzen und können diese argumentativ begründen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Modulbeginn (online): 14.09.2017 Präsenzphase I: 20./21.10.2017 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Präsenzphase II: 19./20.01.2018 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online) bis: 13.02.2018
Gebühren	900,00 Euro

Innovationskooperationen und -netzwerke

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Dr. Severin Beucker Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit
Inhalte	<p>Innovationen und Innovationsmanagement im Unternehmen finden heute in einem Umfeld zunehmender Wissensfragmentierung, kurzer Entwicklungs- und Produktzyklen sowie eines sich kontinuierlich verändernden Wettbewerbs- und Marktumfeldes statt. Diese Rahmenbedingungen verlangen Unternehmen hohe Anstrengungen im Bereich der Markterkundung, der Forschung und Entwicklung sowie der Vermarktung ab und setzen strategisches und längerfristiges Handeln voraus. Neben der Intensivierung der eigenen Anstrengungen können auch Innovationskooperationen und -netzwerke genutzt bzw. eingesetzt werden, um die Innovationsfähigkeit zu stärken, die eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen zu erweitern oder auch neue Produkt- und Marktsegmente zu erschließen. Durch Kooperationen und Netzwerke können die im Innovationsprozess anfallenden Aufwände reduziert werden. Der Innovationsprozess wandelt sich damit im Verständnis von der „Closed Innovation“ zur „Open Innovation“.</p> <p>Bei Kooperationen kann es sich sowohl um Partnerschaften zwischen wenigen Unternehmen als auch um komplexe Netzwerke aus vielen Akteuren handeln. Vertikale Kooperationen sind z.B. häufig längs der Wertschöpfungskette – also zwischen Kunden und Lieferanten – angesiedelt. Seltener sind Kooperationen mit Unternehmen auf der gleichen Stufe der Wertschöpfung. Sie werden horizontale Kooperationen genannt. Netzwerke können beide Formen beinhalten und unterschiedlichste Innovationsakteure miteinander verbinden.</p> <p>In der Praxis werfen Innovationskooperationen und -netzwerke vielfältige Fragen auf: Wie funktionieren Innovationspartnerschaften und welche Arten der Kooperation sind möglich? Für wen und wann eignen sich Innovationskooperationen und -netzwerke? Wer sind geeignete Kooperationspartner und wie können diese gefunden und die Zusammenarbeit mit ihnen organisiert werden? Und schließlich: Welchen Beitrag liefern Innovationskooperationen und -netzwerke zum Innovationserfolg und wie kann dieser bewertet werden? Dieses Modul soll Antworten auf diese Fragen liefern. Es soll die Grundlagen zum Verständnis und den Einsatzmöglichkeiten von Innovationskooperationen und -netzwerken, den verschiedenen Kooperationsformen und -möglichkeiten liefern und anhand von Praxisbeispielen Chancen und Herausforderungen von Innovationspartnerschaften erläutern.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie sind mit den verschiedenen Formen horizontaler und vertikaler Kooperationen sowie mit verschiedenen Formen von Netzwerken vertraut. ▪ Sie sind in der Lage, die Motive und Ressourcen der Akteure sowie die verschiedenen Arten von formellen und informellen Beziehungen zwischen Akteuren zu analysieren und deren Beitrag zum Erfolg von Innovationskooperationen abzuschätzen. ▪ Sie können das Konzept der „Innovation Communities“ erläutern. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Formen der Kooperationen und deren Vor- und Nachteile zu analysieren und zu erkennen, welche Kooperationsform sich für welche Ausgangssituation besonders eignet.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Innovation und Marketing

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Thorsten Raabe Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Die einzelwirtschaftliche Innovationstätigkeit ist zutiefst mit Problemstellungen des Leistungsaustauschs zwischen Unternehmen und ihren Marktpartnern verbunden. Im Kern stellt jedes neu auf dem Markt eingeführte Produkt eine betriebliche Hypothese dar – eine Hypothese über die Entsprechung von neu gestalteten Produkteigenschaften einerseits und nachfragewirksamen Bedürfnislagen bzw. Anforderungen der Adressaten andererseits. Gleichzeitig ist betriebliche Innovationspolitik in hohem Maße als unternehmensstrategisches Handlungsfeld zu verstehen: Innovation als Motor der Marktentwicklung und damit verantwortlich für die Wohlfahrtsfortschritt ist aus betrieblicher Sicht gleichzeitig ein zentrales Argument in der Rivalität mit Wettbewerbern um die Erlangung von Unterscheidungsmerkmalen und Präferenzpositionen in der Abnehmerbeurteilung. Vor diesem Hintergrund stellt die Innovationstätigkeit einen integralen Bestandteil der marktorientierten Unternehmensführung dar. Aus der Marketingperspektive zum Gegenstandsbereich „Innovation“ eröffnen sich zentrale Unternehmensführungsfragen wie z. B. der demand-push- und demand-pull-Orientierung, der Optimierung von Innovationsprozessen als innerbetriebliches Organisationsproblem, der aktiven Gestaltung von Marketing-Channel-Beziehungen zur Markteinführung aber auch der Problemfelder der Know-How-Generierung und des Know-How-Schutzes.</p> <p>Das Modul führt zunächst in den Zusammenhang zwischen betrieblicher Innovationspolitik und Unternehmenserfolg ein. Sowohl einschlägige theoretische Bezüge wie auch empirische Befunde und darauf aufbauende Explikationen werden thematisiert. Operative Dimensionen der betrieblichen Innovationsplanung stehen im nächsten Schritt im Vordergrund: Es werden Planungs- und Entscheidungsmodelle zur Produktinnovation, zur Ideengewinnung und -konkretisierung sowie zur Gestaltung des Innovationsprozesses aus organisatorischer Sicht vorgestellt. In diesem Zusammenhang werden Anknüpfungspunkte des internen Marketings zur Schaffung notwendiger innerbetrieblicher Fähigkeits- und Motivationsgrundlagen erfolgreicher Innovationspolitik eingeführt. Eine Erweiterung der verbreiteten Modelle zur Kooperation im Innovationsprozess erfährt die Darstellung durch die Thematisierung und Problematisierung von „Open-Innovation“-Prozessen in der innerbetrieblichen Anwendung sowie im Austausch mit externen Beteiligten. Abschließend wird die Markteinführung von Innovationen als zentrales Marketinghandlungsfeld thematisiert.</p>
Lernergebnisse	<p>Mit dem Besuch des Moduls sollen die Teilnehmenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Bedeutung des Marketing für den Innovations- und damit langfristig für den Unternehmenserfolg verstehen, ▪ einzelwirtschaftliche Innovationsaktivitäten aus der Einbettung des Unternehmens in seine marktlichen, gesellschaftlichen und umweltseitigen Rahmenbedingungen und deren Dynamik erklären können, ▪ strategische und operative Marketingaktivitäten, die im Rahmen der Entwicklung und Vermarktung von Innovationen auftreten, für Innovationsprojekte problemgerecht planen und beurteilen können sowie ▪ konkrete Problemstellungen und Lösungsansätze aus dem Wissensgebiet der Innovationspolitik kennen lernen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	<p>Modulbeginn (online):05.10.2017</p> <p>Präsenzphase I: 10./11.11.2017 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h)</p> <p>Präsenzphase II: 02./03.02.2018 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h)</p> <p>Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online) bis: 27.02.2018</p>
Gebühren	900,00 Euro

Coaching und Supervision (demnächst als Professionalisierungseinheit)

Wahlpflichtmodul*

Lehrende	Astrid Beermann-Kassner Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	Das Modul unterstützt die Studierenden bei der Umsetzung eines Projektes in einem selbst gewählten Unternehmen durch Erwerb von Kenntnissen und Methoden des Coaching und der Supervision. Die Studierenden lernen, sich in ihrer neuen Rolle zu sehen und einzuschätzen. Sie werden darin unterstützt, eigene Entwicklungspotentiale zu entdecken und lernen Methoden kennen, die sie dazu befähigen, sich selbst und andere, z.B. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, in Veränderungsprozessen zu stärken.
Lernergebnisse	Die Studierenden können Kenntnisse und Methoden des Coaching und der Supervision verwenden, um das eigene Handeln bewusster zu reflektieren und auf dieser Grundlage wirksamer zu gestalten. Sie können diese Kenntnisse und Methoden einsetzen, um Mitarbeiter/-innen des Unternehmens zu motivieren und in die Umsetzung des Innovationsprojektes einzubeziehen (soziale und personale Kompetenzen).
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	*für das Wahlpflichtmodul „Ausgewählte Aspekte des Innovationsmanagements“ verwendbar
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Modulbeginn (online): 24.08.2017 Präsenzphase I: 29./30.09.2017 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Präsenzphase II: 12./13.01.2018 (Fr. 14.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online) bis: 06.02.2018
Gebühren	900,00 Euro

Ausgewählte Aspekte des Innovationsmanagements

Wahlpflichtmodul

Lehrende	Abhängig vom jeweiligen Thema.
Inhalte	Abhängig vom jeweiligen Thema
Lernergebnisse	In dieser Veranstaltung wird ein aktuelles Thema aus dem Bereich des Innovationsmanagements 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 und verfügbar zu machen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird nicht regelmäßig angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Unternehmensgründung, -fusionen und -übernahmen

Wahlpflichtmodul

Lehrende	N.N.
Inhalte	In Bearbeitung
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In Bearbeitung
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Strategisches Management

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Dirk Fischer Jade Hochschule
Inhalte	<p>Innovationsmanagement und Strategisches Management sind eng miteinander verknüpft. Einerseits gelten Innovationen als wesentlicher Inhalt von Unternehmensstrategien, andererseits sind Strategien erforderlich, wenn aus Innovationen Innovationen werden sollen. So beschäftigt sich das Strategische Management beispielsweise schon seit geraumer Zeit mit der Frage, wovon es abhängt, ob eine Pionierstrategie („first mover“) oder eine Folgerstrategie („late mover“) beim Markteintritt erfolgversprechender ist.</p> <p>Dieses Modul behandelt zunächst grundsätzlich die Frage, was unter Strategie und Strategischem Management zu verstehen ist und woraus Unterschiede in der Begriffsauffassung resultieren. Daran anschließend lernen die Teilnehmenden die wichtigsten Denkschulen, Konzepte und Instrumente des Strategischen Managements kennen. Der Schwerpunkt liegt auf den ökonomie-theoretisch fundierten Ansätzen: Dem sogenannten marktorientierten Ansatz Michael E. Porters und dem ressourcenorientierten Ansatz. Beide stellen den Inhaltsaspekt von Strategien in den Vordergrund und versuchen zu begründen, woraus nachhaltige Wettbewerbsvorteile resultieren können.</p> <p>Aber auch in der Praxis weit verbreitete klassische Beraterkonzepte und -werkzeuge wie die SWOT-Analyse oder die Methode des Marktanteils-Marktwachstums-Portfolios sowie deren Weiterentwicklungen werden behandelt.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sollen nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ein grundsätzliches Verständnis von den Grundlagen und der Bedeutung des Strategischen Managements erlangt haben, ▪ die wichtigsten Denkschulen des Strategischen Managements mit ihren wesentlichen Unterschieden kennen, ▪ die theoretischen Begründungen zur Entstehung und der langfristigen Existenz von Wettbewerbsvorteilen verstanden haben, ▪ Methoden zur strategischen Analyse des Unternehmensumfeldes und der unternehmensinternen Ressourcen anwenden können, ▪ die Bedeutung und Grenzen generischer Wettbewerbsstrategien kennen und anhand praktischer Beispiele aufzeigen können, ▪ Verfahren zur Entwicklung, Implementierung und Umsetzung von Strategien kennen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Change Management

Wahlpflichtmodul

Lehrender	André Karczmarzyk C ³ [Kubik _C]
Inhalte	Veränderungen prägen längst den betrieblichen Alltag. Aber auch verändern will gelernt sein. Changeprojekte bedürfen eines professionellen Managements. Eine systematische Herangehensweise an (geplante) Veränderungen steht im Fokus des Moduls. Aufgaben und Herausforderungen des Change Managements und deren Bewältigung werden thematisiert. Dabei wird auch insbesondere dem personalen Moment von Veränderungen Aufmerksamkeit geschenkt.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls sollen die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Notwendigkeit und die Ziele des Change Management erfassen können, ▪ Modelle des Change Management und deren Umsetzung verstehen können, ▪ die Rolle des Personals und insbesondere der Führungskräfte in Changeprozessen kennen, ▪ (Anreiz-)Instrumente zur Unterstützung des Wandels und deren Grenzen kennen und ▪ Möglichkeiten der Kommunikation und Partizipation im Wandel von und in Organisationen aufzeigen können.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Nachhaltigkeitsmanagement

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Dr. Karsten Hurrelmann Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>Die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung werden spätestens seit den 1980er Jahren auf globaler Ebene diskutiert. Die regulative Idee einer nachhaltigen Entwicklung erkennt globale Herausforderungen wie Klimawandel, Verlust an Artenvielfalt, Bodendegradation, Ressourcenverknappung, Bevölkerungswachstum, Armut, Unterernährung oder wachsende Einkommensungleichheiten an, stellt Zusammenhänge her und verfolgt das Ziel, eine inter- und intragenerative Gerechtigkeit zu ermöglichen.</p> <p>Die Auswirkungen einer nicht nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweise werden seitdem kontrovers behandelt. Dabei befinden sich die langfristig notwendigen Veränderungen auf politischer, gesellschaftlicher und ökonomischer Ebene immer in einem Spannungsfeld von drängenden Handlungserfordernissen und komplexen Umsetzungsprozessen in den verschiedenen globalen und lokalen Dimensionen.</p> <p>Durch das Modul wird ein Einblick in die umfassenden Aktivitäten der letzten Jahrzehnte zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung ermöglicht. Außerdem werden Methoden und Instrumente diskutiert, die Sie dazu befähigen sollen, den notwendigen Wandel mitzugestalten. Das grundsätzliche Verständnis einer nachhaltigen Wirtschaftsweise ist nicht grundsätzlich neu, der damit verbundene Wandel auf globaler gesellschaftlicher Ebene und auf der Ebene der Unternehmen ist aber fundamental. Für ein nachhaltiges Management von Unternehmen ergeben sich deshalb aus strategischer Sicht zukünftig grundsätzliche Veränderungen. Im Rahmen dieses Moduls werden Zugänge geschaffen, um überhaupt die Herausforderungen zu erkennen und um Veränderungsprozesse bei Unternehmen und Start-Ups initiieren zu können.</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls sollen die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die regulative Idee einer nachhaltigen Entwicklung beschreiben können, ▪ wesentliche Meilensteine des Nachhaltigkeitsdiskurses kennen, ▪ Ziele einer nachhaltigen Entwicklung am Beispiel erläutern und Barrieren einer nachhaltigen Entwicklung identifizieren können, ▪ die Bedeutung von Effizienz, Suffizienz und Konsistenz für ein nachhaltiges Management erörtern können, ▪ Chancen und Risiken identifizieren, die bei der Integration eines Nachhaltigkeitsmanagements entstehen, ▪ Ziele eines Nachhaltigkeitsmanagements auf ein Unternehmensbeispiel übertragen können, ▪ wettbewerbsstrategische Gründe für die Relevanz eines Nachhaltigkeitsmanagements mit Hilfe von Praxisbeispielen erläutern, ▪ darlegen können, welche Barrieren bei der Integration eines Nachhaltigkeitsmanagements denkbar sind, ▪ Produkt-, Prozess- und Verhaltensstandards unterscheiden können und die jeweilige Relevanz einordnen, ▪ unterschiedliche Intentionen zur Einführung von Nachhaltigkeitsberichterstattungssystemen verstehen, ▪ kulturelle Unterschiede in KMU und Großunternehmen erörtern können, ▪ Instrumente eines Ökocontrollings aufzeigen können, ▪ Elemente eines nachhaltigen Geschäftsmodells bestimmen können, ▪ eine Unterscheidung zwischen Business Plan und Business Model Canvas vornehmen können.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Human Resource Management

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Thomas Breisig Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	<p>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 den Studierenden ein Einblick in den Bestand an theoretischen und praktischen Erkenntnissen zum HRM gegeben.</p> <p>Neben den begrifflich-theoretischen Grundlagen und den Besonderheiten des HRM beschäftigt sich das Modul mit 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).</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls sollen die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ den Unterschied zwischen „Faktor Arbeit“ und anderen Produktionsfaktoren sowie die Konsequenzen beschreiben können, ▪ einen Einblick in den Stand der Theoriebildung im Fach HRM/Personalwesen gewonnen haben, ▪ personalwirtschaftliche Konsequenzen eines gesellschaftlichen Wertewandels einschätzen können, ▪ Grundlagen und Bedeutung von Zielvereinbarungen und Steuerungsinstrumenten beschreiben und kritisch würdigen können, ▪ die Rolle der Personalplanung im betriebswirtschaftlichen Planungszusammenhang einschätzen und Funktionsbereiche unterscheiden können, ▪ verschiedene Instrumente zur Personalauswahl kennen, einschätzen und einsetzen können, ▪ eine grundlegende Begriffsklärung von Personalentwicklung nachvollziehen können und weitere, aus heutiger Sicht konstitutive Merkmale des Verständnisses von Personalentwicklung erfassen können.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Finanzmanagement und Investition

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Jörg Prokop Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht das betriebliche Finanzmanagement unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierung und Bewertung von Investitions- und Innovationsprojekten. Ausführlich diskutiert werden, nach einer Einführung in die Grundlagen der Finanzierungstheorie und einem Überblick über verschiedene Formen der Innen- und Außenfinanzierung von Unternehmen, Fragen der betrieblichen Finanzplanung und der finanzwirtschaftlichen Bewertung von Innovationsprojekten unter Unsicherheit. Im Bewertungsbereich liegt ein Schwerpunkt auf der Behandlung Discounted-Cash-Flow-orientierter Modelle, wobei aber auch die Eignung alternativer Ansätze der Innovationsbewertung, wie etwa das sog. Realoptionsmodell, kritisch hinterfragt wird. Im weiteren Verlauf der Veranstaltung werden dann verschiedene traditionelle und alternative Instrumente der Unternehmensfinanzierung vorgestellt und hinsichtlich ihrer Relevanz im Kontext der Innovationsfinanzierung analysiert. Den Abschluss bildet eine Diskussion der Möglichkeiten und Grenzen des finanzwirtschaftlichen Risikomanagements mithilfe von Derivaten.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entscheidungen über die Disposition finanzieller Mittel im Unternehmen – insbesondere im Zusammenhang mit Innovationsprojekten – fundiert zu treffen und kritisch einzuordnen, ▪ das Finanzmanagement in den Kontext der Ziele betrieblichen Handelns einzuordnen, ▪ gängige betriebswirtschaftliche Bewertungsmodelle anzuwenden und im Hinblick auf ihre Eignung zur Innovationsbewertung kritisch zu hinterfragen, ▪ traditionelle und alternative Finanzierungsinstrumente zu systematisieren und im Hinblick auf ihre Vor- und Nachteile im Kontext der Innovationsfinanzierung zu beurteilen sowie ▪ verschiedene Arten finanzwirtschaftlicher Risiken zu unterscheiden und Möglichkeiten und Grenzen eines finanzwirtschaftlichen Risikomanagements mithilfe von Derivaten einzuschätzen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Ausgewählte Aspekte des Entrepreneurship

Wahlpflichtmodul

Lehrender	Prof. Dr. Thomas Breisig Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	In Abhängigkeit des gewählten Themas.
Lernergebnisse	In dieser Veranstaltung wird ein aktuelles Thema aus dem Bereich des Entrepreneurship 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 und verfügbar zu machen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
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 Stunden	6 KP Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.)
Häufigkeit	Das Modul wird nicht regelmäßig angeboten.
Notenskala	1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Dauer	ca. 21 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	900,00 Euro

Professionalisierungsmodul

Wahlpflichtmodul

Lehrende	Dozententeam
Inhalte	<p>Im Rahmen des Professionalisierungsmoduls finden die Studierenden Angebote zum Erwerb modulübergreifender Schlüsselkompetenzen. Um das Modul erfolgreich zu absolvieren, belegen Sie drei Modulbausteine (zu je 2 Kreditpunkten). Die drei Bausteine können die Studierenden aus den folgenden Professionalisierungseinheiten wählen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karriereplanung 2. Erfolgreich verhandeln 3. Wirkungsvoll präsentieren, überzeugend auftreten 4. Effektive Teammoderation 5. Effektive Gesprächsführung im Berufsalltag 6. Gruppensituationen gezielt leiten 7. Self Leadership: die Kunst sich selbst zu führen 8. Leadership 2.0 9. Assessment Center 10. Betriebliches Gesundheitsmanagement 11. Konfliktmanagement 12. Krisenmanagement – Prävention, Intervention und Kommunikation <p>Die Professionalisierungseinheiten werden ausführlich auf den folgenden Seiten beschrieben.</p>
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 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	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- oder Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	siehe Modulbausteine
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an den Online-Phase und den Präsenzworkshops ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	<p>3 x 2 KP</p> <p>Gesamt: ca. 180 Std. (Details siehe Modulbausteine)</p>
Häufigkeit	Je nach Bedarf werden jedes Semester zwei bis drei Modulbausteine angeboten.
Notenskala	Das Professionalisierungsmodul ist unbenotet.
Dauer	siehe Modulbausteine
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	siehe Modulbausteine

Karriereplanung

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende	Anja Behrmann ProZept gbr, Oldenburg
Inhalte	<p>In der Veranstaltung Karriereplanung und Coaching wird es einen inhaltlichen Dreiklang geben:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Allgemeine Hinweise zur Karriereplanung 2. Anleitungen zum Erkennen der eigenen Situation (Analysen und Übungen) 3. Analyse und Coaching zu Einzelfällen <p>Im Ergebnis werden Sie mit einem tieferen Verständnis und klareren Handlungsoptionen zu Ihren Karriereambitionen bzw. -wünschen aus dem Seminar gehen. Zusätzlich werden Sie durch die Aufarbeitung von Ihnen „fremden“ Fällen lernen. Im Einzelnen werden wir erarbeiten</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bedeutung von eigenen Zielen und Werten 2. Erkennen des eigenen „Rahmens“ (Was wollen Sie erreichen? Wozu? Worauf wollen Sie zurückschauen? Was sind Sie bereit einzusetzen? Welche „inoffiziellen“/eher unbewussten Impulse sind vorhanden? Wie passt dies alles in Ihr gesamtes Leben?) 3. Die Situation in Ihrem Unternehmen/Ihrer Branche (Was wird erwartet? Welche Möglichkeiten werden geboten?) 4. Erarbeitung anhand von vorhandenen Fällen, allgemeinen Hinweisen, eigener Betrachtung 5. Abgleich zwischen persönlichen Ambitionen und realen Möglichkeiten 6. Was können Sie für Ihr Vorankommen tun? 7. Welche Unterstützung brauchen Sie und ist diese vorhanden? <p>Zu diesen Punkten wird es jeweils Hinweise, Aufgaben/Übungen für alle, gemeinsamer Austausch und eingestreut Einzelcoaching in der Gruppe geben. Zentrale Idee des Einzelcoachings ist, dass alle jeweils vom Coaching der Anderen profitieren.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie erlangen ein tieferes Verständnis/eine Landkarte zu Ihren Karriereambitionen und -wünschen. ▪ Sie kennen die Möglichkeiten zur Realisierung Ihrer Karriereambitionen und -wünsche und haben ein Umsetzungsszenario entwickelt. ▪ Sie kennen Methoden und Wege zur Selbstanalyse („sich selbst verstehen“) und können diese anwenden. ▪ Sie haben die eigenen Karrierechancen und -risiken analysiert. ▪ Sie erkennen Ähnlichkeiten und Unterschiede zu den Situationen der anderen Teilnehmenden und erarbeiten dadurch ein realistisches Gesamtbild über den Karrieremarkt als Ganzes.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	Vorbereitung auf das Seminar anhand eines persönlichen Fragebogens
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Erfolgreich Verhandeln

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende	Christa Hoffmann Freiberufliche Moderatorin und Trainerin (MGM)
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 winwin-Strategie entgegengesetzt, die auf Eindeutigkeit in der Sache und Wertschätzung der Person basiert.
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können Verhandlungspartner einschätzen, eigene Ziele definieren und Verhandlungsspielraum einräumen. ▪ Sie können entscheidende Rahmenbedingungen im Vorfeld eines Verhandlungs- oder Konfliktgespräches identifizieren. ▪ Sie beherrschen die notwendigen Gesprächstechniken: Ziele klären, Sachlichkeit herstellen, Emotionalität nutzen. ▪ Sie können Gesprächshaltungen erkennen und erweitern. ▪ Sie sind in der Lage verbindlich zu argumentieren und geschickt zu formulieren. ▪ Sie können Gespräche leiten und moderieren.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Wirkungsvoll präsentieren, überzeugend auftreten

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende	Christa Hoffmann Freiberufliche Moderatorin und Trainerin (MGM)
Inhalte	<p>Wenn Sie Ideen, Projekte, Verfahren präsentieren oder Lösungen anbieten wollen, sind Präsentationen oft das Forum um Funktions- und Entscheidungsträger für Ihr Vorhaben zu gewinnen. Dabei sind sowohl die Darbietungsformen, als auch das angemessene Verhalten entscheidend für den Erfolg. Für die professionelle Vorbereitung brauchen Sie deshalb technisches Know-how, für die erwünschte Wirkung souveränes Auftreten.</p> <p>Inhalte der Professionalisierungseinheit: Selbstmanagement und persönliche Wirkung, Zielgruppenanalyse – adressatenorientierte Präsentation, Grundregeln der Präsentation mit PowerPoint, Argumentation: Struktur und Aufbau von Kurzreden, Visualisierung – Techniken der Spontan-Visualisierung – Medieneinsatz und Präsentationsverhalten, Tipps und Tricks zur Steigerung des Publikumsinteresses.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können Präsentationen nach der jeweiligen Zielgruppe ausrichten. ▪ Sie können den Ablauf einer Präsentation effektiv vorbereiten und wirkungsvoll gestalten. ▪ Sie beherrschen die Anwendung verschiedener Möglichkeiten der Visualisierung. ▪ Sie können die eigene persönliche Wirkungsweise reflektieren und verbessern.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Effektive Teammoderation

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende	Christa Hoffmann Freiberufliche Moderatorin und Trainerin (MGM)
Inhalte	Wenn die Ideen und Meinungen aller Beteiligten gefragt sind und die kreativen Potentiale zur Problemlösung aktiviert werden sollen, ist die Moderationsmethode (MM) das zielorientierte Instrument. In Qualitätszirkeln, in der Teamentwicklung oder für die Planung von Projekten, führt sie zu nachvollziehbaren Ergebnissen, mit denen sich alle Beteiligten identifizieren können. Durch die prozessbegleitende Visualisierung werden die Ergebnisse dokumentiert. In dieser Professionalisierungseinheit werden folgend Inhalte bearbeitet: Erleben einer Beispielmoderation zu einem ausgewählten Thema, Methodische Reflexion in Gruppen, die Bausteine der Moderationsmethode (Frage-/Antworttechniken und Frageformulierungen, Visualisierung und Dokumentation, prozessbegleitendes Moderationsverhalten), Moderationsübungen in Kleingruppen zu selbst gewählten Themen.
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie kennen die wesentlichen Bestandteile der Moderationsmethode. ▪ Sie erlangen die Fähigkeit, eine eigene Moderation vorzubereiten und durchzuführen. ▪ Sie beherrschen die für die Moderation wichtige Fragetechnik. ▪ Sie können eine eigene Moderation angemessen visualisieren.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	PE-Beginn und Start der Vorbereitungsphase (online): 06.09.2017 Präsenzphase: 20./21.09.2017 (Mi. 12.00-20.00h, Do. 9.00-17.00h) Nachbereitungsphase und PE-Abschluss (inkl. Transferaufgaben) (online) bis: 19.10.2017
Gebühren	300,00 Euro

Effektive Gesprächsführung im Berufsalltag

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrender	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 wir 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 um so 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können Themen versachlichen und entschärfen. ▪ Sie können in Gesprächen die Konzentration auf das Wesentliche erhöhen. ▪ Sie sind in der Lage den roten Faden in Gesprächen sehr sicher halten. ▪ Sie können eine hohe Kooperation und ein hohes Commitment im Gespräch erzeugen und aufrecht erhalten.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Nachbereitungs- und Transferphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Gruppensituationen gezielt leiten

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrender	Ferdinand Soethe Kommunikationstrainer
Inhalte	<p>In dieser Einheit geht es um wirkungsvolle Verhaltenstechniken, um die Interaktionsprozesse in Gruppen zu lenken. „Techniken“ heißt hier die konkrete und zugleich systematische Beantwortung der Frage: „Was macht man/frau, wenn...“ bzw. „Was genau macht man/frau, um...“ Im Fokus stehen dabei Sie als Leiter/in in einer Gruppensituation. Hintergrund der Techniken: Gerade in Gruppen wird die Art der Kommunikation durch die Art des nonverbalen Miteinanders gesteuert und entschieden. Das was wir als gutes und konstruktives Gruppenklima erleben, lässt sich mit den Elementen der nonverbalen Kommunikation sehr gut beschreiben und recht gezielt herbeiführen.</p> <p>Sie werden Gelegenheit bekommen diese zentralen Elemente/Techniken zu identifizieren und in vielfältiger Art anzuwenden. Die Wirkungen der Techniken sind sehr klar und eindeutig. Sie lassen sich auf alle Arten von Gruppensituationen (Präsentation, Moderation, Seminar, Klein-/Großgruppe...) anwenden.</p> <p>Hinweis: Der Kurs kümmert sich wenig um Methoden mit Gruppen (Moderationstechniken) oder Strategien in Gruppen/ Besprechungen (Verhandeln mit Gruppen). Im Vergleich dazu zeigt dieser Kurs gezielt die Mikrotechniken/das Handwerkszeug auf, um die Makromethoden (Moderation, Verhandeln) sehr effektiv umsetzen zu können.</p> <p>Diese Veranstaltung ist auch als Aufbau von „Effektive Gesprächsführung“ nutzbar, da sie auf die gleichen Elemente aufbaut. Die Teilnahme wird aber nicht vorausgesetzt.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können Aufmerksamkeit in Gruppen generieren und lenken. ▪ Sie sind in der Lage Störungen leicht und sehr schnell auflösen oder integrieren zu können. ▪ Sie können den roten Faden der Interaktion halten. ▪ Sie beherrschen Methoden, um jederzeit Themen versachlichen und entschärfen zu können. ▪ Sie können eine Gruppe „lesen“. ▪ Sie sind fähig, ein zugleich sicheres/kompetentes als auch angemessenes Verhalten als Leiter/-in zu zeigen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Nachbereitungs- und Transferphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Self Leadership: Die Kunst sich selbst zu führen

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrender	PD Dr. Joseph Rieforth Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Supervisor und Coach, Wirtschaftsmediator
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 diesem Modul 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.</p> <p>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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können die eigene Tätigkeit im Hinblick auf stressreduzierende Veränderungen reflektieren. ▪ Sie beherrschen Methoden, um Stressoren und Ressourcen der eigenen Tätigkeit identifizieren sowie frühzeitig Stressreaktionen erkennen zu können. ▪ Sie erlernen individuelle emotions- und problemorientierte Bewältigungsstrategien und erhöhen ihre Selbstmanagementfähigkeit (Self Leadership) im Umgang mit Stresssituationen. ▪ Sie können die eigenen Denkmuster positiv beeinflussen: von der Selbstsabotage zur Selbstannahme. ▪ Sie sind in der Lage, die Achtsamkeit für die eigene Person zu erhöhen. ▪ Sie beherrschen Methoden zur Selbstbeobachtung und Selbstbelohnung.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Leadership 2.0

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrender	Dr. Dirk Günnewig, MBA Landesrechnungshof Nordrhein-Westfalen
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 Internet- bzw. Web 2.0-Zeitalter dabei vor Herausforderungen, für die klassische Managementwerkzeuge und -strategien nur unzureichende Lösungen anbieten.</p> <p>Facebook, Wikipedia und Twitter aber auch zum Beispiel Evernote, Etherpad und Podio – 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.</p> <p>Das Modul richtet den Blick auf die Zukunft des Managements. 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 wissensintensiver Organisationen und Unternehmen darstellen. Es sollen Denkanstöße gegeben werden, wie eine Führungskraft die Arbeit von Wissensarbeitern/innen gestalten sollte. Getreu dem Motto „wahre Schönheit kommt von Innen“ wird der Blick auf die internen Strukturen und die Managementgrundsätze gerichtet.</p> <p>Um für den beruflichen Alltag der Teilnehmenden relevante Kompetenzen zu entwickeln, wird die Ebene von (befristeten) Projekten beleuchtet. Das Seminar besteht aus zwei Schwerpunkten:</p> <p>Im Mittelpunkt des ersten Schwerpunkts steht die Führungsperspektive. Dabei wird thematisiert, wie die Führungskraft ein agiles und an den Bedürfnissen von Wissensarbeitern/innen orientiertes Projektmanagement gestaltet und steuern kann. Dabei wird die Verbindung flexibler Formen der Projektorganisation mit der hierarchischen Aufbau- und Ablauforganisation betrachtet. Vorkenntnisse im Projektmanagement sind nicht erforderlich.</p> <p>Der zweite Schwerpunkt bezieht sich auf Web 2.0 Systeme, die für die Zusammenarbeit innerhalb von Organisation und mit Externen genutzt werden können. Hierzu werden ausgewählte Systeme ausprobiert und ihre Einsatzbereiche diskutiert.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie reflektieren ihr Führungshandeln. ▪ Sie kennen die Gestaltungsoptionen einer Führungskraft bezogen auf Wissensarbeiter. ▪ Sie erwerben die Fähigkeit, Web 2.0 Systeme und Managementprinzipien für Führungs- und Managementzwecke im Projektmanagement einzusetzen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Assessment-Center

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende	Anja Behrmann ProZept gbr, Oldenburg
Inhalte	<p>Mitarbeiter_innen mit Führungsverantwortung sind regelmäßig an Personalentscheidungen beteiligt und verantwortlich für die Entwicklung der eigenen Mitarbeiter_innen. Die Kenntnis und das Beherrschen von Methoden zur Einschätzung und Auswahl von Personal gehört zu einer wesentlichen Kompetenz von Führungskräften.</p> <p>Das Assessment Center ist neben dem Interview und der Dokumentenanalyse das am häufigsten eingesetzte, dokumentierte und diskutierte Verfahren innerhalb der betrieblichen Eignungsdiagnostik und dient der Personalauswahl und -entwicklung. In der Professionalisierungseinheit lernen die Teilnehmenden das Assessment Center als Methode kennen, können den Nutzen einschätzen, sowie Vor- und Nachteile benennen. Neben der theoretischen Einführung, ist die Anwendung und die praktische Übung der Methode durch die Teilnehmenden in den unterschiedlichen Rollen (Teilnehmer/Beobachter/Auftraggeber) ein wesentliches Ziel.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie lernen das Assessment Center als ein eignungsdiagnostisches Verfahren zur Personalauswahl und -entwicklung kennen. ▪ Sie setzen sich mit den unterschiedlichen Rollen (Teilnehmer/Beobachter/Auftraggeber) und den damit verbundenen Erwartungen auseinander. ▪ Sie haben die einzelnen eingesetzten Methoden/Übungen reflektiert und können Vor- und Nachteile im Kontext der Aufgabenstellung benennen. ▪ Sie haben Anforderungen an die einzelnen Prozessschritte erarbeitet (Übung/Beobachtung/Einschätzung/Gutachten/Feedback). ▪ Sie kennen Alternativen und können diese bewerten. ▪ Sie können das AC adäquat in Managementprozessen einsetzen und aus den Ergebnissen begründete Personalentscheidungen oder -entwicklungsmaßnahmen ableiten und vertreten.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Nachbereitungs- und Transferphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	<p>2 KP</p> <p>Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)</p>
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	<p>PE-Beginn und Start der Vorbereitungsphase (online): 27.09.2017</p> <p>Präsenzphase: 11./12.10.2017 (Mi. 12.00-20.00h, Do. 9.00-17.00h)</p> <p>Nachbereitungsphase und PE-Abschluss (inkl. Transferaufgaben) (online) bis: 09.11.2017</p>
Gebühren	300,00 Euro

Konfliktmanagement

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende	Christa Hoffmann Freiberufliche Moderatorin und Trainerin (MGM)
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.</p> <p>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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie erhalten theoretisches Hintergrundwissen über wesentliche Konfliktarten, die Funktionen von Konflikten sowie mögliche Umgangsweisen. ▪ Sie werden für unterschiedliche Konfliktsituationen im Unternehmen/in der Organisation sensibilisiert, können diese erkennen und analysieren. ▪ Sie lernen Strategien zur Intervention bzw. Moderation von Konflikten kennen und können diese anwenden.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul, Schwerpunkt Professionalisierung und Schlüsselkompetenzen
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühren	300,00 Euro

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrende	Barbara Kosuch Freiberufliche Trainerin/Beraterin in den Bereichen Wirtschaft, Bildung, Verwaltung, Soziales & Gesundheit
Inhalte	<p>Unter den Bedingungen des demographischen Wandels, der sich verändernden Arbeitswelt und der Zunahme arbeitsbedingter psychischer Erkrankungen gewinnt der Faktor Gesundheit zunehmend an Bedeutung im Berufsalltag. Dabei hat sich das Gesundheitsverständnis verändert. Im Mittelpunkt steht die Frage „Wie entsteht Gesundheit und wie kann sie erhalten und gefördert werden?“ Diese Betrachtung fokussiert sowohl die individuelle als auch die strukturelle Perspektive und entsprechende Wechselwirkungen.</p> <p>Mit dem Ziel, die Arbeitsfähigkeit aller Beschäftigten langfristig zu erhalten und die eigene Attraktivität als Arbeitgeber der Zukunft zu gewährleisten, investieren immer mehr Betriebe und Organisationen in die Gesundheitsförderung und etablieren ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). Dabei geht es sowohl um die Verbesserung des individuellen Gesundheitsverhaltens als auch eine gesundheitsorientierte Gestaltung der gesamten Arbeitsorganisation.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Entwicklung des Gesundheitsverständnisses ▪ Das salutogenetische Gesundheitsmodell ▪ Grundlagen und Konzepte der betrieblichen Gesundheitsförderung ▪ Rahmenbedingungen, Ziele und Prinzipien des Betrieblichen Gesundheitsmanagement ▪ Die ökonomische, soziale und ethische Bedeutung von BGM ▪ BGM als Erfolgsfaktor eines attraktiven Arbeitgebers der Zukunft <p>Dieses Seminar vermittelt Grundlagen und Anwendungserfahrungen des BGM, ermöglicht die Reflexion der Bedeutung von Gesundheit und Gesundheitsförderung für den Erhalt der Arbeitsfähigkeit, gibt einen Einblick in entsprechende Hintergründe und konkretisiert Qualitätskriterien für die Umsetzung eines systematischen BGM.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können die Entwicklung des Gesundheitsverständnisses erläutern. ▪ Sie erkennen die Förderung von Gesundheit als Voraussetzung für den Erhalt von Arbeitsfähigkeit. ▪ Sie können Gesundheitsförderung und Betriebliches Gesundheitsmanagement differenzieren. ▪ Sie verstehen die Prinzipien des BGM und können Qualitätskriterien für die Umsetzung ableiten. ▪ Sie reflektieren die ökonomische, soziale und ethische Bedeutung eines systematischen BGM. ▪ Sie entwickeln Ideen und konkrete Schritte zur erfolgreichen Einführung und Umsetzung von BGM.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul, Schwerpunkt Professionalisierung und Schlüsselkompetenzen
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	PE-Beginn und Start der Vorbereitungsphase (inkl. Transferaufgaben) (online): 10.01.2018 Präsenzphase: 07./08.02.2018 (Mi. 12.00-20.00h, Do. 9.00-17.00h) Nachbereitungsphase und PE-Abschluss (online) bis: 22.02.2018
Gebühren	300,00 Euro

Krisenmanagement – Prävention, Intervention und Kommunikation

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

Lehrender	Dr. Dirk Günnewig, MBA Landesrechnungshof Nordrhein-Westfalen
Inhalte	<p>Krisen sind vielfältig: Anschläge, Naturkatastrophen, Produktfehler, Gewinn- und Vertrauenseinbrüche, Shitstorms, IT-Ausfälle und Cyber-Kriminalität sind nur einige Beispiele. Den Krisen ist gemeinsam, dass Organisationen und ihr (Führungs-)Personal in besonderem Maße gefordert sind, auf sie angemessen zu reagieren, um handlungsfähig zu bleiben und langfristige Reputationschäden abzuwenden. Und das unter aufmerksamer Beobachtung von Kunden, Medien, Öffentlichkeit und möglicherweise auch der Polizei.</p> <p>Traditionelle Managementmethoden, Führungsmodelle und Kommunikationsmaßnahmen helfen hier oft nicht weiter. Die gesamte Organisation steht unter Stress – für einen gewissen Zeitraum herrscht Chaos oder Ungewissheit. Führungskräfte sind häufig auf die mitunter psychisch herausfordernden Situationen nicht vorbereitet und agieren wie gelähmt. In ruhigen Zeiten etablierte Strukturen und Prozessen brechen mitunter weg. Häufig haben auch die Unternehmen und öffentlichen Organisationen keine professionellen Krisenstrukturen und -prozesse. Dadurch können Fehler entstehen.</p> <p>Jedoch ist in der Krise die Vermittlung von Verhaltens- und Verfahrenssicherheit ein hohes Gut. Daher gilt es, sich vorzubereiten. Ausgangspunkt ist die Risikoanalyse sowie die Szenarienentwicklung bezogen auf mögliche Krisen für die konkrete Organisation bzw. das Unternehmen. Präventionsmaßnahmen sollen schadhafte Ereignisse möglichst vermeiden helfen. Es gilt ein Frühwarnsystem zu installieren, um die Entstehung von Krisen und den Ernstfall richtig einschätzen zu können. Nicht wenige Krisen haben ihre spätere Dramatik erst dadurch entwickeln können, dass zu Beginn zu viel Zeit verloren wurde, weil die Krise nicht als solche anerkannt wurde.</p> <p>Zur angemessenen Reaktion auf Krisen dient der Aufbau von Krisenstrukturen und -prozessen in ruhigen Zeiten, sowie die Durchführung der Krisenintervention und -kommunikation in der Krise. Damit geht die Frage danach einher, wie man sich rechtskonform verhält und welche Gesetze und Verordnungen zu berücksichtigen sind.</p> <p>Das Krisenmanagement endet erst mit der Überführung der Organisation in den Regelbetrieb. Des Weiteren gilt es, aus Krisen zu lernen und die eigenen Präventions- und Krisenstrukturen sowie -prozesse zu hinterfragen.</p> <p>Die Professionalisierungseinheit ist als Workshop angelegt. Die Teilnehmenden werden systematisch auf die spezifischen Anforderungen der Krisenprävention und -intervention vorbereitet. Sie bekommen die Möglichkeit, das eigene Verhalten zu reflektieren. Input des Lehrenden auf der Grundlage wissenschaftlicher Veröffentlichungen und Praxisbeispielen aus Schule, Wissenschaft und Unternehmen wechseln sich mit gemeinsamer Fallarbeit und Übungen ab. Es wird auf eine abschließende Krisensimulation hingearbeitet.</p>
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können unterschiedliche Krisenszenarien entwickeln und eine Risikoanalyse für eine spezifische Organisation durchführen. ▪ Sie kennen Gestaltungsoptionen der Krisenprävention. ▪ Sie sind aufmerksam für Krisenanzeichen, können sie bewerten und frühzeitig reagieren. ▪ Sie erwerben die Fähigkeit, Kriseninterventionsstrukturen und -prozesse zu gestalten sich angemessen auf Krisen ihrer Organisation bzw. ihres Unternehmens vorzubereiten. ▪ Sie sind in der Lage, das Handwerkszeug von Führungskräften zum Umgang mit Krisen (Intervention) zu nutzen sowie schnell und sicher in der Krise zu agieren. ▪ Sie kommunizieren in Krisen sicher nach innen und außen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 15 Teilnehmende
Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop ▪ erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Stunden	2 KP Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Häufigkeit	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Notenskala	Die Leistung ist unbenotet.
Dauer	ca. 6 Wochen

Termine	PE-Beginn und Start der Vorbereitungsphase (inkl. Transferaufgaben) (online): 17.01.2018 Präsenzphase: 21./22.02.2018 (Mi. 12.00-20.00h, Do. 9.00-17.00h) Nachbereitungsphase und PE-Abschluss (online) bis: 08.03.2018
Gebühren	300,00 Euro
