

Inhalte

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
PSYCHOLOGIE IM MANAGEMENT Management-relevante Ergebnisse aus der modernen Gehirnforschung Psychologische Grundlagen einer kompetenz- und lösungsorientierten Kommunikationsgestaltung Nutzung von Teamarbeit aus psychologischer Perspektive Zusammenhänge von Motivation, Leistungsorientierung und Sinnerleben Prinzipien eines wirksamen Zusammenspiels von Rationalität und intuitivem Wissen	2	MANAGEMENT & ETHIK Kenntnis in ethischen Möglichkeiten, Geschichte der Ethik Ethikrichtungen und -typen, Führungsgrundsätze Das Gewissen einer Managerin / eines Managers Tugenden der Managerin / des Managers Ethik in der Managementpraxis Kosten ethischer versus unethischer Führung	2
ENTSCHEIDUNGEN IM MARKTKONTEXT Funktionsweise von Märkten: dynamische und komplexe Systeme Komplexität Informationswert Entscheidungen gegen die Natur vs Entscheidungen im Markt Methodisch interaktive Entscheidungsspiele	1	VOM WAHRNEHMEN ZUM ENTSCHEIDEN: PHILOSOPHIE, NEUROBIOLOGIE, ERKENNTNISTHEORIE Philosophische Grundpositionen Wahrnehmungs- und Erkenntnistheorien Wissen und Verstehen Entscheidungstheorie Erkenntnisse aus den Neurowissenschaften Logik Implikationen für ökonomische Theoriebildung	2
MENSCH UND ORGANISATION, ARBEIT UND MOTIVATION Grundkonzepte der Organisation: Theorien, Modelle und ihre Konsequenzen Organisationskulturen zwischen Stabilität und Innovation Mensch und Organisation: eine schwierige Beziehung Die Veränderung der Arbeitswelt Berufliche Leistung: Anforderungen an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestern – heute – morgen Strategien & Ansätze der Personalarbeit: Reaktionen auf den Mangel an qualifizierten Mitarbeiterinnen & Mitarbeitern Macht in Organisationen: Mikropolitik & ihre Auswirkungen Konflikt: Wie können Konflikte produktiv bewältigt werden?	2	PSYCHOLOGIE & MARKTVERHALTEN Wege zur Beeinflussung von Einstellungen Knappheit als Verkaufsargument: Psychologische Reaktanz im Konsumentenverhalten Wenn Widersprüche das Verhalten lenken: Psychologische Konsistenz im Konsumentenverhalten Beeinflussung in der Verkäufer-Kunde-Interaktion Unbewusste Einflüsse auf das Marktverhalten Preiswahrnehmung	2
ORGANISATIONSENTWICKLUNG: SYSTEMATISCHER WANDEL VON STRUKTUR UND KULTUR Balance von theoretischen Impulsen und Reflexionseinheiten Verwendung von transferorientierten Managementsimulationen Themenfelder sind u.a. Umgang mit Veränderungen Was bestimmt und was verändert Organisationskulturen? Ebenen der Organisationskultur, Phasenmodell zum Veränderungsmanagement, Kollegiale Fallberatung u.a.	2	LERNSTATT: FÜHRUNG Warum Führung neu gedacht und gelebt werden muss Die drei Säulen der Performanten Führung Zirkuläres, individualisierendes & balancierendes Führen Gemeinsame Bearbeitung von Fallvignetten	1
		FÜHRUNG UND VERANTWORTUNG: ENTWICKLUNG DES EIGENEN FÜHRUNGSMODELLS Was bedeutet Verantwortung im Kontext von Führung und was nicht? Raus aus dem „Schuld-Paradigma“ Output, Strukturen und Werte als Kernaufgaben verantwortlicher Führung Delegieren als Kernprozess Als Führungskraft auftreten Hierarchie-Kompetenz entwickeln Die eigene Unabhängigkeit pflegen Schlechte Nachrichten und unpopuläre Entscheidungen als „Nagelprobe“	2

9 MODULE | 16 PRÄSENZTAGE* | 20 ECTS

*exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeiten, Abschlussarbeit, u.ä.