MODULHANDBUCH

Master of Arts

Master Sozialmanagement (FS-MSOM-120)

120 CP

Fernstudium

Stand: 24.September 2024

INTERNATIONALE HOCHSCHULE

Klassifizierung: konsekutiv

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DLMSOMHS: Herausforderungen des Sozialmanagements
Modulbeschreibung 8
Kurs DLMSOMHS01: Herausforderungen des Sozialmanagements 10

Modul DLMMAN-01: Leadership
Modulbeschreibung 14
Kurs MMAN02-02: Leadership 16

Modul DLMSOMPSE: Projekt: Social Entrepreneurship
Modulbeschreibung 20
Kurs DLMSOMPSE01: Projekt: Social Entrepreneurship 22

Modul DLMVOL: Markt und Staat
Modulbeschreibung 26
Kurs MVOL01: Markt und Staat 28

Modul DLMMET-02: Forschungsmethodik
Modulbeschreibung 32
Kurs MMET01-02: Forschungsmethodik 34

Modul DLMSOMSSI: Seminar: Soziale Innovation
Modulbeschreibung 39
Kurs DLMSOMSSI01: Seminar: Soziale Innovation 41

2. Semester

Modul DLMCOUC: Unternehmenscontrolling
Modulbeschreibung 48
Kurs DLMCOUC01: Unternehmenscontrolling 50

Modul DLMSOMPS: Personalmanagement im Sozialwesen
Modulbeschreibung 54
Kurs DLMSOMPS01: Personalmanagement im Sozialwesen 56

Modul DLMSOMAS: Arbeits- und Sozialrecht
Modulbeschreibung 59
Kurs DLMSOMAS01: Arbeits- und Sozialrecht 61

Modul DLMPRAPM_D: Angewandtes Projektmanagement
Modulbeschreibung 65
Kurs DLMPRAPM01_D: Angewandtes Projektmanagement 67

Modul DLMSOMDS: Digitalisierung im Sozialwesen
Modulbeschreibung 71
Kurs DLMSOMDS01: Digitalisierung im Sozialwesen 73

Modul DLMSOMPQS: Projekt: Qualitätsmanagement im Sozialwesen
Modulbeschreibung 77
Kurs DLMSOMPQS01: Projekt: Qualitätsmanagement im Sozialwesen 79

---

3. Semester

Modul DLMGMWECG: Wirtschaftsethik und Corporate Governance
Modulbeschreibung 83
Kurs DLMGMWECG01: Wirtschaftsethik und Corporate Governance 85

Modul DLMCMO-01: Change Management und Organisationsentwicklung
Modulbeschreibung 88
Kurs DLMCMO01-01: Change Management und Organisationsentwicklung 90

Modul DLMGWPH-01: Public Health
Modulbeschreibung 94
Kurs DLMGWPH01-01: Public Health 97
Kurs DLMGWPH02: Seminar Public Health 101

Modul DLMSOMWDI: Digitale Innovation
Modulbeschreibung 104
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship 107
Kurs DLMADTPDT01: Projekt: Digitale Transformation 112

Modul DLMSOMWGR: Gesundheitsmarkt und Risikomanagement
Modulbeschreibung 115
Kurs MWHC01: Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes 118
Kurs MWHB01: Risikomanagement für Leistungserbringer:innen auf dem Gesundheitsmarkt 122

Modul DLMSAWSRON: Sozialraumorientierung und Netzwerkarbeit
Modulbeschreibung 126
Kurs DLMSAWSRON01: Sozialraumorientierung 129
Kurs DLMSAWSRON02: Netzwerkarbeit 133

Modul DLMSOMWNPMSM: Nonprofit Management und Strategisches Management
Modulbeschreibung 137

Kurs DLMSOMWNPM01: Nonprofit Management 140
Kurs MMAN01-01: Strategisches Management 143

Modul DLMSVWNWA: New Work und Agilität
Modulbeschreibung 147
Kurs DLMWPWNW01: New Work 150
Kurs DLMWPAKAM01: Agilität und kreative Arbeitsmethoden 154

Modul DLMSVDM: Diversity Management
Modulbeschreibung 159
Kurs DLMSVDM01: Diversity Management 162
Kurs DLMSVDM02: Seminar: Diversity Management 166

Modul DLMWKPR: Kommunikation und Public Relations
Modulbeschreibung 169
Kurs DLMWKB01: Kommunikation und Public Relations I 172
Kurs DLMWKB02: Kommunikation und Public Relations II 176

Modul DLMADTWDM: Digital Marketing
Modulbeschreibung 180
Kurs DLMWOM01: Online- und Social-Media-Marketing 183
Kurs DLMMADAS01: Digital Analytics und Strategies 187

Modul DLMAPEWAOW-01: Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie
Modulbeschreibung 194
Kurs DLMWPAOP01-01: Arbeits- und Organisationspsychologie 197
Kurs DLMWPATWP01: Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie 202

Modul DLMSVWKK: Kompetente Kommunikation
Modulbeschreibung 206
Kurs DLMWPGUK01: Gesprächsführung und Kommunikationstechniken 209
Kurs DLMSVWKK01: Schwierige Gespräche führen 214

Modul MWPM-01: Human Resource Management
Modulbeschreibung 218
Kurs MWPM01-01: Human Resource Management I 221
Kurs MWPM02-01: Human Resource Management II 225

Modul DLMPHWASDS: Angewandte Statistik und Data Science
Modulbeschreibung 229
Kurs MMET02: Angewandte Statistik 231
Kurs DLMDWDS01: Data Science 236

Modul DLMSOMWFR: Finanzmanagement und Rechnungslegung
Modulbeschreibung 239

Kurs MBFN01: Finanzmanagement 242
Kurs DLMBACCE02_D: Rechnungslegung und Bilanzpolitik 246

Modul DLMSOMWKV-01: Kommunikation und Verhandlungstechniken
Modulbeschreibung 251
Kurs DLMSAGBM01-01: Gesprächsführung, Beratung, Mediation 254
Kurs DLMNEGE01_D: Verhandlungstechniken 259

Modul DLMEAIMAIP: AI and Mastering AI Prompting
Modulbeschreibung 262
Kurs DLMAIAI01: Artificial Intelligence 264
Kurs DLMPAIECPT01: Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques 268

---

4. Semester

Modul MMTH: Masterarbeit
Modulbeschreibung 272
Kurs MMTH01: Masterarbeit 274
Kurs MMTH02: Kolloquium 277

---

1. Semester

Herausforderungen des Sozialmanagements

Modulcode: DLMSOMHS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Petra Merenheimo (Herausforderungen des Sozialmanagements)

Kurse im Modul

- Herausforderungen des Sozialmanagements (DLMSOMHS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Fachpräsentation	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Gesellschaftlicher Bedarf und individuelles Bedürfnis
- Organisationsziele und Zielkonflikte
- Soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit
- Diversitätssensible Führung
- Soziale Innovationen
- Finanzielle Risikofähigkeit sozialwirtschaftlicher Organisationen

Qualifikationsziele des Moduls	
Herausforderungen des Sozialmanagements Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ Spannungsfelder in den (Sozial-)Managementbereichen Planung, Organisation, Personalführung und Kontrolle erkennen und beschreiben zu können. ▪ Motivationstheoretische Grundlagen zu kennen. ▪ Innovationstheoretische Grundlagen zu kennen. ▪ konfliktfreie Ziele zu formulieren. ▪ Organisationen vielfältig zu verstehen. ▪ Diversity Management zu kennen. ▪ den Zusammenhang zwischen Demographie und Finanzierungsmöglichkeiten sozialer Organisationen zu verstehen. ▪ Fachpräsentationen zu halten.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sozialmanagement	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Herausforderungen des Sozialmanagements

Kurscode: DLMSOMHS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Herausforderungen des Sozialmanagements befasst sich sowohl mit den Besonderheiten des Managements in den sozialen Organisationen als auch mit den aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen wie beispielsweise demographischer Wandel, Kostendruck sowie kultureller Heterogenität des Personals und der Klientele. Das Ziel ist es, dass die Studierenden lernen, mit Hilfe von multidisziplinären Perspektiven die Komplexität der Herausforderungen sowie deren Auswirkungen auf das Sozialmanagement zu verstehen. Der Kurs fokussiert sich auf den Spannungsfeldern innerhalb der Managementbereichen Planung, Organisation, Führung und Kontrolle.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Spannungsfelder in den (Sozial-)Managementbereichen Planung, Organisation, Personalführung und Kontrolle erkennen und beschreiben zu können.
- Motivationstheoretische Grundlagen zu kennen.
- Innovationstheoretische Grundlagen zu kennen.
- konfliktfreie Ziele zu formulieren.
- Organisationen vielfältig zu verstehen.
- Diversity Management zu kennen.
- den Zusammenhang zwischen Demographie und Finanzierungsmöglichkeiten sozialer Organisationen zu verstehen.
- Fachpräsentationen zu halten.

Kursinhalt

1. Gesellschaftlicher Bedarf und individuelles Bedürfnis
   - 1.1 Meritorische Güter und Paternalismus
   - 1.2 Individuelle Bedürfnisse und KlientInnennutzen
   - 1.3 Spannungsfeld des Sozialen zwischen Kontrolle und Hilfe
2. Organisationsziele und Zielkonflikte
   - 2.1 Gesellschaftlicher Nutzen
   - 2.2 Effekt
   - 2.3 Impact

2.4 Zielkonflikte

3. Soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit
   - 3.1 Wirkungsmessung
   - 3.2 Wirtschaftlichkeit
   - 3.3 Konflikte zwischen Wirkung und Wirtschaftlichkeit

4. Finanzierung sozialwirtschaftlicher Organisationen
   - 4.1 Kollektive Finanzierung und Demographie
   - 4.2 Finanzierungsinstrumente
   - 4.3 Wirkungsorientiertes Investieren
   - 4.4 Risikofähigkeit sozialwirtschaftlicher Organisationen

5. Exogene und endogene Organisationen
   - 5.1 Steuerbare Systeme
   - 5.2 Selbststeuernde Systeme
   - 5.3 Balance zwischen Prozessoptimierung und gesellschaftlicher Mitwirkung

6. Personalführung und Diversity
   - 6.1 Motivationstheoretische Grundlagen
   - 6.2 Ehrenamtlich und hauptamtlich Beschäftigte
   - 6.3 Geschlechterspezifische horizontale und vertikale Segregation
   - 6.4 Inklusion, Teilhabeförderung und kulturelle Vorurteile
   - 6.5 Begrenzte Leistungsförderungsmöglichkeiten der Vielfalt

7. Soziale Innovationen
   - 7.1 Innovationstheoretische Grundlagen
   - 7.2 Koproduktion
   - 7.3 Digitalisierung
   - 7.4 Vielfalt und Standardisierung des Leistungsangebots
   - 7.5 Legitimationsdruck humankapitalbasierter Innovationen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Becker, H. (Hrsg.) (2017). Das Sozialwirtschaftliche Sechseck – Soziale Organisationen zwischen Ökonomie und Sozialem [E-Book] (2. Aufl.). Springer VS. ▪ Merchel, J. (2015). Management in Organisationen der Sozialen Arbeit – Eine Einführung. Beltz Juventa.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Leadership

Modulcode: DLMMAN-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Heike Schiebeck (Leadership)

Kurse im Modul

- Leadership (MMAN02-02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen und Kriterien des Führungserfolges
- Führungstheorien im Wandel der Zeit
- Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
- Motivation, Kommunikation und Beurteilung
- Teams und Organisation
- Aktuelle Trends und Debatten

Qualifikationsziele des Moduls	
Leadership Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten. ▪ Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren. ▪ aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement). ▪ das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Leadership

Kurscode: MMAN02-02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In der Wissensgesellschaft sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens zu einer der wichtigsten Ressourcen geworden. Es gehört zu den grundlegenden Kompetenzen von Führungskräften, das Wissen und die Fähigkeiten von Individuen in der Organisation durch Leadership/Führung zu fordern und zu fördern. Die professionelle und systematische Führung von Mitarbeitern ist kritisch für den Erfolg eines Unternehmens im Wettbewerb. Vor diesem Hintergrund setzt sich der Kurs mit den notwendigen Kompetenzen einer Führungskraft in Unternehmen mit modernen, wissensbasierten Arbeitsorganisationen auseinander. Es werden zentrale Fragestellungen der modernen Führungstheorie und -praxis diskutiert. Im Mittelpunkt stehen dabei die Grundlagen der professionellen Führung, Führungs- und Motivationsinstrumente, Aspekte der situativen Führung sowie die Führungskommunikation und -interaktion im Rahmen der strategischen Führung und in Veränderungsprozessen. Sowohl methodisch-konzeptionelle Grundlagen der Führung als auch empirische Beispiele und Diskussionen zum Führungsverhalten in Organisationen bereiten die Teilnehmer auf die Herausforderungen der Führung, den Umgang mit Change sowie Teamentwicklung und Konfliktmanagement im Unternehmen vor.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten.
- Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren.
- aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement).
- das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.

Kursinhalt

1. Führung im Überblick
   - 1.1 Die Bedeutung „guter“ Führung
   - 1.2 Führung und Leadership - Begriffsdefinitionen
   - 1.3 Kriterien des Führungserfolges

2. Führungstheorien im Wandel der Zeit
   - 2.1 Die Eigenschaftstheorie
   - 2.2 Führungsstil und -person
   - 2.3 Berücksichtigung der Situation
   - 2.4 Systemische Führung
   - 2.5 Symbolische Führung
   - 2.6 Transaktionale und transformationale Führung
   - 2.7 Empirische Befunde und Fazit: Führung im Spannungsfeld

3. Neue Leadership Ansätze
   - 3.1 VUCA und Leadership
   - 3.2 Empowering Leadership
   - 3.3 Soziokratie und Holakratie

4. Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
   - 4.1 Belastungen
   - 4.2 Work-Life-Balance
   - 4.3 Selbstmanagement

5. Motivation, Kommunikation und Beurteilung
   - 5.1 Motivation
   - 5.2 Kommunikation
   - 5.3 Beurteilung

6. Teams und Organisation
   - 6.1 Führung von Teams
   - 6.2 Organisationskultur
   - 6.3 Shared Leadership
   - 6.4 Veränderungsmanagement

7. Aktuelle Trends und Debatten

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Bass, B. M. (2008): The Bass Handbook of Leadership. 4. Auflage, Free Press, New York. ▪ Berkel, K. (2007): Integrativ Führen – Führung als Wertebalance. In: Westermann, F. (Hrsg.): Entwicklungsquadrat. Theoretische Fundierung und praktische Anwendungen. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen. ▪ Felfe, J. (Hrsg.) (2014): Trends der psychologischen Führungsforschung. Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen. ▪ Kals, E. (2006): Arbeits- und Organisationspsychologie. Workbook. Belz, Weinheim. ▪ Lang, R. / Rybnikova, I. (2014): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte. Springer-Gabler, Wiesbaden. ▪ Nerdinger, F. W. (2000): Erfolgreich führen. Grundwissen, Strategien, Praxisbeispiele. Berltz Taschenbuch, Weinheim. ▪ Northouse, P. G. (2018): Leadership. Theory and Practice. 8. Auflage, Sage, Thousand Oaks. ▪ Rosenstiel, L. von/ Regnet, E./ Domsch, M. E. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäfer Pöschel, Stuttgart. ▪ Schuler Heinz (Hrsg.) (2006): Lehrbuch der Personalpsychologie. 2. Auflage, Hogrefe, Göttingen. ▪ Stippler, M. et al. (Hrsg.) (2017): Führung. Überblick über Ansätze, Entwicklungen, Trends. 5. Auflage, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh. ▪ Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München. ▪ Yukl, G. (2013): Leadership in Organizations. 8. Auflage, Pearson, Edinburgh Gate.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Projekt: Social Entrepreneurship

Modulcode: DLMSOMPSE

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Nico Sturm (Projekt: Social Entrepreneurship)

Kurse im Modul

- Projekt: Social Entrepreneurship (DLMSOMPSE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Social Entrepreneurship bezeichnet den Ansatz, drängende gesellschaftliche Probleme mit unternehmerischem Denken und Handeln nachhaltig zu lösen. In diesem Modul werden wesentliche Elemente des Social Entrepreneurship, systemische Wirkungsweisen (Impact) und verschiedene Praxisfelder thematisiert.

Qualifikationsziele des Moduls	
Projekt: Social Entrepreneurship Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ die spezifischen Merkmale und Grundlagen des Social Entrepreneurship zu verstehen. ▪ Wirkungsziele in konkreten Handlungsfeldern festzulegen. ▪ Social-Business-Modelle zu planen und deren Social Impact zu bestimmen.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sozialmanagement	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Projekt: Social Entrepreneurship

Kurscode: DLMSOMPSE01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs setzen sich die Studierenden mit dem Konzept, der Bedeutung und der Praxis von Social Entrepreneurship auseinander. Social Entrepreneurship greift bedeutende gesellschaftliche Probleme auf, erfasst deren Komplexität und Interdependenzen und versucht diese durch systemverändernde Ansätze grundlegend zu bearbeiten. Wesentlicher Handlungsrahmen ist eine gesellschaftliche Wirkungsorientierung (Wirkungsmodell), d. h. alle Aktivitäten werden in Hinblick auf positive Veränderungen betrachtet und gesteuert (Wirkungsmessung, Controlling), worüber transparent berichtet wird (Reporting). Bezugsfelder des Social Entrepreneurship sind beispielsweise die Armutsbekämpfung, der Natur- und Umweltschutz, der Bildungsbereich oder marginalisierte Gruppen.Zur Zielerreichung bedienen sich Social Entrepreneurs unternehmerischer Mittel. Zur Lösung komplexer gesellschaftlicher Probleme entwickeln sie Produkte und Dienstleistungen, die oftmals einen hohen Innovationsgrad aufweisen. Der Vertrieb dieser Produkte und Dienstleistungen stellt eine Finanzierungsquelle dar, die oftmals mit anderen kombiniert werden (hybride Finanzierung). Der Erfolg von Social Entrepreneurship wird weniger finanziell, sondern anhand des gesellschaftlichen Nutzens bewertet. Gleichwohl können sich sowohl For-Profit- als auch Non-Profit-Unternehmen dem Social Entrepreneurship verschreiben; einige Unternehmen kombinieren beides. Überschüsse werden größtenteils reinvestiert, um die eigene Finanzierung zu sichern und die Wirkung auszubauen. Die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells hat dabei eine hohe Bedeutung, d. h., die möglichst großflächige Geschäftsverbreitung zugunsten einer grundlegenden gesellschaftlichen Problemlösung oder zur Übertragbarkeit von Erfolgen auf ähnliche Problemstellungen. Dem Social Entrepreneurship liegt also die Überzeugung zugrunde, dass sich mit unternehmerischen Mitteln ein nachhaltiger gesellschaftlicher Mehrwert erzielen lässt. Leitmaxime sind die Prinzipien von Gerechtigkeit, Partizipation und Transparenz. Damit grenzt sich dieser Ansatz sowohl von klassischen Unternehmen (Angebot und Nachfrage, primäre Gewinnabsicht) als auch von der rein karitativen Wohltätigkeit (Spende, primäre Nothilfe) ab. Sozial Entrepreneurship versucht hinter das Problem zu schauen, Ursachen zu identifizieren, neue Ideen zu entwickeln und zusammen mit Betroffenen ein Geschäftsmodell zu etablieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die spezifischen Merkmale und Grundlagen des Social Entrepreneurship zu verstehen.
- Wirkungsziele in konkreten Handlungsfeldern festzulegen.
- Social-Business-Modelle zu planen und deren Social Impact zu bestimmen.

Kursinhalt

- Dieser Kurs behandelt das Konzept des Social Entrepreneurship und die Praxis von Social Entrepreneurs. Nach Auseinandersetzung mit den Grundlagen des Social Entrepreneurship und systemischer Wirkungsweisen, der Recherche und der exemplarischen Betrachtung der Geschäftsmodelle bestehender Unternehmen, erstellen die Studierenden modellhaft ein eigenes Social-Business-Modell einschließlich des beabsichtigten Social Impact. Das entwickelte Social-Business-Modell ist Teil der Prüfungsleistung (Projektbericht). Social Entrepreneurship benötigt grundsätzlich ebenso belastbare Geschäftsmodelle und professionelle Unternehmensstrukturen wie andere Unternehmensformen auch. Um die Spezifika zu beherrschen, sind zunächst die Merkmale von Social Entrepreneurship zu bestimmen (Definition und Abgrenzung). Das Fundament eines Social-Business ist die Vision. Die Vision beschreibt das gesellschaftliche Ideal, das durch die Angebote und Wirkungsweisen angestrebt wird. Eng damit verbunden ist die Beschreibung, welches gesellschaftliche Problem in den Blick genommen und mit welchem Lösungsansatz bearbeitet wird – auch in Abgrenzung zu bisherigen Lösungsansätzen durch andere. An der Lösungsstrategie und den spezifischen Angeboten wird deutlich, welchen Innovationsgrad das Unternehmen aufweist. Die tatsächliche Wirkungsweise des Unternehmens wird im Verhältnis von Input zu Output, Outcome und Impact bestimmt. Dass bedeutet, welche Leistungen das Unternehmen durch welchen Ressourceneinsatz erbringt und welche Wirkung es erzielt. In diesen Prozessen müssen Controlling-, Reporting- und Optimierungskreisläufe stattfinden, um das Unternehmen zu steuern, die Ergebnisse in der breiten Öffentlichkeit transparent darzustellen und den sozialwirksamen Erfolgsausbau (Skalierung) zu betreiben. Noch vor wenigen Jahren war der Ansatz, mit unternehmerischen Mitteln gesellschaftliche Probleme zu lösen, in Deutschland wenig verbreitet und nicht akzeptiert. Am Beispiel der steigenden Anzahl von Social Entrepreneurs und deren verbandlicher Organisation wird deutlich, dass sich auch in Deutschland mit dem Social Entrepreneurship ein Wirtschaftskonzept zur Lösung oder Verbesserung gesellschaftlicher Probleme zunehmend etabliert. Hierauf beginnen sich die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen erst einzustellen, da Social Entrepreneurship mit klassischen Formen der Gemeinnützigkeit gleichgesetzt wird und ebendieser Gemeinnützigkeitssektor in Deutschland traditionell anderen Finanzierungsquellen zugeordnet wird (Spenden, Mitgliedsbeiträge, Stiftungen, Philanthropie, Entgelte nach dem Sozialgesetzbuch). Tatsächlich basieren die Social-Business Praktiken des Social Entrepreneurship aber auf hybriden Finanzierungen, also aus Teilen unternehmerischer und gemeinnütziger Quellen. Beispielweise werden marktförmige Leistungen gegen Entgelt erbracht, die jedoch nicht komplett marktfähig und deshalb auf Spenden angewiesen sind oder eine Zusatzfinanzierung aus der Projektförderung durch Stiftungen erhalten. Dieser Mix stellt Social Entrepreneurs vor Herausforderungen, weil unternehmerische Einnahmen in gemeinnützigen Förderrichtlinien oft unbekannt sind und zugleich die Gemeinnützigkeit in aller Regel ein Ausschlusskriterium in den Wirtschaftsförderungsprogramme der Länder und des Bundes ist. Auf dieses Dilemma sind Crowdfunding und Impact-Investment erste Antworten.

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Ashoka/McKinsey (2019): Wenn aus klein systemisch wird - Das Milliardenpotenzial sozialer Innovationen. (https://www.mckinsey.de/news/presse/2019-03-14-ashoka-wenn-aus-klein-systemisch-wird# [letzter Abruf: 21.10.2020]). ▪ Grohs, S./Schneiders, K./Heinze, R. G. (2014): Mission Wohlfahrtsmarkt. Institutionelle Rahmenbedingungen, Strukturen und Verbreitung von Social Entrepreneurship in Deutschland. 1. Auflage, Nomos, Baden-Baden. ▪ Halberstadt, J./Hölzner, H. (2018): Social Entrepreneurship. In: Grunwald, K./Langer, A. (Hrsg.): Sozialwirtschaft: Handbuch für Wissenschaft und Praxis. 1. Auflage, Nomos, Baden-Baden, S. 592-605. ▪ Hackenberg, H./Empter, S. (Hrsg.) (2011): Social Entrepreneurship - Social Business: für die Gesellschaft unternehmen. 1. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. ▪ Social Reporting Initiative e. V. (2014): Social Reporting Standard. (https://www.social-reporting-standard.de/fileadmin/redaktion/downloads/SRS_Leitfaden_2014_DE.pdf [letzter Zugriff: 21.10.2020]).

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Markt und Staat

Modulcode: DLMVOL

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Dr. Simon Mamerow (Markt und Staat)

Kurse im Modul

- Markt und Staat (MVOL01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Ordnungspolitische Grundlegung
- Funktionsdefizite des Marktes
- Staatliche Aktivität im marktwirtschaftlichen System

Qualifikationsziele des Moduls	
Markt und Staat Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ die konstitutiven Merkmale alternativer Wirtschaftsordnungen zu benennen und im Hinblick auf marktwirtschaftliche Systeme die Grenzen dieser Systeme eigenständig einzuschätzen können. ▪ Eingriffstatbestände in marktwirtschaftliche Systeme eigenständig zu bewerten und sich mit den daraus resultierenden Eingriffsnotwendigkeiten selbstständig auseinanderzusetzen. ▪ bereits beobachtbare Markteingriffe zu analysieren und zu bewerten sowie eigene Lösungsalternativen zu synthetisieren.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Markt und Staat

Kurscode: MVOL01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs wird das Verhältnis von Markt und Staat thematisiert und auf unterschiedlichen Ebenen kritisch hinterfragt. Hierzu erfolgt zunächst eine grundsätzliche Darstellung der beiden unterschiedlichen Ordnungsprinzipien Markt und Staat, ehe – basierend auf einer grundsätzlichen Entscheidung zugunsten marktwirtschaftlicher Systeme – auf die Eingriffsnotwendigkeiten in eben diese Systeme eingegangen wird. Hierzu wird noch einmal kurz das Konzept des Marktversagens analysiert und kritisch hinterfragt. Darauf aufbauend wird unter enger Bezugnahme auf die in der Bundesrepublik Deutschland postulierte ordnungspolitische Konzeption der Sozialen Marktwirtschaft analysiert, wann Staatseingriffe in diese Wirtschaftsordnung zulässig sind. Daran schließt sich eine Untersuchung des Instrumentariums zur Korrektur der Regulierungsinstrumente und anderer wirtschafts- und sozialpolitischer Eingriffe an. Darauf aufbauend werden ausgewählte Eingriffsbereiche analysiert und hinsichtlich ihrer Wirkungsweise kritisch hinterfragt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die konstitutiven Merkmale alternativer Wirtschaftsordnungen zu benennen und im Hinblick auf marktwirtschaftliche Systeme die Grenzen dieser Systeme eigenständig einzuschätzen können.
- Eingriffstatbestände in marktwirtschaftliche Systeme eigenständig zu bewerten und sich mit den daraus resultierenden Eingriffsnotwendigkeiten selbstständig auseinanderzusetzen.
- bereits beobachtbare Markteingriffe zu analysieren und zu bewerten sowie eigene Lösungsalternativen zu synthetisieren.

Kursinhalt

1. Ordnungsökonomische Grundlagen
   - 1.1 Wirtschaftssystem und Wirtschaftsordnung
   - 1.2 Koordinationsproblem und Denken in Ordnungen
   - 1.3 Die Teilordnungen des Wirtschaftssystems und ihre Interdependenz
2. Grundzüge der marktwirtschaftlichen Ordnung
   - 2.1 Ordnungspolitische Grundentscheidung für die Marktwirtschaft
   - 2.2 Konstituierende Prinzipien
   - 2.3 Regulierende Prinzipien

3. Grundzüge der Sozialen Marktwirtschaft
- 3.1 Historischer Hintergrund und Entwicklung
- 3.2 Das Leitbild
- 3.3 Das konkrete Wirtschaftssystem

4. Staatliche Aktivität in der Marktwirtschaft
- 4.1 Konstitutive Grundlagen staatlichen Handelns
- 4.2 Marktversagen als Begründung staatlicher Eingriffe
- 4.3 Mehrheitsbeschluss als Legitimation staatlicher Eingriffe

5. Grundprinzipien staatlicher Eingriffe
- 5.1 Zielkonformität
- 5.2 Paretoeffizienz als Referenzmaßstab?
- 5.3 Ordnungskonformität und Subsidiarität

6. Korrekturbedarf bei allokativem Marktversagen
- 6.1 Externe Effekte
- 6.2 Marktmacht und Unteilbarkeit
- 6.3 Kollektiv- und Mischgüter
- 6.4 Andere Marktunvollkommenheiten

7. Staatliche Eingriffe bei allokativem Marktversagen
- 7.1 Ziele und Maßnahmen im Überblick
- 7.2 Regulierungen, fiskalische Lenkung und Zertifikathandel
- 7.3 Verhandlungslösungen und kollektive Bereitstellung

8. Sozialpolitische und meritorische Staatseingriffe
- 8.1 Grundlagen der Sozialpolitik
- 8.2 Ausgewählte Felder der Sozialpolitik
- 8.3 Zur Problematik meritorischer Eingriffe

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Borrmann, J./Finsinger, J. (1999): Markt und Regulierung. Vahlen, München. ▪ Eucken, W. (2008): Grundsätze der Wirtschaftspolitik. 7. Auflage, UTB, Tübingen. ▪ Fritsch, M./Wein, T./Ewers, H.-J. (2007): Marktversagen und Wirtschaftspolitik. 7. Auflage, Vahlen, München. ▪ Knieps, G. (2008): Wettbewerbsökonomie. Regulierungstheorie, Industrieökonomie, Wettbewerbspolitik. 3. Auflage, Springer, Heidelberg et al. ▪ Lampert, H./Althammer, J. (2007): Lehrbuch der Sozialpolitik. 7. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg/New York. ▪ Müller-Armack, A. (1990): Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft. Kastell, München. ▪ Thuy, P. (1999): Sozialstaatsprinzip und Marktwirtschaft. Haupt, Bern/Stuttgart/Wien.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Forschungsmethodik

Modulcode: DLMMET-02

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Pitters (Forschungsmethodik)

Kurse im Modul

- Forschungsmethodik (MMET01-02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit Studienformat: Kombistudium Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in Wissenschaftstheorien
- Voraussetzungen für quantitatives Messen und Testen
- Grundlagen der qualitativen Forschung

Qualifikationsziele des Moduls	
Forschungsmethodik Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ zwischen qualitativer und quantitativer Forschung zu differenzieren. ▪ die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen. ▪ die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen. ▪ verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu unterscheiden und in eigener Forschung anzuwenden. ▪ spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. ▪ die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können. ▪ Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsfrage, Forschungsansatz, Darstellung und ethischen Aspekten zu bewerten.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Methoden	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Forschungsmethodik

Kurscode: MMET01-02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Auf Basis eines wissenschaftstheoretischen Hintergrunds erlernen die Studierenden zunächst sowohl die Terminologie als auch die forschungstheoretischen Paradigmen kennen. Anschließend geht es um die Differenzierung von klassischen quantitativen versus qualitativen Forschungsmethoden mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen sowie um die Betrachtung der Gütekriterien. Auf den Annahmen der klassischen sowie der probabilistischen Testtheorie beruhend, werden die Voraussetzungen für die Konstruktion einer quantitativen Studie besprochen, die wichtigsten Forschungsmethoden vorgestellt und die einzelnen Schritte eines Forschungsprojekts nachvollzogen. Des Weiteren erfolgt die Befassung mit den relevantesten qualitativen Forschungs- und Auswertungsmethoden. Den Abschluss bildet eine kritische Auseinandersetzung hinsichtlich ethischer und datenschutzrechtlicher Aspekte empirischer (digitaler) Forschung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen qualitativer und quantitativer Forschung zu differenzieren.
- die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen.
- die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen.
- verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu unterscheiden und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsfrage, Forschungsansatz, Darstellung und ethischen Aspekten zu bewerten.

Kursinhalt

1. Wissenschaftliche Grundlagen
   - 1.1 Grundlegende Vorstellungen in der Wissenschaft
   - 1.2 Erklärungsansätze in der Wissenschaft
   - 1.3 Perspektiven in der Wissenschaft

2. Forschungsrichtungen und Gütekriterien
   - 2.1 Quantitative versus qualitative Forschung
   - 2.2 Gütekriterien in der quantitativen und qualitativen Forschung

3. Test- und Fragebogenkonstruktion
   - 3.1 Skalenniveaus und die Unterscheidung manifester und latenter Merkmale
   - 3.2 Klassische Testtheorie
   - 3.3 Probabilistische Testtheorie
   - 3.4 Grundlegende Konzepte der Itembildung
   - 3.5 Skalierungsverfahren und Indexbildung

4. Quantitatives Forschungsdesign
   - 4.1 Die Befragung
   - 4.2 Das Experiment
   - 4.3 Die Beobachtung

5. Qualitatives Forschungsdesign
   - 5.1 Das Interview
   - 5.2 Die Fokusgruppe
   - 5.3 Grounded Theory

6. Umsetzung, Darstellung und Reflexion
   - 6.1 Forschungsplan/Exposé
   - 6.2 Dokumentation des Forschungsprozesses
   - 6.3 Darstellung von Forschungsergebnissen
   - 6.4 Interpretation von Forschungsergebnissen
   - 6.5 Ethische Aspekte, digitale Entwicklungen und Datenschutz

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Bortz, J./Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage, Springer, Heidelberg. ▪ Diekmann, A. (2007). Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 4. Auflage, Rowohlt, Reinbek. ▪ Kromrey, H. (2009). Empirische Sozialforschung. 12. Auflage, UTB, Stuttgart. ▪ Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim. ▪ Mayring, P. (2002). Einführung in die Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim. ▪ Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. Auflage, Beltz, Weinheim. ▪ Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (2008). Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Auflage, Oldenbourg, München. ▪ Sedlmeier, P./Renkewitz, F. (2007). Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie. Pearson Studium, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Repetitorium
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Repetitorium
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Seminar: Soziale Innovation

Modulcode: DLMSOMSSI

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Petra Merenheimo (Seminar: Soziale Innovation)

Kurse im Modul

- Seminar: Soziale Innovation (DLMSOMSSI01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Soziale Innovationen sind neue Ansätze zur Bewältigung sozialer Problemlagen oder Bedarfe. Sie sorgen für gesellschaftlichen Wandel und verändern die sozialen Beziehungen nachhaltig. In diesem Modul geht es darum, wie soziale Innovationen initiiert werden, was sie vorantreibt und welche gestaltende Rolle Personen und Organisationen dabei einnehmen können.

Qualifikationsziele des Moduls	
Seminar: Soziale Innovation Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ sozialwissenschaftliche Definitionen für soziale Probleme zu verstehen. ▪ soziale Innovationen hinsichtlich ihrer Wirkungsweisen zu analysieren. ▪ das Potential sozialer Innovationen zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen zu erläutern. ▪ zu bewerten, wie Personen und Organisationen soziale Innovationen bewirken können.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sozialmanagement	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Seminar: Soziale Innovation

Kurscode: DLMSOMSSI01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kus setzen sich die Studierenden mit sozialen Innovationen auseinander. Im Zentrum steht, was soziale Innovationen auszeichnet, wie es zu sozialen Innovationen kommt und wie sie sich gestalten lassen. Soziale Innovationen verändern Gesellschaften – beispielsweise die Kommunikation, das Zusammenleben von Gemeinschaften, die Bildungs- und Arbeitswelt, den Umgang mit Krisen oder die Wohlstandsverteilung. Im Sinne neuer Praktiken zur Veränderung und Verbesserung gesellschaftlicher Problemlagen sind soziale Innovationen allgegenwärtig. Historisch markante soziale Innovationen waren bspw. die Einführung der Sozialversicherungen ab den 1880er Jahren oder die Enzyklopädie Wikipedia ab dem Jahr 2001. Die deutschen Sozialversicherungen waren die wirksame Antwort auf soziale Unruhen während der Industrialisierung, die weite Bevölkerungsteile (Arbeiterklasse) in prekäre Notlagen brachte. Wikipedia entstand mit der Verbreitung des Internets, um lexikalisches Wissen weltweit zugänglich zu machen und dieses Wissen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Daran wird bereits deutlich, dass soziale und technische (Industrialisierung, Internet) Innovationen häufig eng verwoben sind. Im Gegensatz zu technischen Innovationen rücken soziale Innovationen erst sukzessive in das gesellschaftliche Bewusstsein und in die Breite wissenschaftlicher Debatten, obwohl sie historisch längst bekannt und ihre Auswirkungen auf das Zusammenleben von Menschen weitreichend sind. Während technische Innovationen lange Zeit als linearer Verlauf von Markt-Technik-Kombinationen verstanden wurden (von der Forschung bis hin zu marktfähigen Produkten), setzt sich zunehmend die Auffassung durch, dass zur Etablierung von Innovationen komplexe soziale Prozesse notwendig sind. Innovationen entstehen tagtäglich, doch für ihren Erfolg müssen sie sich auf soziale Problem- oder Bedarfslagen beziehen und historisch-kulturell anschlussfähig sein. Das Soziale hat jedoch nicht immer nur eine wichtige flankierende Funktion. Oftmals sind soziale Innovationen als Motoren der Veränderung mit eigenständigen Konzepten zur Verbreitung (Skalierung) und sodann in ihren sozialen Beziehungen und systemischen Wechselwirkungen zu betrachten. Gesellschaften und ihre Systeme sind von Komplexität geprägt und befinden sich in einem permanenten Wandel. Deshalb sind soziale Innovation notwendig, um neu entstandene Herausforderungen gesellschaftlich zu bewältigen. Soziale Innovationen zeichnen sich durch neue Ansätze zur Bewältigung sozialer Bedürfnisse aus. Es geht also um das Neue – in seiner Art, Ausprägung und Auswirkung. Sie stellen wirksamere Lösungen als bestehende Ansätze bereit. Soziale Innovationen sind sozial in ihren Zielen, Zwecken, Methoden und Mitteln. Oftmals beteiligen, mobilisieren und begünstigen sie sozial benachteiligte Zielgruppen. So tragen soziale Innovationen zur Umgestaltung sozialer Beziehungen bei; besonders, wenn sie den Zugang zu Ressourcen verbessern und den Einfluss in Entscheidungs- und Machtbereiche erhöhen.Grundsätzlich sind alle Innovationen mit Nebenfolgen verbunden. Das gilt auch für soziale Innovationen, wenn sie beispielsweise zugleich den Wohlstand und den Energiebedarf weiter Bevölkerungsteile erhöhen. Deshalb ist eine Berücksichtigung der Wechsel- und Nebenwirkungen ebenso wie bei anderen Innovationsformen von Beginn an erforderlich (Folgenabschätzung).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sozialwissenschaftliche Definitionen für soziale Probleme zu verstehen.
- soziale Innovationen hinsichtlich ihrer Wirkungsweisen zu analysieren.
- das Potential sozialer Innovationen zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen zu erläutern.
- zu bewerten, wie Personen und Organisationen soziale Innovationen bewirken können.

Kursinhalt

- In diesem Kurs werden die Entstehungsgründe und Charakteristika sozialer Innovationen, deren Arten, die gesellschaftlichen Kontexte und die dabei ablaufenden neuen sozialen Praktiken an konkreten Beispielen betrachtet. Dabei geht es um die Frage, wie Organisation und handelnde Personen soziale Innovationen auslösen, mitgestalten und deren Folgen abschätzen können (Changemaking). Zur Durchsetzung und Verbreitung einer sozialen Innovation muss sie für gesellschaftlichen Problemlagen neue Handlungsweisen bieten, die besser als bisherige Ansätze sind. Im ersten Schritt bieten soziale Innovationen also positive Veränderungen für unmittelbare soziale Bedürfnisse einer Zielgruppe. Darüber hinaus geben soziale Innovationen Antworten auf strukturelle Herausforderungen und bieten – im weitesten Fall der Wirkung – systemische Lösungen. Jede soziale Innovation muss dabei sozial anschlussfähig sein, also beispielsweise im Kulturraum oder Milieu anschlussfähig und von Entscheidungsträgern akzeptiert werden oder die Betroffenen derart bemächtigen, dass sie selbst ihre Verwirklichungschancen ausbauen. Das Neue vollzieht sich somit durch eine Vielzahl sozialer Praktiken (beispielsweise in der Kommunikation, im Konsum, in der Partnerschaft, in der Zusammenarbeit am Arbeitsplatz, in der Bildung usw.). Um diese Wirkungsweisen zu erkennen, eignen sich die Studierenden in diesem Kurs zunächst Grundlagenkenntnisse an. In der Auseinandersetzung mit konkreten Beispielen lernen die Studierenden unterschiedliche Innovationsformen (bspw. Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, Prozessinnovationen, Organisationsinnovationen), ihre Reichweite (bspw. für eine Zielgruppe, eine Branche, die Welt) und ihre Verbreitungsformen (bspw. disruptiv, offen nutzbar usw.) kennen. Anhand der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen identifizieren die Studierenden soziale Problemlagen und darauf bezogene soziale Innovationen anhand konkreter Beispiele. Ziel ist es, soziale Probleme zu verstehen, soziale Bedürfnisse zu identifizieren und zu erkennen, wie soziale Innovationen Herausforderungen tatsächlich besser lösen, als dies bislang durch etabliertere Praktiken geschieht. Maßgeblich für den Erfolg einer sozialen Innovation ist, wie sie sich durchsetzt und verbreitet. Dies zu verstehen, ist eine wertvolle Handlungsgrundlage für Personen und Organisationen. Es können verschiedene Dimensionen und Ebenen unterschieden werden. Zunächst stellt sich die Frage, ob die neuen innovativen Angebote (Produkte, Dienstleistungen) oder Formen (Prozesse, Organisationsform), die Zielgruppen erreichen und für sie attraktiv sind. Sodann ist entscheidend, ob die Zielgruppen ihre Freiheiten und Fähigkeiten entwickeln, so ihre Verwirklichungschancen erweitern und in neues Handeln überführen können und schließlich darüber ihre Position und Rolle in der Gesellschaft positiv verändern. Historisch bedeutende soziale Innovationen verbessern die Lebenslage der Zielgruppen – wie das Beispiel der Sozialversicherungen zeigt. Grundlegende soziale

Innovationen, wie das Wahlrecht für Frauen, gehen noch darüber hinaus, indem sie die vorherrschenden Einstellungen in der Gesellschaft, die Rechte und Positionen der Zielgruppe und die gesellschaftlichen Strukturen verbessern. Je grundlegender und tragfähiger eine soziale Innovation ist, desto mehr trägt sie zum dauerhaften sozialen Wandel bei. Im abschließenden Kursteil geht es darum, das erworbene Wissen miteinander zu verknüpfen und praktisch nutzbar zu machen. Anhand der konkreten Beispiele zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele wird reflektiert, wie soziale Wirkungsweisen in Verbindung mit ökologischen, ökonomischen, technischen, rechtlichen und politischen Interdependenzen in komplexen (Sub-)Systemen ablaufen. Dazu gehören auch präventive Folgeabschätzungen. Für die Anwendungsorientierung des Kurses ist es von besonderer Bedeutung, dass die Studierenden diesen komplexen Handlungsrahmen praxisnah verstehen und sie lernen, die Wirksamkeit von Personen und Organisationen bei sozialen Innovationen realistisch einzuschätzen.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becke, G. et al. (Hrsg.) (2016): Zusammen – Arbeit – Gestalten. Soziale Innovationen in sozialen und gesundheitsbezogenen Dienstleistungen. Springer VS, Wiesbaden.
- Franz, H.-W./Kaletka, C. (Hrsg.) (2018): Soziale Innovationen lokal gestalten. Sozialwissenschaften und Berufspraxis, Band 1. Springer VS, Wiesbaden.
- Howaldt, J. et al. (Hrsg.) (2017): Innovationen für die Gesellschaft. Neue Wege und Methoden zur Entfaltung des Potenzials sozialer Innovation. Sozialforschungsstelle, Dortmund.
- Kopf, H. et al. (Hrsg.) (2015): Soziale Innovationen in Deutschland. Von der Idee zur gesellschaftlichen Wirkung. Springer VS, Wiesbaden.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

2. Semester

Unternehmenscontrolling

Modulcode: DLMCOUC

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Unternehmenscontrolling)

Kurse im Modul

- Unternehmenscontrolling (DLMCOUC01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Unternehmenscontrollings
- Informationsressourcen und -grundlagen des Controllings
- Operative Planung und Kontrolle
- Taktische Planung und Kontrolle
- Strategische Planung und Kontrolle
- Aktuelle Themen im Unternehmenscontrolling

Qualifikationsziele des Moduls

Unternehmenscontrolling

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten, aktuellen Entwicklungen im Controlling und den dahinterliegenden Prozessen zu berücksichtigen und im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- in der fachlichen Diskussion um die Anwendung moderner Controllinginstrumente und dazugehöriger unternehmerischer Strukturen verschiedene Aussagen kritisch zu beleuchten und divergierende Lösungsansätze zu entwickeln.
- Auswirkungen aus der Anwendung von Controllinginstrumenten und dem Durchlaufen dazugehöriger Controllingprozesse einzuschätzen, die Motivation- und Interessenslage beteiligter Akteure zu antizipieren sowie geeignete Maßnahmen für eine möglichst kosten- und zeiteffiziente Implementierung abzuleiten.
- ausgewählte Controllinginstrumente und dahinterliegende Prozesse selbstständig zu erforschen, zu innovieren und die Ergebnisse auf geeignete, wissenschaftliche Weise darzustellen.
- konkrete praxisnahe Problemstellungen im Zusammenhang mit Controlling und dazugehöriger Prozesse innerhalb eines vorgegebenen Zeitplanes zu lösen.
- das konkrete berufliche Handeln in konkreten Handlungskontexten des Controllings zu erproben und systematisch zu reflektieren sowie intersubjektiv nachvollziehbar zu evaluieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Planung & Controlling	Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Unternehmenscontrolling

Kurscode: DLMCOUC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Controlling ist eines der betriebswirtschaftlichen Kernkompetenzfelder und Dreh- und Angelpunkt unternehmerischen Handelns. Von daher überrascht es auch nicht, dass Controlling nicht nur ein Instrumentarium an Mess-, Steuerungs- und Kontrollinstrumenten bereithält, sondern auch Schnittstellen mit weiteren betriebswirtschaftlichen Bereichen und damit verbundener Fachabteilungen in Unternehmen aufweist, bis hin beispielweise zur Unternehmensorganisation, Marketing und Vertrieb sowie Compliance und Wirtschaftsinformatik. Dieser Kurs soll zum einen das zentrale Instrumentarium des Controllings erläutern und zum anderen eben jenes Instrumentarium in die konkreten Prozesse operativer (u.a. Kostenvergleichs- und Deckungsbeitragsrechnung, Budgeting und Forecasting), taktischer (u.a. Target Costing, Benchmarking und Balanced Scorecard) sowie strategischer (u.a. Erfolgsfaktorenanalyse, SWOT-Analyse, Produktlebenszyklusanalyse) Planung und Kontrolle in Unternehmen einbetten. Dieses Instrumentarium des Controllings sowie die Schnittstellen zu anderen betriebswirtschaftlichen Teilgebieten sowie Fachabteilungen in Unternehmen werden abschließend unter dem Eindruck aktueller Entwicklungen beleuchtet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten, aktuellen Entwicklungen im Controlling und den dahinterliegenden Prozessen zu berücksichtigen und im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- in der fachlichen Diskussion um die Anwendung moderner Controllinginstrumente und dazugehöriger unternehmerischer Strukturen verschiedene Aussagen kritisch zu beleuchten und divergierende Lösungsansätze zu entwickeln.
- Auswirkungen aus der Anwendung von Controllinginstrumenten und dem Durchlaufen dazugehöriger Controllingprozesse einzuschätzen, die Motivation- und Interessenslage beteiligter Akteure zu antizipieren sowie geeignete Maßnahmen für eine möglichst kosten- und zeiteffiziente Implementierung abzuleiten.
- ausgewählte Controllinginstrumente und dahinterliegende Prozesse selbstständig zu erforschen, zu innovieren und die Ergebnisse auf geeignete, wissenschaftliche Weise darzustellen.
- konkrete praxisnahe Problemstellungen im Zusammenhang mit Controlling und dazugehöriger Prozesse innerhalb eines vorgegebenen Zeitplanes zu lösen.
- das konkrete berufliche Handeln in konkreten Handlungskontexten des Controllings zu erproben und systematisch zu reflektieren sowie intersubjektiv nachvollziehbar zu evaluieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Unternehmenscontrollings
   - 1.1 Definition und konzeptionelle Ansätze des Controllings
   - 1.2 Entwicklung und Wandel des Controllers und der Controlling-Funktion
   - 1.3 Controlling als Führungsunterstützung und Rationalitätssicherung
   - 1.4 Digitalisierung im Controlling

2. Informationsressourcen und -grundlagen des Controllings
   - 2.1 Differenzierung internes und externes Rechnungswesen
   - 2.2 Systeme des internen Rechnungswesens
   - 2.3 Kennzahlen als Instrument der Unternehmenssteuerung
   - 2.4 Relevante Schnittstellen des Controllings zu unternehmensinternen Bereichen

3. Operative Planung und Kontrolle
   - 3.1 Grundlagen der operativen Planung und Kontrolle
   - 3.2 Ansätze zu Budgetierung und Forecasting
   - 3.3 Weitere ausgewählte Instrumente der operativen Planung und Kontrolle

4. Taktische Planung und Kontrolle
   - 4.1 Mittelfristige Planung als Grundlage der taktischen Planung und Kontrolle
   - 4.2 Praxisrelevante Methoden der Investitionsrechnung

4.3 Weitere ausgewählte Instrumente der taktischen Planung und Kontrolle

5. Strategische Planung und Kontrolle
   - 5.1 Grundlagen der strategischen Planung und Kontrolle
   - 5.2 Ausgewählte Instrumente der strategischen Planung und Kontrolle

6. Aktuelle Themen im Unternehmenscontrolling
   - 6.1 Unternehmenscontrolling im Kontext agiler Organisation
   - 6.2 Nachhaltigkeit und Unternehmenscontrolling
   - 6.3 Die Rolle des Unternehmenscontrollings in der Corporate Governance und im Risikomanagement
   - 6.4 Besonderheiten des Controllings digitaler Geschäftsmodelle

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Horváth, P., Gleich, R., & Seiter, M. (2019). Controlling (14. Auflage). Vahlen.
- Weber, J., & Schäffer, U. (2020). Einführung in das Controlling (16. Auflage). Schäffer-Poeschel.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Personalmanagement im Sozialwesen

Modulcode: DLMSOMPS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Selina Engelmann (Personalmanagement im Sozialwesen)

Kurse im Modul

- Personalmanagement im Sozialwesen (DLMSOMPS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Bestandteile des Personalmanagements
- Verhaltensbezogene Aspekte des Personalmanagements
- Anforderungen an strategisches Personalmanagement
- Personalmanagement-Aufgaben im Sozialwesen
- Methoden und Instrumente des Personalmanagements

Qualifikationsziele des Moduls	
Personalmanagement im Sozialwesen Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ personalpolitische Besonderheiten im Sozialwesen zu identifizieren. ▪ die Ressource der Freiwilligenarbeit für Organisationen des Sozialwesens zu nutzen. ▪ die relevanten Theorien des Personalmanagements (Human Resource Management) darzulegen und anzuwenden. ▪ die Bedeutung theoretischer Ansätze des Personalmanagements für das Sozialwesen zu reflektieren. ▪ personalpolitische Instrumente im Sozialwesen anzuwenden. ▪ die spezifischen Bedingungen im Sozialwesen (Führungs- und Personalstrukturen, Organisationskultur, etc.) zu berücksichtigen. ▪ Führungs- und Personalmanagementkonzepte für soziale Organisationen zu nutzen, zu implementieren und zu evaluieren. ▪ ein auf Analysen beruhendes systematisches operatives und strategisches Personalmanagement aufzubauen und zu steuern.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sozialmanagement	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Personalmanagement im Sozialwesen

Kurscode: DLMSOMPS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Professionelles Personalmanagement entwickelt sich angesichts des Fachkräftemangels im Sozialwesen zunehmend zu einem strategischen Wettbewerbsfaktor. Hinzu kommt, dass Beschäftigte aller Hierarchiestufen regelmäßig und unmittelbar mit vielfältigen Herausforderungen des Personalmanagements konfrontiert sind. Der Kurs gibt einen vertieften Einblick in Fragen des Personalmanagements und der Personalentwicklung. Dabei werden neben den klassischen Bestandteilen des Personalmanagements und den damit verbundenen Anforderungen an Führungskräfte auch Personalentwicklungskonzepte sowie Methoden und Instrumente des Personalmanagements diskutiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- personalpolitische Besonderheiten im Sozialwesen zu identifizieren.
- die Ressource der Freiwilligenarbeit für Organisationen des Sozialwesens zu nutzen.
- die relevanten Theorien des Personalmanagements (Human Resource Management) darzulegen und anzuwenden.
- die Bedeutung theoretischer Ansätze des Personalmanagements für das Sozialwesen zu reflektieren.
- personalpolitische Instrumente im Sozialwesen anzuwenden.
- die spezifischen Bedingungen im Sozialwesen (Führungs- und Personalstrukturen, Organisationskultur, etc.) zu berücksichtigen.
- Führungs- und Personalmanagementkonzepte für soziale Organisationen zu nutzen, zu implementieren und zu evaluieren.
- ein auf Analysen beruhendes systematisches operatives und strategisches Personalmanagement aufzubauen und zu steuern.

Kursinhalt

1. Bestandteile des Personalmanagements
   - 1.1 Bedarfsplanung
   - 1.2 Beschaffung
   - 1.3 Auswahl
   - 1.4 Entwicklung

2. Verhaltensbezogene Aspekte des Personalmanagements
   - 2.1 MitarbeiterInnenmotivation
   - 2.2 MitarbeiterInnenführung
   - 2.3 Verständnis von Führung

3. Anforderungen an strategisches Personalmanagement
   - 3.1 Personalstrategie und Organisationsstrategie
   - 3.2 Personalarchitektur

4. Personalführung im Sozialwesen
   - 4.1 Personalmanagement-Aufgaben im Sozialwesen
   - 4.2 Personalgewinnung
   - 4.3 Personalentwicklung
   - 4.4 Leistungssteuerung
   - 4.5 Konflikt-Coaching

5. Methoden und Instrumente des Personalmanagements
   - 5.1 Personalbeurteilung und –unterstützung
   - 5.2 Employer Branding im Sozialwesen
   - 5.3 Diversity Management

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Hölzle, C. (2017). Personalmanagement in Einrichtungen der Sozialen Arbeit. Grundlagen und Instrumente (2. Aufl.). Beltz Juventa.
- Stock-Homburg, R. (2019). Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. Springer Gabler.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Arbeits- und Sozialrecht

Modulcode: DLMSOMAS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Stefanie Burkhardt (Arbeits- und Sozialrecht)

Kurse im Modul

- Arbeits- und Sozialrecht (DLMSOMAS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Begriff des Sozialrechts
- Verfassungsrechtliche Grundlagen des Sozialrechts
- Sozialversicherungsrecht
- Staatliche Leistungen
- Begründung des Arbeitsverhältnisses
- Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsvertrag
- Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses

Qualifikationsziele des Moduls

Arbeits- und Sozialrecht

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Wissensbereiche des Arbeits- und Sozialrechts, mit ihren Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und vorherrschenden Lehrmeinungen darzulegen.
- arbeitsrechtliche Fragestellungen methodisch zu entwickeln und mit sozialrechtlichen Aspekten zu verknüpfen.
- Rechtsfragen zum Arbeits- und Sozialrecht anhand der einschlägigen Gesetzesvorschriften zu prüfen und zu bearbeiten.
- Fragestellungen des Arbeitsrechts zielorientiert zu lösen.
- komplexe Aufgabenstellungen aus dem Arbeits- und Sozialrecht in wissenschaftlich fundierter Weise selbstständig zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht zu präsentieren.
- unter Anwendung der Gesetze Rechtsfragen zu prüfen und diese im Gutachtenstil zu bearbeiten.
- das Arbeits- und Sozialrecht als wesentliches Instrument der Unternehmensführung zu begreifen und adäquat einzusetzen.
- die sozialen Sicherungssysteme, ihre Anspruchsgrundlagen und Leistungen darzulegen.
- aktuelle Fragen und Entwicklungen – auch unter verfassungsrechtlichen Aspekten – kritisch zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sozialmanagement	Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Arbeits- und Sozialrecht

Kurscode: DLMSOMAS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs beleuchtet die Relevanz des Sozialrechts für den sozialen Bereich und den zugehörigen Klientinnen- und Berufsgruppen. Dabei werden insbesondere Regelungen zu Strukturen, Finanzierung sowie Trägerverantwortung im Sozialwesen thematisiert. Anhand von Fallbeispielen werden für das Sozialwesen relevante Themen und Fragestellungen (z.B. Sozialversicherung, Sozialhilfe, Grundsicherung) behandelt, welche durch die Sozialgesetzbücher und das Bürgerliche Gesetzbuch abgedeckt werden. Ferner wird im Rahmen des Kurses das Arbeitsrecht in Bezug auf seine Wirkungsweise und Bedeutung in der Praxis von Organisationen im Sozialwesen beleuchtet. Es erfolgt eine Analyse der arbeitsrechtlichen Interessen auf Ebene der MitarbeiterInnen sowie der gesamten Organisation. Dies umfasst auch die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten für soziale Organisationen im Arbeitsrecht.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Wissensbereiche des Arbeits- und Sozialrechts, mit ihren Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und vorherrschenden Lehrmeinungen darzulegen.
- arbeitsrechtliche Fragestellungen methodisch zu entwickeln und mit sozialrechtlichen Aspekten zu verknüpfen.
- Rechtsfragen zum Arbeits- und Sozialrecht anhand der einschlägigen Gesetzesvorschriften zu prüfen und zu bearbeiten.
- Fragestellungen des Arbeitsrechts zielorientiert zu lösen.
- komplexe Aufgabenstellungen aus dem Arbeits- und Sozialrecht in wissenschaftlich fundierter Weise selbstständig zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht zu präsentieren.
- unter Anwendung der Gesetze Rechtsfragen zu prüfen und diese im Gutachtenstil zu bearbeiten.
- das Arbeits- und Sozialrecht als wesentliches Instrument der Unternehmensführung zu begreifen und adäquat einzusetzen.
- die sozialen Sicherungssysteme, ihre Anspruchsgrundlagen und Leistungen darzulegen.
- aktuelle Fragen und Entwicklungen – auch unter verfassungsrechtlichen Aspekten – kritisch zu bewerten.

Kursinhalt

1. Zum Begriff des Sozialrechts

1.1 Formeller Begriff des Sozialrechts
1.2 Materieller Begriff des Sozialrechts

2. Verfassungsrechtliche Grundlagen des Sozialrechts
2.1 Sozialstaatsprinzip
2.2 Grundrechte
2.3 Vorgaben für die Organisation der Sozialversicherung

3. Sozialversicherungsrecht
3.1 Die fünf Säulen der Sozialversicherung
3.2 Träger der Sozialversicherung
3.3 Meldepflichten des Arbeitgebers
3.4 Finanzierung der Sozialversicherung

4. Staatliche Leistungen
4.1 Grundsicherung im Alter und bei Erwerbsminderung
4.2 Sonstige Leistungen der Sozialhilfe
4.3 Soziale Förderung und Entschädigung

5. Die Begründung des Arbeitsverhältnisses
5.1 Bewerbung
5.2 Rechte und Pflichten rund um das Vorstellungsgespräch

6. Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsvertrag
6.1 Hauptleistungspflichten: Arbeitsleistung vs. Entgelt
6.2 Das Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen im Arbeitsrecht

7. Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis
7.1 Arbeitgeberbereich: Die Lehre vom Betriebs- und Wirtschaftsrisiko
7.2 Arbeitnehmerbereich: Grundsätze der Arbeitnehmerhaftung

8. Die Beendigung des Arbeitsverhältnisses
8.1 Die Kündigung des Arbeitsverhältnisses
8.2 Sonstige Beendigungsgründe, insbesondere Aufhebungsvertrag und Fristablauf
8.3 Kündigungsschutz im Arbeitsverhältnis

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Fuchs, M., Preis, U. & Brose, W. (2021). Sozialversicherungsrecht und SGB II. (3. Auflage). Walter der Gruyter. ▪ Hromadka, W., Maschmann, F. (2018). Arbeitsrecht Band 1 (7. Auflage). Springer. ▪ Ringel, U. (2019). Arbeitsrecht – ein Crashkurs – inkl. Arbeitshilfen (3. Auflage). Haufe-Lexware. ▪ Waltermann, R. (2018). Sozialrecht (13. Auflage). C. F. Müller.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Angewandtes Projektmanagement

Modulcode: DLMPRAPM_D

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Sarstedt (Angewandtes Projektmanagement)

Kurse im Modul

- Angewandtes Projektmanagement (DLMPRAPM01_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Fachpräsentation	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Angewandtes Projektmanagement
- Die Projektmanagementlandschaft
- Der Projektkontext
- Standardisierte Vorgehensweisen im Projektmanagement
- Agile Ansätze für das Projekt-/Prozessmanagement
- Variationen von Standardmethoden und agilen Methoden
- Tools für Projektmanager

Qualifikationsziele des Moduls	
Angewandtes Projektmanagement Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ die Rolle des Projektmanagements in Organisationen verstehen und erklären zu können. ▪ einen Überblick über die Projektmanagementinstitutionen weltweit geben zu können. ▪ die unterschiedlichen Ansätze der wichtigsten standardisierten und agilen Methoden des Projektmanagements zu erklären. ▪ die Vor- und Nachteile jeder dieser Methoden kritisch zu diskutieren. ▪ die Vielfalt der hilfreichen Tools, die die Arbeit eines Projektmanagers unterstützen, zu kennen und anzuwenden. ▪ die passende Projektmanagementmethode für die jeweilige Situation auszuwählen.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Projektmanagement	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Angewandtes Projektmanagement

Kurscode: DLMPRAPM01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Seit vielen Jahrzehnten spielt der Ansatz des Projektmanagements eine wichtige Rolle weltweit, sowohl in der Privatwirtschaft als auch in der öffentlichen Verwaltung. Im Laufe der Jahre hat sich eine weit verbreitete und gebräuchliche Terminologie herausgebildet. Nationale und internationale Projektmanagementorganisationen haben verschiedene Methoden entwickelt, um komplexe Projekte in strukturierter Weise zu managen. Diese lassen sich in zwei Hauptkategorien unterteilen. Die traditionellen standardisierten Methoden haben gemeinsam, dass sie Projekte geplant und strukturiert angehen. Die agilen Methoden hingegen zeichnen sich durch ein systematisches, aber offenes Vorgehen aus, das viel Spielraum für Veränderungen lässt. In diesem Kurs werden die einzelnen Methoden detailliert vorgestellt, die jeweiligen Grundideen erläutert und die Vorteile und Beschränkungen jeder dieser Methoden aufgezeigt. Für jede Methode wird das typische Einsatzgebiet beschrieben, sodass der Studierende in der Lage ist, die für eine bestimmte Situation am besten geeignete Methode auszuwählen. Zusätzlich werden eine Reihe von praktischen Tools vermittelt, die den Projektmanager dabei unterstützen, ein beliebiges Projekt auf das Projektziel hinzusteuern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle des Projektmanagements in Organisationen verstehen und erklären zu können.
- einen Überblick über die Projektmanagementinstitutionen weltweit geben zu können.
- die unterschiedlichen Ansätze der wichtigsten standardisierten und agilen Methoden des Projektmanagements zu erklären.
- die Vor- und Nachteile jeder dieser Methoden kritisch zu diskutieren.
- die Vielfalt der hilfreichen Tools, die die Arbeit eines Projektmanagers unterstützen, zu kennen und anzuwenden.
- die passende Projektmanagementmethode für die jeweilige Situation auszuwählen.

Kursinhalt

1. Die Projektmanagementlandschaft
   - 1.1 Geschichte des Projektmanagements
   - 1.2 Definition von Projekten, Programmen und Prozessen
   - 1.3 Bereiche und Beispiele von Projekten in der heutigen Zeit
   - 1.4 Internationale Projektmanagementinstitutionen

1.5 Optionen zur weiteren Spezialisierung und Zertifizierung

2. Der Projektkontext
   - 2.1 Analyse des Umfeldes und der Projektziele
   - 2.2 Unterscheidung von Projekttypen und -kategorien
   - 2.3 Projektkultur und Organisationsmodelle
   - 2.4 Die Rolle von Mitarbeiter und Teamführung
   - 2.5 Den richtigen Ansatz finden - Auswahlkriterien

3. Standardisierte Vorgehensweisen im Projektmanagement
   - 3.1 Projektmanagement nach DIN
   - 3.2 Projektmanagement nach dem PMBOK 6 des PMI
   - 3.3 Das IPMA-System
   - 3.4 Die Organisation von Projekten mit PRINCE2®
   - 3.5 Vorteile und Beschränkungen von Standardmethoden

4. Agile Ansätze für das Projekt-/Prozessmanagement
   - 4.1 Das Agile Manifest
   - 4.2 Grundlagen von Scrum und Skalierungsmethoden
   - 4.3 Kanban und Design Thinking
   - 4.4 Vorteile und Beschränkungen der agilen Methoden

5. Varianten der Standardmethoden und agilen Methoden
   - 5.1 Das Critical-Chain-Projektmanagement
   - 5.2 Prince2® Agile
   - 5.3 Das PMBOK 7 des PMI
   - 5.4 Übersicht über weitere Varianten

6. Tools für Projektmanager
   - 6.1 Zielsetzung, Meilensteinplanung und Arbeitspakete
   - 6.2 Budgetierung, Ressourcenplanung und Terminierung mit Balkendiagrammen
   - 6.3 Analysieren von Projektrisiken (FMEA) und Meilensteintrends (MTA)
   - 6.4 Taskboards und andere kleine Tricks
   - 6.5 Stakeholdermanagement und Management-Reporting

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Kerzner, H. (2022). Project Management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling (13. Aufl.). Wiley. ▪ Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A., Schneider, E., Witschi, U. & Wüst, R. (2019). Handbuch Projektmanagement (4. Aufl.). Springer Gabler. ▪ Madauss, B.-J. (2020). Projektmanagement (8. Aufl.). Springer Vieweg. ▪ Patzak, G. & Rattay, G. (2018). Projektmanagement (7. Aufl.). Linde. ▪ Timinger, H. (2017). Modernes Projektmanagement. Wiley.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Digitalisierung im Sozialwesen

Modulcode: DLMSOMDS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Melissa Henne (Digitalisierung im Sozialwesen)

Kurse im Modul

- Digitalisierung im Sozialwesen (DLMSOMDS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Fachpräsentation Studienformat: Duales myStudium Fachpräsentation	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Veränderte Lebens- und Lernwelten im Zuge der Digitalisierung
- Informations- und Wissensmanagement
- Interaktion, Kollaboration und Kommunikation im digitalen Zeitalter
- Datenschutz und IT-Sicherheit
- Ethische Reflexion
- Beispiele für eine digitale Leistungserbringung im Sozialwesen

Qualifikationsziele des Moduls	
Digitalisierung im Sozialwesen Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ digitale Umsetzungsstrategien für den Praxistransfer zu erkennen und zu konzipieren. ▪ verschiedene digitale Möglichkeiten der Informations- und Wissenspraxis für den eigenen Organisationskontext auszuwählen, einzusetzen und gegebenenfalls anzupassen. ▪ sich den Umgang mit digitalen Medien zu erarbeiten und entsprechend weiterzugeben (Multiplikatorfunktion). ▪ die mit der Digitalisierung verbundenen organisationalen Ziele hinsichtlich Umsetzbarkeit und Nutzen zu beurteilen. ▪ Formen der Onlinekollaboration zu benennen und situationsgerecht unter Einhaltung rechtlicher Vorgaben anzuwenden. ▪ Digitalisierungsstrategien im Bereich sozialer Dienstleistungen aktiv mitzugestalten. ▪ Impulse für die Ausgestaltung digitaler oder hybrider Dienstleistungskonfigurationen einzubringen. ▪ Prozesse der Digitalisierung im Sozialwesen kritisch zu reflektieren.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sozialmanagement	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Digitalisierung im Sozialwesen

Kurscode: DLMSOMDS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden schwerpunktmäßig digitale Transformationen und Trends im Sozialwesen betrachtet. Technologische Fortschritte in Informations- und Kommunikationstechnik sowie Robotik führen dazu, dass sich gewachsene Strukturen und Prozesse im Sozialwesen wandeln. Damit ist auch verbunden, dass sich die gewohnten Rollen und Verantwortungsbereiche aller beteiligten Akteure verändern. Im Rahmen des Kurses werden unterschiedliche Technologien und Innovationen der Digitalisierung im Sozialwesen behandelt und aus unterschiedlichen Perspektiven analysiert und diskutiert. Dabei spielen insbesondere rechtliche, soziale, ethische und kulturelle Aspekte eine Rolle. Anhand von Beispielen aus der beruflichen Praxis werden Möglichkeiten und Potenziale der Digitalisierung im Sozialwesen aufgezeigt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- digitale Umsetzungsstrategien für den Praxistransfer zu erkennen und zu konzipieren.
- verschiedene digitale Möglichkeiten der Informations- und Wissenspraxis für den eigenen Organisationskontext auszuwählen, einzusetzen und gegebenenfalls anzupassen.
- sich den Umgang mit digitalen Medien zu erarbeiten und entsprechend weiterzugeben (Multiplikatorfunktion).
- die mit der Digitalisierung verbundenen organisationalen Ziele hinsichtlich Umsetzbarkeit und Nutzen zu beurteilen.
- Formen der Onlinekollaboration zu benennen und situationsgerecht unter Einhaltung rechtlicher Vorgaben anzuwenden.
- Digitalisierungsstrategien im Bereich sozialer Dienstleistungen aktiv mitzugestalten.
- Impulse für die Ausgestaltung digitaler oder hybrider Dienstleistungskonfigurationen einzubringen.
- Prozesse der Digitalisierung im Sozialwesen kritisch zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Veränderte Lebenswelten im Zuge gesellschaftlicher Digitalisierungsprozesse
   - 1.1 Aufwachsen in digitalisierten Lern- und Lebenswelten
   - 1.2 Digitale Ungleichheiten in der Gesellschaft
   - 1.3 Herausforderungen der Digitalisierung für das Sozialwesen
2. Informations- und Wissensmanagement im Sozialwesen

2.1 Digitale Dokumentation in Organisationen
2.2 Digitale Technologien als Informationsinfrastrukturen
2.3 Social Media und Öffentlichkeitsarbeit

3. Formen und Möglichkeiten der digitalisierten Interaktion, Kollaboration und Kommunikation
   3.1 Onlineberatung
   3.2 Fallmanagement
   3.3 Sozialraumorientierung und Digitalisierung
   3.4 Risikodiagnostik mithilfe von Big Data und Künstlicher Intelligenz
   3.5 Technische Assistenz

4. Datenschutz und IT-Sicherheit in Zeiten der Digitalisierung
   4.1 EU Datenschutzgrundverordnung
   4.2 Datenschutzkonforme Interaktion und Kommunikation im Sozialwesen
   4.3 IT-Sicherheit im Sozialwesen

5. Ethische Reflexion der Digitalisierung im Sozialwesen
   5.1 Beispiele für ethische Dimensionen im Kontext der Digitalisierung
   5.2 Das „Modell zur ethischen Evaluation soziotechnischer Arrangements“ (MEESTAR)

6. Digitale Leistungserbringung: Beispiele aus der Praxis
   6.1 Kinder- und Jugendhilfe
   6.2 Obdachlosenhilfe
   6.3 Behindertenhilfe
   6.4 Altenhilfe und Pflege

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Kutscher, N., Ley, T., Seelmeyer, U., Siller, F., Tillmann & A., Zorn, I. (Hrsg.). (2020). Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. Beltz Juventa.
- Freier, C., König, J., Manzeschke, A. & Städler-Mach, B. (Hrsg.). (2021). Gegenwart und Zukunft sozialer Dienstleistungsarbeit – Chancen und Risiken der Digitalisierung in der Sozialwirtschaft. Springer VS.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions		

Projekt: Qualitätsmanagement im Sozialwesen

Modulcode: DLMSOMPQS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Nico Sturm (Projekt: Qualitätsmanagement im Sozialwesen)

Kurse im Modul

- Projekt: Qualitätsmanagement im Sozialwesen (DLMSOMPQS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Im Rahmen des Kurses werden Konzepte und Instrumente des Qualitätsmanagements für das Sozialwesen diskutiert. Unter dem Einsatz verschiedenster Methoden und Techniken des Qualitätsmanagements wird im Rahmen eines Praxisprojekts eine Problemfeldanalyse, verbunden mit der Erarbeitung konkreter Lösungsvorschläge, durchgeführt. Dies erfordert eine intensive Auseinandersetzung mit relevanten Zertifizierungsverfahren, der Verwendbarkeit von Leistungs- und Ergebnisindikatoren sowie der Relevanz von Beschwerdemanagementsystemen. Bezogen auf die Durchführung eines praxisorientierten Projekts werden neben Strategien der Projektplanung und Projektsteuerung auch Ansätze zum Risikomanagement erörtert sowie Evaluationsinstrumente als Element der Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung behandelt.

Qualifikationsziele des Moduls	
Projekt: Qualitätsmanagement im Sozialwesen Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ Konzepte, Methoden und Instrumente des Qualitätsmanagements darzulegen und im Praxiskontext anzuwenden. ▪ Qualitätsindikatoren für konkrete Situationen zu entwickeln und zu bewerten. ▪ Instrumente des Qualitätsmanagements praxisgerecht anzuwenden und zu evaluieren. ▪ Methoden und Werkzeuge des Qualitätsmanagements anzuwenden. ▪ die unterschiedlichen Perspektiven und Anwendungsgebiete des Qualitätsmanagements im Sozialwesen zu beschreiben. ▪ unter Verwendung verschiedenster Techniken und Werkzeuge des Qualitätsmanagements, Probleme zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. ▪ die Grundlagen des Projektmanagements darzulegen. ▪ sich praxisorientiert mit der Planung und Gestaltung von Projekten auseinanderzusetzen. ▪ unterschiedliche Rollen und Zuständigkeiten von Organisationen zu reflektieren.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sozialmanagement	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Projekt: Qualitätsmanagement im Sozialwesen

Kurscode: DLMSOMPQS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Kurses wird den Studierenden die Bedeutung des Qualitätsmanagements für das Sozialwesen verdeutlicht. Neben der Auseinandersetzung mit unterschiedlichen theoretischen und methodischen Ansätzen zum Qualitätsmanagement können die Studierenden im Rahmen eines Projekts die Implementierung von Qualitätsmanagementstrategien in der beruflichen Praxis erproben. Dabei sollen insbesondere auch die notwendigen Prozessschritte für die Durchführung von Praxisprojekten vorgestellt und diskutiert werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Konzepte, Methoden und Instrumente des Qualitätsmanagements darzulegen und im Praxiskontext anzuwenden.
- Qualitätsindikatoren für konkrete Situationen zu entwickeln und zu bewerten.
- Instrumente des Qualitätsmanagements praxisgerecht anzuwenden und zu evaluieren.
- Methoden und Werkzeuge des Qualitätsmanagements anzuwenden.
- die unterschiedlichen Perspektiven und Anwendungsgebiete des Qualitätsmanagements im Sozialwesen zu beschreiben.
- unter Verwendung verschiedenster Techniken und Werkzeuge des Qualitätsmanagements, Probleme zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- die Grundlagen des Projektmanagements darzulegen.
- sich praxisorientiert mit der Planung und Gestaltung von Projekten auseinanderzusetzen.
- unterschiedliche Rollen und Zuständigkeiten von Organisationen zu reflektieren.

Kursinhalt

- Im Rahmen des Kurses werden Konzepte und Instrumente des Qualitätsmanagements für das Sozialwesen diskutiert. Unter dem Einsatz verschiedenster Methoden und Techniken des Qualitätsmanagements wird im Rahmen eines Praxisprojekts eine Problemfeldanalyse, verbunden mit der Erarbeitung konkreter Lösungsvorschläge, durchgeführt. Dies erfordert eine intensive Auseinandersetzung mit relevanten Zertifizierungsverfahren, der Verwendbarkeit von Leistungs- und Ergebnisindikatoren sowie der Relevanz von Beschwerdemanagementsystemen. Bezogen auf die Durchführung eines praxisorientierten Projekts werden neben Strategien der Projektplanung und Projektsteuerung auch Ansätze zum Risikomanagement erörtert sowie Evaluationsinstrumente als Element der Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung behandelt.

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Herrmann, J./Fritz, H. (2016): Qualitätsmanagement - Lehrbuch für Studium und Praxis. 2. Auflage, Carl Hanser Verlag, München. ▪ Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ) (Hrsg. 2016): Qualitätsmanagement in der sozialen Dienstleistung: Nützlich – lebendig – unterstützend. Beltz-Juventa, Weinheim. ▪ Merchel, J. (2013): Qualitätsmanagement in der Sozialen Arbeit. Eine Einführung. Beltz-Juventa, Weinheim. ▪ Vomberg, E. (2010): Praktisches Qualitätsmanagement: Ein Leitfaden für kleinere und mittlere Soziale Einrichtungen. Beltz-Juventa, Weinheim. ▪ Brüggemann, H./Bremer, P. (2015): Grundlagen Qualitätsmanagement. Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Springer, Wiesbaden. ▪ Bruhn, M. (2013): Qualitätsmanagement für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen - Planung - Umsetzung - Kontrolle. Springer, Wiesbaden. ▪ Ribbeck, J. H. (2018): Qualitätsmanagement in Sozialunternehmen. Grundlagen - Systeme und Konzepte - Implementierung und Steuerung. Walhalla, Regensburg.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

3. Semester

Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Modulcode: DLMGMWECG

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jürgen-Matthias Seeler (Wirtschaftsethik und Corporate Governance)

Kurse im Modul

- Wirtschaftsethik und Corporate Governance (DLMGMWECG01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in Wirtschafsethik und Corporate Governance
- Ethik Theorien
- Wirtschaftsethische Problembereiche und Lösungsansätze
- Grundlegende Perspektiven der Corporate Governance
- Überwachungskonzepte der Corporate Governance
- Verbindung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Qualifikationsziele des Moduls	
Wirtschaftsethik und Corporate Governance Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ die wichtigsten Grundbegriffe und Definitionen der Wirtschaftsethik zu erklären. ▪ die wichtigsten Theorien der Wirtschaftsethik zu unterscheiden. ▪ wirtschaftsethische Überzeugungen in die unternehmerische Praxis umzusetzen. ▪ unterschiedliche Verständnisse der Corporate Governance zu erklären. ▪ die Einflüsse wirtschaftsethischer Verständnisse auf die Corporate Governance aufzuzeigen. ▪ eigenständig anhand einer Hausarbeit die Beziehung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance an einem Beispiel aus der Unternehmenspraxis wissenschaftlich zu erörtern.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Volkswirtschaftslehre	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Kurscode: DLMGMWECG01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Kurses „Wirtschaftsethik und Corporate Governance“ erstellen die Studierenden auf der Basis vorgegebener Themenvorschläge eine Hausarbeit, in der sie anhand eines Beispiels aus der Wirtschaftspraxis und wissenschaftlich fundiert die Beziehung zwischen Wirtschaftsethik und Corporate Governance aufzeigen. Die Studierenden zeigen dabei die Fähigkeit, sich eigenständig in die Thematik einzuarbeiten, wissenschaftliche Theorie und unternehmerische Praxis zu verknüpfen und ihre gewonnenen Erkenntnisse strukturiert zu dokumentieren und zu präsentieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundbegriffe und Definitionen der Wirtschaftsethik zu erklären.
- die wichtigsten Theorien der Wirtschaftsethik zu unterscheiden.
- wirtschaftsethische Überzeugungen in die unternehmerische Praxis umzusetzen.
- unterschiedliche Verständnisse der Corporate Governance zu erklären.
- die Einflüsse wirtschaftsethischer Verständnisse auf die Corporate Governance aufzuzeigen.
- eigenständig anhand einer Hausarbeit die Beziehung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance an einem Beispiel aus der Unternehmenspraxis wissenschaftlich zu erörtern.

Kursinhalt

1. Einführung in Wirtschaftsethik und Corporate Governance
   - 1.1 Definitionen und Gegenstand der Wirtschaftsethik
   - 1.2 Definitionen und Gegenstand der Corporate Governance
   - 1.3 Generelle Beziehung zwischen Wirtschaftsethik und Corporate Governance
2. Ethik-Theorien
   - 2.1 Wesen und Nutzen von Ethik-Theorien
   - 2.2 Deontologie und Utilitarismus im Vergleich
   - 2.3 Ableitung wirtschaftsethischer Konzepte aus Ethik-Theorien
3. Wirtschaftsethische Problembereiche und Lösungsansätze
   - 3.1 Kategorisierung wirtschaftsethischer Probleme
   - 3.2 Bausteine eines unternehmerischen Ethik-Programms

3.3 Maßnahmen zur Ethik-Implementierung

4. Grundlegende Perspektiven der Corporate Governance
   - 4.1 Begriff und Anwendungsfokus der Corporate Governance
   - 4.2 Unterschiede in den Zugängen zur Corporate Governance
   - 4.3 Der Überwachungsbegriff und seine Auslegung

5. Überwachungskonzepte der Corporate Governance
   - 5.1 Governance-Mechanismen
   - 5.2 Governance-Systeme
   - 5.3 Corporate Governance Codes

6. Verbindung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance
   - 6.1 Zusammenspiel von Wirtschaftsethik und Corporate Governance
   - 6.2 Bausteine einer ethikorientierten Corporate Governance
   - 6.3 Führung im Kontext ethikorientierter Corporate Governance

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Rossouw, D./van Vuuren, L. (2018): Business Ethics. 6. Auflage, Oxford University Press, SA.
- Schnebel, E. (2017): Wirtschaftsethik im Management. Rationalität und Verantwortung in organisationalen Handlungen. Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Welge, M. K./Eulerich, M. (2012): Corporate-Governance-Management. Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Clarke, T./Branson, D. (Hrsg.) (2012): The Sage Handbook of Corporate Governance. Sage, London.
- Müller-Seitz, G./Braun, T. (2013): Erfolgreich Abschlussarbeiten verfassen im Studium der BWL und VWL. Pearson, Halbergmoos.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Skript	☑ Online Tests

Change Management und Organisationsentwicklung

Modulcode: DLMCMO-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefanie Rödel (Change Management und Organisationsentwicklung)

Kurse im Modul

- Change Management und Organisationsentwicklung (DLMCMO01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen von Changemanagement und Organisationsentwicklung
- Ausgewählte Ansätze der Organisationsentwicklung
- Ausgewählte Ansätze des Changemanagements
- Ausgewählte Instrumente des Changemanagements
- Organisatorische Implementierung von Changemanagement
- Erfolgskontrolle von Changemanagement und Organisationsentwicklung
- Changemanagement in internationalen Projekten, in Mergers & Acquisitions und in Unternehmensnachfolge-Prozessen

Qualifikationsziele des Moduls	
Change Management und Organisationsentwicklung Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, ▪ Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen. ▪ Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern. ▪ die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung zu verstehen. ▪ alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen und wissen, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen. ▪ die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen. ▪ die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen zu erläutern.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang Ist Grundlage für weitere Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule** Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft

Change Management und Organisationsentwicklung

Kurscode: DLMCMO01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmen – sowohl Großunternehmen als auch KMUs - sind vor dem Hintergrund der aktuellen Rahmenbedingungen ständig mit der Notwendigkeit konfrontiert, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Organisation bzw. Struktur entsprechend anzupassen und zu verändern. Diese Transformationsprozesse werden insbesondere von den Mitarbeitern eines Unternehmens häufig als schmerzlich empfunden: Unsicherheiten, Widerstände und Ängste entstehen. Mithilfe von Konzepten und Methoden zu Change Management und Organisationsentwicklung lassen sich diese negativen Konsequenzen aus Veränderungsprozessen mildern. Im Rahmen des Kurses gilt es, dieses Verständnis den Studierenden zu präsentieren und ihnen das notwendige „Handwerkszeug“ zur Umsetzung von Aktivitäten im Hinblick auf Change Management und Organisationsentwicklung zu vermitteln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung zu verstehen.
- alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen und wissen, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen zu erläutern.

Kursinhalt

1. Grundlagen von Changemanagement und Organisationsentwicklung
   - 1.1 Externe und interne Rahmenbedingungen
   - 1.2 Definition und Ziele von Changemanagement und Organisationsentwicklung
   - 1.3 Hemmnisse und Ursachen des Scheiterns von Wandel in Organisationen

2. Ausgewählte Ansätze der Organisationsentwicklung
   - 2.1 Ausgewählte theoretische Modelle der Organisationsentwicklung
   - 2.2 Praxisbeispiele der Organisationsentwicklung
   - 2.3 Organisationstheoretische Antworten auf aktuelle Herausforderungen

3. Ausgewählte Ansätze des Changemanagements
   - 3.1 Vier Typen des organisatorischen Wandels
   - 3.2 Phasenmodell des Changemanagements nach Kotter
   - 3.3 Ursache-Wirkungs-Modell für Performance und Veränderung nach Burke/ Litwin
   - 3.4 Zwei psychologische Modelle zum organisationalen Wandel

4. Ausgewählte Instrumente des Changemanagements
   - 4.1 Ausgewählte Instrumente für die Phase „Analyse Ist und Soll“
   - 4.2 Ausgewählte Instrumente für die Phase „Konzeptionierung und Planung“
   - 4.3 Ausgewählte Instrumente für die Phase „Umsetzung“

5. Organisatorische Implementierung von Changemanagement
   - 5.1 Relevanz der Organisationskultur für die Implementierung von Change-Prozessen
   - 5.2 Strukturen und Verantwortlichkeiten in Change-Prozessen
   - 5.3 Kommunikation und Konfliktmanagement in Change-Prozessen

6. Erfolgskontrolle von Changemanagement und Organisationsentwicklung
   - 6.1 Ziele und Nutzen von Change-Monitoring
   - 6.2 Formen und Methoden des Change-Monitoring
   - 6.3 Change-Monitoring – Praxisbeispiele

7. Changemanagement in internationalen Projekten, in Mergers & Acquisitions und in Unternehmensnachfolge-Prozessen
   - 7.1 Herausforderungen internationaler Change-Projekte
   - 7.2 Herausforderungen in Mergers & Acquisitions
   - 7.3 Herausforderungen in Unternehmensnachfolge-Prozessen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Bea, F. X., & Göbel, E. (2010). Organisation. Theorie und Gestaltung (4. Aufl.). UTB. ▪ Braun, G., & Höhmann, I. (2012). Die Ausnahmen und die Regel. Harvard Business Manager, 12, 38–43. ▪ Dessler, G. (2013). Human Resource Management (13. Aufl.). Prentice Hall. ▪ Frese, E., Graumann, M., & Theuvsen, L. (2012). Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung (10. Aufl.). Springer Gabler. ▪ Gaugler, E., Oechsler, W. A., & Weber, W. (Hrsg.). (2004). Handwörterbuch des Personalwesens (3. Aufl.). Schäffer-Poeschel. ▪ Grossmann, R., Mayer, K., & Prammer, K. (Hrsg.). (2013). Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte (Band 2). Springer VS. ▪ Kesler, G., & Kates, A. (2011). Leading Organization Design. How to Make Organization Design Decisions to Drive the Results You Want. Jossey-Bass. ▪ Kieser, A., Reber, G., & Wunderer, R. (Hrsg.). (1995). Handwörterbuch der Führung (2. Aufl.). Schäffer-Poeschel. ▪ Kotter, J. P. (2007). Leading Change. Why Transformation Efforts Fail. Harvard Business Review, 1, 92–107. ▪ Kotter, J. P. (2011). Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen. ▪ Kotter, J. P. (2012). Die Kraft der zwei Systeme. Harvard Business Manager, 12, 22–36. ▪ Kotter, J., & Rathgeber, H. (2006). Das Pinguin-Prinzip. Wie Veränderung zum Erfolg führt. Droemer. ▪ Mohr, N. et al. (Hrsg.). (2010). Herausforderung Transformation. Springer. ▪ Rohm, A. (Hrsg.). (2012). Change-Tools. Erfahrene Prozessberater präsentieren wirksame Workshop-Interventionen (5. Aufl.). managerSeminare. ▪ Schiersmann, C., & Thiel, H.-U. (2014). Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen (4. Aufl.). Springer VS. ▪ Schreyögg, G., & Geiger, D. (2016). Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien (6. Aufl.). Springer Gabler. ▪ Vahs, D. (2015). Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch (8. Aufl.). Schäffer-Poeschel.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions		

Public Health

Modulcode: DLMGWPH-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Heinz (Public Health) / Prof. Dr. Andreas Heinz (Seminar Public Health)

Kurse im Modul

- Public Health (DLMGWPH01-01)
- Seminar Public Health (DLMGWPH02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Public Health • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Seminar Public Health • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Public Health

- Historische, begriffliche und ethische Grundlagen von Public-Health sowie Kenntnisse der Disziplinen, auf denen Public Health basiert
- Methoden der Epidemiologie, Demografie, Statistik und der Sozialwissenschaften
- Modelle von Gesundheit, Krankheit und Gesundheitsverhalten
- Unterscheide und Gemeinsamkeiten von Prävention und Gesundheitsförderung sowie entsprechende Maßnahmen
- Die Bedeutung von nichtübertragbaren Krankheiten sowie psychischer Krankheiten aus Sicht von Public-Health
- Infektionskrankheiten und ihre Übertragung, Kontrolle und Modellierung

Seminar Public Health

- Potenzial von Digital Health im Kontext von Public Health (ePublic-Health) mit folgenden Schwerpunkten:
    - Relevanz von Digital-Health-Anwendungen für die Bevölkerungsgesundheit (Public Health)
    - Potentiale und Risiken digitaler Medien für die Gesundheitsförderung im Vergleich zu anderen Medien
    - digitale Kommunikation und Edukation zur Förderung von Gesundheitskompetenz (Health literacy) und Patient Empowerment
    - digitale Intervention und Gesundheitsverhalten
    - Digitalisierung im Kontext des Mangels von medizinischem Fachpersonal (u.a. Ärzte, Pflegekräfte)
    - Künstliche Intelligenz im Kontext der Krankheitsfrüherkennung (z.B. App Ada)
    - ePublic-Health in ausgewählten Settings (Betriebe, Schulen, Kommunen)
    - Besonderheiten bei der Evaluation digitaler Intervention in der Gesundheitsförderung

Qualifikationsziele des Moduls

Public Health

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu skizzieren, welche unterschiedlichen Disziplinen zusammenarbeiten, um Public-Health-Fragen zu beantworten und welche Aufgaben sie dabei übernehmen.
- zu diskutieren, welche Studientypen, Forschungsansätze und Kennzahlen geeignet sind, um bestimmte Forschungsfragen zu beantworten.
- Einflüsse von physischen, psychischen, sozialen Bedingungen und Umwelteinflüssen auf Gesundheit und Krankheit sowie deren Wechselwirkungen zu interpretieren.
- zu analysieren, wie der Schaden und Nutzen von Interventionen (z.B. Screeningprogramme) bewertet werden kann.
- die Bedeutung von nichtübertragbaren Krankheiten aus Sicht des Gesundheitswesens zu verstehen und anhand konkreter Beispiele die Wirksamkeit von Maßnahmen zu bewerten.
- Infektionskrankheiten anhand der Infektionskette zu kategorisieren und darauf aufbauend Empfehlungen zu ihrer Bekämpfung abzuleiten.

Seminar Public Health

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- typische Anwendungsbeispiele für digitale Medien/Anwendungen in der Gesundheitsförderung im Kontext des ePublic-Health-Ansatzes zu beschreiben.
- die Herausforderungen und Barrieren für die Umsetzung von ePublic-Health Ansätzen in der Praxis an einem Beispiel zu verdeutlichen.
- konkreter Beispiele für ePublic-Health-Ansätze in Bezug auf grundlegende gesundheitswissenschaftliche Modelle kritisch zu bewerten und Ansätze für die Evaluation technikgestützter Interventionen zu beschreiben.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Gesundheitswissenschaft auf	Alle Master-Programme aus dem Bereich Gesundheit

Public Health

Kurscode: DLMGWPH01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist eine Qualifizierung der Studierenden, unter Vermittlung der theoretischen Grundlagen von Public Health, für Aufgaben in der Forschung sowie im Planungs- und Managementbereich des nationalen und internationalen Gesundheitswesens. Als eigenständige, multi- und interdisziplinäre Wissenschaft beschäftigt sich Public Health mit den Bedingungen für Gesundheit und der Bewältigung und Prävention von Krankheiten, soweit sie in der natürlichen, technischen und sozialen Umwelt der Menschen begründet liegen. Dazu beleuchtet der Kurs die unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen, die zu Public-Health beitragen sowie ihre wichtigsten Methoden. Des Weiteren werden verschiedene Konzepte von Gesundheit und Krankheit vorgestellt und ihre Möglichkeiten und Grenzen erörtert. Prävention und Gesundheitsförderung sind zentrale Themen von Public Health. Da hier insbesondere das Gesundheitsverhalten eine Rolle spielt, werden Modelle des Gesundheitsverhalten präsentiert, um darauf aufbauend Interventionen entwickeln zu können. Das Forschungsfeld der Public Health wird praxisorientiert gelehrt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu skizzieren, welche unterschiedlichen Disziplinen zusammenarbeiten, um Public-Health-Fragen zu beantworten und welche Aufgaben sie dabei übernehmen.
- zu diskutieren, welche Studientypen, Forschungsansätze und Kennzahlen geeignet sind, um bestimmte Forschungsfragen zu beantworten.
- Einflüsse von physischen, psychischen, sozialen Bedingungen und Umwelteinflüssen auf Gesundheit und Krankheit sowie deren Wechselwirkungen zu interpretieren.
- zu analysieren, wie der Schaden und Nutzen von Interventionen (z.B. Screeningprogramme) bewertet werden kann.
- die Bedeutung von nichtübertragbaren Krankheiten aus Sicht des Gesundheitswesens zu verstehen und anhand konkreter Beispiele die Wirksamkeit von Maßnahmen zu bewerten.
- Infektionskrankheiten anhand der Infektionskette zu kategorisieren und darauf aufbauend Empfehlungen zu ihrer Bekämpfung abzuleiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen Public Health
   - 1.1 Public Health - Begriff und historische Entwicklung
   - 1.2 Akteure von Public Health auf nationaler und internationaler Ebene

1.3 Medizinisch-naturwissenschaftliche Public-Health-Disziplinen
1.4 Sozial- und verhaltenswissenschaftliche Public-Health-Disziplinen
1.5 Prinzipien der Public-Health-Ethik

2. Public-Health-Methoden
2.1 Studientypen
2.2 Epidemiologische Kennzahlen
2.3 Methoden der Demografie in der Epidemiologie
2.4 Sozialwissenschaftliche Datenerhebung
2.5 Biostatistik

3. Modelle von Gesundheit und Krankheit
3.1 Biomedizinisches Modell von Krankheit
3.2 Determinanten von Gesundheit - Das Regenbogenmodell
3.3 Klassifikationen von Krankheit und Behinderung
3.4 Soziale und gesundheitliche Ungleichheit

4. Prävention und Gesundheitsförderung
4.1 Prävention
4.2 Gesundheitsförderung
4.3 Modelle des Gesundheitsverhaltens
4.4 Screening
4.5 Notwendigkeit der Versorgungsforschung

5. Nichtübertragbare Krankheiten und psychische Störungen
5.1 Krankheitslast durch nichtübertragbare Krankheiten
5.2 Adipositas
5.3 Herz-Kreislauf-Erkrankungen
5.4 Bösartige Neubildungen
5.5 Psychische Störungen
5.6 Abhängigkeitserkrankungen

6. Infektionskrankheiten
6.1 Infektionskrankheiten und ihre Übertragung
6.2 Kontrolle von Infektionskrankheiten
6.3 Nosokomiale Infektionen
6.4 Modellierung von Infektionskrankheiten

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Brownson, R.C. et. al. (2018). Evidence-Based Public Health. 3rd ed. Oxford University Press. ▪ Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Auflage. Springer Verlag. ▪ Franke, A (2012). Modelle von Gesundheit und Krankheit. Huber. ▪ Friele, M.B. (2018). Public-Health-Ethik. utb Verlag. ▪ Kawachi, I. et al. (2020). Oxford Handbook of Public Health Practice. 4th ed. Oxford University Press. ▪ Habermann-Horstmeier, L. (2017). Gesundheitsförderung und Prävention. Kompakte Einführung und Prüfungsvorbereitung für alle interdisziplinären Studienfächer. Hogrefe. ▪ Hurrelmann, K., Klotz, T. & Haisch, J. (2014). Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung. Huber. ▪ Jyoti, B. & Hamad, A. (2016). BMJ Clinical Review. Infectious diseases and public health. BPP Learning Media. ▪ Klemperer, D. (2020). Sozialmedizin - Public Health - Gesundheitswissenschaften. 4. Aufl. Public Health. Huber. ▪ Razum, O., Breckenkamp, J. & Brzoska, . (2017). Epidemiologie Für Dummies. 3. Auflage. Wiley-VCH. ▪ Skolnik, R. (2015). Global Health 101. Jones and Bartlett Publishers.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions		

Seminar Public Health

Kurscode: DLMGWPH02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ziel des Seminars Public Health ist eine Qualifizierung der Studierenden, unter Vermittlung der theoretischen Grundlagen und praktischen Umsetzung von eHealth-Anwendungen im Kontext von Public Health (ePublic-Health). Der Schwerpunkt des Kurses liegt auf der digital unterstützten Gesundheitsförderung und Prävention. Ziel ist die Verhütung von Krankheiten und der Erhalt bzw. Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden (gesundheitsorientierter Handlungsansatz). Die Studierenden lernen, sich mit theoretischen Grundlagen von Gesundheitsförderung und Prävention kritisch auseinanderzusetzen und die Bedeutung für die Bevölkerung zu erkennen und zu beurteilen. Es werden Konzepte und Methoden der Qualitätssicherung, Evidenzbasierung und Evaluation in der Gesundheitsförderung und Prävention gelehrt, um diese in einer praktischen Projektplanung strategisch mit Hilfe von digitalen Anwendungen anwenden zu können. Insbesondere der intersektorale und interdisziplinäre Ansatz steht im Fokus.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- typische Anwendungsbeispiele für digitale Medien/Anwendungen in der Gesundheitsförderung im Kontext des ePublic-Health-Ansatzes zu beschreiben.
- die Herausforderungen und Barrieren für die Umsetzung von ePublic-Health Ansätzen in der Praxis an einem Beispiel zu verdeutlichen.
- konkreter Beispiele für ePublic-Health-Ansätze in Bezug auf grundlegende gesundheitswissenschaftliche Modelle kritisch zu bewerten und Ansätze für die Evaluation technikgestützter Interventionen zu beschreiben.

Kursinhalt

- Das Seminar lehrt das Potenzial der Digitalisierung im Kontext des Public-Health (ePublic Health). Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen und die Inhalte der schriftlichen Ausarbeitung präsentieren.
- Schwerpunkte sind:
  - Relevanz von Digital-Health-Anwendungen für die Bevölkerungsgesundheit (Public Health)
  - Potentiale und Risiken digitaler Medien für die Gesundheitsförderung im Vergleich zu anderen Medien
  - digitale Edukation zur Förderung von Gesundheitskompetenz (Health literacy) und Patient Empowerment

- digitale Intervention und Gesundheitsverhalten
- Digitalisierung im Kontext des Mangels von medizinischen Fachpersonal (u.a. Ärzte, Pflegekräfte)
- Künstliche Intelligenz im Kontext der Krankheitsfrüherkennung (z.B. App Ada)
- ePublic-Health in ausgewählten Settings (Betriebe, Schulen, Kommunen)
- Besonderheiten bei der Evaluation digitaler Intervention in der Gesundheitsförderung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bensley, R. J./Brookins-Fisher, J. (2018): Community and Public Health Education Methods. A Practical Guide. Jones & Bartlett Learning.
- Knöppler K./Neisecke T./Nölke L. (2016): Digital-Health-Anwendungen für Bürger. Kontext, Typologie und Relevanz aus Public-Health-Perspektive. Bertelsmann Stiftung. ([abgerufen 12/2017])
- Magnuson, J. A./Fu, P.C.: Public Health Informatics and Information Systems. Springer Verlag, London.
- McKenzie, J. F./Neiger B. L./Thackeray R. (2016): Planning, Implementing & Evaluating Health Promotion Programs. A Primer. 7. Auflage, Pearson.
- Müller-Mielitz, S./Lux T. (2017): E-Health-Ökonomie. Springer Gabler, Berlin.
- Weaver, C. A. et al. (2015): Healthcare Information Management System. Cases, Strategies, Solutions. Springer Verlag, Berlin/Heidelberg.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Digitale Innovation

Modulcode: DLMSOMWDI

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Herrmann (Innovation und Entrepreneurship) / Prof. Dr. Claudia Heß (Projekt: Digitale Transformation)

Kurse im Modul

- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)
- Projekt: Digitale Transformation (DLMADTPDT01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Innovation und Entrepreneurship • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Projekt: Digitale Transformation • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Innovation und Entrepreneurship

- Innovationsmanagement und Entrepreneurship in einer globalisierten Welt
- Grundlagen der Entrepreneurship
- Geschäftsidee und Unternehmensgründung
- Innovationen und Produktentwicklung

Projekt: Digitale Transformation

Der digitale Wandel verändert nachhaltig bestehende Geschäftsprozesse, Produkte, Dienstleistungen und auch Geschäftsmodelle. Die Möglichkeiten und Chancen der Digitalisierung effektiv zu nutzen erfordert dabei die exakte Bestimmung des digitalen Reifegrads in den Unternehmen. Durch die Anwendung hybrider Projektmanagementbausteine erlernen die Studierenden die Planung und Umsetzung von digitalen Veränderungsprojekten.

Qualifikationsziele des Moduls

Innovation und Entrepreneurship

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodel zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

Projekt: Digitale Transformation

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Status quo der Digitalisierung in einem Unternehmen durch Anwendung eines digitalen Reifegradmodells zu bestimmen.
- einen Maßnahmenkatalog und Handlungsempfehlungen für die digitale Transformation eines Unternehmens abzuleiten.
- ein digitales Veränderungsprojekt durch Integration hybrider Projektmanagementbausteine zu planen und umzusetzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus den Bereichen Betriebswirtschaft & Management und Projektmanagement auf	Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors. Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkwirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen.
Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen. Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodel zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

Kursinhalt

1. Entrepreneurship
   - 1.1 Entrepreneurship und Unternehmer
   - 1.2 Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
   - 1.3 Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship

2. Strategie der Unternehmensgründung
   - 2.1 Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
   - 2.2 Der Entrepreneur
   - 2.3 Geschäftsmodell und Strategie

3. Innovation und Innovationsmanagement
   - 3.1 Innovation
   - 3.2 Innovationsmanagement
   - 3.3 Der Schutz geistigen Eigentums
   - 3.4 Das BMW Empathic Design

4. Rechtsformen im internationalen Vergleich
   - 4.1 Deutschland
   - 4.2 USA

5. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen
   - 5.1 Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
   - 5.2 Business Angels
   - 5.3 Private Equity und Venture Capital
   - 5.4 Öffentliche Gründungsförderung

6. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse
   - 6.1 Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
   - 6.2 Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
   - 6.3 Valuierung von Unternehmensgründungen

7. Der Businessplan
   - 7.1 Zweck und Zielsetzung des Businessplans
   - 7.2 Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
   - 7.3 Struktur und Inhalt des Businessplans
   - 7.4 Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans

8. Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz
   - 8.1 E-Business
   - 8.2 Künstliche Intelligenz
   - 8.3 Globotics

9. Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures
   - 9.1 Cooperative Strategy
   - 9.2 Der richtige „Fit“
   - 9.3 Die richtige „Form“

10. Familienunternehmen
    - 10.1 Definition
    - 10.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung
    - 10.3 Stärken und Schwächen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press. ▪ Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK). ▪ Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96. ▪ Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK). ▪ Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J):. Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks. 3. Auflage, Oxford University Press. ▪ Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success. Springer, Berlin. ▪ Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2nd Edition Pearson, Harlow (UK). ▪ Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69–74. ▪ Fueglistaller, U./ Fust, A./ Müller, C./ Müller, S./ Zellweger, Th;(2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer Gabler, Berlin. ▪ Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München. ▪ Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg. Hanser, München. ▪ Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München. ▪ Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München. ▪ Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. 2., überarbeitete Auflage, Springer, Berlin. ▪ Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work. ▪ Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17–47. ▪ Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship. 2nd Edition, Cambridge University Press. ▪ Zellweger, T. (2017): Managing the Family Business. Elgar.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Projekt: Digitale Transformation

Kurscode: DLMADTPDT01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der digitale Wandel steht für komplexe organisatorische Veränderungen durch die Nutzung digitaler Technologien. In diesem Transformationsprozess wird von den Unternehmen das Ziel verfolgt, Wettbewerbsvorteile zu generieren. Digitale Technologien haben dabei komplexe Auswirkungen auf bestehende Geschäftsprozesse, Produkte, Dienstleistungen und auch Geschäftsmodelle. Zudem kommt es zu einem geänderten Kundenverhalten durch die Digitalisierung, welche die Unternehmen branchenübergreifend vor große Herausforderungen stellt. Die Möglichkeiten und Chancen der Digitalisierung effektiv zu nutzen, kann als eine der zentralen Herausforderungen im strategischen Management der Unternehmen angesehen werden. Denn je nach digitalem Reifegrad der Unternehmen müssen hier umfassende Veränderungsprojekte und Transformationsprozesse angestoßen werden. Um diese Herausforderungen in der Praxis bewältigen zu können, müssen die Unternehmen durch methodisches Knowhow und die systematische Anwendung innovativer Werkzeuge dazu befähigt werden, die anstehenden Aufgaben im digitalen Transformationsprozess disziplinübergreifend zu koordinieren. In diesem Projekt stehen die erforderlichen Kompetenzen und Fähigkeiten im Rahmen eines praktischen Anwendungsfalls der Digitalisierung projektorientiert Fokus. Durch Anwendung eines digitalen Reifegradmodells leiten die Studierenden einen Maßnahmenkatalog ab, um ein digitales Veränderungsprojekt an einem exemplarischen Anwendungsfall aus der Praxis zu skizzieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Status quo der Digitalisierung in einem Unternehmen durch Anwendung eines digitalen Reifegradmodells zu bestimmen.
- einen Maßnahmenkatalog und Handlungsempfehlungen für die digitale Transformation eines Unternehmens abzuleiten.
- ein digitales Veränderungsprojekt durch Integration hybrider Projektmanagementbausteine zu planen und umzusetzen.

Kursinhalt

- Im Rahmen des Projekts Digitale Transformation stellen die Studierenden ihr Wissen sowie die Fertigkeiten und Kompetenzen unter Beweis, um ein bestehendes Unternehmen aus dem vordigitalen Zeitalter erfolgreich im digitalen Transformationsprozess zu unterstützen. Dabei wird anhand eines konkreten Anwendungsszenarios das Ziel

verfolgt, Handlungsempfehlungen sowie einen Maßnahmenkatalog zur erfolgreichen Umsetzung eines digitalen Veränderungsprojektes abzuleiten. Durch Anwendung eines digitalen Reifegradmodells wird zunächst der Status quo der Digitalisierung in einem praktischen Anwendungsfall evaluiert. Anschließend werden konkrete Maßnahmen und Handlungsempfehlungen für ein digitales Veränderungsprojekt konzipiert. Insbesondere im Kontext von digitalen Veränderungsprojekten erweist sich in diesem Kontext eine Kombination aus agilen und traditionellen Projektmanagementwerkzeugen und -prinzipien als vorteilhaft, welche mit dem Begriff „hybrides Projektmanagement“ zusammengefasst werden können. Vor diesem Hintergrund integrieren die Studierenden den Einsatz hybrider Projektmanagementbausteine in ihre Projektplanung, um eine erfolgreiche Gestaltung und Umsetzung des exemplarischen digitalen Veränderungsprojekts sicherzustellen.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bosch, U./Hentschel, S./Kramer, S. (2018): Digital Offroad. Erfolgsstrategien für die digitale Transformation. Haufe Lexware Verlag, München.
- Rogers, D.L. (2016): The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age. Columbia Business School Publishing, New York/Chichester, West Sussex.
- Schallmo, D.R.A./Reinhart, J./Kuntz, E. (2018): Digitale Transformation Von Geschäftsmodellen Erfolgreich Gestalten. Trends, Auswirkungen und Roadmap. Schwerpunkt Business Model Innovation. Gabler, Wiesbaden.
- Uhl, A./Loretan, S. (Hrsg.) (2019): Digitalisierung in der Praxis. Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Gesundheitsmarkt und Risikomanagement

Modulcode: DLMSOMWGR

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Dr. Melanie Görgmaier (Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes) / Martin Rudasingwa (Risikomanagement für Leistungserbringer:innen auf dem Gesundheitsmarkt)

Kurse im Modul

- Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes (MWHC01)
- Risikomanagement für Leistungserbringer:innen auf dem Gesundheitsmarkt (MWHB01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Risikomanagement für Leistungserbringer:innen auf dem Gesundheitsmarkt • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

- Das Gesundheitswesen in D, A und der CH
- Gesundheits-, Sozial- und Wohlfahrtspolitik in Deutschland
- Die private Krankenversicherung
- Gesundheitsmanagement und Managed Care
- Betrug und Korruption im Gesundheitswesen
- Reformansätze

Risikomanagement für Leistungserbringer:innen auf dem Gesundheitsmarkt

- Methoden der Risikoidentifikation, Risikoanalyse und Risikobewertung
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Ausgewählte Instrumente des Schadensmanagements
- Die Grundlagen von Critical Incident Reporting Systemen (CIRS)
- Einführung in das Notfall- und Krisenmanagement
- Die Risikobeurteilung

Qualifikationsziele des Moduls

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements zu analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten zu können.
- die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einzuschätzen und nutzen zu können.
- die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter nachzuvollziehen.

Risikomanagement für Leistungserbringer:innen auf dem Gesundheitsmarkt

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Risikomanagement methodisch und inhaltlich zu verstehen.
- die Risiken in Organisationen und Prozessen der Gesundheitswirtschaft zu kennen und zu dokumentieren.
- grundlegende Risikobewertungen durchzuführen.
- den Bedarf für Risikomanagement-Systeme zu erkennen sowie diese zu betreiben und bedarfsgerecht zu adaptieren.
- die Anforderungen des Krisenmanagements, der Kommunikation und der Notfallplanung zu beherrschen und durch Erarbeitung von konkreten Lösungen durchzuführen.
- den Einfluss des Risikomanagements auf die Sicherheit, Wettbewerbs- und Überlebensfähigkeit der Organisation weitervermitteln zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Gesundheitsmanagement auf	Alle Master-Programme im Bereich Gesundheit

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

Kurscode: MWHC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ausgehend von einer Darstellung der verschiedenen Gesundheitssysteme werden die Spezifika des Gesundheitsmarktes vertiefend dargestellt. Der Schwerpunkt liegt hier bei den Versicherungssystemen der deutschsprachigen Länder. Die gegenwärtigen Prozesse im Zusammenspiel von Regulierung und Deregulierung des Gesundheitsmarktes, von Marktwirtschaft und Sicherstellungsbedürfnissen werden diskutiert. Wesentlichen Anteil wird die Darstellung des Widerspruchs zwischen wachsender Nachfrage, steigenden Möglichkeiten und limitierten Ressourcen im Gesundheitsmarkt, insbesondere im Bereich der Sozialversicherungssysteme, ausmachen. Daraus ableitend werden Lösungsansätze für eigenes wirtschaftliches Handeln und Managementstrategien entwickelt. Anbieter- und Nachfragerseite werden gleichberechtigt behandelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements zu analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten zu können.
- die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einzuschätzen und nutzen zu können.
- die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Entwicklung der Gesundheitsausgaben
   - 1.1 Ursachen steigender Gesundheitskosten
   - 1.2 Zwischenbilanz: Stellenwert von Gesundheit
2. Das Gesundheitswesen in Deutschland
   - 2.1 Strukturen und Akteure
   - 2.2 Versicherte und Leistungen
   - 2.3 Finanzierung
   - 2.4 Künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in Deutschland

3. Das Gesundheitswesen in Österreich
- 3.1 Strukturen und Akteure
- 3.2 Versicherte und Leistungen
- 3.3 Finanzierung
- 3.4 Künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in Österreich

4. Das Gesundheitswesen in der Schweiz
- 4.1 Strukturen und Akteure
- 4.2 Versicherte und Leistungen
- 4.3 Finanzierung
- 4.4 Historische und künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in der Schweiz

5. Gesundheits-, Sozial- und Wohlfahrtspolitik in Deutschland
- 5.1 Allgemeines
- 5.2 Freie Wohlfahrtspflege

6. Die private Krankenversicherung
- 6.1 Allgemeines
- 6.2 Versicherungsprinzipien
- 6.3 Solidarität versus Kapitaldeckungsverfahren?

7. Gesundheitsmanagement und Managed Care
- 7.1 Gesundheitsmanagement
- 7.2 Aufgabenbereiche des Gesundheitsmanagements
- 7.3 Managed Care
- 7.4 Fördernde und hemmende Entwicklungen von Managed Care

8. Betrug und Korruption im Gesundheitswesen
- 8.1 Daten und Fakten
- 8.2 Erscheinungsformen und Täter
- 8.3 Problem
- 8.4 Folgen und Lösungsansätze

9. Reformansätze
- 9.1 Bürgerversicherung und Prämienmodell
- 9.2 Das Präventionsgesetz
- 9.3 Pflege-Bahr

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Amelung, V. E. (2012): Managed Care. Neue Wege im Gesundheitsmanagement. 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Lehrberufe. 3. Auflage, Huber, Bern. ▪ Simon, M. (2013): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. 4. Auflage, Huber, Bern.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Risikomanagement für Leistungserbringer:innen auf dem Gesundheitsmarkt

Kurscode: MWHB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In der Gesundheitswirtschaft sind Tendenzen zu beobachten, mit denen sich Kranken- und Pflegeanstalten, medizinische Institute und andere Leistungserbringer auseinandersetzen müssen. Der medizinisch-technische Fortschritt weckt hohe Erwartungshaltungen vor allem bei den Patienten und erweiterte Haftungsregelungen sowie patientenorientiertere Rechtsprechung führen zu mehr und zu größeren Schadenersatzforderungen. Hinzu kommt das mediale Interesse an Straf-, und Zivilprozessen, die großen Imageschaden für die Unternehmen und Akteure bedeuten. Die wirtschaftlichen Folgen solcher Krisen können für Leistungserbringer in der Gesundheitswirtschaft auch bei ausreichender Versicherung des direkten Ereignisses durch Vertrauensverluste existenzbedrohend sein. Das Risikomanagement der Unternehmen auf dem Gesundheitsmarkt zum als das Ziel haben, potenzielle Komplikationen, Schadensfälle und Haftpflichtansprüche zu kennen und Fehler zu vermeiden bzw. zu vermindern.Dieser Kurs vermittelt einen Einblick in das Risikomanagement mit seinen Besonderheiten für Unternehmen und Betrieben im Gesundheitssektor. Es werden methodische Instrumentarien zur Identifikation, Analyse und Beurteilung dieser Risiken und wirksame Strategie zur Risikobewältigung vorgestellt sowie Grenzen und rechtliche Rahmenbedingungen beleuchtet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Risikomanagement methodisch und inhaltlich zu verstehen.
- die Risiken in Organisationen und Prozessen der Gesundheitswirtschaft zu kennen und zu dokumentieren.
- grundlegende Risikobewertungen durchzuführen.
- den Bedarf für Risikomanagement-Systeme zu erkennen sowie diese zu betreiben und bedarfsgerecht zu adaptieren.
- die Anforderungen des Krisenmanagements, der Kommunikation und der Notfallplanung zu beherrschen und durch Erarbeitung von konkreten Lösungen durchzuführen.
- den Einfluss des Risikomanagements auf die Sicherheit, Wettbewerbs- und Überlebensfähigkeit der Organisation weitervermitteln zu können.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Risikomanagements

1.1 Risikomanagement als elementares Unternehmensziel
1.2 Risikocontrolling versus Risikomanagement
1.3 Risikomanagement im Umfeld der Leistungsanbieter auf dem Gesundheitsmarkt

2. Methoden der Risikoidentifikation, Risikoanalyse und Risikobewertung
2.1 Methoden der Risikoidentifikation
2.2 Risikoanalyse
2.3 Risikobewertung und Risikobeurteilung

3. Rechtliche Rahmenbedingungen des Risikomanagements
3.1 Die Bedeutung des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG): Ein kurzer Überblick
3.2 Ausgewählte, weitere gesetzliche Vorgaben und Systeme für die Leistungsanbieter auf dem Gesundheitsmarkt
3.3 Grundsätzliches zur Pharmakovigilanz

4. Ausgewählte Instrumente des Schadensmanagements: MERS und Benchmarking
4.1 Die Bedeutung von Schadensstatistiken am Beispiel des Medical Error Reporting Systems: MERS
4.2 Benchmarking unter dem Aspekt von Risikomanagementüberlegungen

5. Die Grundlagen von Critical Incident Reporting Systemen (CIRS)
5.1 Ausgewählte Tatbestände zur Fehlerkultur im Gesundheitssektor
5.2 Informationen und Grundsätze von CIRS
5.3 CIRS – Reporting, Organisation und Analyse

6. Einführung in das Notfall- und Krisenmanagement
6.1 Notfall- und Krisenmanagementüberlegungen zur Erhöhung des Schutzes Kritischer Infrastrukturen am Beispiel des Gesundheitssektors
6.2 Ablauforganisatorische Aspekte unter Notfall- und Katastrophenmanagementgesichtspunkten
6.3 Das Notfallhandbuch – Eine kurze Einführung in das Reporting Risikomanagement

7. Weiterführende Gedanken zur Risikobewertung: Die Risikobeurteilung
7.1 Planungsverfahren und Budgetüberlegungen zur Risikobeurteilung
7.2 Ausgewählte Risikobeurteilungsinstrumente
7.3 Risikobeurteilung durch Value- und Cashflow-at-Risk
7.4 Dashboards in Einrichtungen des Gesundheitssektors

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Kaiser, T. (Hrsg.) (2007): Wettbewerbsvorteil Risikomanagement. Erfolgreiche Steuerung der Strategie-, Reputations- und operationellen Risiken. ESV, Berlin. ▪ Klein, A. (2011): Risikomanagement und Risiko-Controlling. Haufe, Freiburg. ▪ Vanini, U. (2012): Risikomanagement. Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Sozialraumorientierung und Netzwerkarbeit

Modulcode: DLMSAWSRON

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefan Godehardt-Bestmann (Sozialraumorientierung) / Prof. Dr. Stefan Godehardt-Bestmann (Netzwerkarbeit)

Kurse im Modul

- Sozialraumorientierung (DLMSAWSRON01)
- Netzwerkarbeit (DLMSAWSRON02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Sozialraumorientierung • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Netzwerkarbeit • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (50)

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Sozialraumorientierung

- Sozialraumorientierung – vertiefende Grundzüge
- Handlungsfeld Individuum: Methoden und Techniken
- Handlungsfeld Netzwerk: Methoden und Konzepte
- Handlungsfeld Organisation: Methoden und Vorgehensweisen
- Handlungsfeld Sozialstruktur: Methoden und Verfahren
- Kritik und Weiterentwicklung

Netzwerkarbeit

- (Soziale) Netzwerkarbeit – die theoretischen Grundlagen
- Theorien sozialer Netzwerke
- Konzepte und Verfahren
- Netzwerk und Kooperation – konkrete Praxisbeispiele aus ausgewählten Arbeitsfeldern
- Netzwerkevaluation

Qualifikationsziele des Moduls

Sozialraumorientierung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Grundlinien sozialraumorientierter Ansätze vertieft darzustellen und das Sozialmonitoring zu erläutern.
- auf der Ebene des Individuums ausgewählte Methoden und Techniken anzuwenden und ihre Durchführung zu evaluieren.
- auf der Ebene von Netzwerken Verfahren wie das der Stadtteilerkundung zu planen sowie weitere Schritte und deren Evaluation in Ansätzen durchzuführen.
- auf der Handlungsebene von Organisation systematisch Perspektivenwechsel herbeizuführen und zweckbezogen einzusetzen.
- probeweise größere Gruppenaktivitäten zu initiieren und zu moderieren und im öffentlichen Raum zielbezogene Aktionen zu planen und ihre Wirkungen im Kollegium kritisch zu beurteilen.
- den Ansatz der Sozialraumorientierung systematisch zu kritisieren, probeweise eigene Ideen zur Weiterentwicklung zu entwickeln und diese zu bewerten.

Netzwerkarbeit

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Konzept der (sozialen) Netzwerkarbeit vertiefend zu erläutern, sozialtheoretisch einzubetten und sich kulturell als professionelle Fachkräfte anzueignen.
- verschiedene theoretische Zugänge zu sozialen Netzwerken zu unterscheiden und einander gegenüberzustellen.
- Konzepte und Verfahren von Netzwerkarbeit probeweise zielgerichtet durchzuführen und selbstkritisch zu reflektieren.
- anhand von konkreten Beispielen aus der Praxis Funktion und Bedeutung von Netzwerken selbstständig zu beurteilen.
- Netzwerkpraxis systematisch zu evaluieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Soziale Arbeit auf	Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Sozialraumorientierung

Kurscode: DLMSAWSRON01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs wird der Sozialraumorientierte Ansatz als Mehrebenenansatz vertieft theoretisch beleuchtet und in seiner Relevanz kritisch und konstruktiv diskutiert. Im Mittelpunkt stehen konkrete Konzepte und Methoden der Sozialraumorientierung, die im Rahmen des Kurses reflektiert und probeweise umgesetzt werden sollen. Der Kurs selbst dient hierfür als sozialer Raum, zum Beispiel für Moderationsübungen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Grundlinien sozialraumorientierter Ansätze vertieft darzustellen und das Sozialmonitoring zu erläutern.
- auf der Ebene des Individuums ausgewählte Methoden und Techniken anzuwenden und ihre Durchführung zu evaluieren.
- auf der Ebene von Netzwerken Verfahren wie das der Stadtteilerkundung zu planen sowie weitere Schritte und deren Evaluation in Ansätzen durchzuführen.
- auf der Handlungsebene von Organisation systematisch Perspektivenwechsel herbeizuführen und zweckbezogen einzusetzen.
- probeweise größere Gruppenaktivitäten zu initiieren und zu moderieren und im öffentlichen Raum zielbezogene Aktionen zu planen und ihre Wirkungen im Kollegium kritisch zu beurteilen.
- den Ansatz der Sozialraumorientierung systematisch zu kritisieren, probeweise eigene Ideen zur Weiterentwicklung zu entwickeln und diese zu bewerten.

Kursinhalt

1. Sozialraumorientierung – vertiefende Grundzüge
   - 1.1 Zur aktuellen Debatte um Sozialraumorientierung
   - 1.2 Geschichte, Ursprünge und methodische Prinzipien von Sozialraumorientierung
   - 1.3 Sozialmonitoring als Steuerungsinstrument für Sozialraumorientierung
2. Handlungsfeld Individuum: Methoden und Techniken
   - 2.1 Familienrat
   - 2.2 Ressourcencheck
   - 2.3 Eco-Mapping

3. Handlungsfeld Netzwerk: Methoden und Konzepte
   - 3.1 Stadtteilerkundung
   - 3.2 Nadelmethode
   - 3.3 Sozialraumprojekte

4. Handlungsfeld Organisation: Methoden und Vorgehensweisen
   - 4.1 Innovation und Provokation
   - 4.2 Nutzerbefragung

5. Handlungsfeld Sozialstruktur: Methoden und Verfahren
   - 5.1 Aktionsformen im öffentlichen Raum
   - 5.2 Großgruppenmethoden

6. Kritik und Weiterentwicklung
   - 6.1 Kritische Diskussion
   - 6.2 Entwicklungsmöglichkeiten aus der Praxis - Ideenkonferenz

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Budde, W./Früchtel, F./Hinte, W. (Hrsg.) (2006): Sozialraumorientierung. Wege zu einer veränderten Praxis. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Deinet, U. (Hrsg.) (2009): Methodenbuch Sozialraum. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Früchtel, F./Cyprian, G./Budde, W. (2013): Sozialer Raum und Soziale Arbeit. Textbook: Theoretische Grundlagen. 3. Auflage, Springer VS, Wiesbaden. ▪ Früchtel, F./Budde, W./Cyprian, G. (2013): Sozialer Raum und Soziale Arbeit. Fieldbook: Methoden und Techniken. 3. Auflage, Springer VS, Wiesbaden. ▪ Fürst, R./Hinte, W. (Hrsg.) (2014): Sozialraumorientierung. Ein Studienbuch zu fachlichen, institutionellen und finanziellen Aspekten. Facultas, Wien. ▪ Haller, D./Hinte, W./Kummer, B. (Hrsg.) (2007): Jenseits von Tradition und Postmoderne. Sozialraumorientierung in der Schweiz, Österreich und Deutschland. Juventa, Weinheim. ▪ Hinte, W./Treeß, H. (2014): Sozialraumorientierung in der Jugendhilfe. Theoretische Grundlagen, Handlungsprinzipien und Praxisbeispiele einer kooperativ-integrativen Pädagogik. 3. Auflage, Beltz Juventa, Weinheim. ▪ Kessl, F. et al. (Hrsg.) (2005): Handbuch Sozialraum. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Kessl, F./Reutlinger, C. (Hrsg.) (2008): Schlüsselwerke der Sozialraumforschung. Traditionslinien in Texten und Kontexten. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Noack, M. (2015): Kompendium Sozialraumorientierung. Geschichte, theoretische Grundlagen, Methoden und kritische Positionen. Beltz Juventa, Weinheim. ▪ Schönig, W. (2014): Sozialraumorientierung. Grundlagen und Handlungsansätze. 2. Auflage, Wochenschau Verlag, Schwalbach. ▪ Werlen, B. (2005): Grenzen des Sozialraums. Kritik eines Konzepts – Perspektiven für Soziale Arbeit. VS Verlag, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Netzwerkarbeit

Kurscode: DLMSAWSRON02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Modulkurs werden die Grundlagen der (sozialen) Netzwerkarbeit theoretisch vertieft und in ihrer Praxisrelevanz anwendungsbezogen diskutiert. In den Fokus rücken ausgewählte Konzepte und Verfahren. Durch konkrete Praxisbeispiele werden Parallelen sichtbar und in ihrer Umsetzung diskutierbar. Der Erwerb von anwendungsbezogenem Wissen und Fähigkeiten zur Evaluation von Netzwerken runden den Kurs ab.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Konzept der (sozialen) Netzwerkarbeit vertiefend zu erläutern, sozialtheoretisch einzubetten und sich kulturell als professionelle Fachkräfte anzueignen.
- verschiedene theoretische Zugänge zu sozialen Netzwerken zu unterscheiden und einander gegenüberzustellen.
- Konzepte und Verfahren von Netzwerkarbeit probeweise zielgerichtet durchzuführen und selbstkritisch zu reflektieren.
- anhand von konkreten Beispielen aus der Praxis Funktion und Bedeutung von Netzwerken selbstständig zu beurteilen.
- Netzwerkpraxis systematisch zu evaluieren.

Kursinhalt

1. (Soziale) Netzwerkarbeit – die theoretischen Grundlagen
   - 1.1 Definition, Funktion und Aufgaben
   - 1.2 Die Netzwerk-Gesellschaft – Leben in und mit Netzwerken
   - 1.3 Netzwerkarbeiten als Kultur
   - 1.4 Anforderungen an pädagogische Fachkräfte
2. Theorien sozialer Netzwerke
   - 2.1 Handlungstheorie
   - 2.2 Sozialkapital
   - 2.3 Systemtheorie
   - 2.4 Akteur-Netzwerk-Theorie
3. Konzepte und Verfahren

3.1 Empowerment
3.2 Selbsthilfe: Unterstützung durch Netzwerkbildung
3.3 Vernetzung sozialer Dienste und Angebote

4. Netzwerk und Kooperation – konkrete Praxisbeispiele aus ausgewählten Arbeitsfeldern
4.1 Frühe Hilfen
4.2 Von der Kita zum Familienzentrum
4.3 Weitere Beispiele aus dem (inter)nationalen Kontext Sozialer Arbeit

5. Netzwerkevaluation
5.1 Indikatoren, Methoden und Verfahren der Netzwerkevaluation
5.2 Netzwerkevaluation in der Praxis

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Beushausen, J. (2012:) Genogramm- und Netzwerkanalyse. Die Visualisierung familiärer und sozialer Strukturen. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen. ▪ Bommes, M./Tacke, V. (2007): Netzwerke in der Gesellschaft der Gesellschaft. Funktionen und Folgen einer doppelten Begriffsverwendung. In: Soziale Systeme, 13. Jahrgang, Heft 1 + 2, S. 9–20. ▪ Bullinger, H./Nowak, J. (1998): Soziale Netzwerkarbeit. Lambertus, Freiburg im Breisgau. ▪ Fischer, J./Kosellek, T. (Hrsg.) (2013): Netzwerke und soziale Arbeit. Theorien, Methoden, Anwendungen. Beltz Juventa, Weinheim. ▪ Fischer, J./Geene, R. (Hrsg.) (2017): Netzwerke in Frühen Hilfen und Gesundheitsförderung. Neue Perspektiven kommunaler Modernisierung. Beltz Juventa, Weinheim. ▪ Fuhse, J. A. (2016): Soziale Netzwerke. Konzepte und Forschungsmethoden. UVK/Lucius, Konstanz/München. ▪ Häußling, R. et al. (Hrsg.) (2017): Visualisierung sozialer Netzwerke. Springer VS, Wiesbaden. ▪ Hollstein, B./Straus, F. (Hrsg.) (2006): Qualitative Netzwerkanalyse. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Holzer, B. (2006): Netzwerke. 2. Auflage, transcript, Bielefeld. ▪ Müller, K.-D. (2013): Erfolgreich Denken und Arbeiten in Netzwerken. Networking als Kulturtechnik. Springer VS, Wiesbaden. ▪ Quilling, E. et al. (2013): Praxiswissen Netzwerkarbeit. Gemeinnützige Netzwerke erfolgreich gestalten. Springer VS, Wiesbaden. ▪ Schubert, H. (Hrsg.) (2008): Netzwerkmanagement. Koordination von professionellen Vernetzungen – Grundlagen und Beispiele. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Stegbauer, C. (Hrsg.) (2008): Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Steinheuser, S. (2006): Aufbau und Stabilisierung von Vertrauen in interorganisationalen Netzwerken. Hampp, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Nonprofit Management und Strategisches Management

Modulcode: DLMSOMWNPMSM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Nico Sturm (Nonprofit Management) / Prof. Dr. Lena Bernhofer (Strategisches Management)

Kurse im Modul

- Nonprofit Management (DLMSOMWNPM01)
- Strategisches Management (MMAN01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Nonprofit Management • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation Strategisches Management • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Nonprofit Management

- Grundbegriffe und Grundlagen des Nonprofit-Managements
- Historie und Vertreter des Nonprofit-Sektors
- Nonprofit Governance
- Entwicklung eines Nonprofit-Managementkonzepts
- Ressourcenmanagement von Nonprofit-Organisationen

Strategisches Management

- Grundlagen des Strategischen Managements
- Strategische Analyse: das Unternehmen und sein Umfeld
- Strategische Optionen: Formulierung und Auswahl von Business- und Konzernstrategien
- Strategieimplementierung und strategischer Wandel
- Ansätze strategischer Evaluierung

Qualifikationsziele des Moduls

Nonprofit Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Relevanz des Nonprofit-Sektors einzuschätzen und an Beispielen zu belegen.
- Fragestellungen und Besonderheiten des Nonprofit-Managements zu erläutern, zu analysieren und zu diskutieren.
- das Instrumentarium des Nonprofit-Managements sowohl theoretisch zu erläutern als auch auf praktische Fragestellungen anzuwenden.
- Theorien und Erkenntnisse im Bereich des Nonprofit-Managements kritisch zu diskutieren.
- aktuelle Forschungserkenntnisse im Nonprofit-Management darzulegen und auf die Praxis zu übertragen.
- Berufsbilder im Nonprofit-Bereich und deren Herausforderungen zu erläutern und zu diskutieren.
- Managementkonzepte zu erstellen, kritisch zu hinterfragen und anzuwenden.
- mit unterschiedlichen modernen Präsentationstechniken umzugehen und diese situationsbezogen anzuwenden.
- eigenständige Argumentationen theorie- und empiriebasiert zu entwickeln und zu präsentieren.

Strategisches Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unternehmenspolitischen Grundlagen des Strategischen Managements zu verstehen, den Strategiebegriff zu definieren und auf verschiedene Strategieebenen beziehen zu können sowie den Strategiebildungsprozess nachvollziehen zu können.
- das Unternehmen und sein Umfeld mittels geeigneter Instrumente und Methoden zu analysieren und diese Analysen praxisgerecht zusammenzuführen.
- Strategien auf unterschiedlichen Ebenen (Business, Konzern) zu formulieren und geeignete Optionen auszuwählen.
- komplexe Strategien zu operationalisieren und vor dem Hintergrund des strategischen Wandels lösungsorientiert zu strukturieren und zu gestalten.
- Strategien adressatengerecht mittels geeigneter Instrumente und Indikatoren zu evaluieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus den Bereichen Sozialmanagement und Betriebswirtschaft & Management auf	Alle Master-Programme aus den Bereichen Sozialwissenschaften und Wirtschaft & Management

Nonprofit Management

Kurscode: DLMSOMWNPM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs gibt einen detaillierten Einblick in das Management von Nonprofit-Organisationen. Dabei erfolgt zunächst eine Auseinandersetzung mit den Grundbegriffen und Grundlagen des Nonprofit-Managements, welche die historische Entwicklung und den theoretischen Bezugsrahmen fokussiert. Darüber hinaus werden die Studierenden mit den Herausforderungen in der Führung von Nonprofit-Organisationen konfrontiert. Hierzu werden neben aktuellen Forschungsbefunden auch Governance-Praxisinitiativen diskutiert und unter Berücksichtigung ethischer Aspekte auf die Entwicklung von Managementkonzepten hin reflektiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Relevanz des Nonprofit-Sektors einzuschätzen und an Beispielen zu belegen.
- Fragestellungen und Besonderheiten des Nonprofit-Managements zu erläutern, zu analysieren und zu diskutieren.
- das Instrumentarium des Nonprofit-Managements sowohl theoretisch zu erläutern als auch auf praktische Fragestellungen anzuwenden.
- Theorien und Erkenntnisse im Bereich des Nonprofit-Managements kritisch zu diskutieren.
- aktuelle Forschungserkenntnisse im Nonprofit-Management darzulegen und auf die Praxis zu übertragen.
- Berufsbilder im Nonprofit-Bereich und deren Herausforderungen zu erläutern und zu diskutieren.
- Managementkonzepte zu erstellen, kritisch zu hinterfragen und anzuwenden.
- mit unterschiedlichen modernen Präsentationstechniken umzugehen und diese situationsbezogen anzuwenden.
- eigenständige Argumentationen theorie- und empiriebasiert zu entwickeln und zu präsentieren.

Kursinhalt

1. Grundbegriffe und Grundlagen des Nonprofit-Managements
   - 1.1 Begriffsgrundlagen des Nonprofit-Managements
   - 1.2 Umfang und Abgrenzungsprobleme des Nonprofit-Sektors
   - 1.3 Bedeutung des Nonprofit-Sektors
2. Historie und Vertreter des Nonprofit-Sektors

2.1 Historische Entwicklung
2.2 Erklärungsansätze
2.3 Rechtsformen von Nonprofit-Organisationen

3. Nonprofit Governance
3.1 Begriffsdefinition Nonprofit Governance
3.2 Theorien zur Erklärung von Nonprofit Governance
3.3 Nonprofit Governance Standards

4. Entwicklung eines Nonprofit-Managementkonzepts
4.1 Das Freiburger Management-Modell für Nonprofit-Organisationen
4.2 Das Nonprofit-Managementkonzept nach Helmig und Boenigk

5. Ressourcenmanagement von Nonprofit-Organisationen
5.1 Human Ressourcen
5.2 Finanzmittel
5.3 Kooperationen von Nonprofit-Organisationen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Helmig, B. & Boenigk, S. (2020). Nonprofit Management (2. Aufl.). Vahlen.
- Krummenacher, J., Buerkli, C., Bürkler, P. & Schnyder, A. (2018). Management von Nonprofit-Organisationen. Seismo.
- Lichtsteiner, H. et al. (2020). Das Freiburger Management-Modell für Nonprofit-Organisationen (9. Aufl.). Haupt.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Strategisches Management

Kurscode: MMAN01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Auf der Basis zentraler Orientierungspunkte der Unternehmenspolitik (Werte, Vision, Mission und Ziele) werden die Studierenden in die Lage versetzt, strategische Analysen des Unternehmensumfeldes und des Unternehmens selbst durchzuführen und diese im Rahmen integrativer Konzepte zusammenzuführen. Mittels der Diskussion strategischer Optionen auf verschiedenen Strategieebenen (Business, Konzern) werden Kompetenzen der Strategieentwicklung und -beurteilung vertieft. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, geeignete Strategien auszuwählen und deren Implementierung zu planen und zu steuern. Um die Wirksamkeit der Strategien beurteilen zu können und die Informations- und Kontrollbedürfnisse unterschiedlicher Adressaten zu verstehen, werden die Teilnehmer schließlich auch in der Strategischen Evaluierung geschult; dabei werden verschiedene Instrumente und Indikatoren diskutiert und im Rahmen von Fallbeispielen veranschaulicht.Mithilfe von Übungen und Fallstudien werden die Teilnehmer zudem aufgefordert, sich in die Rolle verantwortlicher Entscheider zu versetzen und aus dieser Perspektive heraus konkrete Problemstellungen zu analysieren und geeignete Lösungen zu erarbeiten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unternehmenspolitischen Grundlagen des Strategischen Managements zu verstehen, den Strategiebegriff zu definieren und auf verschiedene Strategieebenen beziehen zu können sowie den Strategiebildungsprozess nachvollziehen zu können.
- das Unternehmen und sein Umfeld mittels geeigneter Instrumente und Methoden zu analysieren und diese Analysen praxisgerecht zusammenzuführen.
- Strategien auf unterschiedlichen Ebenen (Business, Konzern) zu formulieren und geeignete Optionen auszuwählen.
- komplexe Strategien zu operationalisieren und vor dem Hintergrund des strategischen Wandels lösungsorientiert zu strukturieren und zu gestalten.
- Strategien adressatengerecht mittels geeigneter Instrumente und Indikatoren zu evaluieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Strategischen Managements
   - 1.1 Vision, Mission, Werte und Ziele
   - 1.2 Der Strategiebegriff
   - 1.3 Strategieebenen

1.4 Der idealtypische Strategiebildungsprozess

2. Strategische Analyse: Das Unternehmen und sein Umfeld
   - 2.1 Das Makroumfeld
   - 2.2 Das Mikroumfeld
   - 2.3 Unternehmensanalyse
   - 2.4 Zusammenführung der Analysen

3. Strategische Optionen des Unternehmens
   - 3.1 Geschäftsbereichsstrategien
   - 3.2 Konzernstrategien
   - 3.3 Auswahl strategischer Optionen

4. Strategie in Aktion – die Implementierung
   - 4.1 Organisatorische Rahmenbedingungen
   - 4.2 Operationalisierung
   - 4.3 Strategischer Wandel

5. Strategische Evaluierung
   - 5.1 Grundsätze, Ziele und Anforderungen
   - 5.2 Kennzahlen und Indikatoren
   - 5.3 Instrumente

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Bea, F. X./ Haas, J. (2017): Strategisches Management. 9. Auflage, UTB, Stuttgart. ISBN-13: 978-3825287078. ▪ Grant, R. M. (2014): Moderne strategische Unternehmensführung. Wiley, Weinheim. ▪ Grant, R. M./Nippa, M. (2006): Strategisches Management. Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien. 5. Auflage. Pearson, München. ISBN-13: 978-3827372208. ▪ Harvard Business School Essentials (Hrsg.) (2006): The Essentials of Strategy. Harvard Business School Press, Boston. ISBN-13: 978-1591398226. ▪ Hinterhuber, H. H. (2015): Strategische Unternehmensführung, 9. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin. ISBN-13: 978-3503158690. ▪ Hungenberg, Harald (2014): Strategisches Management in Unternehmen. Springer Gabler, Wiesbaden, 8. Auflage ▪ Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R. (2008): Exploring Corporate Strategy. 8. Auflage, Prentice Hall, Harlow. ISBN-13: 978-0273711926. ▪ Mintzberg, H./Ahlstrand, B./Lampel, J. (2012): Strategy Safari. Der Wegweiser durch den Dschungel des strategischen Managements. Finanzbuch Verlag, München. ISBN-13: 978-3898796750. ▪ Porter, M. E. (2010): Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten. 7. Auflage, Campus, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3593388502. ▪ Reisinger, S. / Gattringer, R./ Strehl, F. (2017): Strategisches Management. 2. Auflage, Pearson, Hallbergmoos. ▪ Steinmann, H. / Schreyögg, G./ Koch, J. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834922137. ▪ Welge, M. K./ Al-Laham, A./ Eulerich, Marc (2017): Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung, Springer Gabler. 7. Auflage, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

New Work und Agilität

Modulcode: DLMSVWNWA

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Heike Schiebeck (New Work) / Bernhard Wecke (Agilität und kreative Arbeitsmethoden)

Kurse im Modul

- New Work (DLMWPWNW01)
- Agilität und kreative Arbeitsmethoden (DLMWPAKAM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	New Work • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation Agilität und kreative Arbeitsmethoden • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

New Work

- New Work – eine neue Arbeitswelt
- Restrukturierung der Organisation
- Neue Aspekte im Recruiting
- Mitarbeitermotivation und -bindung
- Empowerment von Mitarbeitern
- Neue Arbeitsmethoden
- Arbeitslandschaften

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Der Kurs vermittelt den Studierenden das Wissen für die Notwendigkeit der Einführung von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden in Unternehmen. Es vermittelt die Grundlagen der Agilität, geht auf die Prozessmodelle der Kreativität ebenso ein wie auf die verschiedenen Arten von Denkwerkzeugen in Abhängigkeit der jeweils erforderlichen Denkfertigkeiten im Rahmen der Lösungsfindung zur Befriedigung von Kundenwünschen. Die Studierenden werden damit in die Lage versetzt, Innovationsteams anzuleiten und in ihrem Prozess auf der Suche nach neuen Wegen und Lösungen mit entsprechendem Prozess- und Methodenwissen zu begleiten. Anhand von Praxisbeiträgen aus Unternehmen, die Agilität bereits eingeführt haben und erfolgreich leben werden die erfolgsrelevanten und erfolgskritischen Parameter beleuchtet. Damit erhalten die Studierenden einen weit gefächerten Einblick über die Chancen und Möglichkeiten einer agilen denkenden und handelnden Organisation. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Qualifikationsziele des Moduls

New Work

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Bereich „New Work“ im Kontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- ein Verständnis für die notwendigen betrieblichen und organisationalen Veränderungen in Unternehmen aufzubauen.
- neue Formen der Zusammenarbeit gegeneinander abzuwägen und entsprechend der Anforderungen in Unternehmen einzuführen.
- neue Wege in der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern zu benennen und deren Notwendigkeit des Einsatzes zu verstehen.
- die neuen Aspekte der Motivation von Mitarbeitern zu diskutieren.
- Maßnahmen zur Befähigung und zum Kompetenzaufbau von Mitarbeitern zu erläutern.
- Ziele, Methoden und Instrumente im Rahmen des „New Work“ zu benennen.
- spezifische neue Methoden der Arbeit differenziert zu betrachten und zu implementieren.

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Spektrum der Themenfelder rund um Agilität und kreative Arbeitsmethoden zu benennen.
- die Anwendungsmöglichkeiten von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden im wirtschaftspsychologischen Kontext zu diskutieren.
- die behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung, Notwendigkeit und den Einfluss der Agilität und der kreativen Arbeitsmethoden vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen zu erläutern und diese anhand von Beispielen darzustellen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien, Methoden und Instrumente in der unternehmerischen Praxis zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema aus dem Bereich Agilität und kreative Arbeitsmethoden wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Veränderung von Organisationen und Arbeitsweisen in Bezug auf Agilität und kreative Arbeitsmethoden kritisch zu reflektieren, zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse und Herangehensweisen in Verbindung mit Agilität und kreativer Arbeitsmethoden zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen der damit verbundenen organisationalen Transformation zu erarbeiten sowie die neuen Methoden und Instrumente anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus den Bereichen Human Resources sowie Projektmanagement auf	Alle Master-Programme in den Bereichen Human Resources und Wirtschaft & Management

New Work

Kurscode: DLMWPWNW01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unsere Arbeitswelt verändert sich gerade rasant. Es kommt zu gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbrüchen. Die digitale Revolution führt die Gesellschaft in ein neues Zeitalter. Digitalisierung und Globalisierung stellen die Wirtschaft vor nie dagewesene Herausforderungen und heben uns auf die nächste Evolutionsstufe. Dies hat beträchtliche Auswirkungen auf die Arbeitsrealität der Menschen. Kollaborationsmethoden, neue Formen der Arbeit und veränderte Hierarchien gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. Starre Unternehmenshierarchien nach dem Prinzip „Kommandieren und Kontrollieren“ haben in einer auf Schnelligkeit, Flexibilität und digitale Angebote ausgerichteten Arbeitswelt ausgedient. Der Wandel der Arbeitswelt bietet aber auch neue Möglichkeiten. Die vordringlichste Aufgabe in den Unternehmen ist es deshalb, die Mitarbeiter mit den neuen, digital geprägten Arbeitsrealitäten in Einklang zu bringen. Das bedeutet, den Menschen in den Mittelpunkt der Digitalisierung zu stellen. Dafür müssen diese den entsprechenden Zugang, das Wissen, die Methoden und Möglichkeiten der Zusammenarbeit vermittelt bekommen. Dieses Verständnis wird bei den Studierenden in diesem Kurs aufgebaut. Ihnen wird das notwendige Wissen und Handwerkszeug zur Umsetzung der erforderlichen Maßnahmen in Unternehmen und Organisationen vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Bereich „New Work“ im Kontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- ein Verständnis für die notwendigen betrieblichen und organisationalen Veränderungen in Unternehmen aufzubauen.
- neue Formen der Zusammenarbeit gegeneinander abzuwägen und entsprechend der Anforderungen in Unternehmen einzuführen.
- neue Wege in der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern zu benennen und deren Notwendigkeit des Einsatzes zu verstehen.
- die neuen Aspekte der Motivation von Mitarbeitern zu diskutieren.
- Maßnahmen zur Befähigung und zum Kompetenzaufbau von Mitarbeitern zu erläutern.
- Ziele, Methoden und Instrumente im Rahmen des „New Work“ zu benennen.
- spezifische neue Methoden der Arbeit differenziert zu betrachten und zu implementieren.

Kursinhalt

1. New Work: Grundlagen und Ansätze
   - 1.1 Old Economy versus New Work

1.2 Gesellschaftliche Ebene (Makroebene)
1.3 Unternehmensebene (Mesoebene)
1.4 Managementanforderungen in Unternehmen (Mikroebene)
1.5 Neue Rollen von People, Places, Tools
1.6 Digitales Mindset
1.7 Rolle und Bedeutung von Diversität

2. Neue Aspekte im Recruiting
2.1 Active Sourcing
2.2 Social Media Recruiting
2.3 Kandidatenbewerbung via Staffingplattformen und Co.
2.4 Person-Environment-Fit
2.5 Auswahlprozesse und Verfahren
2.6 Onboarding

3. Mitarbeitermotivation und -bindung
3.1 Motivation und Empowerment
3.2 Selbstbestimmung (Autonomy)
3.3 Kompetenz und Perfektion (Mastery)
3.4 Sinnerfüllung (Purpose)
3.5 Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung an Unternehmen und Team

4. Empowering Workforce
4.1 Fehlertolerante Unternehmenskultur
4.2 Empowering & Shared Leadership
4.3 Lebenslanges Lernen und Weiterbildung
4.4 Kollaboration durch vernetztes Lernen und Wissensteilung

5. Restrukturierung der Organisation – neue Organisationsstrukturen
5.1 Hierarchie, Heterarchie und agile Organisationsform
5.2 Netzwerkstrukturen und Schwarmintelligenz
5.3 Holokratie
5.4 Soziokratie

6. Neue Arbeitsmethoden
6.1 Agiles Arbeiten in der VUCA-Welt
6.2 Design Thinking
6.3 Kanban

6.4 Scrum
6.5 Workhack
6.6 Prototyping

7. Agile Arbeitslandschaften in der Organisation
7.1 Flexible Arbeits(zeit)modelle und Work-Life-Blending
7.2 Flexible Arbeitswelten und -räume
7.3 Kollaborative Arbeitstechnologien und -werkzeuge

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Appelo, J. (2011): Management 3.0. Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders. Addison-Wesley Longman, Amsterdam.
- Dannhäuser, R. (2017): Praxishandbuch Social Media Recruiting. 3. Auflage, Springer, Berlin.
- Greßer, K./Freißler, R. (2018): Agil und erfolgreich führen. Neue Leadership-Kompetenzen. Edition managerSeminare, Bonn.
- Hurst, A. (2016): The Purpose Economy. Elevate Publishing, Boise/Idaho.
- Schüller, A. M./ Steffen, A. T. (2017): Fit für die Next Economy. Zukunftsfähig mit den Digital Natives. Wiley, Weinheim.
- Hackl, B. et al. (2017): New Work. Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt. Springer, Berlin.
- Robertson, B. J. (2016): Holacracy. Ein revolutionäres Management-System für eine volatile Welt. Vahlen, München.
- Schermuly, C. C. (2016): New Work – Gute Arbeit gestalten. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Schültken, L. (2017): Workhacks. Sechs Angriffe auf eingefahrene Arbeitsabläufe. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Sociocracy 3.0 – Effective Collaboration at any scale (http://sociocracy30.org, Stand 29.03.2018)
- Ullah, R./Witt, M. (2015): Praxishandbuch Recruiting. Grundlagenwissen, Prozess-Know-How, Social Recruiting. Schaeffer Poeschel, Stuttgart.
- Väth, M. (2016): Arbeit. die schönste Nebensache der Welt. Wie New Work unsere Arbeitswelt revolutioniert. Gabal, Offenbach.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Kurscode: DLMWPAKAM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Agilität und kreative Arbeitsmethoden“ setzt sich mit der Notwendigkeit der Transformation von etablierten Organisationsstrukturen und Arbeitsweisen sowie der nachhaltigen Verankerung von Agilität, agilen Prinzipien und Methoden in Unternehmen auseinander. Er beschäftigt sich u.a. mit folgenden Fragestellungen: Wie gestalten Unternehmen Transformationen? Wie erhöhen sie ihren agilen Reifegrad in der Organisation? Wie lassen sich verkrustete Strukturen, starre Prozesse und Abteilungsdenken überwinden? Wie verleiht man Unternehmen Agilität? Wie bewegt man eine ganze Organisation zum Umdenken? Der Kurs geht auf die Bedeutung von Strategie, Struktur, Prozess, Führung, Methoden, Instrumente und Kultur im Rahmen der agilen Organisation ein. Er behandelt verschiedene kreative Arbeitsmethoden, die je nach Phase des Kreativprozesses zur Anwendung kommen, um gezielt verschiedene Denkfertigkeiten zu unterstützen, damit Lösungen für ergebnisoffene Herausforderungen zur Ausrichtung an Kundenwünschen entstehen können.Die Studierenden diskutieren verschiedene Prozessmodelle und Methoden und wenden diese selbständig an. Sie verknüpfen ihr wirtschaftspsychologisches, unternehmerisches Wissen mit agilen Prinzipien und Instrumenten. Ihr Wissen und die gemachten Erfahrungen reflektieren sie kritisch und hinterfragen diese.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Spektrum der Themenfelder rund um Agilität und kreative Arbeitsmethoden zu benennen.
- die Anwendungsmöglichkeiten von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden im wirtschaftspsychologischen Kontext zu diskutieren.
- die behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung, Notwendigkeit und den Einfluss der Agilität und der kreativen Arbeitsmethoden vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen zu erläutern und diese anhand von Beispielen darzustellen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien, Methoden und Instrumente in der unternehmerischen Praxis zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema aus dem Bereich Agilität und kreative Arbeitsmethoden wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Veränderung von Organisationen und Arbeitsweisen in Bezug auf Agilität und kreative Arbeitsmethoden kritisch zu reflektieren, zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse und Herangehensweisen in Verbindung mit Agilität und kreativer Arbeitsmethoden zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen der damit verbundenen organisationalen Transformation zu erarbeiten sowie die neuen Methoden und Instrumente anzuwenden.

Kursinhalt

- Vor dem Hintergrund eines turbulenten, unbeständigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfelds können prozess- und projektorganisierte Organisationsstrukturen aufgrund ihrer starren Hierarchien und des abteilungsbezogenen Denkens und Handelns mit dem Wandel und den damit einhergehenden Anforderungen nicht mithalten. Die weiter voranschreitende Digitalisierung und der Einzug der künstlichen Intelligenz in immer mehr Leistungsbereiche erfordern neue Formen des Unternehmensorganisation und der Unternehmensführung. Um langfristig am Markt bestehen zu können, müssen Unternehmen mit immer neuen Dienstleistungen und Produkten aufwarten. Traditionelle Organisationen fokussieren sich sehr stark auf sich selbst. Sie denken und handeln in Pyramiden und Silos. Agilität wird notwendig, um in einer von Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität (VUKA) geprägten Welt zu überleben. Agile Unternehmen richten ihre Strategie am Kunden aus und streben eine Maximierung des Kundennutzens an. An die Stelle von hierarchischen Strukturen mit großer Machtfülle an der Spitze der Pyramide, treten andere Organisationsformen mit verteilter Autorität. Die Zukunft wird bestimmt von selbstorganisierten agilen Unternehmen. Für Unternehmen bedeutet Agilität und die damit verbundenen kreativen Arbeitsmethoden die Fähigkeit, in einer Wettbewerbsumgebung gewinnbringend zu operieren. Dadurch wird es möglich auf Umweltveränderungen und sich verändernde Kundenwünsche schneller zu reagieren. Doch wie funktionieren agile selbstorganisierte Unternehmen und wie betreiben sie Innovation?

Welche Rolle und Bedeutung kommt Wirtschaftspsychologen dabei zu? Damit setzt sich dieser Kurs auseinander.Jeder Teilnehmer soll zu einem von ihm ausgewählten Thema ein Projekt/Teilprojekt durchführen und hierzu einen Projektbericht erstellen.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Anderson, K./Uhlig, J. (2015): Das agile Unternehmen – Wie Organisationen sich neu erfinden. CAMPUS VERLAG, Frankfurt.
- Appelo, J. (2011): Management 3.0 - Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders. Addison-Wesley Longman, Amsterdam.
- Atelier für Ideen (2018): Kreativitätstechniken. (http://www.ideenfindung.de/%C3%9Cbersicht-Liste-Kreativitaetstechniken-Ideenfindung.html, Stand 26.03.2018)
- Bachfischer, N. (2018): Sprungbrett in die Zukunft – Wie Unternehmen in einer Start-Up-Welt erfolgreich sein können. innovaMe LAB, Tutzing.
- Dark Horse Innovation (2017): Digital Innovation Playbook. Murmann Publishers, Hamburg.
- Häusling, A. (2017): Agile Organisationen. Transformationen erfolgreich gestalten. Beispiele agiler Pioniere. Haufe Lexware, Freiburg.
- Knapp, J./Zeratsky, J./Kowitz, B. (2016): Sprint - Wie man in nur fünf Tagen Ideen testet und Probleme löst. Redline, München.
- Lasnia, M./Nowotny, V. (2018): AGILE EVOLUTION. Eine Anleitung zur agilen Transformation. BusinessVillage, Göttingen.
- Moran, A. (2015): Managing Agile. Strategy, Implementation, Organisation and People. Springer, Heidelberg/New York.
- Nöllke, M. (2015): Kreativitätstechniken. 7. Auflage, Haufe Lexware, Freiburg.
- Scheller, T. (2017): Auf dem Weg zur agilen Organisation. Vahlen, München.
- Rustler, F. (2017): Innovationskultur der Zukunft. Wie selbstorganisierte agile Unternehmen die Digitalisierung meistern. Midas Management Verlag, St. Gallen/Zürich.
- Rustler, F. (2017): Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation. Midas Management Verlag, St. Gallen/Zürich.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Diversity Management

Modulcode: DLMSVDM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Anastasia Hermann (Diversity Management) / Prof. Dr. Anastasia Hermann (Seminar: Diversity Management)

Kurse im Modul

- Diversity Management (DLMSVDM01)
- Seminar: Diversity Management (DLMSVDM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Diversity Management • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten (50) Seminar: Diversity Management • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (50)

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Diversity Management

- Einführung in Diversity Management
- Dimensionen von Diversity und deren Relevanz aus gesellschaftlicher und arbeitsrechtlicher Perspektive
- Theorien und Theoriezugänge des Diversity Managements
- Diversity Management aus der Organisationsperspektive
- Kritische Reflexion von Diversity Management

Seminar: Diversity Management

Vor dem Hintergrund von Megatrends, wie der sich weiter fortschreitenden Globalisierung, New Work und Digitalisierung werden die Belegschaften von Unternehmen sowie Organisationen im Allgemeinen zunehmend diversifizierter. In diesem Modul werden aktuelle und praxisrelevante Aspekte des Diversity Managements aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet. Dabei wird Diversity als Chance und nicht als Problem gesehen, gerade deshalb dürfen kritische Fragen nicht vernachlässigt.

Qualifikationsziele des Moduls

Diversity Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Aspekte des Diversity Managements in ihrem Kontext zu beschreiben.
- Potenziale und Herausforderungen von Diversity Management in Organisationen zu erkennen.
- Theorien und Konzepte des Diversity Managements zu analysieren und vergleichen.
- praktische Instrumente und Methoden des Diversity Managements anzuwenden.
- Studien und Aussagen zum Thema Diversity Management zu analysieren und hinterfragen.
- sich kritisch mit den theoretischen und praktischen Aspekten des Diversity Managements auseinandersetzen.

Seminar: Diversity Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Vielfalt in der sich weiter globalisierenden und digitalisierenden Welt kritisch zu beurteilen.
- Konzepte und Praktiken des Diversity Managements in unterschiedlichen Kontexten, Branchen und Ländern zu identifizieren, zu vergleichen und zu bewerten.
- Konzepte und Ideen zu entwickeln, die zu einer besseren Akzeptanz und erfolgreichen Umsetzung des Diversity Managements führen.
- ein aktuelles Thema aus dem Diversity Management selbstständig unter Verwendung der zeitgenössischen und relevanten Literatur (Monographien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Human Resources auf	Alle Master-Programme im Bereich Human Resources

Diversity Management

Kurscode: DLMSVDM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Aus organisatorischer Sicht umfasst Diversity Management Strategien und Methoden, um die organisatorische Vielfalt aktiv zu planen, zu koordinieren und zu steuern. Diversity Management zielt darauf ab, die Vielfalt der individuellen Kompetenzen, Eigenschaften, Haltungen und kulturellen Hintergründe der Mitarbeiter für den Erfolg der Organisation zu erschließen und zu nutzen. Dabei stehen die Anerkennung und die Respektierung der Unterschiede in all ihren Ausprägungen wie Herkunft, Geschlecht, Alter, Religion, sexuelle Orientierung etc. im Vordergrund, um die Integration der Organisationsmitglieder und ihr Wohlbefinden zu fördern.Megatrends wie Globalisierung, demographische Veränderung und New Work führen dazu, dass die Vielfalt in einer Organisation weiter zunimmt und an Bedeutung gewinnt. Vielfalt wird eher zur Norm als zur Ausnahme werden.Dieser Kurs wird den Studierenden helfen, die Bedeutung von Diversity zu erkennen und zu begreifen sowie Fähigkeiten für ein effektives und erfolgreiches Diversity Management zu erwerben. Durch die Vermittlung grundlegender Kenntnisse zu Theorien und Modellen des Diversity Managements, werden die Studierenden dazu befähigt, praktische Konzepte und Methoden zu entwickeln und anzuwenden, um das Potenzial, welches Vielfalt mit sich bringt, im Sinne der Organisation, auszuschöpfen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Aspekte des Diversity Managements in ihrem Kontext zu beschreiben.
- Potenziale und Herausforderungen von Diversity Management in Organisationen zu erkennen.
- Theorien und Konzepte des Diversity Managements zu analysieren und vergleichen.
- praktische Instrumente und Methoden des Diversity Managements anzuwenden.
- Studien und Aussagen zum Thema Diversity Management zu analysieren und hinterfragen.
- sich kritisch mit den theoretischen und praktischen Aspekten des Diversity Managements auseinandersetzen.

Kursinhalt

1. Einführung in Diversity Management
   - 1.1 Der Begriff Diversity und seine Herkunft
   - 1.2 Das Konzept des Diversity Managements
   - 1.3 Die Relevanz von Diversity Management: Trends und Hintergründe

2. Dimensionen von Diversity
   - 2.1 Dimensionen im Four-Layers-Modell
   - 2.2 Antidiskriminierungsrechtlich relevante Grundlagen
   - 2.3 Perspektiven

3. Theorien und Theoriezugänge des Diversity Managements
   - 3.1 Theorie der sozialen Identität
   - 3.2 Stereotype, Kategorisierung und Unconscious Bias
   - 3.3 Das Konzept des Othering

4. Diversity Management aus der Organisationsperspektive
   - 4.1 Organisationsdesign, Organisationskultur und Veränderungsprozesse
   - 4.2 Diversity Management aus der HR-Perspektive
   - 4.3 Diversity Management in der Führung von Mitarbeitenden

5. Diversity Management: Strategien und Konzepte
   - 5.1 Gender-Mainstreaming und Diversity-Mainstreaming
   - 5.2 Diversity, Equity und Inklusion
   - 5.3 Konfliktreduktion und Konfliktlösung

6. Ausgewählte Dimensionen und empirische Studien
   - 6.1 Gender und sexuelle Identität
   - 6.2 Religion/Weltanschauung, ethnische Herkunft und Nationalität
   - 6.3 Lebensalter, körperliche und geistige Fähigkeiten sowie soziale Herkunft

7. Kritische Reflexion von Diversity Management
   - 7.1 Diversity – Trends und Paradigmenwechsel
   - 7.2 Diversity Management als Querschnittsaufgabe
   - 7.3 Diversity – Chancen und Herausforderungen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Becker, M. (2015). Systematisches Diversity Management. Konzepte und Instrumente für die Personal- und Führungspolitik. Schäffer-Poeschel. ▪ Bendl, R., Hanappi-Egger, E. & Hofmann, R. (Hrsg.). (2012). Diversität und Diversitätsmanagement. Facultas. ▪ Hucke, V. (2017). Mit Vielfalt und Fairness zum Erfolg. Praxishandbuch für Diversity und Inclusion im Unternehmen. Springer Gabler. ▪ Scherr, A., El-Mafaalani, A. & Yüksel G. (2017). (Hrsg.). Handbuch Diskriminierung. Springer VS. ▪ Schwuchow, K. & Gutmann J. (2022). (Hrsg.). HR-Trends 2021. Strategie, Kultur, Big Data, Diversity. Haufe Group.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Seminar: Diversity Management

Kurscode: DLMSVDM02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs betrachtet die rasch zunehmende Vielfalt am Arbeitsplatz und die Globalisierung der Märkte als Chance für individuelles und organisatorisches Wachstum und nicht als ein zu lösendes Problem. Um in der heutigen wissensbasierten Wirtschaft erfolgreich zu sein, ist es wichtig, die Fähigkeit zu entwickeln, Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund und unterschiedlicher Weltanschauung zu verstehen, zu engagieren und zu integrieren - sei es in Bezug auf Geschlecht, Nationalität, Alter, Generation, Religion, Bildungsstand usw. Um das Potenzial der Vielfalt zu nutzen, müssen Konzepte und Praktiken entwickelt werden, welche für diese Thematik sensibilisieren und es ermöglichen, die Vielfalt wirksam einzusetzen, Integration zu fördern und eine produktive Zusammenarbeit in diesen zunehmend komplexen Kontexten zu gestalten.Die in diesem Kurs besprochenen Themen werden von den Studierenden in ihrer derzeitigen oder zukünftigen Rolle in privaten und öffentlichen Unternehmen bzw. Institutionen angegangen. Da Vielfalt im besten Interesse dieser Organisationen liegt, wird dieser Kurs den Studierenden helfen, die Bedeutung der Vielfalt zu erkennen und zu verstehen und Fähigkeiten für ein effektives Diversity Management, das nicht vor kritischen Fragen zurückscheut, zu erwerben.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Vielfalt in der sich weiter globalisierenden und digitalisierenden Welt kritisch zu beurteilen.
- Konzepte und Praktiken des Diversity Managements in unterschiedlichen Kontexten, Branchen und Ländern zu identifizieren, zu vergleichen und zu bewerten.
- Konzepte und Ideen zu entwickeln, die zu einer besseren Akzeptanz und erfolgreichen Umsetzung des Diversity Managements führen.
- ein aktuelles Thema aus dem Diversity Management selbstständig unter Verwendung der zeitgenössischen und relevanten Literatur (Monographien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.

Kursinhalt

- Aktuelle Themen und Aspekte des Diversity Managements. Folgender Themenkatalog, der sich in drei Themenböcke gliedert, bietet die inhaltliche Basis. Themen können vom Tutor ergänzt bzw. aktualisiert werden.
- **Themenblock 1: Megatrends und Diversity**
- Die Diversity Debatte: Wo kommen wir her und wo gehen wir hin?

- Demographischer Wandel und Diversity
- New Work und Diversity
- Digitalisierung und Diversity
- Diversity und Inklusion im Bildungsbereich
- **Themenblock 2: Diversity am Arbeitsplatz**
- Work-Life-Balance Programme und ihr Einfluss auf Diversity
- Diversity und die Rolle der Führung
- Diversity und Medien
- Diversity und Marketing
- Corporate Social Responsibility und Diversity
- Diversity Management im internationalen Vergleich
- **Themenblock 3: Diversity und Auswirkungen auf die Personalarbeit**
- Rekruitierung, Retention einer diversifizierten Belegschaft
- Diversity und Employer Branding
- Schulungs- und Trainingsmassnahmen im Unternehmen zu Diversity
- Vorurteile, Stereotypen und Mobbing am Arbeitsplatz: Auswirkungen auf Einzelpersonen, Teams und Organisationen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Borak, M./Michalle, E. (2014): Managing Diversity. Toward a Globally Inclusive Workplace. 3. Auflage. Los Angeles.
- Crittenden, V./Davis, C./Perren, R. (2020): Embracing Diversity in Marketing Education. Journal of Marketing Education. 2020;42(1):3-6.
- Davidson, M./Reinemund, S./Borst, G./Veihmeyer, J. B. (2012): How Hard Should You Push Diversity? Harvard Business Review, 90(11), 139–143.
- Entrekin, L./Scott-Ladd, B. D. (2014): Human Resource Management and Change: A Practising Manager's Guide. London: Routledge.
- Fernando, M./Romero-Fernández, P./Sánchez-Gardey, G. (2012): Transforming Human Resource Management Systems to Cope with Diversity. Journal of Business Ethics, 107(4), 511.
- Hansen, K. (2017): CSR und Diversity Management. Erfolgreiche Vielfalt in Organisationen. Springer Verlag.
- Harvard Business Review (2016): Diversity. July/August 2016. Harvard Business Publishing.
- Harvey, C./Allard, M. J. (2014): Understanding and Managing Diversity: Readings, Cases, and Exercises. 6th Edition, Pearson.
- Rowold, J. (2015). Human Resource Management: Lehrbuch für Bachelor und Master. Berlin Springer 2015.
- Stojmenovska, D./Bol, T./Leopold, T. (2017): Does Diversity Pay? A Replication of Herring (2009). American Sociological Review, 82(4), 857.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Kommunikation und Public Relations

Modulcode: DLMWKPR

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Dr. Simon Mamerow (Kommunikation und Public Relations I) / Dr. Simon Mamerow (Kommunikation und Public Relations II)

Kurse im Modul

- Kommunikation und Public Relations I (DLMWKB01)
- Kommunikation und Public Relations II (DLMWKB02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Kommunikation und Public Relations I • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Kommunikation und Public Relations II • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Kommunikation und Public Relations I

- Rahmenbedingungen und strategische Zielsetzung von Kommunikation und Public Relations
- Darstellung, kritische Würdigung und Anwendungsfelder der einzelnen Instrumente des Kommunikationsmix
- Strategische und operative Planung der Kommunikations- und Public Relations Maßnahmen inkl. Agentursteuerung und Budgetplanung

Kommunikation und Public Relations II

- Einführung in die grundlegenden Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse auf Seiten der Zielgruppen
- Ableitung zentraler Umsetzungsanforderungen an die Gestaltung wirksamer Kommunikation und Identifikation von Handlungsempfehlungen zur Gestaltung von Kommunikationsbotschaften
- Darstellung zentraler Ansätze und Instrumente zur Messung von Kommunikationswirkung

Qualifikationsziele des Moduls

Kommunikation und Public Relations I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rahmenbedingungen der Kommunikation zu erläutern und die hieraus entstehenden Konsequenzen für die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen einzuschätzen.
- mit dem Zielsystem der Kommunikation vertraut zu sein.
- alternative Strategien der Kommunikationspolitik zu identifizieren, zu bewerten und im Kontext der eigenen Zielvorstellungen weiterzuentwickeln.
- die zentralen Kommunikationsinstrumente wiederzugeben und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahmen zu beurteilen.
- über die Kompetenz zur Umsetzung von Kommunikationsstrategien in Form der Gestaltung von konkreten Maßnahmen und Instrumenten insbesondere in Form einer integrierten Kommunikation zu verfügen.
- die wesentlichen Aspekte der strategischen und operativen Kommunikationsplanung zu kategorisieren und Ansätze und Möglichkeiten zur Budgetierung und Mediaplanung sowie zur Agentursteuerung zu benennen.
- den neuesten Zukunftstrends der Kommunikations- und Markenpolitik zu überblicken.

Kommunikation und Public Relations II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse der Kommunikation einzuschätzen.
- Konsequenzen hieraus für die Entwicklung von Kommunikationsbotschaften zu ziehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Steigerung der Kommunikationswirkung entwickeln zu können.
- unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Wirkung beim Rezipienten zu beurteilen und Optimierungsmöglichkeiten entwickeln zu können.
- alternative Instrumente zur Messung der Wirkung Kommunikation zu benennen, deren Vor- und Nachteile einzuschätzen und selber diese Instrumente im Unternehmensalltag einsetzen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Public Relations Management	Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Kommunikation und Public Relations I

Kurscode: DLMWKB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden lernen die Rahmenbedingungen der Kommunikation im Kontext der vergangenen, aktuellen und künftigen Entwicklung der Medienlandschaft einzuschätzen. Auf Basis des Zielsystems der Kommunikation werden hierauf aufbauend grundsätzliche Strategieoptionen der Kommunikation gemeinsam theoretisch fundiert erarbeitet. Mithilfe dieser wissenschaftlichen Grundlage werden die alternativen Instrumente des Kommunikationsmix kritisch gewürdigt und hinsichtlich ihrer Eignung zur Erreichung alternativer Kommunikationsziele beurteilt. Praxisbeispiele und die Diskussion unterschiedlicher Anwendungsmöglichkeiten ergänzen die Betrachtungen. Darüber hinaus werden die Grundlagen der Kommunikations- und Medienplanung, der Kommunikationsbudgetbestimmung und Agenturauswahl und -steuerung vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rahmenbedingungen der Kommunikation zu erläutern und die hieraus entstehenden Konsequenzen für die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen einzuschätzen.
- mit dem Zielsystem der Kommunikation vertraut zu sein.
- alternative Strategien der Kommunikationspolitik zu identifizieren, zu bewerten und im Kontext der eigenen Zielvorstellungen weiterzuentwickeln.
- die zentralen Kommunikationsinstrumente wiederzugeben und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahmen zu beurteilen.
- über die Kompetenz zur Umsetzung von Kommunikationsstrategien in Form der Gestaltung von konkreten Maßnahmen und Instrumenten insbesondere in Form einer integrierten Kommunikation zu verfügen.
- die wesentlichen Aspekte der strategischen und operativen Kommunikationsplanung zu kategorisieren und Ansätze und Möglichkeiten zur Budgetierung und Mediaplanung sowie zur Agentursteuerung zu benennen.
- den neuesten Zukunftstrends der Kommunikations- und Markenpolitik zu überblicken.

Kursinhalt

1. Grundlagen Kommunikation und PR
   - 1.1 Kommunikation
   - 1.2 Ebenen der Kommunikation
   - 1.3 Public Relations

2. Rahmenbedingungen der Kommunikation
   - 2.1 Entwicklungsphasen der Kommunikation
   - 2.2 Die Medienlandschaft
   - 2.3 Informationsüberflutung
   - 2.4 Paradigmenwechsel

3. Kommunikationspolitik 48
   - 3.1 Kommunikation und PR im Unternehmen
   - 3.2 Ziele und Anspruchsgruppen
   - 3.3 Integrierte Kommunikation

4. Kommunikationsstrategien
   - 4.1 Markt und Positionierung
   - 4.2 Zielgruppenplanung
   - 4.3 Kommunikationsstrategien

5. Kommunikationsinstrumente
   - 5.1 Strukturierung der Kommunikationsinstrumente
   - 5.2 Werbung
   - 5.3 Social Media und Web 2.0
   - 5.4 Public Relations

6. Organisation der Kommunikation I
   - 6.1 Kommunikationspraxis
   - 6.2 Der Planungsprozess

7. Organisation der Kommunikation II
   - 7.1 Agenturen: Auswahl und Briefing
   - 7.2 Budgetierung

8. Entwicklungen
   - 8.1 Unternehmenskommunikation heute und morgen
   - 8.2 Neuromarketing
   - 8.3 Storytelling
   - 8.4 Mobile Marketing
   - 8.5 Weitere Entwicklungen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London. ▪ Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München. ▪ Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München. ▪ Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München. ▪ Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien. ▪ Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart. ▪ Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ▪ Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York. ▪ Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Kommunikation und Public Relations II

Kurscode: DLMWKB02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs erweitert und fundiert das Verständnis der Kommunikations- und Public Relationspolitik um zentrale Erkenntnisse der Konsumentenwahrnehmung. Die Studierenden lernen, grundlegende Wahrnehmungs- und Wirkmechanismen von Kommunikation aus Sicht der Zielgruppen einzuschätzen.Zentrale Anforderungen zur Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen und -inhalten werden auf Basis dieser Erkenntnisse abgeleitet und identifiziert. Techniken und Handlungsempfehlungen zur Erzielung von Werbeaufmerksamkeit, zur Informations- und Erlebnisvermittlung und zur Steigerung der Lernwirkung der Kommunikation können so erarbeitet und anhand von Praxisbeispielen vertieft werden.Darüber hinaus lernen die Studierenden die unterschiedlichen Ansätze und Instrumente zur Erfolgs- und Wirkungsmessung von Kommunikation kennen und verstehen, welches Instrument für welche Fragestellung und unter welchen Voraussetzungen das jeweils geeignete ist.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse der Kommunikation einzuschätzen.
- Konsequenzen hieraus für die Entwicklung von Kommunikationsbotschaften zu ziehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Steigerung der Kommunikationswirkung entwickeln zu können.
- unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Wirkung beim Rezipienten zu beurteilen und Optimierungsmöglichkeiten entwickeln zu können.
- alternative Instrumente zur Messung der Wirkung Kommunikation zu benennen, deren Vor- und Nachteile einzuschätzen und selber diese Instrumente im Unternehmensalltag einsetzen zu können.

Kursinhalt

1. Wahrnehmung der Kommunikation
   - 1.1 Die Wirkung von Kommunikation
   - 1.2 Psychologische und neurowissenschaftliche Erkenntnisse
   - 1.3 Bild, Text und Ton in der Kommunikation
2. Umsetzungsanforderungen: Organisation und Positionierung

2.1 Integrierte Kommunikation
2.2 Positionierung

3. Umsetzungsanforderungen: Ausgangssituation, Ziele und Zielgruppen
3.1 Kommunikative Ausgangssituation
3.2 Ziele und Zielplanung
3.3 Zielgruppen

4. Planung, Konzeption und Inszenierung
4.1 Strategie und Planung
4.2 Konzeptionsarbeit
4.3 Dramaturgie und Inszenierung

5. Der Medienmix – Praxisbeispiele
5.1 Fernsehwerbung
5.2 Livekommunikation
5.3 Public Relations

6. Social Media im Kommunikationsmix
6.1 Owned, Paid and Earned Media
6.2 Social Media und Unternehmenskommunikation

7. Kommunikations-Controlling
7.1 Wertschöpfung durch Kommunikation
7.2 Strategisches und operatives Kommunikations-Controlling
7.3 Instrumente

8. Kommunikation verpflichtet
8.1 Gesellschaftsorientierte Kommunikation
8.2 Corporate Social Responsibility (CSR)
8.3 Rechtliche Grundlagen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London. ▪ Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden. ▪ Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München. ▪ Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München. ▪ Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München. ▪ Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien. ▪ Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart. ▪ Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ▪ Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York. ▪ Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Digital Marketing

Modulcode: DLMADTWDM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Florian Perst (Online- und Social-Media-Marketing) / Prof. Dr. Adrienne Steffen (Digital Analytics und Strategies)

Kurse im Modul

- Online- und Social-Media-Marketing (DLMWOM01)
- Digital Analytics und Strategies (DLMMADAS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Online- und Social-Media-Marketing • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Digital Analytics und Strategies • Studienformat "myStudies": Written Assessment: Case Study • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (100) • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (100) • Studienformat "Distance Learning": Written Assessment: Case Study

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Online- und Social-Media-Marketing

- Grundlagen des strategischen Online Marketings
- Einführung in grundlegende Webtechnologien
- Der Online-Marketingmix
- Planung, Steuerung und Kontrolle von Online Marketing
- Ausblick und Diskussion: Die Zukunft des Onlin Marketings

Digital Analytics und Strategies

- Grundlagen und Aufgaben von Digital Analytics
- Metriken von Digital Analytics
- Digitale Key Performance Indicators (KPIs) und deren Analyse
- Digital Strategy Development
- Weiterentwicklungen und Perspektiven der Digital Analytics

Qualifikationsziele des Moduls

Online- und Social-Media-Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich mit den Rahmenbedingungen des Online- und Social Media-Marketing vertraut zu machen.
- die Besonderheiten des strategischen Online-Marketings und dessen Bedeutung für den Erfolg von Online-Marketing-Kampagnen zu kennen.
- einen vollständigen Überblick über das Instrumentarium des Online- und Social Media-Marketings zu haben, dieses kritisch zu bewerten und zielbezogen optimal einzusetzen.
- Wahrnehmungsprozesse der Nutzer zu analysieren und die Gestaltung von Online-Marketinginstrumenten kritisch zu würdigen, zu kontrollieren und zu optimieren.
- eine ausgeprägte Sensibilität für die Notwendigkeit des Schutzes der Privatsphäre bei der Nutzung neuer Internet-Technologien zu entwickeln.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen des Online-Marketings zu verstehen und darüber hinaus künftige Entwicklungen zu eruieren.

Digital Analytics und Strategies

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Umfang und das Aufgabenfeld der Digital Analytics zu verstehen und das Fachgebiet Web Analytics im Hinblick auf typische Ziele und Anwendungsgebiete zu definieren.
- zentrale Datenquellen und Metriken der Analyse digitaler Marketingdaten zu verstehen, zu selektieren, zu bewerten und vor dem Hintergrund deren jeweiliger Aussagekraft selber zu interpretieren.
- eigenständig Webanalysen zu planen, durchzuführen, die Ergebnisse zu interpretieren und Schlussfolgerungen zu ziehen und zu diskutieren.
- wesentliche Kennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) der Digital Analytics zu definieren und spezifische KPIs abzuleiten, um eigene Fragestellungen zu beantworten.
- ein erfolgreiches Mess- und Erfolgskennzahlensystem für die jeweiligen Onlineaktivitäten konzeptionell zu entwickeln, zu bewerten und zu optimieren.
- grundlegende Analysen der aktuellen Onlinestrategie durchzuführen bzw. eigene Online-Strategien zu entwickeln, Maßnahmen hinsichtlich der Kontaktpunkte der Customer Journey zu entwickeln bzw. zu bewerten und eigenständig zielgerichtet einzusetzen.
- neue digitale Analyseansätze zu bewerten, zu reflektieren und auszuwählen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus den Bereichen Online & Social Media Marketing sowie Betriebswirtschaft & Management auf	Alle Master-Programme in den Bereichen Marketing & Kommunikation sowie Wirtschaft & Management

Online- und Social-Media-Marketing

Kurscode: DLMWOM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen dieses Modulbestandteils werden sowohl die konzeptionellen Grundlagen des strategischen Online- und Social Media-Marketings gelegt als auch Struktur, Inhalte und Gestaltungsoptionen für die operative Ausgestaltung der jeweiligen Online-Marketinginstrumente vermittelt. Darüber hinaus werden die wesentlichen technischen Grundlagen der gängigsten Web-Technologien vertieft sowie Ansätze und Instrumente zur Führung, Umsetzung und Kontrolle der Werbewirkung von Online-Medien dargestellt. Die Betrachtung des gesetzlichen Rahmens für das Online- und Social Media-Marketing erfolgt ebenso wie ein Ausblick und die Diskussion und erste Bewertung künftiger Online-Entwicklungen und -Marketingtrends.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich mit den Rahmenbedingungen des Online- und Social Media-Marketing vertraut zu machen.
- die Besonderheiten des strategischen Online-Marketings und dessen Bedeutung für den Erfolg von Online-Marketing-Kampagnen zu kennen.
- einen vollständigen Überblick über das Instrumentarium des Online- und Social Media-Marketings zu haben, dieses kritisch zu bewerten und zielbezogen optimal einzusetzen.
- Wahrnehmungsprozesse der Nutzer zu analysieren und die Gestaltung von Online-Marketinginstrumenten kritisch zu würdigen, zu kontrollieren und zu optimieren.
- eine ausgeprägte Sensibilität für die Notwendigkeit des Schutzes der Privatsphäre bei der Nutzung neuer Internet-Technologien zu entwickeln.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen des Online-Marketings zu verstehen und darüber hinaus künftige Entwicklungen zu eruieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des strategischen Onlinemarketings
   - 1.1 Integrierte Kommunikation als Erfolgsgrundlage
   - 1.2 Interne und externe Rahmenbedingungen des Onlinemarketings
   - 1.3 Situations- und Umfeldanalyse
   - 1.4 Definition der Ziele des Online- und Social-Media-Marketings im B2C- und B2B-Kontext

2. Einführung in die grundlegenden Webtechnologien
   - 2.1 Grundlagen und Funktionsweisen des Internets
   - 2.2 Aktuelle Technologien und Trends

3. Der Onlinemarketingmix
   - 3.1 Grundlagen zur Wirkung von Onlinemarketing
   - 3.2 Überblick der klassischen Instrumente des Onlinemarketings
   - 3.3 Mobile Marketing
   - 3.4 Social-Media-Marketing
   - 3.5 Beurteilung der alternativen Onlinemarketinginstrumente hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten und -grenzen
   - 3.6 Integriertes Onlinemarketing und virale Kampagnen

4. Planung, Steuerung und Kontrolle von Onlinemarketing
   - 4.1 Planung von Online-Marketinginstrumenten
   - 4.2 Zentrale Erfolgsgrößen des Onlinemarketings
   - 4.3 Ansätze und Instrumente zur Erfolgsmessung von Online- und Social-Media-Aktivitäten
   - 4.4 Rechtliche Rahmenbedingungen des Online- und Social-Media-Marketings

5. Ausblick und Diskussion: Die Zukunft des Onlinemarketings
   - 5.1 Aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Onlinemarketing

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Kreutzer, R. (2021): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kreutzer, R./Rumler, A./Wille-Baumkau , B. (2020): B2B-Online-Marketing und Social Media. Handlungsempfehlungen und Best Practices. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lammenett, E. (2019): Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Digital Analytics und Strategies

Kurscode: DLMMADAS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dem Marketing steht heute eine Vielzahl von Online-Instrumenten und Daten zur Verfügung. Allerdings fehlt häufig auf Grund der Menge an Informationen der Überblick, welche Daten, welche Informationen und welche Kennzahlen den Erfolgsbeitrag der jeweiligen Onlinemaßnahmen ab Besten messen und dokumentieren.Im Rahmen dieses Moduls werden die Zusammenhänge und das Zusammenspiel der zentralen Erfolgskennzahlen des Online-Marketing erarbeitet. Aufbauend auf den theoretischen Grundlagen zu alternativen Metriken zur Beschreibung und Analyse des Benutzerverhaltens im Web werden komplexe Key Performance Indicators abgeleitet und hinsichtlich ihrer Relevanz für die einzelnen Onlinemarketing-Disziplinen diskutiert und reflektiert. Anschliessend werden fundiert Ansätze zur Überführung der gewonnenen Erkenntnisse in Onlinemarketing-Strategien bzw. zu deren Umsetzung in Online-Kampagnen und in Contentmarketing-Maßnahmen vermittelt. Den Abschluss bildet die Identifikation und Diskussion von Weiterentwicklungsmöglichkeiten und Digital Annalytic Trends im Marketing.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Umfang und das Aufgabenfeld der Digital Analytics zu verstehen und das Fachgebiet Web Analytics im Hinblick auf typische Ziele und Anwendungsgebiete zu definieren.
- zentrale Datenquellen und Metriken der Analyse digitaler Marketingdaten zu verstehen, zu selektieren, zu bewerten und vor dem Hintergrund deren jeweiliger Aussagekraft selber zu interpretieren.
- eigenständig Webanalysen zu planen, durchzuführen, die Ergebnisse zu interpretieren und Schlussfolgerungen zu ziehen und zu diskutieren.
- wesentliche Kennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) der Digital Analytics zu definieren und spezifische KPIs abzuleiten, um eigene Fragestellungen zu beantworten.
- ein erfolgreiches Mess- und Erfolgskennzahlensystem für die jeweiligen Onlineaktivitäten konzeptionell zu entwickeln, zu bewerten und zu optimieren.
- grundlegende Analysen der aktuellen Onlinestrategie durchzuführen bzw. eigene Online-Strategien zu entwickeln, Maßnahmen hinsichtlich der Kontaktpunkte der Customer Journey zu entwickeln bzw. zu bewerten und eigenständig zielgerichtet einzusetzen.
- neue digitale Analyseansätze zu bewerten, zu reflektieren und auszuwählen.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Aufgaben von Digital Analytics

1.1 Einführung und Definition von Digital Analytics
1.2 Ziele von Digital Analytics
1.3 Daten- und Informationsquellen
1.4 Rechtliche Rahmenbedingungen

2. Metriken von Digital Analytics
2.1 Grundlagen zu Metriken
2.2 Hits, Seitenaufrufe, Besuche und Besucher
2.3 Weitere Metriken
2.4 Grenzen von Metriken: Ungenauigkeiten und Unschärfen

3. Digitale Key Performance Indicators (KPIs) und deren Analyse
3.1 Suchmaschinenmarketing: Kennzahlen und Analyseansätze
3.2 Social Media: Monitoring und Analyseansätze
3.3 Website: Kennzahlen und Analyseansätze
3.4 Email: Kennzahlen und Analyseansätze

4. Digital Strategy Development
4.1 Grundlagen der Customer Journey
4.2 Ableitung von digitalen Marketingzielen entlang der Customer Journey
4.3 Anwendungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für Digital & Mobile Campaigns
4.4 Anwendungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für Content Marketing
4.5 Kontrolle der Strategie- und Maßnahmenumsetzung

5. Weiterentwicklungen und Perspektiven der Digital Analytics

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Ahrholdt, D./ Greve, G./ Hopf, G. (2019): Online-Marketing-Intelligence: Kennzahlen, Erfolgsfaktoren und Steuerungskonzepte im Online-Marketing, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Grigsby, M.(2018): Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques, 2nd Edition, London. ▪ Hassler, M. (2017): Digital und Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren (mitp Business), Frechen. ▪ Kamps, I./Schetterer D. (2017): Performance Marketing - Der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Marketing – Einführung in Instrumente, Methoden und Technik, Wiesbaden. ▪ Kreutzer, R. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte, Instrumente, Checklisten, 3. Aufl., Wiesbaden. ▪ Lemmenett, E. (2017): Praxiswissen Online-Marketing, Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR, 6. Aufl., Wiesbaden. ▪ Vollmert, Markus & Lück, Heike (2018): Google Analytics - Das umfassende Handbuch, Bonn.

Studienformat myStudies

Studienform	Kursart
myStudies	Theory Course

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Written Assessment: Case Study

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Distance Learning

Studienform	Kursart
Distance Learning	Theory Course

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Written Assessment: Case Study

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie

Modulcode: DLMAPEWAOW-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefanie Rödel (Arbeits- und Organisationspsychologie) / Prof. Dr. Heike Schiebeck (Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie)

Kurse im Modul

- Arbeits- und Organisationspsychologie (DLMWPAOP01-01)
- Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie (DLMWPATWP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Arbeits- und Organisationspsychologie • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Arbeits- und Organisationspsychologie

- Arbeits- und Organisationspsychologie und deren Wirkung
- Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung
- Konzepte der Arbeitsgestaltung
- Motivation und Zufriedenheit bei der Arbeit
- Gesundheit und Stress am Arbeitsplatz
- Organisationsentwicklung (OE) als Prozess
- Begleitung von Change-Projekten
- Neuere Organisationskonzepte

Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie

Das Seminar „Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie“ beschäftigt sich mit ausgewählten Aspekten rund um die aktuellen Herausforderungen der organisationalen Ausrichtung bzw. Neuausrichtung von wirtschaftlich orientierten Unternehmen. Dabei wird der Fokus auf Themenfelder gelegt, die essentiell für den gesamten Lebenszyklus eines Mitarbeiters in der Organisation sind. Darüber hinaus bilden die Methoden der Zusammenarbeit zwischen Menschen im betrieblichen Kontext eine weitere wichtige Säule des Seminars. Es bezieht Fallstudien mit ein, an denen deutlich wird, wie verschiedene Unternehmen wirtschaftspsychologische Fragestellungen für sich beantwortet haben. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Qualifikationsziele des Moduls

Arbeits- und Organisationspsychologie

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Arbeits- und Organisationspsychologie als Teilbereich der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- methodische Zugänge der Arbeitsanalyse und -gestaltung zu skizzieren.
- die Bewertung der Arbeit durch die Mitarbeitenden einzuschätzen und motivationstheoretisch zu erklären.
- Gesundheit und Stress am Arbeitsplatz als relevante Themen der Arbeitspsychologie zu beschreiben.
- Organisationsentwicklung als systematischen Prozess zu erläutern und diesen entsprechend zu reflektieren.
- Unternehmensfusionen und -zusammenschlüsse aus organisationspsychologischer Sicht mit entsprechenden Maßnahmen begleiten zu können.
- neuere Organisationskonzepte zu beschreiben und miteinander zu vergleichen.
- das Gelernte in die eigenen Aufgaben in den Bereichen Management und Personalführung einfließen zu lassen.

Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- spezifische ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- die in den wirtschaftspsychologischen Kursen behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung der Wirtschaftspsychologie für die aktuell stattfindenden Veränderungen an der Schnittstelle Mensch und Unternehmen anhand von Beispielen zu erläutern.
- die organisationalen Herausforderungen von Unternehmen und die daraus resultierenden Aufgaben für die Wirtschaftspsychologie zu diskutieren.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien in die Praxis der Wirtschaftspsychologie zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema wissenschaftlich zu er- und zu bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Wirtschaftspsychologie kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen und Problemen der Wirtschaftspsychologie mit Hilfe entsprechender Konzepte selbstständig zu erarbeiten und dabei die entsprechenden Instrumentarien der Wirtschaftspsychologie anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Psychologie auf	Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Arbeits- und Organisationspsychologie

Kurscode: DLMWPAOP01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Zusammenarbeit von Menschen in Organisationen wird derzeit entscheidend von der digitalen Transformationbeeinflusst. Dies hat weitreichende Auswirkungen auf die Art und Weise der Arbeit. Formelle und informelle Prozesse der Interaktion und Kommunikation werden dadurch beeinflusst. Der Kurs Arbeits- und Organisationspsychologie befasst sich mit dem Gegenstandsbereich, Konzepten und Methoden der Arbeits- und Organisationsgestaltung. Er fokussiert dabei auf die positive Gestaltung von Arbeitsprozessen und blickt auch auf die Wirkung von Arbeit hinsichtlich des Erlebens und Handelns der Organisationsmitglieder. Der Kurs gibt den Studierenden Werkzeuge mit an die Hand, die es ihnen ermöglichen analysierend, bewertend und gestalterisch im Feld der Arbeits- und Organisationspsychologie tätig zu werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Arbeits- und Organisationspsychologie als Teilbereich der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- methodische Zugänge der Arbeitsanalyse und -gestaltung zu skizzieren.
- die Bewertung der Arbeit durch die Mitarbeitenden einzuschätzen und motivationstheoretisch zu erklären.
- Gesundheit und Stress am Arbeitsplatz als relevante Themen der Arbeitspsychologie zu beschreiben.
- Organisationsentwicklung als systematischen Prozess zu erläutern und diesen entsprechend zu reflektieren.
- Unternehmensfusionen und -zusammenschlüsse aus organisationspsychologischer Sicht mit entsprechenden Maßnahmen begleiten zu können.
- neuere Organisationskonzepte zu beschreiben und miteinander zu vergleichen.
- das Gelernte in die eigenen Aufgaben in den Bereichen Management und Personalführung einfließen zu lassen.

Kursinhalt

1. Arbeits- und Organisationspsychologie und deren Wirkung
   - 1.1 Gegenstandsbereich der Arbeits- und Organisationspsychologie
   - 1.2 Untersuchungs- und Aufgabenfelder der Arbeits- und Organisationspsychologie
   - 1.3 Arbeitstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung

2. Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung
   - 2.1 Methodische Zugänge und Vorgehen bei Arbeitsanalysen
   - 2.2 Vorgehen bei Arbeitsanalysen
   - 2.3 Ausgewählte Verfahren der Arbeitsanalyse

3. Konzepte der Arbeitsgestaltung
   - 3.1 Soziotechnische Systemgestaltung
   - 3.2 Handlungs- und tätigkeitstheoretische Konzepte
   - 3.3 Grundlegende Strategien der Arbeitsgestaltung
   - 3.4 Motivationstheoretische Ansätze

4. Motivation und Zufriedenheit bei der Arbeit
   - 4.1 Unterscheidung Inhalts- und Prozesstheorien der Arbeitsmotivation
   - 4.2 Inhaltstheorien der Arbeitsmotivation
   - 4.3 Prozesstheorien der Arbeitsmotivation
   - 4.4 Arbeitszufriedenheit

5. Gesundheit und Stress am Arbeitsplatz
   - 5.1 Belastung und Beanspruchung aus individueller Perspektive
   - 5.2 Theoretische Grundlagen zu Stress und seinen Folgen
   - 5.3 Gesundheitsmanagement
   - 5.4 Life Domain Balance
   - 5.5 Arbeitssicherheit

6. Organisationsentwicklung (OE) als Prozess
   - 6.1 Grundlegende organisationale Begriffsbestimmungen
   - 6.2 Auswirkungen gesellschaftlicher und organisationaler Rahmenbedingungen
   - 6.3 Systemische Prinzipien der Organisationsentwicklung
   - 6.4 Reflexion von Veränderungsprozessen
   - 6.5 Integrales Prozess- und Beratungsmodell

7. Begleitung von Change-Projekten
   - 7.1 Organisatorische Vorbedingungen bei Mergers & Acquisitions
   - 7.2 Psychologische Prozesse beim Wandel
   - 7.3 Organisationsklima und Kulturwandel
   - 7.4 Ausgewählte Methoden und Interventionen zur Change-Begleitung

8. Neuere Organisationskonzepte
   - 8.1 Veränderte Organisationsstrategien

8.2 Lernende Organisation
8.3 Reinventing Organizations: die evolutionäre Organisation
8.4 Stacey-Matrix als Orientierungshilfe in der VUCA-Welt
8.5 Agile Organisationen
8.6 New Work und New Leadership

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Arnold, H. (2016): Wir sind Chef. Haufe, Freiburg.
- Ballesteros-Leiva, F./Poilpot-Rocaboy, G./St-Onge, S. (2017): The relationship between life-domain interactions and the well-being of internationally mobile employees, In: Personnel Review, Vol. 46 (2), S. 237–254.
- Bolton, C./Machova, V./Kovacova, M./Valaskova, K.(2018): The power of Human-Machine Collaboration – Artificial intelligence, business automation and smart economy, In: Economics, Management, and Financial Markets, Vol. 13 (4), S.51 (6).
- Bayo-Moriones, A./Billon, M./Lera-López, F. (2017): Are new work practices applied together with ICT and AMT? In: The International Journal of Human Resource Management, Vol. 28 (4), S.553–580.
- Carney, B./Getz, I. (2009): Free your employees and let them lead your business to higher productivitiy, profits and growth. Crown Business, New York.
- Denning, S. (2015): How to make the whole organization agile, In: Strategy & Leadership, Vol. 43 (6), S. 8.
- Hamel, G. (2007): The future of management. Harvard Business School Press, Boston.
- Laloux, F. (2014): Reinventing organizations – A guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness, Nelson Parker, Brussels.
- Nerdinger, F. W./Blickle, G./Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. Aufl., Springer, Berlin.
- Pfeffer, J./Thiry, K. (2006): Leadership Challenges in building and growing a great company., Stanford Graduate School of Business, Santa Clara.
- Robertson, B.: Holacracy (2015): The New Management System that redefines Management. Henry Holt and Co., New York.
- Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2018): Organisationsentwicklung. 5. Aufl., Springer, Berlin.
- Schuler, H. (2014): Lehrbuch Organisationspsychologie. 5. Aufl., Verlag Hans Huber, Bern.
- Sonntag, K./Frieling, E./Stegmeier, R. (2012): Lehrbuch Arbeitspsychologie. 3. Aufl., Verlag Hans Huber, Bern.
- Spieß, E./Rosenstiel, L. v. (2010): Organisationspsychologie. Beck, München.
- Ullah, R./Witt, X. (2018): Praxishandbuch Recruiting. 2. Aufl., Schäffer Poeschel, Stuttgart.
- Ulich, E. (2011): Arbeitspsychologie. 7. Aufl., Schäffer Poeschel, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint		
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie

Kurscode: DLMWPATWP01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Das Seminar „Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie“ beschäftigt sich mit den zentralen Themen und Handlungsfeldern der Wirtschaftspsychologie, die dazu beitragen, die Veränderungen in Organisationen an der Schnittstelle Mensch und Unternehmen aktiv mitzugestalten. Der Fokus liegt auf ausgewählten Schwerpunkten, die eine besondere Bedeutung in Verbindung mit der Digitalen Transformation haben. Diese Themen werden erklärt, erläutert und diskutiert. Die Studierenden erlernen dabei selbstständig, ausgewählte Themen und Fallstudien zu analysieren und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen, sowie diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren. Sie erwerben die Kompetenz die essentiellen, insbesondere neuen Handlungsfelder der Wirtschaftspsychologie zu identifizieren. Sie sind in der Lage mit entsprechenden Konzepten, Methoden und Instrumenten neuartige Fragestellungen rund um die Bereiche Personal, Arbeit und Organisation erfolgreich zu bearbeiten. Dadurch werden die Studierenden in die Lage versetzt, als kompetente Ansprechpartner für CEO’s und Geschäftsführer in diesen Themenfeldern proaktiv zu agieren und eigenverantwortlich zu handeln. Beispiele für Inhalte können dabei Corporate Entrepreneurship, generationsübergreifende Zusammenarbeit, Ambidextrie und Deliberately Developmental Organization sein. Ebenso können Maßnahmen zur Förderung und Entwicklung von Agilität diskutiert werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- spezifische ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- die in den wirtschaftspsychologischen Kursen behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung der Wirtschaftspsychologie für die aktuell stattfindenden Veränderungen an der Schnittstelle Mensch und Unternehmen anhand von Beispielen zu erläutern.
- die organisationalen Herausforderungen von Unternehmen und die daraus resultierenden Aufgaben für die Wirtschaftspsychologie zu diskutieren.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien in die Praxis der Wirtschaftspsychologie zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema wissenschaftlich zu er- und zu bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Wirtschaftspsychologie kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen und Problemen der Wirtschaftspsychologie mit Hilfe entsprechender Konzepte selbstständig zu erarbeiten und dabei die entsprechenden Instrumentarien der Wirtschaftspsychologie anzuwenden.

Kursinhalt

- Unternehmen sind heute mehr denn je dazu gezwungen, komplexe neue Fragestellungen zu beantworten und innovative neue Lösungen anzubieten. Dafür benötigen sie Mitarbeiter mit einem breiten Kompetenzportfolio. Dies erfordert eine veränderte und anders gelagerte Herangehensweise an Aufgabenstellungen und wirkt sich damit unmittelbar auf die Organisation, die Kultur und die Mitarbeiter aus. Um diesen Herausforderungen erfolgreich begegnen zu können, müssen neue Arbeitsweisen und -methoden entwickelt und angewendet werden. Dies erfordert wiederum andere Formen des Informationsaustausches, was wiederum neue Arbeitsräume notwendig macht, in denen diese Methoden und der damit verbundene Informationsaustausch umgesetzt werden können. Jeder Teilnehmer soll zu einem von ihm ausgewählten Thema eine Seminararbeit erstellen.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bachfischer, N. (2018): Sprungbrett in die Zukunft. Wie Unternehmen in einer Start-Up-Welt erfolgreich sein können. innovaMe LAB, Tutzing.
- Baltes, G./Freyth, A. (2017): Veränderungsintelligenz. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Bandura, B. (2017): Arbeit und Gesundheit im 21. Jahrhundert. Mitarbeiterbindung durch Kulturentwicklung. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Blickle, G./Schaper, N./Nerdinger, F.W. (2014): Springer-Lehrbuch. Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer, Berlin.
- Dannhäuser, R. (2017): Praxishandbuch Social Media Recruiting. 3. Auflage, Springer, Berlin.
- Gemmer, P./Bartl, D./Dark Horse Innovation (2018): Digital Workspace Playbook. Das unverzichtbare Praxisbuch für neues Arbeiten in neuen Räumen. Murmann Publishers, Hamburg.
- Heidbrink, M./Jenewein, W. P. (2011): High-Performance-Organisationen. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hofert, S. (2014): Karriere mit System – Die 7 besten Strategien für Ihren Erfolg. CAMPUS VERLAG, Frankfurt.
- Hofert, S. (2018): Das agile Mindset. Mitarbeiter entwickeln, Zukunft der Arbeit gestalten. Springer Gabler, Wiesbaden.
- José, M. (2016): Positive Psychologie und Achtsamkeit im Schulalltag. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kanning, U.P. (2016): Personalmarketing, Employer Branding & Mitarbeiterbindung. Springer, Berlin.
- Miller, R./Casey, M.-l./Konchar, M. (2014): Change Your Space, Change Your Culture. How Engaging Workspaces Lead to Transformation and Growth. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Ritz, A./Thom, N. (2018): Talent Management. Talente identifizieren, Kompetenzen entwickeln, Leistungsträger erhalten. 3. Auflage, Springer, Berlin.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Kompetente Kommunikation

Modulcode: DLMSVWKK

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Heike Schiebeck (Gesprächsführung und Kommunikationstechniken) / Prof. Dr. Ellena Werning (Schwierige Gespräche führen)

Kurse im Modul

- Gesprächsführung und Kommunikationstechniken (DLMWPGUK01)
- Schwierige Gespräche führen (DLMSVWKK01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Gesprächsführung und Kommunikationstechniken • Studienformat "Kombistudium": Fachpräsentation • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation Schwierige Gespräche führen • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

- Formen der Kommunikation
- Mittel der Kommunikation
- Techniken der Kommunikation
- Kommunikation mit spezifischen Gruppen
- Gesprächsführung
- Besonderheiten in der Gesprächsführung
- Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen

Schwierige Gespräche führen

- Grundlagen aus einer systemisch-konstruktivistischen Perspektive
- Nicht-direktive Gesprächsführung nach Carl Rogers
- Gewaltfreie Kommunikation nach Marshall Rosenberg
- Motivierende Gesprächsführung nach William R. Miller und Stephan Rollnick
- Embodied Communication nach Maja Storch und Wolfgang Tschacher
- Gespräche zur Klärung, um zur Mitwirkung zu bewegen, um Botschaften und Entscheidungen zu vermitteln, um mit Kritik umzugehen und um Veränderungen zu initiieren und zu unterstützen.

Qualifikationsziele des Moduls

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Bereiche Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in den Gesamtkontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- Ziele und Formen der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- Mittel, Methoden und Instrumente der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie einzusetzen und anzuwenden.
- zielgerichtete Kommunikations- und Gesprächsführungsmaßnahmen vor dem Hintergrund schwieriger und festgefahrener Situationen zu erkennen und zu verstehen.
- Angemessene Maßnahmen der Kommunikation und Gesprächsführung zu erläutern und zu entwickeln.
- Probleme der Kommunikation und Gesprächsführung zu diskutieren, aufzudecken und alternative Vorgehensweisen vorzuschlagen.

Schwierige Gespräche führen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- schwierige Gespräche zu charakterisieren und grundlegende Herangehensweisen zu verstehen und zu erläutern.
- hilfreiche Modelle der nicht-direktiven Beratung, der Gewaltfreien Kommunikation, der Motivierenden Gesprächsführung, der embodied communication zu beschreiben.
- verschiedene Gesprächstechniken aus diesen Ansätzen zweckmäßig und zielführend für die Planung und Führung unterschiedlicher Gespräche auszuwählen und einzusetzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus den Bereichen Soziale Arbeit und Pädagogik auf	Alle Master-Programme aus dem Bereich Sozialwissenschaften

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

Kurscode: DLMWPGUK01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Gute Kommunikationsfähigkeiten sind der Schlüssel für beruflichen Erfolg. Um berufliche Ziele zu erreichen, muss man in Gesprächen überzeugen. Nur wer seine Gesprächspartner wirklich versteht und auch von ihnen verstanden wird, kommt schneller zu einem guten Ergebnis. Dafür ist es essentiell mit einer entsprechenden Vorbereitung besonders in schwierige Gespräche zu gehen sowie über einen Werkzeugkasten an verschiedenen Gesprächstechniken zu verfügen, um diese gezielt einsetzen zu können, damit konstruktive Kommunikation möglich wird. Dazu bedarf es neben bestimmter Mittel der Kommunikation auch besonderer Techniken und Methoden.
Die Kenntnis und ein Verständnis der psychologisch-menschlichen Aspekte beim Einsatz von Kommunikationstechniken und in der Gesprächsführung stellen dabei eine wichtige Grundlage für das Gelingen von Gesprächen im wirtschaftspsychologischen Kontext dar. Der Kurs geht dabei auch auf schwierige und kritische Gesprächssituationen sowie auf die Kommunikation mit spezifischen Zielgruppen ein.Die Studierenden lernen verschiedene Kommunikationsstile, Kommunikationstechniken sowie die Phasen der Gesprächsführung kennen, um sich gezielt auf Gespräche mit anderen Teammitgliedern sowie externen Partnern vorzubereiten und diese zu führen. Sie erfahren, wie Sie sich besser auf Ihre Gesprächspartner einstellen und entsprechend agieren können, um gute Ergebnisse für beide Seiten zu erreichen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Bereiche Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in den Gesamtkontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- Ziele und Formen der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- Mittel, Methoden und Instrumente der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie einzusetzen und anzuwenden.
- zielgerichtete Kommunikations- und Gesprächsführungsmaßnahmen vor dem Hintergrund schwieriger und festgefahrener Situationen zu erkennen und zu verstehen.
- Angemessene Maßnahmen der Kommunikation und Gesprächsführung zu erläutern und zu entwickeln.
- Probleme der Kommunikation und Gesprächsführung zu diskutieren, aufzudecken und alternative Vorgehensweisen vorzuschlagen.

Kursinhalt

1. Formen der Kommunikation
   - 1.1 Wechselseitige Beeinflussung durch die Kommunikation
   - 1.2 Verbale Kommunikation
   - 1.3 Paraverbale Kommunikation
   - 1.4 Nonverbale Kommunikation
   - 1.5 Extraverbale Kommunikation
   - 1.6 Intrapersonale vs. Interpersonale Kommunikation

2. Mittel der Kommunikation
   - 2.1 Kommunikationsstile
   - 2.2 Rhetorik
   - 2.3 Spezielle Formen der Kommunikation: Rapport, Pacing und Kalibrieren
   - 2.4 Präsuppositionen und Submodalitäten

3. Techniken der Kommunikation
   - 3.1 Du- vs. Ich-Botschaften
   - 3.2 Paraphrasieren
   - 3.3 Fragetechniken und –methoden
   - 3.4 Reframing
   - 3.5 Chunking als Fragetechnik
   - 3.6 Perspektivenwechsel

4. Kommunikation mit spezifischen Gruppen
   - 4.1 Kommunikation in der Organisation
   - 4.2 Kommunikation mit Kollegen, Teammitgliedern und Vorgesetzten
   - 4.3 Kommunikation mit Kunden
   - 4.4 Kommunikation mit Dienstleistern
   - 4.5 Kommunikation mit der Öffentlichkeit
   - 4.6 Kommunikation mit Journalisten

5. Gesprächsführung
   - 5.1 Sach- und Beziehungsebene
   - 5.2 Gesprächsziele und Gesprächshaltung
   - 5.3 Argumentationsstrategie
   - 5.4 Gesprächsplanung und -strukturierung
   - 5.5 Gesprächsaufbau und -steuerung
   - 5.6 Gesprächsanalyse

6. Besonderheiten der Gesprächsführung
   - 6.1 Beziehungsebene gestalten
   - 6.2 Gesprächsfallen und Gesprächsstörungen
   - 6.3 Kritische Gesprächssituationen erkennen und meistern
   - 6.4 Regeln des Feedback

7. Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen
   - 7.1 Agieren in festgefahrenen Situationen
   - 7.2 Umgang mit Widerständen
   - 7.3 Persönliche Aspekte in Gesprächen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, J. H./ Ebert, H./ Pastoors, S. (2018): Praxishandbuch berufliche Schlüsselkompetenzen. Springer, Berlin.
- Bruno, T./ Adamczyk, G./ Bilinski, W. (2016): Körpersprache und Rhetorik. 3. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Flume, P. (2017): Die Kunst der Kommunikation – In Gesprächen und Vorträgen überzeugen. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Hillmann, M. (2017): Das 1x1 der Unternehmenskommunikation. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- von Kanitz, A./ Scharlau, C. (2015): Gesprächstechniken. 4. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Maier, M./Schneider, F. M./ Retzbach, A. (2012): Psychologie der internen Organisationskommunikation. Hogrefe, Göttingen.
- Preuß-Scheuerle, B. (2016): Praxishandbuch Kommunikation. Überzeugend auftreten, zielgerichtet argumentieren, souverän reagieren. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Scharlau, C./Rossié, M. (2016): Gesprächstechniken. 3. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Schulz von Thun, F. (2014): Miteinander reden 1. Rowohlt, Hamburg.
- Six, U./Gleich, U./Gimmler, R. (2007): Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie. BELTZ, Weinheim.
- Weisbach, C.-R./ Sonne-Neubacher, P. (2015): Professionelle Gesprächsführung. 9. Auflage, DTV, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Schwierige Gespräche führen

Kurscode: DLMSVWKK01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Miteinander zu sprechen ist ein wesentliches Element des sozialen Lebens und Gespräche zu führen gehört zur Routine im täglichen Miteinander. Immer wieder jedoch werden Gespräche von denjenigen, die sie führen müssen, als „schwierig“ wahrgenommen werden etwa, weil es um unangenehme oder schmerzhafte Themen geht, weil die mit den Gesprächen verbundenen Ziele schwer zu erreichen sind oder weil vielleicht ein „innerer“ Konflikt das Gespräch erschwert.Der Kurs stellt einige grundlegende Erklärungs- und Verfahrensmodelle vor, die helfen, zunächst Abstand zu gewinnen und die Schwierigkeit von Gesprächen als einen ersten Ansatzpunkt zur Bewältigung der damit verbundenen Herausforderungen zu begreifen. Die vorgestellten Ansätze liefern eine Vielzahl von Anregungen zur Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von schwierigen Gesprächen. Beispiele aus dem beruflichen Kontext illustrieren jeweils die Anwendung. Im Anschluss daran werden häufig als problematisch oder herausfordernd erlebte Gesprächsanlässe exemplarisch präsentiert und mögliche Herangehensweisen mit Hilfe der vorgestellten Modelle erläutert, um den mit den Gesprächen verbundenen Herausforderungen adäquat und damit erfolgreich zu begegnen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- schwierige Gespräche zu charakterisieren und grundlegende Herangehensweisen zu verstehen und zu erläutern.
- hilfreiche Modelle der nicht-direktiven Beratung, der Gewaltfreien Kommunikation, der Motivierenden Gesprächsführung, der embodied communication zu beschreiben.
- verschiedene Gesprächstechniken aus diesen Ansätzen zweckmäßig und zielführend für die Planung und Führung unterschiedlicher Gespräche auszuwählen und einzusetzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen zur konstruktiven Gesprächsführung
   - 1.1 Was macht Gespräche „schwierig“?
   - 1.2 Die Realität als Konstruktion von Problem- und Lösungsgeweben
   - 1.3 (Selbst-)Klärungen – Inneres Team, systemisches Fragen und Reframing
   - 1.4 Vorbereitung, Gesprächsablauf und Nachbereitung
   - 1.5 Innere Haltung und Gesprächsführung

2. Nicht-direktive Gesprächsführung nach Carl Rogers
   - Gesprächsstörende Verhaltensweisen
   - Gesprächsfördernde Verhaltensweisen
   - Beispiele

3. Gewaltfreie Kommunikation nach Marshall Rosenberg
   - Die vier Schritte
   - Selbstverantwortung und (Selbst-)Empathie
   - Wertschätzung und Macht

4. Motivierende Gesprächsführung nach William R. Miller und Stephen Rollnick
   - Die vier Elemente der Grundhaltung
   - Change talk und confidence talk
   - Sustain talk und discord talk

5. Embodied Communication nach Maja Storch und Wolfgang Tschacher
   - Synchronie und Authentizität
   - Affektbilanz, Wunderrad und belegte Pizzas
   - Verstehen und das AAO-Geschenk

6. Gespräche zur Klärung
   - Beispiel für einen Gesprächsanlass und Besonderheiten
   - Überlegungen zur Vorbereitung
   - Gesprächsverläufe
   - Nachlese

7. Gespräche, um zur Mitwirkung zu bewegen
   - Beispiel für einen Gesprächsanlass und Besonderheiten
   - Überlegungen zur Vorbereitung
   - Gesprächsverläufe
   - Nachlese

8. Gespräche, um Botschaften und Entscheidungen zu vermitteln
   - Beispiel für einen Gesprächsanlass und Besonderheiten
   - Überlegungen zur Vorbereitung
   - Gesprächsverläufe
   - Nachlese

9. Gespräche, um Veränderungen zu initiieren
   - Beispiel für einen Gesprächsanlass und Besonderheiten
   - Überlegungen zur Vorbereitung
   - Gesprächsverläufe

- Nachlese

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Haller, R. (2018). Bedürfnis- und lösungsorientierte Gespräche führen – beruflich und privat:10 Tipps zur erfolgreichen Kommunikation. Springer. ▪ Lindemann, H. (2020). Systemisch-lösungsorientierte Gesprächsführung in Beratung, Coaching,Supervision und Therapie [electronic resource]: ein Lehr-, Lern- und Arbeitsbuch fürAusbildung und Praxis (2. Aufl.). Vandenhoeck & Ruprecht. ▪ Lubienetzki, U. & Schüler-Lubienetzki, H. (2020). Lass uns miteinander sprechen: Psychologie dererfolgreichen Gesprächsführung. Springer.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Human Resource Management

Modulcode: MWPM-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michaela Moser (Human Resource Management I) / Prof. Dr. Michaela Moser (Human Resource Management II)

Kurse im Modul

- Human Resource Management I (MWPM01-01)
- Human Resource Management II (MWPM02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Human Resource Management I • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten Human Resource Management II • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten (50) • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Human Resource Management I

- HR-Strategie
- Strategisches und operatives Personalmanagement
- Personalplanung
- Personalanpassung
- Beurteilung, Entlohnung und Entwicklung von Personal

Human Resource Management II

- Organizational Behaviour
- Grundlagen individuellen Verhaltens
- Gruppenverhalten
- Verhaltensbeeinflussung auf der Organisationsebene durch Organisationsstruktur und -kultur
- Rolle des Personalmanagements bei Change-Prozessen
- Inhalts- und Prozesstheorien der Motivation

Qualifikationsziele des Moduls

Human Resource Management I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das DGFP-Referenzmodell eines professionellen Personalmanagements zu erläutern.
- die Herausforderungen des strategischen Personalmanagements einzuschätzen.
- Grundfragen und Teilbereiche der Personalplanung zu erklären.
- Personalanpassung mit den Unterfällen Personalbeschaffung, -auswahl und -freisetzung zu erläutern.
- die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings zu erklären.
- Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung nachzuvollziehen.

Human Resource Management II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Verhalten aller Beteiligten in Unternehmen und zugrundeliegender Theorien dafür zu analysieren.
- die Grundlagen des individuellen Verhaltens zu erläutern.
- das Verhalten auf der Gruppenebene zu erklären.
- die Auswirkungen von Organisationsstruktur und -kultur auf das Mitarbeiterverhalten sowie die Rolle des Personalmanagements bei Change-Prozessen zu verstehen.
- Inhalts- und Prozesstheorien der Motivation zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Human Resources auf	Alle Master-Programme im Bereich Human Resources

Human Resource Management I

Kurscode: MWPM01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Personal ist zu einem wesentlichen strategischen Erfolgsfaktor aller Unternehmen geworden. Der Studienschwerpunkt Human Resource Management erlaubt eine Vertiefung der betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in diesem für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens entscheidenden Bereich. In diesem Kurs werden Herausforderungen des modernen Personalmanagements in den Bereichen Personalstrategie, Personalplanung, Personalanpassung, Personalbeurteilung, Vergütung sowie Personalentwicklung vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das DGFP-Referenzmodell eines professionellen Personalmanagements zu erläutern.
- die Herausforderungen des strategischen Personalmanagements einzuschätzen.
- Grundfragen und Teilbereiche der Personalplanung zu erklären.
- Personalanpassung mit den Unterfällen Personalbeschaffung, -auswahl und -freisetzung zu erläutern.
- die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings zu erklären.
- Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Personalmanagement und Human Resource Management
   - 1.1 Abgrenzung der verwendeten Begriffe
   - 1.2 Einflussfaktoren und Perspektiven des HRM
   - 1.3 Entwicklungslinien des HRM
2. Strategisches Personalmanagement
   - 2.1 Strategische Aspekte des HRM
   - 2.2 Theoriemodelle des strategischen HRM
   - 2.3 Strategisches HRM in der Unternehmenspraxis
3. Personalplanung
   - 3.1 Grundfragen der Personalplanung
   - 3.2 Personalbedarfsplanung

3.3 Personaleinsatzplanung
3.4 Personalkostenplanung

4. Personalanpassung
4.1 Personalbeschaffung
4.2 Personalauswahl
4.3 Personalfreisetzung

5. Beurteilung, Entlohnung und Entwicklung von Personal
5.1 Personalbeurteilung
5.2 Anreiz und Vergütung
5.3 Personalentwicklung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berthel, J./Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.
- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M. (2016): Arbeitsrecht. 19. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
- Festing, M. et al. (2011): Internationales Personalmanagement. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Holtbrügge, D. (2015): Personalmanagement. 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin/Heidelberg.
- Kanning, U. P. (2017): Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Scholz, C. (2014): Grundzüge des Personalmanagements. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Stock-Homburg, R. (Hrsg.) (2013): Handbuch Strategisches Personalmanagement. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Trost, A. (2010): Employer Branding. Arbeitgeber positionieren und präsentieren. Luchterhand, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Human Resource Management II

Kurscode: MWPM02-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden relevante Themen des Organizational Behaviour, also des Verhaltens in Organisationen, vertieft. Im angelsächsischen Raum gehört das Organizational Behaviour ganz selbstverständlich zum Grundstock von sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen. Im deutschsprachigen Bereich wird an diese Tradition in zunehmendem Maße angeknüpft. Demzufolge werden Grundmodell und Entwicklungslinien des Organizational Behaviour zunächst im Überblick behandelt. Ferner wird das Verhalten auf der Ebene des Individuums, der Gruppe und der Organisation untersucht. Dabei wird auch auf die Rolle des Personalmanagements beim organisatorischen Wandel eingegangen. Schließlich werden auch die motivationalen Grundlagen in Form von Inhalts- und Prozesstheorien der Motivation betrachtet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Verhalten aller Beteiligten in Unternehmen und zugrundeliegender Theorien dafür zu analysieren.
- die Grundlagen des individuellen Verhaltens zu erläutern.
- das Verhalten auf der Gruppenebene zu erklären.
- die Auswirkungen von Organisationsstruktur und -kultur auf das Mitarbeiterverhalten sowie die Rolle des Personalmanagements bei Change-Prozessen zu verstehen.
- Inhalts- und Prozesstheorien der Motivation zu erläutern.

Kursinhalt

1. Organizational Behaviour
   - 1.1 Grundmodell des Organizational Behaviour
   - 1.2 Entwicklungslinien des Organizational Behaviour
   - 1.3 Grundannahmen des Organizational Behaviour
2. Grundlagen individuellen Verhaltens
   - 2.1 Biografische Merkmale und Persönlichkeit
   - 2.2 Emotionen
   - 2.3 Werte und Einstellungen
3. Gruppe und Team

3.1 Gruppen und Teams
3.2 Gruppenprozesse
3.3 Erklärungsansätze für Verhalten in Gruppen

4. Die Organisation
4.1 Gestaltungsvariablen der Organisation
4.2 Organisationskultur und Organisationsklima
4.3 Die Rolle des Personalmanagements beim organisationalen Wandel

5. Motive, Motivation und Motivationstheorien
5.1 Motive, Motivation und Motivierung
5.2 Inhaltstheorien
5.3 Prozesstheorien

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Buchanan, D. A./Huczynski, A. A. (2016): Organizational Behaviour. 9. Auflage, Pearson, Harlow (UK).
- King, D./Lawley, S. (2016): Organizational Behaviour. 2. Auflage, Oxford University Press, Oxford.
- Martin, A. (Hrsg.) (2017): Organizational Behaviour – Verhalten in Organisationen. 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
- Mayrhofer, W./Furtmüller, G./Kasper, H. (Hrsg.) (2015): Personalmanagement – Führung – Organisation. 5. Auflage, Linde, Wien.
- Nerdinger, F. W. (2012): Grundlagen des Verhaltens in Organisationen. 3. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
- Nerdinger, F. W./Blickle, G./Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Robbins, S. P./Judge, T. A./Campbell, T. T. (2017): Organizational Behaviour. 2. Auflage, Pearson, Harlow (UK).
- Scholz, C. (2014): Grundzüge des Personalmanagements. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Stolzenberg, K./Heberle, K. (2013): Change Management. Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren. 3. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript ☑ Video ☑ Audio ☑ Folien	☑ Musterklausur

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Angewandte Statistik und Data Science

Modulcode: DLMPHWASDS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester		Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Holzmann (Angewandte Statistik) / Prof. Dr. Thomas Zöller (Data Science)

Kurse im Modul

- Angewandte Statistik (MMET02)
- Data Science (DLMDWDS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Angewandte Statistik • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Data Science • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Angewandte Statistik

- Daten und Statistik
- Stichprobenverteilung und Hypothesentests
- Regression

Data Science

- Einführung in die Data Science
- Anwendungsfälle und Leistungsbewertung
- Vorbehandlung von Daten
- Verarbeitung von Daten
- Ausgewählte mathematische Techniken
- Ausgewählte Techniken künstlicher Intelligenz

Qualifikationsziele des Moduls

Angewandte Statistik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse zu erkennen und zu erklären.
- die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen zu verstehen.
- statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen.
- statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete zu lösen.

Data Science

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Verwendung von Fällen zu bezeichnen und die Leistung von datengesteuerten Ansätzen zu bewerten.
- zu verstehen, wie Daten zur der Analyse vorverarbeitet werden.
- Typologien für Daten und Ontologien für die Wissensrepräsentation zu entwickeln.
- sich für geeignete mathematische Algorithmen zu entscheiden, um die Datenanalyse für eine bestimmte Aufgabe zu nutzen.
- den Wert, die Anwendbarkeit und die Grenzen der künstlichen Intelligenz für die Datenanalyse zu verstehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus den Bereichen Data Science & Artificial Intelligence und Methoden auf	Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Angewandte Statistik

Kurscode: MMET02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Berufsalltag werden kontinuierlich enorme Mengen von Daten generiert, bspw. im Rahmen von Produktions-, Fertigungs- und Steuerungsprozessen. Das Fachgebiet der Statistik ist in diesem Zusammenhang eine nützliche Disziplin, die es dem Anwender ermöglicht, diese Daten zu analysieren und auszuwerten, um so an den Informationsgehalt der zugrundeliegenden Daten zu gelangen. Diese Informationen können einen wertvollen Beitrag zur Kontrolle oder Optimierung der zugrundeliegenden Prozesse ermöglichen, bzw. helfen, strategische Entscheidungen zu unterstützen. Dabei werden sowohl Methoden der beschreibenden und der schließenden Statistik uni-, bi- und multivariat betrachtet unter Bezugnahme der Wahrscheinlichkeitstheorie.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse zu erkennen und zu erklären.
- die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen zu verstehen.
- statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen.
- statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete zu lösen.

Kursinhalt

1. Daten und Statistik
   - 1.1 Anwendung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Problemstellungen
   - 1.2 Vorgehensweise in Wissenschaft und Praxis
   - 1.3 Linearer versus zirkulärer Forschungsprozess
   - 1.4 (Fehl-) Anwendungen im Bereich der Statistik
2. Wahrscheinlichkeitsverteilungen und ihre Maße
   - 2.1 Grundbegriffe der Statistik
   - 2.2 Lagemaße statistischer Verteilungen
   - 2.3 Streuungsmaße statistischer Verteilungen
   - 2.4 Zufallsvariablen

2.5 Normalverteilung

3. Philosophie des Schätzens
   - 3.1 Punktschätzung des Mittelwertes
   - 3.2 Intervallschätzung für den Mittelwert
   - 3.3 Intervallschätzung für den Anteil
   - 3.4 Bestimmung der Stichprobengröße

4. Philosophie des Testens
   - 4.1 Nullhypothesen und Alternativhypothesen
   - 4.2 Fehlerarten beim statistischen Testen und Bestimmung der Stichprobengröße unter deren Berücksichtigung
   - 4.3 Hypothesentests zum Mittelwert bei bekannter Varianz der Grundgesamtheit
   - 4.4 Hypothesentests zum Mittelwert bei unbekannter Varianz der Grundgesamtheit

5. Bivariate Analysemethoden
   - 5.1 Modellbildung
   - 5.2 Kontingenz- und Assoziationsanalyse
   - 5.3 Überblick über die Korrelationsanalyse

6. Korrelationsanalyse
   - 6.1 Kovarianz
   - 6.2 Pearsons Korrelationskoeffizient
   - 6.3 Spearmans Rangkorrelationskoeffizient

7. Regressionsanalyse
   - 7.1 Einfaches Regressionsmodell
   - 7.2 Güte der Regressionsgeraden
   - 7.3 Kodierung von unabhängigen kategorialen Variablen
   - 7.4 Binäres logistisches Regressionsmodell

8. Multivariate Analysemethoden
   - 8.1 Überblick über multivariate Analysemethoden
   - 8.2 Multiples Regressionsmodell und deren Voraussetzung
   - 8.3 Varianten von Regressionsmodellen
   - 8.4 Cluster- und Faktorenanalyse

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ von Auer, L. (2016): Ökonometrie. Eine Einführung. 7. Auflage, Springer, Berlin. ▪ Backhaus, K. et al. (2015): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 14. Auflage, Springer, Heidelberg. ▪ Chiang, A.C./Wainright, K. (2005): Fundamental Methods of Mathematical Economics. McGraw-Hill, New York. ▪ Fahrmeir, L. et al. (2016): Statistik. Der Weg zur Datenanalyse. 8. Auflage, Springer, Heidelberg. ▪ Falk, M./Becker, R./Marohn, F. (2004): Angewandte Statistik. Eine Einführung mit Programmbeispielen in SAS. Springer, Heidelberg. ▪ Hartung, J./Elpelt, B. / Klösener, K. (2012): Statistik. 15. Auflage. Oldenborg, München. ▪ Kleinbaum, D. G/Klein, M. (2010): Logistic Regression. A Self-Learning Text (Statistics for Biology and Health). 3. Auflage, Springer, Heidelberg.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Online Tests
	☑ Folien	

Data Science

Kurscode: DLMDWDS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Data Science bietet den Rahmen, um aus Daten Wert zu schaffen. Nach einer Einführung behandelt der Kurs, wie geeignete Anwendungsfälle identifiziert und die Leistung von datengesteuerten Methoden bewertet werden. Der Kurs behandelt Techniken für die technische Verarbeitung von Daten und stellt dann fortgeschrittene mathematische Techniken und ausgewählte Methoden der künstlichen Intelligenz vor, die zur Datenanalyse und für Vorhersagen verwendet werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Verwendung von Fällen zu bezeichnen und die Leistung von datengesteuerten Ansätzen zu bewerten.
- zu verstehen, wie Daten zur der Analyse vorverarbeitet werden.
- Typologien für Daten und Ontologien für die Wissensrepräsentation zu entwickeln.
- sich für geeignete mathematische Algorithmen zu entscheiden, um die Datenanalyse für eine bestimmte Aufgabe zu nutzen.
- den Wert, die Anwendbarkeit und die Grenzen der künstlichen Intelligenz für die Datenanalyse zu verstehen.

Kursinhalt

1. Einführung Data Science
   - 1.1 Überblick über Data Science
   - 1.2 Tätigkeiten der Data Science
   - 1.3 Datenquellen
   - 1.4 Deskriptive Statistik
2. Use Cases und Bewertung
   - 2.1 Data Science Use Cases (DSUCs)
   - 2.2 Bewertung
3. Datenvorverarbeitung
   - 3.1 Übermittlung von Daten
   - 3.2 Datenqualität, Bereinigung und Transformation

3.3 Datenvisualisierung

4. Verarbeitung von Daten
   - 4.1 Stufen der Datenverarbeitung
   - 4.2 Methoden und Arten der Datenverarbeitung
   - 4.3 Ausgabeformate der verarbeiteten Daten

5. Ausgewählte mathematische Techniken
   - 5.1 Hauptkomponentenanalyse
   - 5.2 Clusteranalyse
   - 5.3 Lineare Regression
   - 5.4 Zeitreihenanalyse
   - 5.5 Methoden zur Datentransformation

6. Ausgewählte Techniken der künstlichen Intelligenz
   - 6.1 Stütz-Vektor-Maschinen
   - 6.2 Künstliche neuronale Netze
   - 6.3 Weitere Ansätze

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Blobel, V./Lohrmann, E. (1998): Statistische und numerische Methoden der Datenanalyse. Teubner, Stuttgart/Leipzig. (Im Internet verfügbar).
- Bruce, A./Bruce, P. (2017): Practical Statistics for Data Scientists: 50 Essential Concepts. O'Reilly Publishers, Sebastopol (CA).
- Fahrmeir, L. et al. (2016): Statistik: Der Weg zur Datenanalyse. 8. Auflage, Springer Spektrum, Berlin/Heidelberg.
- Frochte, J. (2019): Maschinelles Lernen: Grundlagen und Algorithmen in Python. 2. Auflage, Carl Hanser, München.
- Liebowitz, J. (2014): Business analytics: An introduction. Auerbach Publications, Boca Raton (FL).
- Ng, A./Soo, K. (2018): Data Science – was ist das eigentlich?! Algorithmen des maschinellen Lernens verständlich erklärt. Springer, Berlin.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus, Frankfurt/Main.
- VanderPlas, J. (2017): Data Science mit Python: Das Handbuch für den Einsatz von IPython, Jupyter, NumPy, Pandas, Matplotlib und Scikit-Learn. mitp, Frechen.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Finanzmanagement und Rechnungslegung

Modulcode: DLMSOMWFR

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Simon (Finanzmanagement) / Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Rechnungslegung und Bilanzpolitik)

Kurse im Modul

- Finanzmanagement (MBFN01)
- Rechnungslegung und Bilanzpolitik (DLMBACCE02_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Finanzmanagement • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Rechnungslegung und Bilanzpolitik • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Finanzmanagement

- Einführung in die Finanzierung
- Unternehmensformen und Corporate Governance
- Discounted-Cash-Flow Bewertung
- Rendite vs. Risiko
- Optionen in der Finanzierungstheorie
- Kapitalstrukturpolitik

Rechnungslegung und Bilanzpolitik

- Vorbereitung der Rechnungslegung
- Optimierung von Forderungen und Bestand
- Optimierung von Verbindlichkeiten und Eigenkapital
- Aktuelle Fragen der Finanzbuchhaltung
- Bewertung von Unternehmen
- Kapitalbudgetierung 154
- Finanzmodellierung und Bewertung

Qualifikationsziele des Moduls

Finanzmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Eigen- und Fremdfinanzierung sowie Außen- und Innenfinanzierung jeweils voneinander zu unterscheiden.
- das Zusammenspiel von Unternehmen und Kapitalmärkten bei der Finanzierung von Kapitalgesellschaften zu verstehen.
- das Spannungsfeld zwischen Rendite und Risiko zu erfassen.
- Grundlagen der Portfoliodiversifikation sowie des Capital Asset Pricing Models (CAPM) zu erläutern und darauf aufbauend die für die Bewertung von Finanzinstrumenten notwendige Ableitung von Kapitalkosten eigenständig vorzunehmen.
- die Optionstheorie und deren Anwendung im Bereich der Finanzierungstheorie zu verstehen.
- die Kapitalstruktur von Unternehmen im praktischen Kontext zu bewerten und zu diskutieren.

Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Fragen und Grundsätze der Jahresabschlusserstellung und -analyse zu erklären.
- bilanzpolitische Spielräume des Managements bei der Bilanzierung nach HGB bzw. IFRS zu identifizieren und zu bewerten.
- Aktiva und Passiva in der Bilanz von Unternehmen zu bewerten und – mit Blick auf die zunehmende Bedeutung cash-orientierter Unternehmensführung - zu optimieren.
- die Grundlagen und Prinzipien der International Financial Reporting Standards (IFRS) und wichtige Unterschiede zur Bilanzierung nach HGB zu verstehen und IFRS Standards in der Praxis anzuwenden.
- die Bewertung von Unternehmen auf Grundlage von Finanzberichten mit Hilfe unterschiedlicher Methoden und Ansätze durchzuführen und kritisch zu beurteilen.
- mit Hilfe investitionsrechnerischer Verfahren unternehmerische Entscheidungen mit bilanzieller Tragweite methodisch korrekt vorzubereiten.
- selbständig unter Berücksichtigung anzuwendender Rechnungslegungsstandards eine GuV, Bilanz und Cash-Flow Rechnung mit Hilfe von Microsoft Excel zu modellieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Finanzen & Steuern auf	Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Finanzmanagement

Kurscode: MBFN01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Finanzmanager in international agierenden Konzernen haben die Aufgabe, die Finanzierung von Investitionen sicherzustellen und diese zu steuern. Für die Kapitalmarktteilnehmer kommt ihnen damit eine zentrale Rolle im Unternehmen zu.Dieser Kurs bietet eine Einführung in die Grundlagen der Unternehmensfinanzierung. Studierende erhalten einen praxisorientierten Überblick über die Aufgaben und Ziele des Finanzmanagements in Unternehmen, über die Unternehmenskontrolle und die Funktionen der Kapitalmärkte bei der Kapitalbeschaffung. Darüber hinaus werden Verfahren der Finanzanalyse behandelt, insbesondere der Ableitung von Cash Flows. Weitere Inhalte des Kurses sind die Steuerung der Kapitalstruktur und damit der Kapitalkosten eines Unternehmens. Studierende erhalten zudem eine Einführung in die Optionstheorie und deren Anwendung in der Unternehmensfinanzierung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Eigen- und Fremdfinanzierung sowie Außen- und Innenfinanzierung jeweils voneinander zu unterscheiden.
- das Zusammenspiel von Unternehmen und Kapitalmärkten bei der Finanzierung von Kapitalgesellschaften zu verstehen.
- das Spannungsfeld zwischen Rendite und Risiko zu erfassen.
- Grundlagen der Portfoliodiversifikation sowie des Capital Asset Pricing Models (CAPM) zu erläutern und darauf aufbauend die für die Bewertung von Finanzinstrumenten notwendige Ableitung von Kapitalkosten eigenständig vorzunehmen.
- die Optionstheorie und deren Anwendung im Bereich der Finanzierungstheorie zu verstehen.
- die Kapitalstruktur von Unternehmen im praktischen Kontext zu bewerten und zu diskutieren.

Kursinhalt

1. Einführung in die Finanzierung
   - 1.1 Die Rolle des Finanzmanagers
   - 1.2 Ziele des Finanzmanagements
   - 1.3 Die Rolle der Kapitalmärkte
2. Unternehmensformen und Corporate Governance
   - 2.1 Rechtsformen von Unternehmen

2.2 Das Prinzipal-Agenten-Problem in der Kapitalgesellschaft
2.3 Anreizgestaltung und Mechanismen der Unternehmenskontrolle

3. Langfristige Finanzplanung
3.1 Eigenkapital vs. Fremdkapital
3.2 Externe vs. interne Finanzierungsquellen
3.3 Finanzierung und Wachstum

4. Discounted-Cash-Flow-Bewertung
4.1 Der Ein-Perioden-Fall
4.2 Der Mehr-Perioden-Fall
4.3 Bewertung von Unternehmen

5. Rendite vs. Risiko
5.1 Erwartete Renditen
5.2 Rendite und Risiko von Portfolios
5.3 Diversifikation
5.4 Die Kapitalmarktlinie

6. Optionen in der Finanzierungstheorie
6.1 Grundlagen von Optionen
6.2 Grundlagen der Optionspreisbewertung
6.3 Eigenkapital als Option

7. Kapitalstrukturpolitik
7.1 Leverage-Effekt
7.2 Die Modigliani-Miller-Theoreme
7.3 Die optimale Kapitalstruktur
7.4 Kapitalstrukturpolitik in der Praxis

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Brealey, R. A./Myers, S. C. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London. ▪ Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2007): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München. ▪ Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London. ▪ Jahrmann, F.-U. (2009): Finanzierung. 6. Auflage, NWB, Herne/Berlin. ▪ Olfert, K./Reichel, C. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, NWB, Kiehl/Ludwigshafen. ▪ Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. W. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München. ▪ Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich. ▪ Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Kurscode: DLMBACCE02_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die externe Rechnungslegung ist für die verschiedenen Stakeholder von Unternehmen (u.a. Aktionäre bzw. Investoren, Gläubiger, Kunden oder Mitarbeiter) eine wichtige Informations- und Entscheidungsgrundlage. Durch nationale Rechnungslegungsstandards (sog. ‚GAAP' [Generally Accepted Accounting Principles], in Deutschland: HGB) ist die externe Rechnungslegung dabei stark reguliert. Dennoch bieten sich dem Management auch in der externen Rechnungslegung erhebliche bilanzpolitische Spielräume, die zielgerichtet im Rahmen der Bilanzierung genutzt werden können. Da Unternehmen auf ihren jeweiligen Beschaffungs- und Absatzmärkten und Investoren auf den Kapitalmärkten zunehmend international ausgerichtet sind kommt zudem der Internationalen Rechnungslegung eine immer größere Bedeutung zu, um die Vergleichbarkeit der Jahresabschlüsse von Unternehmen zu ermöglichen. Vor diesem Hintergrund vermittelt dieser Kurs zunächst die Grundlagen der Erstellung und Analyse des handelsrechtlichen Jahresabschlusses. Grundfragen der Bilanzierung von Aktiva und Passiva werden dabei auch mit Blick auf die jeweiligen bilanzpolitischen Spielräume erörtert. Anschließend werden die wesentlichen Ziele, Grundprinzipien und Standards der Internationalen Rechnungslegung (IFRS) eingeführt und ihre bilanzpolitischen Implikationen im Vergleich zum HGB gewürdigt. Darüber hinaus führt der Kurs in Methoden und Ansätze der Unternehmensbewertung auf Basis von Finanzberichten ein und stellt die zentralen investitionsrechnerischen Verfahren dar, mit denen unternehmerische Entscheidungen von bilanzieller Tragweite systematisch vorbereitet werden. Der Kurs schließt mit einer anwendungs- und praxisorientierten Fallstudie zum Financial Modeling ab. Die Studierenden lernen dabei, die grundlegenden Bausteine der Rechnungslegung (GuV, Bilanz und Cash-Flow) in einer integrierten Planung mit Hilfe von Microsoft Excel zu modellieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Fragen und Grundsätze der Jahresabschlusserstellung und -analyse zu erklären.
- bilanzpolitische Spielräume des Managements bei der Bilanzierung nach HGB bzw. IFRS zu identifizieren und zu bewerten.
- Aktiva und Passiva in der Bilanz von Unternehmen zu bewerten und – mit Blick auf die zunehmende Bedeutung cash-orientierter Unternehmensführung - zu optimieren.
- die Grundlagen und Prinzipien der International Financial Reporting Standards (IFRS) und wichtige Unterschiede zur Bilanzierung nach HGB zu verstehen und IFRS Standards in der Praxis anzuwenden.
- die Bewertung von Unternehmen auf Grundlage von Finanzberichten mit Hilfe unterschiedlicher Methoden und Ansätze durchzuführen und kritisch zu beurteilen.
- mit Hilfe investitionsrechnerischer Verfahren unternehmerische Entscheidungen mit bilanzieller Tragweite methodisch korrekt vorzubereiten.
- selbständig unter Berücksichtigung anzuwendender Rechnungslegungsstandards eine GuV, Bilanz und Cash-Flow Rechnung mit Hilfe von Microsoft Excel zu modellieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Rechnungslegung und Bilanzierung
   - 1.1 Zielsetzung und Bausteine der Rechnungslegung
   - 1.2 Grundsätze der Rechnungslegung nach HGB und BilMoG
   - 1.3 Vom Geschäftsvorfall zum Jahresabschluss – ein Beispiel
   - 1.4 Kennzahlenbasierte Bilanzanalyse
   - 1.5 Rechnungslegung und Bilanzpolitik

2. Bilanzierung von Aktiva
   - 2.1 Abgrenzung und Wertansätze von Aktiva
   - 2.2 Bilanzpolitische Spielräume bei der Bilanzierung von Aktiva
   - 2.3 Bilanzierung des Vorratsvermögens
   - 2.4 Bilanzierung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
   - 2.5 Kennzahlen zur Steuerung und Optimierung des Umlaufvermögens

3. Bilanzierung von Passiva
   - 3.1 Bilanzierung des Eigenkapitals
   - 3.2 Bilanzierung des Fremdkapitals
   - 3.3 Finanzierungsstruktur und Gewinn pro Aktie
   - 3.4 Bilanzanalyse anhand des Kurs-Gewinn-Verhältnisses
   - 3.5 Strategisch orientierte Bilanzpolitik

4. International Financial Reporting Standards (IFRS)

4.1 Ziel, Aufbau und Bestandteile der IFRS-Rechnungslegung
4.2 Grundsätze der Rechnungslegung nach IFRS
4.3 Ausgewählte Fragen der Bilanzierung von Aktiva nach IFRS
4.4 Ausgewählte Fragen der Bilanzierung von Passiva nach IFRS
4.5 Bilanzierung von Erlösen nach IFRS 15
4.6 Bilanzpolitik in der IFRS-Rechnungslegung

5. Rechnungslegung und Bewertung
5.1 Finanzberichte und Unternehmensbewertung
5.2 Bewertung und Analyse mittels Kurs-Buchwert-Relation
5.3 Bewertung und Analyse mittels Kurs-Gewinn-Relation
5.4 Cash-Orientierung bei Unternehmenssteuerung und -bewertung
5.5 Bewertung und Analyse mittels diskontierter Cashflows

6. Investitionsrechnung
6.1 Entscheidungen über Investitionsprojekte
6.2 Statische Verfahren der Investitionsrechnung: Amortisationsrechnung und Rentabilitätsrechnung
6.3 Dynamische Investitionsrechnung: Kapitalwert und interner Zinsfuß
6.4 Mehrdeutigkeit von Kapitalwert und internem Zinsfuß
6.5 Modellierung von Investitionsentscheidungen und -budgets

7. Financial Modeling und Unternehmensbewertung
7.1 Fallstudie ‚Mountain Lodge AG'
7.2 Analyse von Kennzahlen und Unternehmensbewertung

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Berk, J./DeMarzo, P. (2016): Grundlagen der Finanzwirtschaft – Analyse, Entscheidung und Umsetzung. 3. Auflage, Pearson. München. ▪ Ernst, D., Häcker, J. (2016): Financial Modeling. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Guserl, R./Pernsteiner, H. (2015): Finanzmanagement: Grundlagen, Konzepte, Umsetzung. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Hansen, D. R./Mowen, M. M. (2015): Cornerstones of cost management. 3. Auflage, Cengage, Boston. ▪ Needles, B. E./Powers, M. (2013): International financial reporting standards: An introduction. 3. Auflage, Cengage, Boston. ▪ Penman, S. H. (2012): Financial statement analysis and security valuation. 5. Auflage, McGraw Hill Education, New York. ▪ Poggensee, K. (2015): Investitionsrechnung – Grundlagen, Aufgaben, Lösungen. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Schuster, T./ Collenberg, L. R. v. (2017): Investitionsrechnung: Kapitalwert, Zinsfuß, Annuität, Amortisation. Springer Gabler. Wiesbaden. ▪ Warren, C. S. (2017): Survey of accounting. 8. Auflage, Cengage, Boston. ▪ Weber, J./Weißenberger, B. E. (2015): Einführung in das Rechnungswesen – Bilanzierung und Kostenrechung. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Zimmermann, J./Werner, J. R./Hitz, J.-M. (2019): Buchführung und Bilanzierung nach IFRS und HGB – Eine Einführung mit praxisnahen Fällen. 4. Auflage, Pearson Verlag, Hallbergmoos.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Kommunikation und Verhandlungstechniken

Modulcode: DLMSOMWKV-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefanie Rödel (Gesprächsführung, Beratung, Mediation) / Prof. Dr. Georg Berkel (Verhandlungstechniken)

Kurse im Modul

- Gesprächsführung, Beratung, Mediation (DLMSAGBM01-01)
- Verhandlungstechniken (DLMNEGE01_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Gesprächsführung, Beratung, Mediation • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten Verhandlungstechniken • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Gesprächsführung, Beratung, Mediation

- Formen und Methoden der Beratung
- Beratungsmodelle und -theorien
- Kommunikation
- Gesprächsführung
- Besondere Beratungssituationen und Konflikte in der Beratung
- Konfliktberatung und Mediation

Verhandlungstechniken

- Die Bedeutung und die Beschaffenheit von Verhandlungen
- Die Verteilung von Wert
- Distributive Verhandlungstaktik
- Die Wertschöpfung
- Verhandlungstaktiken zur Wertschöpfung
- Das Dilemma des Verhandlungsführers
- Verhandeln lernen

Qualifikationsziele des Moduls

Gesprächsführung, Beratung, Mediation

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Spezifik verschiedener Gesprächsformen (Auftragsgespräche, Veränderungsgespräche, Konfliktgespräche) einzuschätzen und zu gestalten.
- Beratungsgespräche methodisch und basierend auf einer breiten theoretischen Fundierung strukturieren und führen.
- Kenntnisse über die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Kategorien wie Geschlecht, Alter, Kultur und Machtasymmetrien fallbezogen für die Gesprächsanalyse und -führung anzuwenden.
- ihr erarbeitetes Wissen zu Menschenbild und Grundhaltungen für die eigene
- neuere Beratungsmodelle kritisch in ihrer Übertragung auf das eigene Praxisfeld zu überprüfen
- die Bedeutung und Anwendungsmöglichkeiten von Konfliktschlichtungsverfahren mit Bezug auf das eigene professionelle Handeln zu schildern.

Verhandlungstechniken

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Verhandlungsprozess und die miteinander verbundenen, aber gegenläufigen Prozesse der Wertverteilung und Wertschöpfung zu beschreiben.
- gebräuchliche Mythen und Missverständnisse in Bezug auf Verhandlungen und Verhandlungsführern zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um übliche Unzulänglichkeiten zu vermeiden.
- empirische Erkenntnisse über den Verhandlungsprozess auf Verhandlungsszenarien anzuwenden.
- mit verschiedenen anderen Parteien unter Anwendung von Wertverteilungs- und Wertschöpfungstaktiken zu verhandeln.
- sich an einem Prozess der Selbstreflexion zu beteiligen und eine Vielzahl von Instrumenten zu nutzen, um die Leistung als Verhandlungsanfänger zu verbessern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus den Bereichen Soziale Arbeit und Betriebswirtschaft & Management auf	Alle Master-Programme aus den Bereichen Sozialwissenschaften und Wirtschaft & Management

Gesprächsführung, Beratung, Mediation

Kurscode: DLMSAGBM01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs aktualisiert und vertieft die für die sozialwissenschaftliche und beraterische Praxis zentralen Handlungsformen Beratung, Gesprächsführung und Mediation. Er erforscht die strukturellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und stellt neuere Beratungsmodelle und -theorien vor. Es werden die Beratung in ihren vielfältigen Formen, Gesprächsführung, Kommunikation und Konfliktmanagement sowie wird Mediation als Konflikthilfeverfahren erläutert und anhand von Fallbeispielen illustriert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Spezifik verschiedener Gesprächsformen (Auftragsgespräche, Veränderungsgespräche, Konfliktgespräche) einzuschätzen und zu gestalten.
- Beratungsgespräche methodisch und basierend auf einer breiten theoretischen Fundierung strukturieren und führen.
- Kenntnisse über die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Kategorien wie Geschlecht, Alter, Kultur und Machtasymmetrien fallbezogen für die Gesprächsanalyse und -führung anzuwenden.
- ihr erarbeitetes Wissen zu Menschenbild und Grundhaltungen für die eigene
- neuere Beratungsmodelle kritisch in ihrer Übertragung auf das eigene Praxisfeld zu überprüfen
- die Bedeutung und Anwendungsmöglichkeiten von Konfliktschlichtungsverfahren mit Bezug auf das eigene professionelle Handeln zu schildern.

Kursinhalt

1. Kommunikation und Gesprächsführung
   - 1.1 Grundlagen der Kommunikation und der Gesprächsführung
   - 1.2 Transaktionsanalyse (Eric Berne)
   - 1.3 Axiome der Kommunikation (Paul Watzlawick)
   - 1.4 4-Seiten-Kommunikationsmodell (Friedemann Schulz-von-Thun)
   - 1.5 Gewaltfreie Kommunikation (Marshall B. Rosenberg)
   - 1.6 Macht in Kommunikation und Gesprächsführung
2. Besonderheiten zielgruppenspezifischer Gesprächs- und Beratungssituationen

2.1 Gesprächsführung mit Kindern und Jugendlichen
2.2 Besonderheiten der interkulturellen Kommunikation
2.3 Gesprächsführung bei Menschen mit Demenz
2.4 Besonderheiten in der Gesprächsführung mit Menschen mit Behinderung

3. Beratungsmodelle und -theorien
3.1 Personenzentrierte Beratung
3.2 Systemische Beratung
3.3 Lösungsorientierte Beratung

4. Methoden der Beratung
4.1 Methoden der klientenzentrierten Gesprächsführung
4.2 Methoden systemischer Beratung
4.3 Methoden lösungsorientierter Beratung

5. Konflikte in der Beratung
5.1 Erschwerende Rahmenbedingungen
5.2 Schwierige Interaktionen
5.3 Beratungstypen
5.4 Persönliche Verstrickung und Macht
5.5 Beratung in Zwangskontexten

6. Mediation
6.1 Geschichte der Mediation
6.2 Voraussetzungen der Mediation und die Rolle der Mediator:innen
6.3 Konflikttheorie und Eskalationsstufen
6.4 Das klassische Phasenmodell der Mediation
6.5 Anwendungsfelder der Mediation

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Ballreich, R./Glasl, F. (2007): Mediation in Bewegung. 2. Auflage, Concadora, Stuttgart. ▪ Besemer, C. (2007): Mediation. Vermittlung in Konflikten. 12. Auflage, Stiftung Gewaltfreies Leben, Heidelberg/Freiburg. ▪ Brüggemann, H./Ehret-Ivankovic, K./Klütmann, C. (2014): Systemische Beratung in fünf Gängen. Ein Leitfaden. 5. Auflage, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen. ▪ Herwig-Lempp, J. (2016): Ressourcenorientierte Teamarbeit. Systemische Praxis der kollegialen Beratung. 4. Auflage, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen. ▪ Lewis, J. A. et al. (1998): Community Counseling. Empowerment Strategies for a Diverse Society. 2. Auflage, Brooks/Cole, Pacific Grove (CA). ▪ Lewis, J. A. et al. (2011): Community Counseling. A Multicultural Social-Justice Perspective. 4. Auflage, Brooks/Cole, Belmont (CA). ▪ Nestmann, F./Engel, F./Sickendiek, U. (Hrsg.) (2007–2014): Das Handbuch der Beratung, Band I–III. DGTV, Tübingen. ▪ Simon, F. B. (2010): Einführung in die Systemtheorie des Konflikts. Carl-Auer, Heidelberg. ▪ Schulz v. Thun, F. (2010): Miteinander reden. 3. Das „Innere Team“ und situationsgerechte Kommunikation. 25. Auflage, Rowohlt, Reinbek. ▪ Widulle, W. (2011): Gesprächsführung in der Sozialen Arbeit. Grundlagen und Gestaltungshilfen. VS Verlag, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Verhandlungstechniken

Kurscode: DLMNEGE01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs befähigt die Studierenden, sowohl den Verhandlungsprozess als auch das eigentliche Verhandeln zu erlernen. Der Verhandlungsprozess ist ein zwischenmenschlicher Entscheidungsprozess. Um dessen Regeln zu verstehen, ist es unerlässlich, ein tiefes Verständnis der zwei Perspektiven einer Verhandlung zu haben: die Verteilung von Wert und die Schaffung von Wert. Dieser Kurs beginnt mit einer Einführung in die Allgegenwärtigkeit von Verhandlungen und in einige der gängigen Mythen und Missverständnisse, die den potenziellen Nutzen effektiver Verhandlungen einschränken. Anschließend werden das Konzept des Verteilungswertes und die spezifischen Taktiken, die zur Erzielung des vorteilhaftesten Ergebnisses eingesetzt werden können, vertieft. Die Studierenden erforschen dann die Wertschöpfung und die Umsetzung von Taktiken, um von einem Win-Lose- zu einem Win-Win-Szenario zu gelangen.
Der Kurs bietet außerdem Einblicke in die Spieltheorie (einschließlich des Gefangenendilemmas, des "Hirschjagdspiels" und der "Wie-Du-Mir-So-Ich-Dir"-Strategie), bevor er mit der gezielten Erforschung darüber abschließt, wie die Prozesse der Verhandlungstheorie in der Praxis implementiert werden können, wobei Fallstricke vermieden und ein effizientes Erlernen von Verhandlungstechniken ermöglicht werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Verhandlungsprozess und die miteinander verbundenen, aber gegenläufigen Prozesse der Wertverteilung und Wertschöpfung zu beschreiben.
- gebräuchliche Mythen und Missverständnisse in Bezug auf Verhandlungen und Verhandlungsführern zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um übliche Unzulänglichkeiten zu vermeiden.
- empirische Erkenntnisse über den Verhandlungsprozess auf Verhandlungsszenarien anzuwenden.
- mit verschiedenen anderen Parteien unter Anwendung von Wertverteilungs- und Wertschöpfungstaktiken zu verhandeln.
- sich an einem Prozess der Selbstreflexion zu beteiligen und eine Vielzahl von Instrumenten zu nutzen, um die Leistung als Verhandlungsanfänger zu verbessern.

Kursinhalt

1. Die Bedeutung und das Wesen der Verhandlung
   - 1.1 Das Wesen und die Arten der Verhandlung

1.2 Missverständnisse über Verhandlungen und Mythen über Verhandlungsführer

2. Die Wertverteilung
   - 2.1 „Der Kuchen“: „Zone of Possible Agreement“ (ZOPA)
   - 2.2 Die "Kuchenverteilung": Maximierung der Verteilungsergebnisse

3. Distributive Verhandlungstaktiken
   - 3.1 Die To-dos der Wertverteilung
   - 3.2 Lerntransfer

4. Die Wertschöpfung
   - 4.1 Wertschöpfung: von Win-Lose zu Win-Win
   - 4.2 Vier Schritte und drei Arten der Wertschöpfung

5. Wertschöpfende Verhandlungstaktiken
   - 5.1 Framing
   - 5.2 Die To-dos der Wertschöpfung

6. Das Dilemma des Verhandlers
   - 6.1 Das Dilemma zwischen Wertschöpfung und Wertverteilung
   - 6.2 Das Gefangenendilemma als Metapher für das Verhandlungsdilemma
   - 6.3 Bewältigungsstrategien: „Tit-for-tat“ und Wechsel der Payoffs

7. Lernen, zu verhandeln
   - 7.1 Von der Theorie zur Praxis
   - 7.2 Drei Herausforderungen beim Erlernen des Verhandelns
   - 7.3 Ein Lernmodell zur Verhandlungsführung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berkel, G (2021): Learning to negotiate. Cambridge University Press, Cambridge.
- Brett, J. M. (2014): Negotiating globally: How to negotiate deals, resolve disputes, and make decisions across cultural boundaries. 3. Auflage, Jossey-Bass, San Francisco.
- Fisher, R./Ury, W. L./Patton, B. (2011): Getting to yes: Negotiating agreements without giving in. 2. Auflage, Penguin Books, London.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

AI and Mastering AI Prompting

Module Code: DLMEAIMAIP

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction and Examination
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

Module Coordinator

Prof. Dr. Claudia Heß (Artificial Intelligence) / Prof. Dr. Gissel Velarde Perez (Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques)

Contributing Courses to Module

- Artificial Intelligence (DLMAIAI01)
- Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques (DLMPAIECPT01)

Module Exam Type	
Module Exam	**Split Exam** Artificial Intelligence • Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes • Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques • Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report
Weight of Module see curriculum	

Module Contents

Artificial Intelligence

- History of AI
- Expert Systems
- Neuroscience
- Modern AI Systems
- AI Application Areas

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

In this module, students delve into the world of generative AI applications, creating AI-generated content such as text, images, and videos. They learn to design, analyze, and evaluate different prompting techniques in these systems and apply them within their respective fields of study.

Learning Outcomes

Artificial Intelligence

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Links to other Modules within the Study Program	Links to other Study Programs of the University
This module is similar to other modules in the field of Data Science & Artificial Intelligence	All Master Programs in the IT & Technology field

Artificial Intelligence

Course Code: DLMAIAI01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

The quest for artificial intelligence has captured humanity's interest for many decades and has been an active research area since the 1960s. This course will give a detailed overview of the historical developments, successes, and set-backs in AI, as well as the development and use of expert systems in early AI systems.In order to understand cognitive processes, the course will give a brief overview of the biological brain and (human) cognitive processes and then focus on the development of modern AI systems fueled by recent developments in hard- and software. Particular focus will be given to discussion of the development of "narrow AI" systems for specific use cases vs. the creation of general artificial intelligence.The course will give an overview of a wide range of potential application areas in artificial intelligence, including industry sectors such as autonomous driving and mobility, medicine, finance, retail, and manufacturing.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Contents

1. History of AI
   - 1.1 Historical Developments
   - 1.2 AI Winter
   - 1.3 Notable Advances in AI
2. Expert Systems
   - 2.1 Overview Over Expert Systems
   - 2.2 Introduction to Prolog
3. Neuroscience
   - 3.1 The (Human) Brain

3.2 Cognitive Processes

4. Modern AI Systems
   - 4.1 Recent Developments in Hard- and Software
   - 4.2 Narrow vs General AI
   - 4.3 NLP and Computer Vision

5. AI Application Areas
   - 5.1 Autonomous Vehicles & Mobility
   - 5.2 Personalized Medicine
   - 5.3 FinTech
   - 5.4 Retail & Industry

Literature
Compulsory Reading
Further Reading ▪ Chowdhary, K. R. (2020). Fundamentals of Artificial Intelligence. Springer India. ▪ Russell, S. & Norvig, P. (2022). Artificial intelligence. A modern approach (4th ed.). Pearson Education. ▪ Ward, J. (2020). The student's guide to cognitive neuroscience. (4th ed.). Taylor & Francis Group.

Study Format Distance Learning

Study Format	Course Type
Distance Learning	Theory Course

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed	☑ Course Book	☑ Practice Exam
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Slides	

Study Format myStudies

Study Format	Course Type
myStudies	Theory Course

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed	☑ Course Book	☑ Practice Exam
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Slides	

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

Course Code: DLMPAIECPT01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

In this course, students explore the exciting world of prompting in various generative AI applications. They involve themselves in hands-on exercises that combine various prompting techniques to create new AI-generated content, including text, images, and videos. Through these exercises, students learn how to effectively use, analyze, combine, and assess these systems within their specialized fields of study.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Contents

- In this course, students engage in a practical application of a generative AI use case by choosing from the options provided in the extensive supplementary guide. The course presents practical examples as study materials and exercises with both individual and combined prompting techniques for open-source text, image, and video generation use cases. The exercises are crafted to inspire and lead students in executing their distinct generative AI use case work and provide guidance on describing the use case and selecting a mixture of prompting techniques. Additionally, students are led to critically evaluate the design, implementation, and the outcomes from both technical and ethical perspectives.

Literature
Compulsory Reading
Further Reading ▪ Dang, H., Mecke, L., Lehmann, F., Goller, S., & Buschek, D. (2022). How to prompt? Opportunities and challenges of zero- and few-shot learning for human-AI interaction in creative applications of generative models. arXiv. https://arxiv.org/pdf/2209.01390.pdf ▪ Epstein, Z., Hertzmann, A., Herman, L., Mahari, R., Frank, M. R., Groh, M., Schroeder, H., Smith, A., Akten, M., Fjeld, J., Farid, H., Leach, N., Pentland, A. S., & Russakovsky, O. (2023). Art and the science of generative AI: A deeper dive. arXiv. https://arxiv.org/pdf/2306.04141.pdf ▪ Gozalo-Brizuela, R., & Garrido-Merchán, E. C. (2023). A survey of generative AI applications. arXiv. https://arxiv.org/pdf/2306.02781.pdf ▪ Wei, J., Wang, X., Schuurmans, D., Bosma, M. Ichter, B., Xia, F., Chi, E. H., Le., Q. V., & Zhou, D. (2023). Chain-of-though prompting elicit reasoning in large language models. arXiv. https://arxiv.org/pdf/2201.11903.pdf

Study Format Distance Learning

Study Format	Course Type
Distance Learning	Project

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Slides	☑ Guideline

4. Semester

Masterarbeit

Modulcode: MMTH

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	MA	30	900 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)
Studiengangsleiter:in (SGL) (Masterarbeit) / Studiengangsleiter:in (SGL) (Kolloquium)

Kurse im Modul
▪ Masterarbeit (MMTH01) ▪ Kolloquium (MMTH02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Masterarbeit • Studienformat "Fernstudium": Masterarbeit Kolloquium • Studienformat "Fernstudium": Kolloquium
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Masterarbeit

- Masterarbeit

Kolloquium

- Kolloquium zur Masterarbeit

Qualifikationsziele des Moduls

Masterarbeit

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu zu erstellen.

Kolloquium

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Alle Module im Masterprogramm	Alle Masterprogramme im Fernstudium

Masterarbeit

Kurscode: MMTH01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		27	gemäß Studien- und Prüfungsordnung

Beschreibung des Kurses

Ziel und Zweck der Masterarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Masterarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnissen des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu zu erstellen.

Kursinhalt

- Im Rahmen der Masterarbeit muss die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden Themas widerspiegeln. Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerten.

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Masterarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
810 h	0 h	0 h	0 h	0 h	810 h

Lehrmethoden
Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eine akademischen Betreuers.

Kolloquium

Kurscode: MMTH02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		3	gemäß Studien- und Prüfungsordnung

Beschreibung des Kurses

Das Kolloquium wird nach Einreichung der Masterarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben. Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden, und die Beantwortung von Fragen der Gutachter.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

Kursinhalt

- Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Masterarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	0 h	0 h	0 h	90 h

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.