

Masterstudiengang
Innovationsmanagement und Entrepreneurship (MBA)

Modulkatalog*

Inhalte – Lernergebnisse – Lehrende



Inhalt

| | |
|---|---|
| Strategisches Management und Organisationswandel | 3 |
| Leadership und Personalmanagement | 4 |
| Controlling..... | 5 |
| Grundlagen Innovationsmanagement und Entrepreneurship..... | 6 |
| Methodisches Erfinden und Produktentwicklung | 7 |
| Innovationskooperationen und nachhaltige Markttransformation..... | 8 |
| Innovationsfolgen und Nachhaltigkeit | 10 |
| Gründungsökonomie / Entrepreneurial Ecosystems | 12 |
| Rechtlicher Schutz für Innovationen..... | 13 |
| Forschungsmethoden..... | 15 |
| Ausgewählte Aspekte des Innovationsmanagements und Entrepreneurship | 16 |
| Professionalisierungsmodul | 17 |
| Kommunikation – kompetent und ergebnisorientiert | 18 |
| Konfliktmanagement – konstruktiv Lösungen finden | 19 |
| Verhandeln – souverän und erfolgreich..... | 20 |
| Entscheidungen richtig treffen | 21 |
| Resilienz stärken | 22 |
| Leadership – digital und zukunftsorientiert | 23 |
| Coaching – Tools für die Praxis..... | 24 |
| Führung übernehmen – die neue Rolle als Führungskraft..... | 25 |
| Self Leadership – die Kunst, sich selbst zu führen..... | 27 |
| Digital Literacy – Potenziale digitaler Tools nutzen..... | 28 |
| Design Thinking – kreativ mit System | 29 |
| Storytelling – erzählend überzeugen | 30 |
| Ausgewählte Aspekte zur Professionalisierung..... | 31 |
| Abschlussmodul | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

***WICHTIGER HINWEIS:**

Beim vorliegenden Modulkatalog handelt es sich aktuell noch um eine Entwurfsfassung. Die einzelnen Modulbeschreibungen werden mit Abschluss der entsprechenden Modulentwicklungsarbeiten finalisiert. .

Strategisches Management und Organisationswandel

Kernmodul (Pflicht)

| | |
|--|---|
| Lehrende*r | Prof. Dr. Dirk Fischer // Julia Horneber Jade Hochschule // Die Unternehmenswandler UG und Referentin beim Oldenburg-Ostfriesischen Wasserverband |
| Inhalte | Dieses Modul behandelt zunächst grundsätzlich die Frage, was unter Strategie und Strategischem Management zu verstehen ist und woraus Unterschiede in der Begriffsauffassung resultieren. Daran anschließend lernen die Teilnehmenden die wichtigsten Denkschulen, Konzepte und Instrumente des Strategischen Managements kennen. Der Schwerpunkt liegt auf den ökonomie-theoretisch fundierten Ansätzen: Dem sogenannten marktorientierten Ansatz Michael E. Porters und dem ressourcenorientierten Ansatz. Beide stellen den Inhaltsaspekt von Strategien in den Vordergrund und versuchen zu begründen, woraus nachhaltige Wettbewerbsvorteile resultieren können. Aber auch in der Praxis weit verbreitete klassische Beraterkonzepte und -werkzeuge wie die SWOT-Analyse oder die Methode des Marktanteils-Marktwachstums-Portfolios sowie deren Weiterentwicklungen werden behandelt. Strategieentscheidungen haben nicht selten Implikationen für den Wandel von und in Organisationen. Der (geplante) organisatorische Wandel steht daher ebenfalls im Fokus des Moduls. Aufgaben, Herausforderungen und Modelle eines aktiven Change Managements bzw. Veränderungsmanagements werden thematisiert. |
| Lernergebnisse | Die Teilnehmenden des Moduls <ul style="list-style-type: none"> — haben ein grundsätzliches Verständnis von den Grundlagen und der Bedeutung des Strategischen Managements erlangt. — kennen die wichtigsten Denkschulen des Strategischen Managements und können diese differenzieren. — verstehen die theoretischen Begründungen zur Entstehung und der langfristigen Existenz von Wettbewerbsvorteilen. — können unterschiedliche Methoden zur strategischen Analyse des Unternehmensumfeldes und der unternehmensinternen Ressourcen anwenden. — kennen die Bedeutung und Grenzen generischer Wettbewerbsstrategien und können jene anhand praktischer Beispiele aufzeigen. — sind mit Verfahren zur Entwicklung, Implementierung und Umsetzung von Strategien vertraut, können aber auch deren Möglichkeiten und Grenzen beurteilen. — kennen unterschiedliche Modelle des Change Managements und ihre Anwendung in der Praxis. — sind sich der Rolle des Personals und insbesondere der Führungskräfte in Changeprozessen bewusst. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Kernbereich, Pflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Leadership und Personalmanagement

Kernmodul (Pflicht)

| | |
|--|--|
| Lehrende*r | Prof. Dr. Marcel Schütz // Dr. Pia Lehmkuhl NBS Northern Business School // EWE NETZ GmbH |
| Inhalte | Jede (Arbeits-)Organisation bedarf qualifizierter Mitarbeitende und insofern auch eines Personalmanagements, das Personal rekrutiert, motiviert, entwickelt und steuert. Wie das geschieht oder geschehen sollte, diesbezüglich hat sich – speziell in der Organisationspraxis – die Auffassung in den letzten Jahrzehnten deutlich weiterentwickelt und gewandelt. Neben den Mitarbeitenden an sich gelten nunmehr Personalführung oder „Leadership“ sowie eine moderne Personalarbeit als zentrale Parameter für die Erfolgserzielung. Die oft individuelle und vielgestaltige Interpretation entsprechender Ansätze und Konzepte wird in diesem Modul ebenso thematisiert werden wie die Charakteristika, Ziele und Aufgaben eines wirksamen und zeitgemäßen Personalmanagements. So stehen u. a. zentrale personalwirtschaftliche Handlungsfelder (darunter Personalauswahl, Personaleinführung, Personalentwicklung, Motivation und Anreizsysteme) und verschiedene Steuerungsinstrumente im Fokus. Außerdem ist die Personalarbeit und -organisation in ihrer Einbettung in die allgemeine Organisation zu betrachten. Neben formalen Ordnungen werden auch informell-kulturelle Phänomene in den Blick genommen und entsprechend diskutiert. Zusammenfassend soll dieses Modul ein grundlegendes Verständnis sowie praktisches Know-how einer effektiven wie effizienten Herangehensweise an personalwirtschaftliche Herausforderungen vermitteln. |
| Lernergebnisse | Die Teilnehmenden des Moduls <ul style="list-style-type: none"> • kennen unterschiedliche Verständnisse der Personalführung und können die Begriffe näher fassen bzw. voneinander abgrenzen. • können entsprechende Anforderungen an Führungskräfte definieren sowie differenzieren. • kennen klassische und moderne Modelle der Personalführung, können diese heuristisch auf die Praxis übertragen und kritisch reflektieren. • können Grundlangen von unterschiedlichen Führungsverständnissen beschreiben und die Notwendigkeit der Situationspezifität in Führungssituationen herausstellen. • kennen die wesentlichen Zielsetzungen und Funktionen des Personalmanagements. • erlangen Know-how bezüglich der Anwendung von Verfahren und Instrumenten vor allem der Personalauswahl, -entwicklung, -einführung und der Anreizsysteme. • sind in der Lage, formale Ordnungen von Organisationen zu skizzieren und die Bedeutung von Informalität darzulegen. • sind eigenständig in der Lage, „moderne“ Instrumente der Personalarbeit in der betrieblichen Praxis substantziell zu analysieren. • können selbstständig relevante Fragestellungen für das Personalmanagement in der Praxis formulieren und diese eigenständig bearbeiten. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Kernbereich, Pflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops • Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Controlling

Kernmodul (Pflicht)

| | |
|--|--|
| Lehrende*r | Prof. Dr. Tobias Scheytt Helmut-Schmidt-Universität Hamburg |
| Inhalte | <p>Controlling ist ein Sammelbegriff für alle Konzepte und Instrumente zur Steuerung von Organisationen. Generell soll Controlling der Feststellung der verbleibenden Herausforderung bis zum geplanten Ziel und der Selbstüberprüfung des Erreichten dienen. Sofern diese Aufgabe organisatorisch ausdifferenziert wird, also nicht mehr Aufgabe des Managements ist, leisten Controller*innen oder Controllingabteilungen Service für die Linienpositionen des Managements. Planung, Budgetierung, Betriebs- und Prozessdatenerfassung, Kontrolle, Abweichungsanalyse (Ziel-Ist), Berichtswesen, Steuerungsvorschläge (und gegebenenfalls Nachjustierung) sind die Teilaufgaben, die im Controlling zu bewältigen sind. Controllingsservice soll in arbeitsteiligen Systemen die Koordination zwischen den Teilbereichen erleichtern.</p> <p>Im Modul werden zunächst Konzepte der Planung und Kontrolle, von Zielen und Steuerung reflektiert werden. Außerdem werden die verbreitetsten Konzepte der Organisationssteuerung anzuschauen sein, wobei herauszuarbeiten ist, wie diese ggf. für unterschiedliche Organisationstypen anzupassen sind. Bei Fragen des strategischen Controllings ist auch der Beitrag des Controlling zu Innovation (sprozessen) und Wandel zu klären.</p> <p>Dies alles ist Handwerkszeug und Grundlage. Reflexionen zum Controlling berühren aber auch Grundsätzliches: Jede Aussage des Controlling – gleichgültig ob von einem Managementmitglied oder dem Controllingsservice – ist selektiv. Beispielsweise führt die Nutzung von Kennzahlen zur Fokussierung auf bestimmte Tatbestände und blendet andere aus. Es stellt sich also die Frage nach dem Verhältnis von Bild und Abgebildetem. Deshalb sind in dem Modul auch organisations- und kommunikationstheoretische Betrachtungen unerlässlich.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen verschiedene Modelle und Instrumente des strategischen und operativen Controllings kennen und anwenden. • erkennen den Beitrag des strategischen Controllings als Führungsaufgabe sowie zu Innovationen und Wandel und können dies in Ihrer Organisation umsetzen. • sind sich der Rolle des Controllings als Grundlage für das Treffen von finanzbezogenen Managemententscheidungen bewusst und verstehen die betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen von Planung und Kontrolle als wichtige Hebel für den Wandel von und in Organisationen. • können darüber hinaus typische Situationen in der finanziellen Steuerung daraufhin – analysieren, welche Verhaltenswirkungen unter denjenigen ausgelöst werden, die an Entscheidungen beteiligt oder von ihnen betroffen sind. • sind in der Lage, controllingbezogene Fakten zielsicher einzuordnen und kritisch zu reflektieren. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Kernbereich, Pflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) - |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Grundlagen Innovationsmanagement und Entrepreneurship

Profilmodul (Pflicht)

| | |
|--|--|
| Lehrende*r | Prof. Dr. Klaus Fichter Carl von Ossietzky Universität Oldenburg // Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit |
| Inhalte | <p>Die großen Zukunftsherausforderungen, wie die Digitalisierung, der Klimawandel oder die rasante Veränderung der Arbeitswelt, verlangen neuartige Lösungen und kreative Antworten. Technische und soziale Innovationen sind deshalb ein Schlüssel für die erfolgreiche Gestaltung von gesellschaftlichen Transformationsprozessen. Was aber genau ist „Innovation“ und wie entsteht sie? Was zeichnet innovatives Unternehmertum (Entrepreneurship) aus? Wie lässt sich mit Innovationen Geld verdienen und ein gesellschaftlicher Nutzen stiften? Und, lassen sich Innovationen genauso „managen“ wie Routineprozesse? Das Modul wird Antworten auf diese Fragen liefern.</p> <p>Zudem lernen die Teilnehmenden diejenigen Aufgaben kennen, die innovative Unternehmerinnen und Unternehmer erfüllen müssen. Dazu zählen die z.B. die Entwicklung von Geschäftsmodellen, der Aufbau eines Venture-Teams oder die Frage, ob es situativ besser ist, eine innovative Idee innerhalb einer bestehenden Organisation umzusetzen (Intrapreneurship) oder durch den Aufbau eines unabhängigen Start-ups zu realisieren.</p> <p>Das Modul dient somit der Einführung ins Innopreneurship, also der bewussten Hervorbringung von Innovationen durch Entrepreneurship. Es schafft ein grundlegendes Verständnis für die Möglichkeiten und Grenzen der Steuerung von Innovationsprozessen und der „Neuerfindung“ von Unternehmen. Zudem erarbeiten sich die Teilnehmenden die Wissensbasis für anschließenden Module, die sich wichtigen Einzelaspekten des Innovationsmanagements und Entrepreneurship widmen.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> — können die Begriffe „Innovation“ und „Innovationsmanagement“ definieren. — können verschiedene Arten von Innovationen und Kriterien für den Neuigkeitsgrad nennen. — sind in der Lage, die Einflussfaktoren des Innovationsmanagements zu erläutern. — wissen um die Bedeutung eines „Innovationssystems“ für erfolgreiches Innovationsmanagement. — kennen unterschiedliche Arten von Konflikten im Rahmen des Innovationsmanagements. — können beschreiben, was unter „Pfadabhängigkeiten“ und „Open Innovation“ zu verstehen ist. — kennen Kennzeichen einer innovationsfreundlichen Organisation. — werden dazu befähigt, verschiedene Formen von Innovationskooperationen zu unterscheiden. — können die Besonderheiten des Managements von Innovationsprozessen erläutern. — sind in der Lage, Vorschläge zur Ideenfindung in ihrem Unternehmen zu entwickeln. — sind mit Methoden der Bewertung und der Auswahl von Innovationsideen vertraut. — können zentrale Merkmale und Aufgaben von innovativem Unternehmertum nennen. — kennen Methoden und Tools der Geschäftsmodellentwicklung. — wissen, was ein „Sustainable Business Canvas“ ist und nachhaltige Geschäftsmodelle auszeichnet. — kennen alternative Formen der Gründungsfinanzierung, einschließlich der Besonderheiten der Finanzierung durch Risikokapital. — wissen um die Funktionen, Aufbau und Inhalte eines Businessplans. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Methodisches Erfinden und Produktentwicklung

Profilmodul (Wahlpflicht)

| | |
|--|---|
| Lehrende*r | Prof. Dr. Martin G. Möhrle Professor für Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Innovation und Kompetenztransfer; Direktor des Instituts für Projektmanagement und Innovation (IPMI) an der Universität Bremen |
| Inhalte | <p>Erfolgreiches Innovationsmanagement beruht auf einer systematischen Entwicklung neuer Produkte und Services, welche von kreativen Ideen getragen wird. Diese systematische Entwicklung umfasst einige wesentliche Aufgaben. So bedarf es der klugen Analyse der Kundenbedürfnisse, deren Umsetzung in Anforderungen an Produkte und Services sowie der Gestaltung dieser Produkte und Services mittels verschiedener Werkzeuge des methodischen Erfindens.</p> <p>Für die genannten Aufgaben gibt es bewährte und leistungsfähige Methoden. Drei Beispiele seien herausgegriffen. Mit dem Requirements Engineering liegt eine bewährte Methode vor, mit der die Anforderungen der Kunden umfänglich und systematisch erfasst werden können. Mit dem Quality Function Deployment lassen sich die gefundenen Anforderungen in Produkteigenschaften übersetzen. Mit den Erfindungsverfahren (einem wichtigen Werkzeug des methodischen Erfindens) können kreative Lösungen für widersprüchliche Anforderungen erzeugt werden.</p> <p>Alles in allem kann durch die kombinierte Anwendung der genannten Methoden ein Produktentwicklungsprozess gestaltet werden, der zielgerichtet den Weg von den Bedürfnissen zur erfolgreichen Innovation bereitet.</p> <p>Zum Hintergrund: Das methodische Erfinden beruht auf den Arbeiten des russischen Wissenschaftlers G.S. Altshuller. Er entwickelte die Theorie des erfinderischen Problemlösens (TRIZ), die Erfinder*innen das Handwerkszeug zur Verfügung stellt, sich das Wissen und die Lösungsprinzipien alter Erfindungen zu Nutze zu machen, um neue Lösungsprinzipien für bestehende Probleme zu finden und hieraus neue Ideen zu entwickeln. TRIZ stellt eine Vielzahl an Methoden und Werkzeugen zur Verfügung, welche die Sichtweise auf die Erfindungen verändern und sie gezielt in eine neue Richtung lenken.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> — kennen die Grundlagen der systematischen Produktentwicklung. — verstehen wesentliche Methoden der Produktentwicklung. — sind vertraut mit den Werkzeugen des methodischen Erfindens. — können die Möglichkeiten und Grenzen der einzelnen Methoden und Werkzeuge beurteilen. — werden – durch unterschiedliche Übungen – vertraut im Umgang mit diesen Methoden gemacht. — werden – durch die durchgängige Bearbeitung einer selbst gewählten Fallstudie – dazu befähigt, verschiedene Methoden eigenständig anzuwenden und zu erproben. — erwerben Kompetenz im Creative Leadership durch Reflexion des eigenen erfinderischen Denkens. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Innovationskooperationen und nachhaltige Markttransformation

Profilmodul (Wahlpflicht)

| | |
|--|--|
| Lehrende*r | Dr. Severin Beucker Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit |
| Inhalte | <p>Innovationen und Innovationsmanagement im Unternehmen finden heute in einem Umfeld zunehmender Wissensfragmentierung, kurzer Entwicklungs- und Produktzyklen sowie eines sich kontinuierlich verändernden Wettbewerbs- und Marktumfeldes statt. Diese Rahmenbedingungen verlangen Unternehmen hohe Anstrengungen im Bereich der Markterkundung, der Forschung und Entwicklung sowie der Vermarktung ab und setzen strategisches sowie längerfristiges Handeln voraus. Neben der Intensivierung der eigenen Anstrengungen können auch Innovationskooperationen und -netzwerke genutzt bzw. eingesetzt werden, um die Innovationsfähigkeit zu stärken, die eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen zu erweitern oder auch neue Produkt- und Marktsegmente zu erschließen. Durch Kooperationen und Netzwerke können die im Innovationsprozess anfallenden Aufwände reduziert werden. Der Innovationsprozess wandelt sich damit im Verständnis von der „Closed Innovation“ zur „Open Innovation“.</p> <p>In der Praxis werfen Innovationskooperationen und -netzwerke vielfältige Fragen auf: Wie funktionieren Innovationspartnerschaften und welche Arten der Kooperation sind möglich? Für wen und wann eignen sich Innovationskooperationen und -netzwerke? Wer sind geeignete Kooperationspartner und wie können diese gefunden und die Zusammenarbeit mit ihnen organisiert werden? Und schließlich: Welchen Beitrag liefern Innovationskooperationen und -netzwerke zum Innovationserfolg und wie kann dieser bewertet werden? Dieses Modul soll Antworten auf diese Fragen liefern. Es soll die Grundlagen zum Verständnis und den Einsatzmöglichkeiten von Innovationskooperationen und -netzwerken, den verschiedenen Kooperationsformen und -möglichkeiten schaffen und anhand von Praxisbeispielen Chancen und Herausforderungen von Innovationspartnerschaften erläutern.</p> <p>Das Produkt von Innovationspartnerschaften bleibt in der Regel nicht hinter verschlossenen Türen. Innovationen drängen auf den Markt. Innovationen gelten als Motor der Marktentwicklung und sind damit (aus gesellschaftlicher Sicht) verantwortlich für die Wohlfahrtsfortschritt und (aus betrieblicher Sicht) ein Wettbewerbsargument. Vor diesem Hintergrund stellt die Innovationstätigkeit einen integralen Bestandteil der marktorientierten Unternehmensführung dar: Innovationen wirken auf die Marktentwicklung ein. Umgekehrt müssen (absehbare oder auch gewollte) Marktentwicklungen bei der Innovationsarbeit Berücksichtigung finden – ob man nun einer demand-push- oder demand-pull-Orientierung folgt. Dementsprechend wird im Rahmen des Moduls auch die Marktentwicklung – im Kontext von Innovationen und speziell von Innovationskooperationen – beleuchtet.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> — sind mit den verschiedenen Formen horizontaler und vertikaler Kooperationen sowie mit unterschiedlichen Formen von Netzwerken vertraut. — sind in der Lage, die Motive und Ressourcen der Akteure sowie die verschiedenen Arten von formellen und informellen Beziehungen zwischen Akteuren zu analysieren und deren Beitrag zum Erfolg von Innovationskooperationen abzuschätzen. — können das Konzept der „Innovation Communities“ erläutern. — sind in der Lage, unterschiedliche Formen der Kooperationen und deren Vor- und Nachteile zu analysieren und zu erkennen, welche Kooperationsform sich für welche Ausgangssituation besonders eignet. — kennen die Bedeutung der Marktentwicklung für die Innovationsarbeit (auch speziell im Kontext von Kooperationen) und können diese erfassen. — können einzelwirtschaftliche Innovationsaktivitäten aus der Einbettung des Unternehmens in seine marktlichen, gesellschaftlichen und umweltseitigen Rahmenbedingungen und deren Dynamik erklären. — sind vertraut mit konkreten Problemstellungen und Lösungsansätzen aus dem Wissensgebiet der Innovationspolitik. — verstehen die betriebliche Innovationspolitik als unternehmensstrategisches Handlungsfeld und können dies gestalten. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |

| | |
|--------------------------------|---|
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Innovationsfolgen und Nachhaltigkeit

Profilmodul (Wahlpflicht)

| | |
|--|---|
| Lehrende*r | Dr. Thomas Neumann Senior Researcher am Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit, Berlin. |
| Inhalte | <p>Die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung werden spätestens seit den 1980er Jahren auf globaler Ebene diskutiert. Die regulative Idee einer nachhaltigen Entwicklung erkennt globale Herausforderungen wie Klimawandel, Verlust an Artenvielfalt, Bodendegradation, Ressourcenverknappung, Bevölkerungswachstum, Armut, Unterernährung oder wachsende Einkommensungleichheiten an, stellt Zusammenhänge her und verfolgt das Ziel, eine inter- und intragenerative Gerechtigkeit zu ermöglichen. Die Auswirkungen einer nicht nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweise werden seitdem kontrovers behandelt. Dabei befinden sich die langfristig notwendigen Veränderungen auf politischer, gesellschaftlicher und ökonomischer Ebene immer in einem Spannungsfeld von drängenden Handlungserfordernissen und komplexen Umsetzungsprozessen in den verschiedenen globalen und lokalen Dimensionen. Speziell Innovationen werden heute oft als Antwort für Krisenphänomene gesehen, die unser modernes Wirtschaften hervorgerufen hat. Gleichzeitig sind Innovationen aber – zumindest teilweise – auch für diese Phänomene verantwortlich. Es ist unbestritten, dass Innovationen erhebliche Auswirkungen auf die ökonomischen, sozialen und ökologischen Systeme haben und zu großen Veränderungen innerhalb dieser Systeme führen können. Schon Joseph A. Schumpeter, der als Vater der Innovationsforschung gilt, sprach im Zusammenhang von Innovationen von einer „schöpferischen Zerstörung“ – einem unaufhörlichen Zerstören der alten und einem kontinuierlichen Schaffen einer neuen Struktur. Das Zerstören von Strukturen bedeutet, dass es außer den Gewinnern ebenfalls Verlierer der Innovationstätigkeit gibt. Dies können neben einzelnen Betrieben oder ganzen Branchen auch die sozialen Systeme und die Umwelt sein.</p> <p>Zunächst führt das Modul in den Nachhaltigkeitsdiskurs und in die gesellschaftliche und unternehmerische Bedeutung von ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit ein. Anschließend wird vermittelt, wie Nachhaltigkeit praktisch in Innovationsprozessen umgesetzt werden kann. Dabei wird der Fokus gezielt auf unternehmerisches Handeln bzw. Entrepreneurship in Neugründungen sowie kleinen und mittelständisches Unternehmen gelegt. Schließlich führt das Modul in die Nachhaltigkeitsbewertung und das Nachhaltigkeitsreporting ein. Dabei wird der Fokus erneut auf Entrepreneurship gelegt und unter anderem die Themen Innovationsfolgen, Impactmeasurement, Nachhaltigkeitsmanagement und Berichterstattungssysteme behandelt.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> — können die gesellschaftliche und unternehmerische Bedeutung einer nachhaltigen Entwicklung erklären, die Ziele (anhand von praktischen Beispielen) erläutern und Barrieren aufzeigen. — kennen wesentliche Meilensteine des Nachhaltigkeitsdiskurses und können die Bedeutung von Effizienz, Suffizienz und Konsistenz für ein nachhaltiges Management erörtern. — verfügen über ein Bewusstsein für die positiven und negativen Makroeffekte von Innovationen und Start-Ups auf die ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Entwicklung von Regionen und Ländern. — kennen verschiedene Möglichkeiten, Innovationsfolgen zu kategorisieren und können davon ausgehend Innovationen analysieren. — können nachhaltige Geschäftsmodellkonzepte benennen und selbstständig nachhaltige Geschäftsmodelle identifizieren bzw. entwickeln. — wissen, wie man nachhaltige Geschäftsideen und Geschäftsmodelle sowohl in bestehenden Unternehmen als auch durch Neugründung umsetzen kann. — erkennen Stellen im Innovationsprozess, an denen eine Ermittlung und Bewertung von Innovationsfolgen Sinn macht, und kennen eine Reihe von Verfahren zur Innovationsfolgebewertung. — wissen um unterschiedliche Intentionen zur Einführung von Berichterstattungssystemen und können verschiedene Instrumente eines Ökocontrollings darlegen. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |

| | |
|--------------------------------|---|
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Gründungsökonomie / Entrepreneurial Ecosystems

Profilmodul (Wahlpflicht)

| | |
|--|---|
| Lehrende*r | Prof. Dr. Jörg Freiling Universität Bremen |
| Inhalte | <p>Eine Vielzahl von heute äußerst bedeutenden und sehr erfolgreichen Unternehmen haben als innovative Start-ups an ein und demselben Ort ihre Arbeit aufgenommen: Dem Silicon Valley. Dort tummeln sich auch bis dato noch unzählige Start-ups und weltweit agierende Technologie-Riesen. Aber nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland gibt es Brutstätten für Start-ups (bspw. Berlin und München). Eine Erklärung für die regionalen Ballungen in Bezug auf die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen bietet eine kontextuelle Betrachtung. So lässt sich feststellen, dass Entrepreneure bzw. Start-ups nicht im luftleeren Raum agieren, sondern in Austausch untereinander und mit ihrer Umgebung stehen. Und dies hat enormen Einfluss auf den Erfolg (oder Misserfolg) bzw. die Entwicklung von Start-ups.</p> <p>„Als Entrepreneurial Ecosystem werden räumlich begrenzte Regionen bezeichnet, die durch das Wirken vernetzter unabhängiger Akteure und regionaler Ressourcen eine förderliche Umgebung für Unternehmertum bieten und damit vorteilhafte Bedingungen für die Entwicklung von Start-ups liefern“ (LEMEX – Lehrstuhl für Mittelstand Existenzgründung und Entrepreneurship der Universität Bremen). Doch was zeichnet diese im Kern aus? Welche Elemente sind hier entscheidend und wie wirken diese auf die Entrepreneure ein? Mit diesen und ähnlichen Fragen befasst sich das Modul, wenngleich – aufgrund des noch jungen Forschungsstands – keine abschließenden Antworten gegeben werden können.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> — kennen die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Unternehmertum in etablierten Unternehmen und Start-ups. — wissen um die Bedeutung von Entrepreneurial Ecosystems für die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen. — können Entrepreneurial Ecosystems in ihren Grundzügen beschreiben. — kennen die Herausforderungen und zentralen Ansatzpunkte bei der Schaffung von Entrepreneurial Ecosystems. — sind in der Lage, die Befunde zur Gründungsökonomie auf den Organisationskontext zu übertragen (im Sinne eines Corporate Entrepreneurial Ecosystem). |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Rechtlicher Schutz für Innovationen

Profilmodul (Wahlpflicht)

| | |
|--|---|
| Lehrende*r | Dr. Ulrike Gedert/Dipl. Phys. Gunnar Siekmann Carl von Ossietzky Universität Oldenburg // Kanzlei Jabbusch Siekmann & Wasiljeff |
| Inhalte | <p>Weil die Ergebnisse schöpferischer Leistungen wertvolle, aber immaterielle Güter darstellen, bedarf es eigentumsähnlicher Schutzrechte (intellectual property rights), um ihre exklusive Verfügbarkeit und Handelbarkeit sicherzustellen. Einen Schwerpunkt des Moduls bilden deshalb die Einführungen in das Immaterialgüterrecht mit dem Urheberrecht und den Gewerblichen Schutzrechten (Patente, Marken, Geschmacksmuster und Gebrauchsmuster).</p> <p>Innovationen müssen einen „Namen“ bekommen und kommuniziert werden, aber auch vor Plagiaten geschützt werden. Zentral sind daher insbesondere das zu behandelnde Markenrecht und das Lauterkeitsrecht (UWG). Weil Innovationen nicht nur im eigenen Unternehmen genutzt werden, sondern auch vermarktet (lizenzieren) werden oder weil Innovationen eingekauft werden müssen, soll auch die Vertragsgestaltung (Lizenzverträge) nicht zu kurz kommen. Innovationsprozesse sind durch Geheimnisschutz zu flankieren, so dass auch die vertraglichen Bindungen des Know How (Geheimhaltungsvereinbarungen) Gegenstand des Moduls sind. Hier wird auch das neue Geheimnisschutzgesetz angesprochen. Zu behandeln sind des Weiteren die bei der Verletzung von Immaterialgüterrechten eintretenden Rechtsfolgen: Unterlassung, Schadensersatz, Auskunft und Vernichtung sowie das Instrumentarium gegen die Produktpiraterie inklusive der zollrechtlichen Maßnahmen.</p> <p>Die verschiedenen Schutzrechte werden auch in ihrem internationalen Kontext betrachtet. Aufgrund europäischer Verordnungen existieren die Unionsmarke und das Gemeinschaftsgeschmacksmuster als EU-weit wirkende Schutzrechte. Im Marken-, Patent-, Geschmacksmuster- und Urheberrecht werden auch die internationalen Schutzmöglichkeiten miterläutert. Das neue Einheitspatent und das Einheitliche Patentgericht werden das bereits bestehende zentralisierte europäische Patenterteilungssystem ergänzen.</p> <p>Zur Vermittlung des rechtlichen Basiswissens für Innopreneure werden unterschiedliche Praxisfälle in Verlauf des Moduls eingeflochten und mit den Teilnehmenden diskutiert. Angefragt sind Vorträge eines Patentingenieurs dessen Spezialgebiet die Automobilzulieferindustrie ist als auch der Geschäftsführer eines Unternehmens, der zuständig für das Schutzrechtsportfolio und Verletzungsfälle ist. Im zweiten Präsenztermin soll das Erlernete anhand eines Moot Courts praktisch trainiert werden, indem die Teilnehmenden gemeinsam mit den Lehrenden eine Gerichtsverhandlung simulieren.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> — sind in der Lage festzustellen, unter welchen Voraussetzungen Urheberrechte, patentfähige Erfindungen und andere gewerbliche Schutzrechte bestehen. — können in speziellen Datenbanken recherchieren, ob Schutzrechte bestehen, und wissen, wie die Schutzrechte gesichert werden und welche Rechtsfolgen bei der Verletzung von Immaterialgüterrechten eintreten. — wissen um die Möglichkeiten des Designschutzes und der Bekämpfung von schutzrechtsverletzenden Plagiaten, flankiert durch wettbewerbsrechtliche und zollrechtliche Instrumente. — wissen, welche Rechtsinstrumente auch des Wettbewerbsrechts (UWG/GeschGehG) zur Verfügung stehen, um unlautere Behinderung von Innovationsprozessen zu unterbinden. Sie sind mit dem Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen vertraut und können die straf- und zivilrechtlichen Folgen der Verletzung von Geheimnissen benennen. — erwerben Kenntnisse darüber, in welchem internationalen Kontext sich die jeweiligen Schutzrechte bewegen und können die internationalen Registrierungsmöglichkeiten einsetzen, um ein möglichst umfassendes Schutzrechtsportfolio für ihr Unternehmen zu sichern. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |

| | |
|--------------------------------|---|
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Forschungsmethoden

Profilmodul (Wahlpflicht)

| | |
|--|--|
| Lehrende*r | Prof. Dr. Heinke Rübken Carl von Ossietzky Universität Oldenburg |
| Inhalte | <p>Befragungen von Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitenden, Erfassungen des Betriebsklimas und Bedarfsanalysen zu unterschiedlichen Themenfeldern sind heutzutage eine wichtige Basis für operative und strategische Entscheidungen und gehören zum Standardrepertoire des Managements und Marketings. Zur Umsetzung müssen Daten zielgerichtet erhoben, aufbereitet und problembezogen ausgewertet werden. Forschungsmethodische Grundkenntnisse sind sowohl in den Phasen der Datenerhebung, -aufbereitung und -auswertung als auch bei der Präsentation der gewonnenen Ergebnisse von zentraler Bedeutung.</p> <p>Ziel dieses Moduls ist die handlungsorientierte und praxisnahe Vermittlung von Fachwissen zur Erhebung, Analyse und Präsentation empirischer Daten. Grundlegende Kenntnisse werden sowohl für qualitative als auch quantitative Forschungsmethoden vorgestellt und anhand von ausgewählten Beispielen vertieft. Dazu gehören die Fragebogenkonstruktion und Auswertung, die Durchführung und Analyse von Gruppendiskussionen sowie die Erhebung und Auswertung von Interviews. Schließlich werden geeignete Präsentationsformen erlernt, mit deren Hilfe die Daten bedarfsgerecht aufbereitet und kommuniziert werden können.</p> |
| Lernergebnisse | <p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> — sind vertraut mit grundlegenden qualitativen und quantitativen Forschungsansätzen, kennen die jeweiligen Vor- und Nachteile unterschiedlicher Methoden und können diese zweckentsprechend auswählen. — können qualitative und quantitative Erhebungen für betriebliche Zwecke eigenständig konzipieren und durchführen. — beherrschen die Auswertung von qualitativen und quantitativen Daten mit statistischen bzw. textbasierten Auswertungsverfahren. — können die Ergebnisse Ihrer Forschungsarbeit fachkundig präsentieren. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Ausgewählte Aspekte des Innovationsmanagements und Entrepreneurship

Profilmodul (Wahlpflicht)

| | |
|--|---|
| Lehrende*r | In Abhängigkeit des gewählten Themas. |
| Inhalte | In Abhängigkeit des gewählten Themas. |
| Lernergebnisse | In dieser Veranstaltung wird ein aktuelles Thema aus dem Bereich des Innopreneurship behandelt. Dabei geht es im Wesentlichen um die Vermittlung von Spezialwissen sowie die Fähigkeit sich derartiges Wissen selbständig anzueignen und für den Einsatz in der Praxis aufzuarbeiten und verfügbar zu machen. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Profilbereich, Wahlpflichtmodul <i>Das Modul kann in den MBA eingebracht werden, wenn nicht bereits das Modul „Professionalisierungsmodul“ gewählt wurde.</i> |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Professionalisierungsmodul

Profilmodul (Wahlpflicht)

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

Kommunikation – kompetent und ergebnisorientiert

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Konfliktmanagement – konstruktiv Lösungen finden

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Verhandeln – souverän und erfolgreich

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Entscheidungen richtig treffen

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Resilienz stärken

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Leadership – digital und zukunftsorientiert

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Coaching – Tools für die Praxis

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Führung übernehmen – die neue Rolle als Führungskraft

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

| | |
|--------|-------------|
| Gebühr | 300,00 Euro |
|--------|-------------|

Self Leadership – die Kunst, sich selbst zu führen

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Digital Literacy – Potenziale digitaler Tools nutzen

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Design Thinking – kreativ mit System

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Storytelling – erzählend überzeugen

Kompetenztraining des Professionalisierungsmoduls

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

Ausgewählte Aspekte zur Professionalisierung

Professionalisierungseinheit des Professionalisierungsmoduls

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

Abschlussmodul

Online-Kolloquium und Masterarbeit

| | |
|--|--|
| Lehrende*r | Nicola Seitz // Selbständige Dozentin im Bereich Wissenschaftliches Schreiben und Carl von Ossietzky Universität Oldenburg Dr. Stefanie Kretschmer // Akademieleitung der Berufsakademie Wilhelmshaven Gutachterinnen und Gutachter |
| Inhalte | Das Abschlussmodul begleitet die Erstellung der Masterarbeit und besteht aus folgenden drei Teilen: a) Lektüre der begleitenden Lernmaterialien zur Erstellung der Masterarbeit, b) zwei Online-Intensivphasen mit mentorieller Betreuung, c) Individuelle Betreuung durch eine*n Gutachter*in Zu Beginn des Online-Kolloquiums erstellen die Studierenden eine Kurzpräsentation zu ihrem anvisierten Themenbereich in der Masterarbeit und zeigen entsprechend die Problemstellung, die Forschungsfrage, die Zielsetzung der Masterarbeit sowie die angedachte Methodik auf. Die Kurzpräsentation wird zum Start der ersten Online-Intensivwoche hochgeladen und im Forum diskutiert. Dazu werden Feedbacks von den anderen Teilnehmenden erstellt, die zur Konkretisierung, Unterstützung der eigenen Ideen zur Masterarbeit nützlich sind. In einem Online-Meeting im Anschluss an die Online-Intensivwoche können die Rückmeldungen vom Kolloquium und der Mentorin bzw. dem Mentor im direkten Austausch besprochen werden. Die zweite Online-Intensivphase im Rahmen des Online-Kolloquiums dient der Vorstellung, Diskussion und Überarbeitung des Exposés der Masterarbeit der Teilnehmenden sowie der Diskussion ausgewählter Fragestellungen. Teilnehmende und Mentor*in geben dazu Feedback in Form einer Stellungnahme und im Rahmen eines weiteren Online-Meetings. Die Mentorin bzw. der Mentor steht auch während und zwischen den Intensivphasen für die Klärung organisatorischer und formaler Fragen zur Verfügung. Fachliche Fragen beantworten parallel die Gutachter*innen. |
| Lernergebnisse | Die Teilnehmenden des Moduls — können eine Fragestellung für eine Masterarbeit aus dem Bereich Innovationsmanagement und/oder Entrepreneurship selbständig und klar formulieren. — können ein adäquates Forschungsdesign entwickeln. — sind in der Lage, eine Masterarbeit selbständig unter Nutzung wissenschaftlicher Modelle und Methoden zu erstellen. — haben Kenntnis der inhaltlichen und formalen Kriterien an eine wissenschaftliche Abschlussarbeit und können diese anwenden. |
| Lehrformen | Selbststudium, Online-Kolloquium |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine; für den Antrag auf Zulassung zur Masterarbeit: Prüfungsleistungen in einem Umfang von mindestens 40 KP |
| Verwendbarkeit des Moduls | Abschlussmodul, Pflichtmodul <i>Dieses Modul flankiert die Erstellung der Masterarbeit und beinhaltet die Erstellung ebendieser.</i> |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen im Online-Kolloquium — Erstellung eines Exposés zum Vorhaben der Masterarbeit — Eigenständige Anfertigung der Masterarbeit unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 20 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in jedem Semester angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 600 Std. (Online-Kolloquium: 60 Std.; Masterarbeit: 540 Std.) |
| Dauer | -- |
| Termine | Die Termine lassen sich dem Anmeldeformular entnehmen. |
| Gebühr | 990,00 Euro |

Beratung & Kontakt

Nicola Seitz
Studiengangsmanagement
Innovationsmanagement und Entrepreneurship (MBA)



BERATUNGSTERMIN VEREINBAREN

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

T +49 (0)441 / 798 50 45

F +49 (0)441 / 798 44 11

E innovationsmanagement@uni-oldenburg.de

<https://uol.de/innovationsmanagement>

