



MANAGEMENT, PSYCHOLOGIE & LEADERSHIP

Komplexe Entscheidungsprozesse verstehen & gestalten

Einführung

Eindimensionales Denken und Handeln führt in der Wirtschaftspraxis allzu oft in eine Sackgasse. Wer heute in einer führenden Position Entscheidungen zu treffen hat, braucht dazu die Fähigkeit, unterschiedliche Perspektiven einzunehmen und die aktuellen Erkenntnisse aus einer Vielfalt von Disziplinen miteinander zu verknüpfen. Der Zertifikats-Lehrgang spannt einen weiten Bogen von der Ökonomik über die Philosophie bis zu den Humanwissenschaften. Dabei wird ein besonderer Wert auf die Vertiefung gelegt, wo Aktualität und praktische Anwendung dies verlangen. Die in einer Atmosphäre der geistigen Offenheit gewonnenen Einsichten bilden eine robuste Grundlage für das Gefühl der Selbstwirksamkeit und damit den beruflichen Erfolg.

Zielgruppen

Dieser Zertifikats-Lehrgang bietet eine attraktive Möglichkeit der berufsbegleitenden Aus- und Fortbildung für Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aller Managementebenen, die das Ziel verfolgen

- ihre aktuelle Managementposition professioneller auszuüben oder sich für neue, höherwertige Aufgaben besser zu qualifizieren;
- ihr Wissen über managementrelevante Aspekte der (Wirtschafts-)Psychologie zu erweitern und dieses in den konkreten Bezugsrahmen der Interaktion mit Menschen, Organisationen und Märkten zu stellen;
- ihre Rolle als Führungskraft zu reflektieren und sich persönlich weiterzuentwickeln.

Ziele | Nutzen

Absolventinnen & Absolventen

- kennen die Grundprinzipien der Informationsökonomie und ihre Aus- bzw. Rückwirkungen auf die Psychologie von Märkten;
- sind mit philosophischen Grundpositionen sowie humanwissenschaftlichen und systemisch-konstruktivistischen Sichtweisen vertraut, die neue Perspektiven erschließen;
- haben sich mit klassischen Entscheidungsmodellen und jüngeren neurowissenschaftlichen Erkenntnissen auseinander gesetzt;
- haben die Grundlagen der Organisationspsychologie kennen gelernt und Theorien der Führung von Individuen und Gruppen reflektiert;
- kennen Modelle zur Analyse und Erklärung des – nicht immer rationalen – Verhaltens von Konsumentinnen und Konsumenten;
- haben ihre individuelle Führungsverantwortung vor dem Hintergrund der immer wichtiger werdenden Prinzipien von Corporate Governance und Ethik reflektiert und können ihr eigenes Managementhandeln entsprechend ausrichten.

Dieser Zertifikats-Lehrgang kann auf ausgewählte Master-Studiengänge angerechnet werden.

Leistungsnachweise

Projektarbeiten, Abschlussarbeit & Abschlussprüfung unterstützen den unmittelbaren Transfer in die berufliche Praxis.

MODULE	PRÄSENZTAGE
Psychologie im Management <ul style="list-style-type: none"> • Managementrelevante Ergebnisse aus der modernen Gehirnforschung • Psychologische Grundlagen einer kompetenz- & lösungsorientierten Kommunikationsgestaltung • Nutzung von Teamarbeit aus psychologischer Perspektive • Zusammenhänge von Motivation, Leistungsorientierung & Sinnerleben • Rationalität & intuitives Wissen 	2
Entscheidungen im Marktkontext <ul style="list-style-type: none"> • Funktionsweise von Märkten: dynamische & komplexe Systeme • Komplexität • Informationswert • Entscheidungen gegen die Natur vs. Entscheidungen im Markt • Methodisch interaktive Entscheidungsspiele 	1
Mensch & Organisation, Arbeit & Motivation <ul style="list-style-type: none"> • Grundkonzepte der Organisation • Organisationskulturen zwischen Stabilität & Innovation • Mensch & Organisation • Die Veränderung der Arbeitswelt • Berufliche Leistung: Anforderungen an Mitarbeiter:innen gestern – heute – morgen • Strategien & Ansätze der Personalarbeit • Macht in Organisationen • Konflikte produktiv bewältigen 	2
Organisationsentwicklung: Systematischer Wandel von Struktur & Kultur <ul style="list-style-type: none"> • Balance von theoretischen Impulsen & Reflexionseinheiten • Verwendung von transferorientierten Managementsimulationen • Umgang mit Veränderungen • Was bestimmt & was verändert Organisationskulturen? • Organisationskultur, Veränderungsmanagement, Kollegiale Fallberatung u.a. 	2

MODULE	PRÄSENZTAGE
Management & Ethik <ul style="list-style-type: none"> • Geschichte der Ethik • Ethikrichtungen & -typen, Führungsgrundsätze • Das Gewissen einer Managerin / eines Managers • Tugenden der Managerin / des Managers • Ethik in der Managementpraxis • Kosten ethischer versus unethischer Führung 	2
Vom Wahrnehmen zum Entscheiden: Philosophie, Neurobiologie, Psychologie <ul style="list-style-type: none"> • Philosophische Grundpositionen • Wahrnehmungs- & Erkenntnistheorien • Wissen & Verstehen • Entscheidungstheorie, Logik • Erkenntnisse aus den Neurowissenschaften • Implikationen für ökonomische Theoriebildung 	1
Psychologie & Marktverhalten <ul style="list-style-type: none"> • Wege zur Beeinflussung von Einstellungen • Knappheit als Verkaufsargument • Wenn Widersprüche das Verhalten lenken • Beeinflussung in der Verkäufer-Kunde-Interaktion • Unbewusste Einflüsse auf das Marktverhalten • Preiswahrnehmung 	2
Führungswerkstatt: Führen neu denken <ul style="list-style-type: none"> • Sinn von / durch Führen? • Führen in / durch Veränderungen, Übergängen und Krisen • Leiten versus Führen • Handwerk des Führens – Werkstatt • Wozu Fragen führen? • Ambivalenzen nutzen 	2
Führung & Verantwortung: Entwicklung des eigenen Führungsmodells <ul style="list-style-type: none"> • Verantwortung im Kontext von Führung • Raus aus dem „Schuld-Paradigma“ • Output, Strukturen & Werte als Kernaufgaben verantwortlicher Führung • Delegieren als Kernprozess • Als Führungskraft auftreten • Hierarchie-Kompetenz entwickeln • Die eigene Unabhängigkeit pflegen • Schlechte Nachrichten & unpopuläre Entscheidungen als „Nagelprobe“ 	2

9 MODULE | 16 PRÄSENZTAGE* | 20 ECTS | DEUTSCH | EUR 5.450,-

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

