



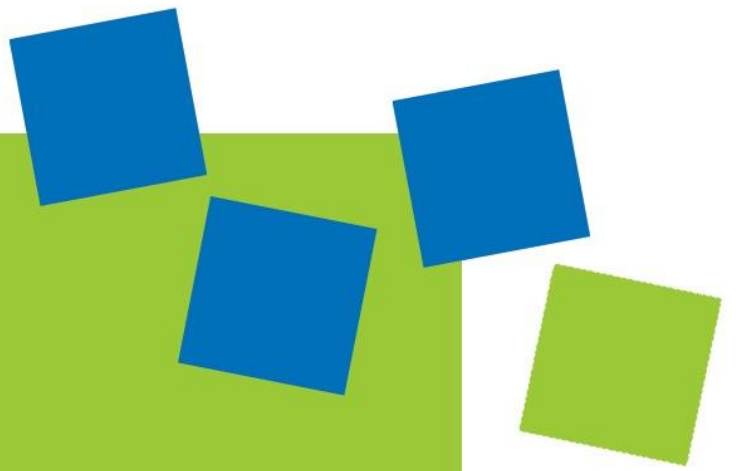
Modulhandbuch

Kreatives Management (SPO SS 16)

School of Business and Technology

Sommersemester 2022

Stand: 08.04.2022



Inhalt

STUDIENGANG	3
Kreatives Marketing Management	7
Controlling und Business Exzellenz	10
Crea Matching - Rollen und Kompetenzen	13
Strukturierte Kreativität.....	16
Crea Leader und Wertesystem	20
Intuition und Entscheidungsfindung.....	23
Mental- und Erfolgstraining.....	26
Erlebnisorientiert Präsentieren und Begeistern	29
Interkulturelles Management	33
Kunst und Design	36
Multimedia und Kommunikation.....	38
Kreative Systemische Analyse.....	41

Vorstellung STUDIENGANG			
Kurzform:	KMA	SPO-Nr.:	HSAN-20121
Studiengangleitung:	Prof. Dr. Jochem Müller		
Studienfachberatung:	Prof. Dr. Jochem Müller		
ECTS:	90 Punkte		
Regelstudienzeit:	4 Semester		
Teilnahmevoraussetzung:	<p>Qualifiziert sind Personen mit einem Hochschulabschluss (Bachelor, Diplom, Magister oder gleichwertigen Abschluss) und mindestens einem Jahr Berufstätigkeit nach dem abgeschlossenen Erststudium bzw. dem Nachweis einer relevanten praktischen Tätigkeit.</p> <p>Ergänzend erfolgt eine Eignungsprüfung (Test bzw. Auswahlgespräch) zum Nachweis der studienspezifischen Eignung im Studiengang.</p> <p>Der Nachweis der erforderlichen deutschen Sprachkenntnisse von Studienbewerberinnen und Studienbewerbern, die ihre Studienqualifikation nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben haben. Der entsprechende Nachweis erfolgt durch das Bestehen der Deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang. Deutsche Sprachkenntnisse gelten für den MBA – Studiengang als ausreichend, falls in allen Prüfungsteilen mind. das DSH-Niveau 2 (DSH2) bzw. TestDAF-Niveau 4 (TDN4) erreicht wurde.</p>		
Verwendbarkeit:	Master Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Der MBA Kreatives Management vermittelt den Studierenden die Kompetenzen, die für eine innovative und erfolgreiche Unternehmensführung entscheidend sind. Dazu gehört, neben generellem Management- und Leadership-Wissen, vor allem auch die Profilierung der eigenen Kreativität und Persönlichkeit. Die ganzheitliche Persönlichkeitsentwicklung des einzelnen Studierenden im Vordergrund zu stellen, gehört zu den übergeordneten Studienzielen.</p> <p>Das Ausbildungskonzept des MBA-Studienganges Kreatives Management weist eine starke Praxisorientierung auf. Darüber hinaus werden weltweite Forschungsansätze und –ergebnisse aufgegriffen und berücksichtigt. Im Mittelpunkt der akademischen Ausbildung stehen Kreativität und Intuition als Kernkompetenzen einer innovativen Unternehmensführung. Die kreative Problemlösungsfähigkeit der Führungskräfte wird zum entscheidenden Faktor für unternehmerischen Erfolg.</p> <p>Gefragt sind Studierende, die aus einem ganzheitlichen Kompetenzanspruch die beruflichen und gesellschaftspolitischen Themen nachhaltig gestalten und entwickeln. Hierzu gehören zentrale Themen wie nachhaltiges Wirtschaften, ethisches Verhalten und gesellschaftspolitisches Verständnis und Handeln für heutige und künftige Generationen. Die Absolventen begreifen Kreativität als eine fortwährende Evolution. Wir benötigen Innovationen als Antworten auf die zukünftigen Veränderungen und Herausforderungen. Kreatives Denken und Handeln bedeutet aber immer auch eine verantwortliche Einheit aus innovativ, systemisch und nachhaltig. Die Absolventen werden zu kreativen Querdenkern, die neue Wege gehen und mit ihrem Wirken als CREA LEADER® zum Vorbild für ihre Mitarbeiter und die Gesellschaft werden. In den Modulen „CREA LEADER® und Wertesystem“ oder „Kreatives Marketing Management“ wird auf Themen Nachhaltigkeit und Verantwortung vertieft eingegangen. Darüber hinaus fördern Module wie „Kunst und Design“, „Multimedia und Kommunikation“, „Kreative Systemische Analyse“ oder „Interkulturelles Management“ eine breite und interdisziplinäre Sichtweise für die Studierenden. Die Absolventen verinnerlichen neben der eigenen kreativen Persönlichkeitsentwicklung das Gedankengut von Corporate Social Responsibility und Corporate Citizen zur Lösung gesellschaftlicher Aufgaben und Herausforderungen als zukunftsweisende Formen des unternehmerischen und bürgergesellschaftlichen Handelns.</p>			

Inhalt:

Die Inhalte des Masterstudienganges „Kreatives Management“ verbinden die Führungsdimensionen LEADERSHIP + MANAGEMENT. Leadership steht für Kreativität, Innovation, Sinnerfüllung und Wandel. Management sorgt für Zielrichtung, Effektivität, Wirtschaftlichkeit, Produktivität und Umsetzungsstärke. Beides brauchen CREA LEADER in einer wechselhaften, unsicheren, komplexen und mehrdeutigen Welt. Die Regelstudienzeit des berufs begleitenden Masterstudienganges beträgt 4 Semester.

Das Studium ist in folgende Pflichtmodule gegliedert:

1. Semester:

- Kreatives Marketing Management (5 ECTS)
- Controlling und Business Exzellenz (5 ECTS)
- Crea Matching – Rollen und Kompetenzen (5 ECTS)
- Strukturierte Kreativität (5 ECTS)

2. Semester:

- CREA LEADER und Wertesystem (5 ECTS)
- Intuition und Entscheidungsfindung (5 ECTS)
- Mental- und Erfolgstraining (5 ECTS)
- Erlebnisorientiert Präsentieren und Begeistern (5 ECTS)

3. Semester:

- Interkulturelles Management (5 ECTS)
- Kunst und Design (5 ECTS)
- Multimedia und Kommunikation (5 ECTS)
- Kreative Systemische Analyse (5 ECTS)

4. Semester:

- Master-Thesis (30 ECTS)

Abschluss / Akademischer Grad:

Master of Business Administration, Kurzform : “MBA”

1 Modulbeschreibungen

2 Allgemeine Pflichtfächer

Kreatives Marketing Management			
Modulkürzel:	KMA_KMM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	1	
Modulverantwortliche(r):	Rippel, Jürgen		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		80 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kreatives Marketing Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/S/Ex - seminaristischer Unterricht/Seminar/Exkursion		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Kreatives Marketing Management vertieft das Marketingwissen der Studierenden und sensibilisiert die große Bedeutung des kreativen Denkens für einzigartige Kundenorientierung und Innovationen. Ohne klare Vision kann kein Unternehmen langfristig im Markt erfolgreich operieren. Zukünftig gewinnt – neben dem Visionsmanagement – die Kreativität eine immer wichtigere Rolle als Führungsqualifikation. Die Komplexität des wirtschaftlichen Umfeldes erfordert kreatives Management im Sinne eines kreativen Problemlösens (creative problem solving).</p> <p>Ziel: Kreatives Management als Schlüssel zum unternehmerischen Erfolg zu verinnerlichen; kundenorientiertes Denken als nutzenbezogener Mehrwert erkennen und crea-scouting als intuitive Erfassung des Marktes (Marktwitterung) erspüren.</p> <p>Es gilt ein visionäres, systemisches und nachhaltiges Bewusstsein zu schaffen, um die Probleme von morgen besser zu lösen.</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz Wissen Wissensverbreiterung: Auf der Basis des vorhandenen Marketingwissens, erfolgt eine Verbreiterung des Wissensgebietes unter den Betrachtungsschwerpunkten Kundenorientierung, -nutzen, Marktforschung, Kreativität und Innovationen. Wissensvertiefung:</p>			

Die Studierenden vertiefen ihr vorhandenes operatives und strategisches Marketingwissen. Ein Schwerpunkt wird dabei auf die Fähigkeit zur kreativen Problemlösung (creative problem solving) gelegt.

Im Einzelnen werden die folgenden Themenfelder erweitert und vertieft:

- crea-m5-Phasenkonzept für Kreatives Marketing
- Operative Teilpolitiken des Marketing-Mix
- CREA LEADERSHIP als neue Marketing-Philosophie
- Kundenorientierung
- Marktforschung und Storytelling
- Visionäres Denken
- Kreativität und Innovation
- Marktrecherche, Marktpsychologie
- Strategisches Marketing

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Instrumentale Kompetenzen:

- Die Studierenden kennen die einzelnen Marketinginstrumente und können die Leistungsfähigkeit und Grenzen mit Blick auf ein Kreatives Marketing Management einschätzen.
- Das Marketing bzw. das Unternehmen lebt von der Einzigartigkeit. Der Weg dahin erfolgt über die Kreativität. Sie ist letztlich der Schlüssel zum Erfolg. Die Studierenden erlernen Kreativitätstechniken und erweitern ihr kreatives Potential.

Systemische Kompetenzen:

- Die Studierenden begreifen Marketing Management als ganzheitliches Konzept zur erfolgreichen Führung des Unternehmens
- Kundenorientierung, nachhaltige und systemische Wertschöpfung und Innovationen sind zentrale Elemente des Erfolges

Beurteilungsfähigkeit:

- Die Studierenden sind in der Lage die Marketingwerkzeuge zu bewerten und in ihrer Eignung und Wirkung zu beurteilen.
- Die Teilnehmer entwickeln ein Gespür für die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden und erkennen wie wichtig die Markttwitterung, Trendforschung und Innovation für das Überleben der Firmen ist.

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Die Studierenden erfahren wie wichtig die persönliche Empathie für den Kunden ist. Sie lernen sich in den Kunden zu versetzen und vollziehen nach, wie der Kunde denkt. Disruptive Innovationen entspringen aus der Quelle der Intuition. Ähnlich einer Spürnase werden zukünftige Trends erkannt und innovativ umgesetzt (Markttwitterung). Dank der Imagination können die Studierenden potentielle Zukunftsbilder (Visionen) für Unternehmen entwickeln und zielführend einsetzen.

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:

Visionäre Unternehmen werden von charismatischen Menschen geführt. Was steckt dahinter und wie können wir uns individuell dahin entwickeln? Das Modul geht dieser Frage nach. Interdisziplinär werden dabei auch die Bereiche der Psychologie, Soziologie und Wirtschaftspsychologie einbezogen. Die Studierenden sollen lernen auf ihre eigenen Intuitionen und Gefühle zu vertrauen und visionäres Denken zu generieren, zu verteidigen und erfolgreich umzusetzen.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:

- Customer-Centricity-Ansatz (Customer-Journey, Customer-Journey-Mapping, Customer-Touchpoints, Customer-Experience-Management, Persona-Konzept)
- Portfolio-Management (Markt-, Technologie-, Nutzen-, Kernkompetenz-, Regionen-Portfolio)
- Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff
- 7-Forces-Modell nach Porter
- Generische Wettbewerbsstrategien und Hybride Wettbewerbsstrategien
- SWOT-Analyse
- Kano-Modell
- Kaufverhaltensmodelle
- Bedürfnispyramide nach Maslow
- Human Concept of Marketing
- Customer Relationship Management
- Corporate-Social-Responsibility-Ansatz (CSR)
- Marktentwicklungsstrategien
- Markt- und Zukunftsforschung

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Controlling und Business Exzellenz			
Modulkürzel:	KMA_CuBE	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	1	
Modulverantwortliche(r):	Müller, Jochem Prof. Dr.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		80 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling und Business Exzellenz		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Fallbsp. - seminaristischer Unterricht/Fallbeispiele		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Controlling verstehen als ganzheitlichen Führungsansatz zur Erzielung nachhaltiger und exzellenter Ergebnisse. Philosophie der kontinuierlichen Weiterentwicklung für die Verbesserung des Unternehmenserfolges, Kenntnis über die zentralen wissenschaftlichen Ansätze, Kenntnis der neuesten Trends und Entwicklungen, Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung und Wissenserschließung auf dem Gebiet des Controllings/Business Exzellenz.</p> <p>Ziel: Controlling und Business Exzellenz als Erfolgstreiber einer Unternehmung und zentrale Aufgabe der Business Administration verstehen und umsetzen</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz</p> <p>Wissen</p> <p>Wissensverbreiterung:</p> <p>Die Studierenden haben Wissen und Verstehen nachgewiesen, das idealerweise auf der Bachelor-Ebene aufbaut und dieses wesentlich vertieft oder erweitert. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen des Controllings zu definieren und zu interpretieren.</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Das Controlling-Wissen und -Verstehen bildet die Grundlage für die Entwicklung und/oder Anwendung eigenständiger Ideen. Dies kann anwendungs- oder forschungs-orientiert erfolgen. Sie verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens im Bereich Controlling</p> <p>Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)</p>			

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Instrumentale Kompetenzen:

- Controlling-Wissen und -Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit dem Studienfach Controlling und Business Exzellenz stehen.

Systemische Kompetenzen:

- Wissen zu integrieren und mit Komplexität umzugehen;
- auch auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen, die sich aus der Anwendung ihres Wissens und aus ihren Entscheidungen ergeben;
- selbständig sich neues Wissen und Können anzueignen
- weitgehend selbstgesteuert und/oder autonom eigenständige forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchzuführen.

Beurteilungsfähigkeit:

- Beurteilen von Firmen anhand von Jahresabschlusszahlen und Kenngrößen
- Durchführen eines Konkurs-Frühwarntests
- Beurteilen von einzelnen Maßnahmen und deren Wirkungen auf die unternehmerische Situation

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Die Studierenden arbeiten in Arbeitsgruppen und organisieren gemeinsam ihren Lernprozess. Mit dem pädagogischen Konzept des „Flipped Classroom“ wechseln die Studierenden in die Rolle der Lehrenden und gestalten den Lernprozess aktiv mit. Mit Hilfe eines Peer-Review werden Leistungen kommunikativ ausgetauscht und einer qualitativen Reflexion unterzogen. Sie erhalten Impulse für die eigene Führungsfähigkeit von Teams und für ein effektives und effizientes Teamverhalten.

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:

Die Ausbildung legt Wert auf den eigenständigen und selbstverantwortlichen Wissenserwerb der Studierenden. Die Teilnehmer entwickeln ein reflexives Verständnis für die eigene Leistung und für die Leistung der Mitstudierenden. Sie begreifen Lernen als Schlüssel zum laufenden Kompetenzerwerb und Grundlage für den individuellen und institutionellen Erfolg.

Einführung in das Controlling, Ursprung des Controlling, Wissenschaftliche Ansätze und Controlling-Konzeptionen, (Empirischer Ansatz des Internationalen Controlling Vereins (ICV), informationstheoretischer Ansatz, erfolgszielbezogener Ansatz, koordinationsbezogener Ansatz, rationalitätssichernder Ansatz) Führung und Koordination, Berichtswesen, Trends im Controlling, Taxonomie von Lernzielen, Unternehmenssimulation, Kybernetischer Regelkreis als wissenschaftlicher Ansatz zur Strukturierung von Projekten und Forschungsaufgaben, Open System Model als adaptives Modell der Systementwicklung (transformatorischer Kernprozess, individueller Kernprozess, sozialer Kernprozess, aufgabenbezogener Kernprozess), Kennzahlen und Kennzahlensysteme, innovative Forschungsansätze im Bereich Controlling (Behavioral Controlling, Intuitives Controlling, Coachingorientiertes Controlling).

Die Aufgabenstellung der Fallstudie wird vom Dozenten vorgegeben. Die Studierenden bearbeiten die Fallstudie in Form einer Studienarbeit in Form eines Flipped Classrooms. Inhaltlich findet eine Simulation von Steuerungsinformationen auf der Basis der Gewinn- und Verlustrechnung, der Bilanz und der Kapitalveränderungsrechnung statt. Die Studierenden erlernen instrumentale und systemische Kompetenzen für eine

eigenständige, kritische und nachhaltige Ausrichtung und Steuerung der unternehmerischen Potentiale, Prozesse und Ergebnisse.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:

- Balanced Scorecard nach Kaplan und Norton
- Business Model Canvas nach Osterwalder/Pigneur
- MOALS (Mid Term Goals) und OKR (Objectives and Key Results) nach Andrew Grove Intel / John Doerr Google
- Cash-Flow-Management (Cash-Flow aus Geschäfts-, Finanzierungs- und Investitionstätigkeit)
- Financial Management (kfr, mfr, lfr)
- DuPont-Modell/ROI
- Kybernetischer Regelkreis nach Norbert Wiener
- Working-Capital-Management (Days Inventory/Days Sales/Days Payables Outstanding)
- Open-System-Model nach Katz und Kahn
- Wertschöpfungsanalyse nach Kaplan und Norton
- P3-Wertschöpfungsmodell
- Intuitives Controlling
- Coachingorientiertes Controlling
- Konkursfrühwarn-Kennziffern
- Strategisches Management (Vision, Mission, Ethikmanagement)
- Kostenanalyse
- Grundlagen der Rechnungslegung (u. a. Bilanzaufbau, GuV, Bilanzanalyse)

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Crea Matching - Rollen und Kompetenzen			
Modulkürzel:	KMA_CM RuK	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	1	
Modulverantwortliche(r):	Olgemöller, Peter		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		80 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Crea Matching - Rollen und Kompetenzen		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/S - seminaristischer Unterricht/Seminar		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Die Studierenden setzen sich gezielt mit dem im betrieblichen Umfeld erforderlichen Rollen- und Kompetenzmanagement auseinander um erfolgreich in Führungspositionen, Projektteams oder Gruppen tätig zu sein. Neben den inhaltlichen fachlichen Kompetenzen werden gezielt persönliche, methodische, soziale und intuitive Kompetenzen entwickelt und reflektiert, um effektiv in Teams und Kleingruppen zu agieren und Teamprozesse zu steuern. Des Weiteren erlernen sie das CREA LEADERSHIP Kompetenzmodell mit seinen fünf Kompetenzbereichen (methodische, fachliche, soziale, intuitive, persönliche Kompetenz). Konfliktmanagement und Kommunikation werden durchgängig im Modul weiterentwickelt.</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz Wissen Wissensverbreiterung: Die Studierenden haben Wissen und Verstehen nachgewiesen, das idealerweise auf der Bachelor-Ebene aufbaut und dieses wesentlich vertieft oder erweitert. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen der Kommunikation und der Arbeit in Gruppen und Teams zu definieren und zu interpretieren. Wissensvertiefung: Das HR-Wissen wird aus der wissenschaftlichen und praxisorientierten Perspektive (Personal- und Organisationsentwicklung) vertieft. Die Studierenden erhalten ein detailliertes und kritisches Verständnis im Bereich des Rollen- und Kompetenzmanagements.</p>			

Im Einzelnen werden die folgenden fachlichen Inhalte erweitert und vertieft:

- Verstehen der Rolle von Teamarbeit in Organisationen
- Messung von Leistung und Produktivität in Teams
- Zusammensetzung von Teams
- Identifizierung mit dem Team: Emotionen und Team Entwicklung
- Kommunikation und kollektive Intelligenz
- Teamentscheidungen als Gruppenprozess
- Umgang mit Konflikten in Teams
- Kreativität und Intuition als Gruppenprozess
- Netzwerken und Integration im Team
- (Fachliche-) Führung von Teams
- Beziehungen zwischen einzelnen Teams – Wettbewerb und Zusammenarbeit
- Virtuelle Teams - Teamarbeit über Kultur und Distanz hinweg

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Instrumentale Kompetenzen:

- Kommunikations-, Konfliktlösungs- und Team Building-Wissen und -Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit dem Studienfach ‚Crea Matching – Rollen und Kompetenzen‘ stehen;
- Arbeitsergebnisse vor der Gruppe präsentieren, nach Simulationen detailliertes Feedback zu geben und nehmen, fachliche Ansätze zu diskutieren, kritisch zu hinterfragen, in Arbeitsgruppen erfolgreicher zu agieren, sich selber besser zu organisieren.

Systemische Kompetenzen:

- Wissen zu integrieren, reflektieren und mit Komplexität umzugehen;
- Übertragung von Wissen und Fähigkeiten im Bereich der Verhaltensmodifikation bei Individuen sowie auch Gruppen in sozialen Kontexten, Planung und Entwicklung von Kleinprojekten in Simulationen einschließlich der erforderlichen Strategie.;
- selbständig sich neues Wissen und Können anzueignen;
- weitgehend selbstgesteuert und/oder autonom eigenständige forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchzuführen.

Beurteilungsfähigkeit:

- Beurteilen von Gruppen und Teams hinsichtlich Zusammensetzung und Leistung
- Eigenständige und kritische Gestaltung und Steuerung von Gruppen-/Teamstrukturen und –Prozessen
- Feedback gewähren und entgegennehmen

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz

<p>Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation: Die Studierenden vertiefen Arbeitsergebnisse vor der Gruppe zu präsentieren, nach Simulationen detailliertes Feedback zu geben und nehmen, fachliche Ansätze zu diskutieren, kritisch zu hinterfragen, in Arbeitsgruppen erfolgreicher zu agieren, sich selber besser zu organisieren. Sie begreifen insbesondere Motivation, Kommunikation, Incentivierung und Konfliktmanagement als wichtige Instrumente des sozialen Miteinanders in Gruppen und Teams.</p> <p>Selbständigkeit Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz: Die Ausbildung legt Wert auf den eigenständigen und selbstverantwortlichen Wissenserwerb der Studierenden. Die Teilnehmer entwickeln ein reflexives Verständnis für die eigene Leistung und für die Leistung der Mitstudierenden. Sie begreifen Lernen und Lernstrukturen als Schlüssel zum laufenden Kompetenzerwerb und Grundlage für den individuellen und gemeinsamen Erfolg. Sie sind in der Lage die eigenen und kollektiven Kompetenzen zu reflektieren und den erforderlichen Kompetenzaufbau eigenständig zu erkennen, umzusetzen und zu steuern. Sie erweitern die eigene Wahrnehmung durch Reflektion von Feedback.</p> <p>Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal Mastery-Ansatz (Selbstführung und Persönlichkeitsentwicklung) • Kompetenzanalyse und Rollenbilder (CREA LEADER Kompetenzanalyse) • Wissensmanagement / Lernende Organisation • Gruppenbildung / -dynamik • Gruppenprozesse / -performance • Konfliktmanagement • Kommunikationsmodelle • Kreativität in Gruppen
Studien- / Prüfungsleistungen:
<p>Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum) Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan</p>
Literatur:
<p>Wird zu Beginn bekannt gegeben</p>

Strukturierte Kreativität			
Modulkürzel:	KMA_SK	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	1	
Modulverantwortliche(r):	Müller, Jochem		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		27 h
	Selbststudium:		98 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Strukturierte Kreativität		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/S/W - seminaristischer Unterricht/Seminar/Workshop		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Kreativität ist essentielle Voraussetzung für unternehmerische Kernkompetenzen. Eine nachhaltige Unternehmenskultur, Entscheidungs- und Innovationsfähigkeit basieren auf Kreativität. Weil dieser Faktor maßgeblich über wirtschaftlichen Erfolg entscheidet, ist die Ressource Kreativität ein wichtiger Erfolgsfaktor. Das Phasenmodell crea-m5 ermöglicht den Kreativ- und Veränderungsprozess in fünf Teilschritten professionell zu begleiten und Kreativität gezielt zu initiieren.</p> <p>Lernziele im Überblick</p> <p>Begriff der Kreativität</p> <p>Kreativität und Innovation als Prozess</p> <p>crea-m5 – Methodische Grundlagen des Phasenkonzepts</p> <p>1. Phase MESSAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Systemische Situations-Analyse • Vision, Systemelemente und Wechselwirkungen • Nachhaltigkeit und Zeitreise • Weichenstellung des Projektes <p>2. Phase MATCHING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Systemische Kompetenzanalyse • Inneres und Äußeres Team 			

- CREA LEADERSHIP Intelligenz- und Kreativitätsmodell
- CREA LEADERSHIP Kompetenzmodell
- 3. Phase MINING
 - Systematische Wissens-Analyse
 - CREA LEADERSHIP Wissensmodell
 - Management des vernetzten Wissens
 - CREA LEADERSHIP Radarmodell der Wahrnehmung
- 4. Phase MOVING
 - Systematische Kreativitäts-Analyse
 - Wissenstreppe der Innovation
 - Individuelle und Kollektive Kreativität
 - CREA LEADERSHIP Kreativitätspyramide
- 5. Phase MISSION
 - Systematische Visions-Analyse
 - CREA CORPORATE Kreativität als Vision
 - CREA LEADERSHIP Promotorenmodell
 - CREA LEADERSHIP Strategiemodell

Inhalt:

Fachkompetenz

Wissen

Wissensverbreiterung:

Die Teilnehmer sollen einen erweiterten Zugang zum Themenbereich Kreativität erhalten. Die vermeintlich irrationalen Strukturen von Kreativität sollen rational nachvollziehbar und begreifbar gemacht werden. Das Modul setzt dabei auf interdisziplinäre Öffnung, um die klassische BWL zu erweitern und zu öffnen.

Wissensvertiefung:

Die Studierenden vertiefen ihr bisheriges Wissen aus dem Bereich der Kreativität. Konkrete Kreativitätstechniken und –übungen machen Kreativität erlebbar und fassbar.

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Methodische Kompetenzen:

- Die Studierende benutzen Eisbrecher- und Projekteinstiegsmethoden.
- Sie untersuchen die klassischen Prozessmodelle und erkennen die zentralen Botschaften.
- Die Studierenden interpretieren die Aussagen der klassischen Prozessmodelle und ziehen Schlüsse daraus für den Umgang mit Kreativität und Innovationen.
- Sie verstehen die Unterschiede zwischen linearen, lateralen und holistischen Kreativitätstechniken und können ihre Anwendung beurteilen.
- Sie entwickeln einen Anwendungsfall für die Kreativitätstechniken „Morphologischer Kasten und „6-3-5-Methode“.

- Die Studierenden können die crea-m5-Methode als Ansatz zur Strukturierung von Projekten beurteilen.
- Sie zeigen das CREA LEADERSHIP Wahrnehmungs- und Beurteilungs-, Wissens-, Intelligenz-, Kreativitäts- und Kompetenzmodell auf.
- Die Studierenden beschreiben das CREA LEADERSHIP Radarmodell der Wahrnehmung.

Systemische Kompetenzen:

- Zugang zu interdisziplinären Forschungs- und Lehrgebieten z. B. Psychologie
- Schaffen eines tiefen System-Bewusstseins für Kreativität und Innovation

Beurteilungsfähigkeit:

- Beurteilen von Kreativitätstechniken und deren Einsatzmöglichkeiten
- Beurteilung des Phasenschema crea-m5 und praktische Anwendungsmöglichkeiten

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Die Studierenden arbeiten in Teams und erarbeiten sich kollektive Kreativitätstechniken. Sie bringen sich aktiv in den kreativen Prozess ein und nehmen Kommunikation als wertvolles Medium der Externalisierung von impliziten Wissens und der gegenseitigen Abstimmung wahr. Sie wenden die erarbeiteten Übungen an und untersuchen gemeinsam die Ergebnisse. Die Studierenden ermessen den Umgang und die Interaktion mit anderen Menschen als wichtige Kompetenz. Sie interpretieren die Rolle der sozialen Kompetenz als Schlüsselkompetenz in der Zusammenarbeit mit anderen. Sie reflektieren und beurteilen das gemeinsame Handeln im Team.

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:

Die Ausbildung legt Wert auf den eigenständigen und selbstverantwortlichen Wissenserwerb der Studierenden. Die Teilnehmer erkennen die systemische Bedeutung einer interdisziplinären Ausbildung und verstehen die Verbreiterung des Wissens- und Aktionsraumes. Die Studierenden entwickeln eigene Beurteilungskompetenz in Bezug auf Ästhetik und Kreativität als wichtige Vorstufen der Innovation. Die Studierenden dokumentieren ihr Lernverhalten, ihre Lerninhalte, Lernprozesse und Lernergebnisse mit Hilfe eines Lernportfolios. Die Studierenden untersuchen persönliche Kompetenzen (z. B. Kritikfähigkeit) im Umgang mit sich selbst und die Auswirkungen auf das soziale Miteinander. Die Studierenden ziehen Schlüsse, interpretieren und bewerten die Bedeutung der persönlichen Kompetenzen für die Persönlichkeitsentwicklung.

Intuitive Kompetenz

Die Studierenden nennen wissenschaftliche Ansätze zur Erklärung der intuitiven Kompetenz. Die Teilnehmer stellen die Rolle der Intuition für die Wahrnehmung und Beurteilung dar. Die Studierenden wenden intuitive Lösungsansätze an und bringen die intuitiven Erkenntnisse und Erfahrungen zur Sprache. Die Studierenden interpretieren die Intuition als Teil einer ganzheitlichen Entscheidungsfindung.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:

- Projektmanagement
- Innovationsmanagement
- Veränderungsmanagement (Change Management)
- Kreativitätstechniken (u. a. Design Thinking, 6-3-5-Methode, Morphologischer Kasten, Story-Boarding)
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Improvisationstheater
- Entrepreneurship / Business-Planning

<ul style="list-style-type: none">• 3-Kräfte-Modell nach Ansoff• Systemtheorie / Stakeholder-Ansatz• Komplexitätstheorie• Kollektive Kreativität (z. B. Open Innovation, Crowd Sourcing)
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum) Schriftliche Prüfung Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Crea Leader und Wertesystem			
Modulkürzel:	KMA_CLuW	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	2	
Modulverantwortliche(r):	Krone, Manfred R.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		80 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Crea Leader und Wertesystem		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/S - seminaristischer Unterricht/Seminar		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Kreatives Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Immatrikulation im Studiengang Kreatives Management / Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Master of Business Administration (MBA) Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Erweiterung des Wahrnehmungs- und Urteilsvermögens als Grundlage einer professionellen Entscheidungsfindung. CREA LEADER nutzen ihre Vorstellungskraft um sich selbst und andere eine neues Ziel zu definieren und sie dort hin zu führen. Sie führen in Veränderungsprozessen, überwinden Widerstände und bewältigen Ängste. Sie können Mitarbeiter begeistern und beherrschen das Handwerkszeug im Führungsalltag.			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz</p> <p>Wissen und Verstehen</p> <p>Wissensverbreiterung:</p> <p>Die Studierenden sind mit den allgemeinen Grundlagen von Führung vertraut, die idealerweise während dem Studium auf Bachelor-Niveau erlernt wurden. Im Master-Studium werden diese Grundlagen aus einer neuen Perspektive reflektiert (CREA-Leadersip) und für ihr berufliches Umfeld adaptiert. Dabei kommen sowohl anwendungsbezogene als auch wissenschaftliche Führungs-Instrumente zum Einsatz. Zu Diskussionen im aktuellen wissenschaftlichen Kontext wird während den Vorlesungen bewusst angeregt.</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Das Wissen der Studierenden wird vertieft und besonders im Bereich der Reflexion des eigenen Führungsverhaltens erweitert. Die Studierenden können ihr Führungsverhalten analysieren, beurteilen, bewerten und interpretieren. Sie erlernen wissenschaftlich fundierte und moderne Ansätze der Führungstheorie und können ihr Wertesystem kritische hinterfragen, evaluieren und weiter entwickeln.</p> <p>Im Einzelnen werden die folgenden fachlichen Inhalte erweitert und vertieft:</p>			

1. In der Reflexion des eigenen Führungsverhaltens werden drei essentielle Anforderungen an eine Führungspersönlichkeit vertieft: Mitarbeiter fördern und fordern (Prof. F. Malik / HSG) – Visionen und Zielsetzungen für ein Unternehmen entwickeln – eine positive Geisteshaltung als Leader entwickeln
2. Wie erhöhe ich meine charismatische Ausstrahlungskraft. Dabei geht es nicht nur um Praxisrelevanz, sondern auch um grundsätzliche, vertiefende Diskussionen: Gibt es z.B. negatives Charisma? Wie hat sich dies in verschiedenen Zeitepochen manifestiert?
3. In der aktuellen wissenschaftlichen Diskussionen lösen wir uns von den überholten, lehrbuchmäßigen Führungsstilen (autoritär vs. kollegial usw.) und gehen neue Wege. Mit einem Coaching-gemäßen Führungsstil versuchen wir, den Führungsstil fürs 21. Jahrhundert zu reflektieren und anzuwenden. Dabei wird jeder Studierende seine Coachings-Tools auswählen und begründen lernen.
4. Im Time-Management fragen wir uns: Was ist für eine Führungspersönlichkeit im Time-Management essentiell? Welche neuen Wege können wir beschreiten. Wo liegt der Fokus?
5. Mitarbeiter-Motivation: Hier stellen wir uns der aktuellen Diskussion. Inwiefern gilt der Ansatz von Sprenger: Mythos Motivation und welche Voraussetzungen braucht es für eine gelingende Motivation? Wie kommen Führungskräfte zu einer angemessenen Selbst-Motivation?
6. Nur wer sein eigenes Werte-System kennt, kann mit Werten in Führung gehen. Das eigene Werte-System kritisch hinterfragen und dann neu im Führungsalltag anwenden. Dabei werden unterschiedliche Bewertungsmaßstäbe in den Verstehenshorizont einbezogen.

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Instrumentale Kompetenzen:

Die Studierenden erlernen aktuelle und leistungsstarke Führungsinstrumente. Neben den methodischen und wissenschaftlichen Hintergründen geht es vor allem auch um die Einsatzmöglichkeiten und die kritische Reflexion und Würdigung der Instrumente.

Systemische Kompetenzen:

Führung wird als übergreifende Aufgabe verstanden, um die unternehmensziele ganzheitlich und teamorientiert zu erreichen. Wissenschaftliche Grundlagen und pragmatische Umsetzung greifen ineinander und ergänzen sich in der Wirkung.

Beurteilungsfähigkeit:

Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Führungssituationen und den entsprechenden Kontext wahrzunehmen, zu analysieren und adäquate Führungsinstrumente anzuwenden.

Personale Kompetenz

Soziale Kompetenz Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Leadership-Wissen und -Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden. Ihre hohe soziale Kompetenz ermöglicht den Absolventen, auch komplexe Führungssituationen souverän zu meistern. Dabei lernen sie, nicht nur Ziele umfassend und konkret zu formulieren, sondern dies auch zu erreichen. Die Studierenden begreifen und verstehen Kommunikation als wichtige Führungskompetenz für ihre individuellen und kollektiven Führungsaufgaben.

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz

- Wissen zu integrieren und mit Komplexität umzugehen;
- auch auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen fundierte Entscheidungen zu treffen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und vor allem ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen
- selbständig sich neues Wissen und Können anzueignen (lebenslanges Lernen)
- weitgehend selbstgesteuert und/oder autonom eigenständige forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchzuführen.

Die Studierenden begreifen CREA LEADERSHIP als eine eigenständige, kritische und nachhaltige Ausrichtung und Steuerung der unternehmerischen Prozesse und Ergebnisse.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen

- Eigen- und Fremdführung (Coaching)
- Mitarbeiter-Motivation
- Time-Management
- Werte-Management
- Reflexives Führungsverhalten
- Führungsscharisma
- Agile Führung
- Kommunikationstraining
- CREA LEADERSHIP als Führungsansatz

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Intuition und Entscheidungsfindung			
Modulkürzel:	KMA_luE	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	2	
Modulverantwortliche(r):	Rippel, Jürgen		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	80 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Intuition und Entscheidungsfindung		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Eine ergänzende Wissensquelle des kreativen Managements liegt in der eigenen Intuition. Intuition ist oft der kardinale Weg um wirklich Neues zu erschließen. Ohne Intuition entsteht keine disruptive Innovation.</p> <p>Intuition kann gelehrt und trainiert werden wie unser rationaler Verstand. Nur sind die Wege zum Lernerfolg andere. In diesem Modul geht es um die Erweiterung des Wahrnehmungs- und Urteilsvermögens als Grundlage einer holistischen Entscheidungsfindung. Es geht um die Wahrnehmung und Freisetzung der eigenen Intuition und die Wertschätzung des eigenen impliziten Wissens. Im zweiten Schritt geht es um die Symbiose von Ratio und Intuition zu einem neuen Niveau der Entscheidungsfindung.</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz Wissen Wissensverbreiterung: Auf der Basis des bisherigen erworbenen Entscheidungsverhaltens auf Bachelorebene, erfolgt eine Verbreiterung des intuitiven Wahrnehmens und der emotionalen Beurteilung. Die Studierenden begreifen auf der wissenschaftlichen Basis von Carl G. Jung die Intuition als wichtige Form der Wahrnehmung und emotionalen Beurteilung.</p> <p>Wissensvertiefung: Die Studierenden sensibilisieren sich für ihre Intuitionen und begreifen sie als Grundlage bzw. Vorboten künftiger Entscheidungen. Das analytische Repertoire an Handlungsoptionen wird gezielt um intuitive Elemente erweitert. Emotionale Wahrnehmung und Beurteilung werden als wichtiger Teil der Entscheidungsvorbereitung und -findung verstanden und eingeübt.</p>			

Im Einzelnen werden die folgenden Themenfelder erweitert und vertieft:

- Wissenschaftliche Erklärungsansätze für Intuition
- System1 and System2 Daniel Kahneman
- Theorie U v. Otto Schamer (MIT) als zeitgemäße Führungsmethode (Prescensing / presence + sensing)
- Intuition als mehrdimensionales Konstrukt - Aktivierung des eigenen Kreativitätspotentials (lineare, laterale und holistische Kreativität)
- Einführung in die Welt der Empathie
- Intuitive Übungen als Mittel der intuitiven Wahrnehmung und gefühlten Beurteilung
- Instrumente der Entscheidungsfindung
- Executive Storytelling als Best Practice Experience

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Instrumentale Kompetenzen:

- Achtsame Wahrnehmung und Beurteilung auf der Basis der Intuition und Gefühle sind der Schlüssel zu einem neuen Problemverständnis und einer neuen Problemlösung
- Auseinandersetzung mit der Theorie U-förmiger Prozess der Wahrnehmung und Wahrgebung (Umsetzung)
- Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Quellen der Intuition und beurteilen die einzelnen Ansätze.

Systemische Kompetenzen:

- Neben der reinen analytischen Wahrnehmung (sinnliche Wahrnehmung) und Beurteilung (Denken) wird die emotionale Wahrnehmung (Intuition) und Beurteilung (Fühlen) als weitere Dimension erschlossen.
- „Von der Zukunft her führen“ im Sinne der Theorie U bedeutet, Potenziale und Zukunftschancen zu erkennen und im Hinblick auf aktuelle Aufgaben zu erschließen.
- Die Studierenden begreifen die Intuition als Ansatz zur Komplexitätsreduktion und

Beurteilungsfähigkeit:

- Die Studierenden sind in der Lage intuitive Impulse und Wahrnehmungen zu erfassen und zu deuten. - Intuition wird zu einem wichtigen emotionalen Hilfsmittel für die Problembewertung und Entscheidungsfindung.

Personale Kompetenz Sozialkompetenz Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Die Studierenden erfahren wie wichtig Intuition und Empathie für das eigene Entscheidungsverhalten sind. Intuitives Wahrnehmen erlaubt eine viel tiefere und detailliertere Erfassung der Problemstellung (open mind / open heart / open will). In praktischen Gruppenübungen lässt sich Intuition trainieren und wahrnehmen. Die Achtsamkeit und Wahrnehmung füreinander wird verbessert und verfügbar gemacht.

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:

Intuition ist ein ganzheitlicher Reifungsprozess der Persönlichkeitsbildung. Sie eröffnet uns den Zugang zu unseren eigenen Kompetenzen und Talenten. Jeder hat eine eigene Persönlichkeit und die gilt es ganz be-

sonders in diesem Modul eigenständig zu ergründen und für die spezifische Entscheidungsfindung zu nutzen. Die Studierenden erlernen Methoden und Instrumente der Entscheidungsfindung und deren verantwortungsvollen Einsatz.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:

- Wissenschaftliche Ansätze der Intuition
- Theorie U von Otto Schamer
- System 1 und System 2 von Daniel Kahnemann
- Entscheidungstheorie und Entscheidungsfindung
- Systemische Analyse
- Story-Telling und Best Practice Experience
- Achtsamkeitstraining

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Mental- und Erfolgstraining			
Modulkürzel:	KMA_MuE	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	2	
Modulverantwortliche(r):	Schwarzer, Dirk		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		27 h
	Selbststudium:		98 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Mental- und Erfolgstraining		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Mentale Kraft ist eine wichtige Voraussetzung für Erfolg. Die Studierenden entdecken Fähigkeiten und erlernen teamorientiertes Handeln. Es werden Eigenschaften wie Vertrauen, Kommunikation, Zusammenhalt, Mut, Teamgeist, strategisches Denken und Handeln und persönlicher Einsatz gefördert und reflektiert. Ein direkter Transfer auf berufliche Situationen geschieht.</p> <p>Kompetenzschwerpunkte: Persönliche und intuitive Kompetenz.</p> <p>Ziel: Sich selbst und andere wahrnehmen, eigene Konzentration halten, Motivation steigern und Leistung abrufen.</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz Wissen Wissensverbreiterung:</p> <p>Oft liegen Weiterbildungsschwerpunkte eher im Bereich der rationalen und methodischen Kompetenzen wie z. B. Projektmanagement, Managementtechniken, Präsentationstechniken, etc. Vor allem im Bereich der Soft Skills liegt jedoch ein enormes Kraft- und Erfolgspotenzial. Die Studierenden werden diese Kraft für sich entdecken und als Vorsprung gegenüber anderen erleben, die dieses Erfolgspotenzial nicht nutzen.</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Die Studierenden vertiefen ihre Soft Skills vor allem im sozialen und emotionalen Kompetenzbereich. Sie erarbeiten sich eine intuitive Systemkompetenz im Zusammenspiel der Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz.</p>			

Im Einzelnen werden die folgenden Inhalte erweitert und vertieft:

- Strategisches Denken in Stresssituationen
- Die eigene Rolle und Position in der Gruppe durch Abgleich von Selbst- und Fremdwahrnehmung
- Persönliche Motivation in anspruchsvollen Situationen
- Sich selber und andere auf tiefer emotionaler Ebene wahrnehmen und die Gruppe führen
- Steigerung des Selbstvertrauens und Selbstwertes

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Instrumentale Kompetenzen:

- Erlernen von Problemlösungstechniken (allein / in der Gruppe)
- Problemlösungsstrategien

Systemische Kompetenzen:

- Situativer Mix aus den zur Zielerreichung erforderlichen Kompetenzbereichen
- Zusammenwirken der Kompetenzbereiche bewirkt einen optimalen Handlungserfolg
- Teamgeist als übergreifender Erfolgsfaktor

Beurteilungsfähigkeit:

- Entscheidungen unter Stress
- Führen der Gruppe unter verschiedenen situativen Bedingungen
- Abschätzen des eigenen Leistungsvermögens und das Leistungsvermögen der Gruppe

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz:

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

- Die Studierenden erleben sich als Team und erkennen die Fähigkeit zur Selbststeuerung
- Die Studierenden trainieren ihre Selbstreflexion und ihre Frustrationstoleranz - Die Studierenden verbessern ihre Motivationsfähigkeit
- Die Studierenden trainieren ihr Konfliktverhalten und ihre Kritikfähigkeit

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:

- Die Studierenden übernehmen für ihr Handeln Verantwortung und fühlen sich auch für die Gruppe verantwortlich und verbessern ihr Führungsverhalten.
- Die Gruppe löst gemeinsam Herausforderungen und entwickelt passende Lösungsstrategien

Der mündLLN setzt sich aus 8 Teilaufgaben zusammen. Das Mentaljournal in Form einer Studienarbeit ist eine Selbstreflexion dieses Moduls.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:

- Gruppenbildung und Gruppenführung
- Mentale Stärke und Zielorientierung
- Konfliktmanagement und Kritikfähigkeit

<ul style="list-style-type: none">• Motivationstraining• Gruppenperformancetraining• Selbstwahrnehmung, Rollenbilder• Training von Selbstbewusstsein, Selbstvertrauen, Selbstsicherheit• Problemlösungsstrategien• Stressmanagement
Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 20 Minuten mündliche Prüfung, 20 Minuten, Mentaljournal Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Erlebnisorientiert Präsentieren und Begeistern			
Modulkürzel:	KMA_EPuB	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	3	
Modulverantwortliche(r):	Huber, Claudia		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		80 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Erlebnisorientiert Präsentieren und Begeistern		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Präs - seminaristischer Unterricht/Präsentation		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Nach dem Training werden sich die Teilnehmer klar von der Masse der Präsentierenden und Redner abheben können. Sie werden ihre Sprache, Mimik und Gestik so einsetzen können, dass ein stimmiger, lebendiger und origineller Vortrag entsteht. Sie wissen, wie PowerPoint wirkungsvoll eingesetzt werden kann und erkennen die Wichtigkeit für die Definition der Botschaft einer jeden Präsentation bzw. Rede. Das Ziel der Ausbildung ist die Fähigkeit optimal zu Präsentieren und zu begeistern und Themeninhalte professionell zu kommunizieren.</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz Wissen Wissensverbreiterung: Die Studierenden verfügen über Kenntnisse der Präsentation, die auf der Bachelor-Ebene aufbauen und die leistungsstark vertieft und entwickelt werden. Sie sind in der Lage, die Anforderungen an eine gute Präsentation zu beurteilen, zu analysieren und Elemente einer sehr guten Präsentation zu entwickeln. Wissensvertiefung: Die Studierenden vertiefen ihre bisherige Präsentationskenntnisse und –leistungen und werden aus der Masse der Präsentierenden und Redner herausragen. Sie erlernen neue und wirkungsvolle Präsentationsinhalte. Im Einzelnen werden die folgenden fachlichen Inhalte erweitert und vertieft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehler der Redner 			

- Wirksprache
- Umgang mit Konflikten
- Umgang mit Störungen
- Inhalt der Präsentation
- Wirkung des Spaßfaktors
- Auf den Punkt kommen
- Überzeugungskraft
- Vermittlung von Visionen.

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Absolventen erwerben folgende instrumentelle, methodische und systemische Kompetenzen:

Instrumentelle Kompetenzen:

- Sie kennen den Wirkungsmechanismus des Unterbewusstseins und setzen die Sprache als Wirksprache, gezielt und bewusst ein.
- Sie setzen PowerPoint wirkungsvoll und zielgerecht ein.
- Sie wissen, wann man Notizkarten einsetzt und vor allem wie man diese technisch korrekt einsetzt.
- Sie wissen, wie die Sprache der Bilder, die Wirksprache, Menschen bewegt und platzieren entsprechend ihre Botschaften.
- Sie kennen die Techniken für den Umgang mit Konflikten während einer Präsentation/Rede.
- Sie verhelfen Teilnehmer und sich selbst in die Neutralität und können professionell und lösungsorientiert auf Störungen eingehen. Auch ungerechtfertigte Einwände oder kritische Fragen fallen in diesen Bereich.
- Ihre Präsentations- bzw. Vortragssprache ist klar, einfach und prägnant.
- Sie kennen die Technik, diffuse Aussagen konkret zu machen, wie man Vorteile in Geldwert umsetzt und wie man Zahlen in den Kontext einer vergleichbaren Referenz setzt, damit sie überhaupt Wirkung haben.
- Sie wissen auch, dass Worthülsen wirkungslos sind und durch konkrete Bilder ersetzt werden sollen. Beispiele als Wirkelemente werden gekonnt eingesetzt.
- Die Teilnehmenden können die unterschiedlichen Techniken wie z.B. die Hand-Hoch-Abstimmung korrekt umsetzen und einsetzen.
- Die wirkungslose rhetorische Frage wird durch die hoch wirksame rhetorische Wirkfrage ersetzt und Elemente wie z.B. die Anaphora oder das anonyme Reden gehören zu weiteren Elementen, welche die Teilnehmenden gekonnt und gezielt einsetzen.

Systemische Kompetenzen:

- Die Teilnehmenden kennen die Rahmenbedingungen für eine Präsentation/einen Vortrag und wissen, dass diese elementar sind.
- Die Einbindung des Publikums gehört ebenso zu den Techniken, welche zu wirkungsvollen Präsentationen/Reden gehören

- Beim Aufbau einer Rede kennen sie die Grundsätze des Aufbaus einer Präsentation/einer Rede und bauen die Logikkette, die Dramaturgie aber auch die wirkungsvollen Elemente gekonnt ein.
- Zur einwandfreien Umsetzung einer Rede oder eines Vortrages gehören auch die Organisation dieses Anlasses und die akribische Vorbereitung. Sowohl Zielpublikum wie Ziele des Vortrages/der Rede sind einwandfrei vorzubereiten. In welcher Form eine Rede/ein Vortrag gestartet und beendet wird, ist ebenfalls kein Resultat von Zufall.

Beurteilungsfähigkeit:

- Die Studierenden können Präsentationen entwickeln und die Wirkung einschätzen.
- Sie analysieren die zentralen Faktoren einer guten Präsentation.
- Sie können die Wirkung einer Präsentation beurteilen und bewerten.
- Sie sind in der Lage Präsentationen zu evaluieren und konstruktives Feedback zu geben.

Personale Kompetenzen

Sozialkompetenz (Führungskompetenz, Kommunikation, Gestaltung)

Die Studierenden sind in der Lage, aufgrund der erworbenen Kenntnisse die Inhalte einer Rede/eines Vortrages zu erkennen. Sie erkennen, welches die Hürden für eine wirkungsvolle Präsentation sind und können diese umgehend verändern. Sie verfügen über eine klare und einfache Präsentationssprache, setzen Pausen ein. Die Wirksprache ist ihnen ein Begriff und sie wissen, dass dies die Sprache des Unterbewusstseins ist. Sie können in schwierigen Gesprächssituationen souverän reagieren und gehen mit Störenfriedern und Besessenen souverän um. Sie wissen, wie eine gute Rede/guter Vortrag aufgebaut wird und wie dieser spannend gemacht werden kann. Sie präsentieren offensichtlich interessanter und wirkungsvoller als andere. Die Studierenden erkennen nach diesem Modul die Wirkungskiller in einer Rede/einem Vortrag. Sie verstehen die Präsentation als wichtige Führungskompetenz und entscheidendes Mittel der Kommunikation.

Selbständigkeit (Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz)

Die Studierenden treten bei Reden/Vorträgen souverän auf, sie können mit ihrer eigenen Nervosität umgehen und wissen, wie sie diese minimieren können. Sie haben im Laufe des Moduls ihre eigene Wirkung erkannt und setzen diese gekonnt ein. Sie wissen, in welchen Bereichen ihre eigene Wirkung eine Stärke darstellt und in welchen diese eine Schwächung ihrer Wirkung sein könnte. Sie kennen die entsprechenden Techniken um Stärken herauszuheben und Schwächen minimieren zu können.

Sie verfügen über Selbstbewusstes Auftreten, Reflexivität und Klarheit über die eigene Wirkung und deren Hürden oder Stärken. Einsatz der wirkungsvollen Gestik. Techniken zur Nervositätsbekämpfung. Mentale Einstellung zur richtigen Einstellung vor Publikum. Techniken zur Entspannung bei hektischen Situationen während eines Auftritts, einer Rede.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:

- Präsentationstraining
- Training des Selbstbewusstseins
- Entspannungstechniken und Stressabbau
- Gesprächssituationen meistern / Schlagfertigkeitstraining
- Rhetorische Wirkfrage
- Persönlichkeitsentwicklung und Wirksamkeit/Ausstrahlung/Überzeugungskraft

Studien- / Prüfungsleistungen:

mündliche Prüfung, 15 Minuten

mündliche Prüfung, 15 Minuten

Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Interkulturelles Management			
Modulkürzel:	KMA_IM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	3	
Modulverantwortliche(r):	McIntosh, Sabine		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	80 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Interkulturelles Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Präs - seminaristischer Unterricht/Präsentation		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Kreatives Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme (TNP) an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Master of Business Administration (MBA) Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Internationalität und Interdisziplinarität. Internationalität als globale Bewusstseinerweiterung und Hinleiten zu einem vernetzten Denken und Handeln. Die Studierende lernen andere Länder, deren Kulturen und Verhaltensweisen kennen. Neben der interkulturellen Kompetenz steht die praktische sprachliche Auswirkung der Interkulturalität im Englischen im Vordergrund. Je nach Vorwissen und beruflichem Hintergrund erleben die Studierenden anhand von Situations- und Rollenspielen bzw. Text-, Audio- und Videomaterial interkulturelle Lernsituationen.</p> <p>Kompetenzschwerpunkte: Fachliche und soziale Kompetenz.</p> <p>Ziel: Wahrnehmungserweiterung in Sprache und Kultur</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz</p> <p>Wissen</p> <p>Wissensverbreiterung:</p> <p>Aufbauend auf die bisherigen Kenntnisse in der englischen Sprache, erhalten die Studierenden ein Erweiterung und Fokussierung auf die Themenfelder „Internationalität“ und „Interdisziplinarität“.</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Die Studierenden vertiefen ihr Kenntnisse im Bereich der interkulturellen Kommunikation. Sie setzen sich mit der Frage auseinander, welchen Einfluss die Kultur eines Landes auf die internationalen Geschäftsbeziehungen nimmt. Schwerpunktbereiche können zum Beispiel „Socializing und small talk“, „Besprechungen und Verhandlungen“, „kulturelle Auswirkungen auf das Marketing“, „Diversität am Arbeitsplatz“, „Auslandseinsätze“ u.a. sein.</p>			

Im Einzelnen können die folgenden fachlichen Inhalte erweitert und vertieft werden:

What is culture?

- Discovering your own cultural traits
- Stereotypes and generalisations
- What is communication, what are the elements for effective communication
- Non-verbal communication

Models of Intercultural communication (Hofstede, Hall, Trompenaars et.al.)

- High and low context cultures
- Uses of time globally
- Corporate cultures

Does Culture matter in International Business Communication?

- business problems due to communication / reasons for misunderstandings
- business etiquette
- language and social context (conversational taboos, humour...)
- building relationships
- virtual communication
- English as the Lingua Franca for international meetings and negotiations

How do cultural values influence advertising and marketing strategies?

Culture and leadership - using Human Capital in the 21st century – (domestic and global market)

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Instrumentale Kompetenzen:

Einzelpräsentationen und Gruppenpräsentationen der Studierenden

Situations- und Rollenspiele

Sprachübungen und Gruppenarbeit

Peer-Reviews und Gruppendiskussionen

Systemische Kompetenzen:

Die Studierenden reflektieren die Bedeutung der interkulturellen Kommunikation für eine globale Geschäftstätigkeit

Die Teilnehmer begreifen die internationale Sprachkompetenz und die Kenntnis der kulturellen Unterschiede als wichtige Grundvoraussetzung für ein globales Handeln.

Beurteilungsfähigkeit:

Die Studierenden analysieren und beurteilen die Unterschiede in der interkulturellen Kommunikation

Die Teilnehmer ziehen ihre Schlüsse für eine erfolgreiche Gestaltung von Sitzungen und Verhandlungen

Die Studierenden können interkulturelle Geschäftssituationen interpretieren und einschätzen

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Die Studierenden arbeiten in Teams und erarbeiten sich kollektive interkulturelle Kompetenzen. Sie bringen sich aktiv in den Lernprozess über interkulturelle Kommunikation ein und berichten über eigene Erfahrungen.

<p>Selbständigkeit</p> <p>Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:</p> <p>Die Ausbildung legt Wert auf den eigenständigen und selbstverantwortlichen Wissenserwerb der Studierenden. Die Teilnehmer prüfen und bewerten ihre sprachlichen Fähigkeiten und entdecken Verbesserungspotential. Die Studierenden entwickeln eigene Beurteilungskompetenz in Bezug auf internationale Kompetenz im täglichen Geschäftsalltag.</p> <p>Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:</p> <p>Kultur und Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">• Interkulturelle Geschäftssituationen analysieren und interpretieren• Sprachfertigkeit reflektieren und verbessern• Socializing• Small Talk im Business• Besprechungen und Verhandlungen im internationalen Kontext• Diversity-Management• Arbeitseinsätze im Ausland / internationale Kompetenz• Präsentationsübungen <p>Global Value Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none">• Supply Chain and Operations Management• Global Sourcing and Production• Global Distribution and Transportation
Studien- / Prüfungsleistungen:
Referat, 25 Minuten (außerhalb Prüfungszeitraum) Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Kunst und Design			
Modulkürzel:	KMA_KuD	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	2	
Modulverantwortliche(r):	Hipp, Claus		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	27 h	
	Selbststudium:	98 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kunst und Design		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Kreatives Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme (TNP) an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Master of Business Administration (MBA) Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Kunst und Design soll die Entscheidungsträger von morgen inspirieren und das Verständnis für die Wechselbeziehungen von Farbe, Form und Raum wecken.			
Ziel: Ein neues Bewusstsein aus Kunst und Design schafft auf der emotional-schöpferischen Seite einen Grundstein für einen größeren gemeinsamen Marketingerfolg. Die Studierenden partizipieren durch Storytelling vom immensen Wissensschatz eines erfolgreichen Innovators und Unternehmers.			
Inhalt:			
Fachkompetenz			
Wissen			
Wissensverbreiterung:			
Aufbauend auf dem ästhetischen Wissen und Verstehen, das idealerweise auf der Bachelor-Ebene aufgebaut wurde, erhalten die Studierenden einen vertieften Zugang und ein erweitertes Bewusstsein für ästhetisches Empfinden.			
Wissensvertiefung:			
Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in den schöpferischen Prozess und durchlaufen in praktischer Form den Entstehungsprozess eines Kunstwerkes. Auch in der Kunst ist Üben wichtig, damit der Körper leichter umsetzt, was der Geist befiehlt. Ein tiefer Wissensvorrat erlaubt es reichhaltig daraus zu schöpfen. Nur Arme an Ideen greifen auf die Ideen anderer zurück.			
Fertigkeiten			
Instrumentelle und systemische Fertigkeiten, Beurteilungsfähigkeit:			

Die Studierenden erlernen die nötigen instrumentellen und systemischen Fertigkeiten, um ein Kunstwerk zu erstellen. So fertigen die Studierenden beispielsweise einen eigenen Keilrahmen mit Leinwand und grundieren ihn. Die Teilnehmer schärfen ihre Beurteilungsfähigkeit, erstellen Ideenskizzen und treffen eine Auswahl, welches Vorhaben entstehen soll.

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Das selbständige Arbeiten inspiriert auch für das wirtschaftliche Handeln sowie die eigene Führungs- und Teamfähigkeit im Beruf und im Alltag. Die Studierenden erkennen die Bedeutung von eigenem Handeln und mitgestalten im Entstehungsprozess. Sie erleben aktives Handeln und sehen unmittelbar Ergebnisse. Sie lernen sich über den Entstehungsprozess auszutauschen und die eigenen Schritte zu kommunizieren und abzustimmen. Je einfacher die Aussage, umso stärker ist sie. Jedes unnötige Beiwerk schwächt die Aussage.

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:

Die Studierenden lernen Verantwortung für ihr eigenes Handeln zu übernehmen. Das Empfinden der Mehrheit muss nicht richtig sein. Sie reflektieren ihr Schaffen und erkennen Einfachheit ist stärker als Kompliziertheit. Wer nicht zum richtigen Zeitpunkt sein Handeln beendet macht leicht alles kaputt. Wichtig ist im Lernprozess eine Einheit aus Geist und Handlung. Wenn die Handlung schneller als der Geist ist, entsteht Geistloses. Nur wenn die Handlung langsam genug ist, kann Geistvolles entstehen.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen

- Unternehmertum am Beispiel Hipp-Werke
- Ganzheitliches Denken
- Eigeninitiative stärken
- Emotional schöpferisches Empfinden entwickeln
- Gefühl für Farbe, Form, Designkraft
- Storytelling aus erster Unternehmerhand / Entrepreneur-Experience
- Systemisches Denken in Zusammenhängen
- Praktiziertes Design-Thinking
- Kommunikationsfähigkeit, Ideenentwicklung, Timing

Studien- / Prüfungsleistungen:

mündliche Prüfung, 15 Minuten

Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Multimedia und Kommunikation			
Modulkürzel:	KMA_MuK	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	3	
Modulverantwortliche(r):	Hermann, Renate		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		80 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Multimedia und Kommunikation		
Lehrformen des Moduls:	1: S - Seminar		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Studiengang Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Multimediale Kommunikation bildet heute ein zentrales und wichtiges Kompetenzfeld und ist aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Für eine kreative Unternehmensführung ist es sehr wichtig, mit den elementaren Grundlagen dieser modernen Medien vertraut zu sein. Die Studierenden erhalten Kenntnisse in der Analyse, Dramaturgie und der technischen Produktion von multi-medialen Medien, im Besonderen Bewegtbild. Verhalten vor und Umgang mit der Kamera.</p> <p>Ziel: Bewegtbild in der Kommunikation nutzen und einsetzen. Eloquentes Auftreten vor der Kamera unter Livebedingungen. Wissenschaftliche Diskussion der Medienkonvergenz und Crossmedialität als Formen der modernen Kommunikation.</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz Wissen Wissensverbreiterung: Die Teilnehmer sind meist im alltäglichen Gebrauch mit multimedialen Angeboten und Geräten vertraut. Doch wie verhält es sich im professionellen, beruflichen Umfeld? Worauf ist zu achten, wenn man selbst oder mit Kooperationspartnern multimediale Instrumente einsetzt?</p> <p>Wissensvertiefung: Die Studierenden vertiefen ihr multimediales Wissen und lernen zentrale Kenntnisse im Umgang mit multimedialen Medien, insbesondere Bewegtbild und Interviewsituationen. Im Einzelnen werden die folgenden fachlichen Inhalte erweitert und vertieft:</p>			

- Grundlegende theoretische und praktische Kenntnisse zum aktuellen Stand der multimedialen Kommunikation
 - Die Inhalte werden an die momentanen Trends und Technologien angepasst
 - Mögliche Bereiche: Video im Einsatz für Marketing (Web 2.0), virale Videokampagnen, mobile Applikationen, etc.
 - Beispiel Film/Videoproduktion: Business Movies im digitalen Zeitalter
 - Filme sehen (lernen), schreiben (lernen) und produzieren (lernen)
 - Verhalten vor Mikrofon und Kamera
 - Interview- und Moderationstraining unter Realbedingungen (TV-Studio)
- Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung)
- Verhalten im Krisenfall; erfolgreiche Krisenkommunikation und Krisenbewältigung
- Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit
- Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:
- Instrumentale Kompetenzen:
- Grundlegendes Fachwissen zur aktuellen multimedialen Kommunikation
 - Anforderungen und Bewertung von Film und Videoproduktionen
 - Verhalten vor der Kamera
 - Vorbereitung und Durchführung von Interviews und Moderationen
- Systemische Kompetenzen:
- Rolle und Wirkung der multimedialen Kommunikation im Gesamtkontext der Unternehmenskommunikation
 - Schnittstellen der Medienproduktion und des Medieneinsatzes entlang der Wertschöpfung
- Beurteilungsfähigkeit:
- Beurteilen von multimedialen Projekten und Kampagnen
 - Bewertung von Agenturarbeit und kompetente Verhandlung mit medialen Dienstleistern
 - Wirkung und Beurteilung von medialen Auftritten z. B. vor Kamera oder Mikrofon
- Personale Kompetenz
- Sozialkompetenz
- Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:
- Die Studierenden erarbeiten gemeinsam konzeptionelle Grundlagen für Kampagnen und Botschaften. Sie inspirieren sich gegenseitig und nutzen das gegenseitige Rollenspiel in Interviews oder Moderationen. Die Teilnehmer begreifen multimediale Kommunikation als wesentliches Hilfsmittel für ihre Selbst- und Außenwirkung im Umgang mit den eigenen Interessensgruppen.
- Selbständigkeit
- Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:
- Die Ausbildung vermittelt den Studierenden einen eigenständigen und kritischen Bezug zu multimedialen Medien. Die Studierenden reflektieren ihr Verhalten vor der Kamera und sind in der Lage, die eigenen medialen Auftritte zu planen, zu steuern und zu bewerten.
- Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:
- Interdisziplinarität aus Medien, Technik und Business verstehen

- Kommunikationstraining vor Mikrofon und Kamera
- Interviewer- und Moderationstraining
- Krisenkommunikation und -verhalten
- Systemische Wirkung der multimedialen Kommunikation im Marketing-Mix, Wertschöpfung
- Beurteilungsfähigkeit von medialen Produktionen erwerben und schulen

Studien- / Prüfungsleistungen:

mündliche Prüfung, 15 Minuten

mündliche Prüfung, 15 Minuten

Die Ausgabe des Themas der Studienarbeit setzt voraus, dass die Teilnahme (TNP) an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht wurde. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Kreative Systemische Analyse			
Modulkürzel:	KMA_KSA	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Kreatives Management (SPO SS 16)	3	
Modulverantwortliche(r):			
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		80 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kreative Systemische Analyse		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/S - seminaristischer Unterricht/Seminar		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang KMA		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme an den Präsenzterminen zu 2/3 erbracht. Erfolgreiches Absolvieren des mdl. Leistungsnachweises. Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Verwendbarkeit:	Master of Business Administration (MBA) Kreatives Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Systemisches und ganzheitliches Denken ist eine wesentliche Voraussetzung für eine holistische Entscheidungsfindung. Mit Hilfe der Systemischen Managementaufstellung werden komplexe Sachverhalte sichtbar und simulierbar.</p> <p>Kompetenzschwerpunkte: Verständnis komplexer Zusammenhänge, Kompetenz, die Wirkung von Handlungen deutlicher zu verstehen und zu antizipieren, Verinnerlichen systemischer Zusammenhänge, Kommunikationskompetenz, systemisches Verständnis von Zusammenhängen von Organisationen in ihrer Umwelt, Wahrnehmung von Ursache und Wirkung, Verständnis von Abhängigkeitsverhältnissen in Organisation, tiefes Erfassen von Sozialstrukturen und die Kraft der Wirkung von Entscheidungen innerbetrieblich und im Marktumfeld, Verständnis des Bedarfs an Transparenz als Motivator in Organisationen als Motivator.</p> <p>Ziel: Zusammenhänge und Interdependenzen erkennen, verstehen und reflektieren, um diese dann in Handlungsalternativen zu transferieren.</p>			
Inhalt:			
<p>Fachkompetenz Wissen und Verstehen Wissensverbreiterung: Systemische Zusammenhänge und Wechselwirkungen in ihrer Tiefe erkennen und begreifen</p>			

Systemische Managementaufstellung werden den Studenten methodisch nahe gebracht: Technik, Wirkungsweise, Analyse. Die Teilnehmer erfahren komplexe Systembeziehungen. Sie übernehmen Rollen, werden geführt, nehmen wahr und zeigen Reaktionen. Inspiration entsteht durch den Wechsel der Perspektiven.

Wissensvertiefung:

Ein tiefes Verständnis von Wechselwirkungen und Interdependenzen sowie Verflechtungen innerhalb von Organisationen ermöglicht den Studenten ein reflektiertes Kompetenzspektrum an Handlungsalternativen, die der Vermeidung bzw. Lösung komplexer Problemstellungen sowie von Konflikten dient.

Situations-Analyse, Kompetenz-Analyse, Wissens-Analyse, Kreativitäts-Analyse, Visions-Analyse als Metaperspektiven der Systemischen Analyse.

Im Einzelnen werden die folgenden fachlichen Inhalte erweitert und vertieft:

- 1. Was ist ein System?
- 1.1 Systemtheoretische Betrachtung
- 1.2 Phänomenologische Betrachtung
- 1.3 Konstruktivistische Betrachtung
- 2. Welche Systeme werden in systemischen Organisationsaufstellungen betrachtet?
- 3. Was sind Systemische Aufstellungen?
- 4. Was sind Systemische Organisationsaufstellungen?
- 5. Systemische Aufstellungen in der Anwendung
- 5.1 Organisationsberatung
- 5.2 Coaching
- 5.3 Marketingspezifische Fragestellungen
- 5.4 Praktische Umsetzung der phänomenologischen Haltung
- 6. 7 Phasen systemischer Organisationsaufstellungen
- 8. Systemerhaltende Prinzipien nach Horn Brick
- 8.1 Die 6 Prinzipien im Einzelnen
- 8.2 Jack Daniel's, No 7, Tennessee oder Wie die systemischen Prinzipien zur Bildung einer Marke beitragen
- 9. Wie entsteht die Wirkkraft einer Aufstellung
- 10. Wichtige Prozeßschritte einer Organisationsaufstellung
- 11. Eine methodische Auswahl: Formen systemischer Organisationsaufstellungen - Vor- und Nachteile
- 11.1 Die Arbeit mit menschlichen Stellvertretern
- 11.2 Die Arbeit mit Bodenankern
- 11.3 Die Arbeit mit Figuren
- 12. Systemische Marketing-Aufstellungen
- 12.1 Relevanz systemischer Aufstellungen für das Marketing
- 12.2 Einsatzmöglichkeiten, Anwendungsfelder und Formen Systemischer Marketing-Aufstellungen

- 12.3 Angewandte Forschung an der Hochschule Ansbach MARKETIA – Institut für kreatives Marketing crea-syst™
- 12.4 Wim Jurg: Der wahrgenommene Nutzen von Markenaufstellungen
- 13. Wissenschaftliche Studie zur Validität Systemischer Aufstellungen
- 13.1 Video: Vertraute Sprache und ihre Entdeckung

Fertigkeiten und Können (Wissenserschließung):

Diese Metaperspektive ermöglicht den Studenten Handlungsalternativen aus einem breiten Kompetenzspektrum zu entwickeln und in ihrer Führungsrolle reflektiert und vorausschauend zu agieren. Problem- und Konfliktlösungskompetenzen werden auf- und ausgebaut.

Absolventen erwerben folgende Kompetenzen:

Instrumentale Kompetenzen:

Wahrnehmung sozialer Interdependenzen, tiefgehendes und Verständnis für zwischenmenschliche kommunikative Aspekte der Wahrnehmung

Systemische Kompetenzen:

Voraussicht von Ursache-Wirkung, Entwicklung von Handlungsalternativen im Sinn des Erfolges des Systems (wirtschaftlicher und sozialer) Erfolg, Führungskompetenzen, Klarheit in der Entscheidungsfindung

Beurteilungsfähigkeit:

- Beurteilen von systemischen Zusammenhängen und deren Auswirkung auf die Organisation/Institution
- Kenntnis über die Einsatzfelder von systemischen Aufstellungen
- Bewertung und Validierung von Aufstellungsergebnissen

Personale Kompetenz

Sozialkompetenz

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation:

Die Studierenden erleben in der Gruppe die Aufstellungsarbeit. Empathie und Offenheit werden zu wichtigen Voraussetzungen für ein systemisches Miteinander in der Aufstellung. Achtsamkeit und Wahrnehmung für die Personen und Situationen während der Aufstellung. Begreifen der Aufstellungsarbeit als Form einer visuellen Kommunikation und Expression.

Selbständigkeit

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz:

Die Teilnehmer entwickeln ein reflexives Verständnis für das Instrument der systemischen Aufstellung; die Studierenden entwickeln ihr systemisches Denken und erschließen sich eine neue Form der Struktur- und Prozessanalyse. Aus der Systemischen Analyse, als Form der Kreativitätstechniken, können Impulse für ein offenes und innovatives Handeln entstehen.

Ausgewähltes Business- und Leadership-Wissen:

- Systemisches Denken und Interdisziplinarität schulen
- Komplexitätsanalyse von Systemen / Netzwerken
- Kreativitätimpulse durch Systemische Aufstellungen / Quelle für neue Ideen
- ganzheitliches Problemverständnis entwickeln
- ganzheitliche Problemlösungen erarbeiten und Gruppenprozesse erleben/steuern
- Soziale Kompetenz und Empathie sensibilisieren und verbessern
- Methodik der Systemaufstellung erlernen und ausprobieren

Studien- / Prüfungsleistungen:

mündliche Prüfung, 20 Minuten

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

Mit Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben