

MITTEILUNGSBLATT

DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



58. SONDERNUMMER

Studienjahr 2014/15

Ausgegeben am 29. 7. 2015

43.b Stück

Lehrplan

des

berufsbegleitenden Universitätskurses

Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen

an der Karl-Franzens-Universität Graz

Impressum: Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.
Anschrift der Redaktion: Rechts- und Organisationsabteilung, Universitätsplatz 3, 8010 Graz.
E-Mail: mitteilungsblatt@uni-graz.at
Internet: https://online.uni-graz.at/kfu_online/wbMitteilungsblaetter.list?pOrg=1

Offenlegung gem. § 25 MedienG

Medieninhaber: Karl-Franzens-Universität Graz, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Unternehmensgegenstand: Erfüllung der Ziele, leitenden Grundsätze und Aufgaben gem. §§ 1, 2 und 3 des Bundesgesetzes über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002), BGBl. I Nr. 120/2002, in der jeweils geltenden Fassung.
Art und Höhe der Beteiligung: Eigentum 100%.
Grundlegende Richtung: Kundmachung von Informationen gem. § 20 Abs. 6 Universitätsgesetz 2002 in der jeweils geltenden Fassung.

**Lehrplan des berufsbegleitenden Universitätskurses
Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen
an der Karl-Franzens-Universität Graz**

Gemäß § 3 Zif 5 UG idGF und der Richtlinie des Rektorates über die Einrichtung von Universitätskursen, Mitteilungsblatt Nr. 7b vom 9.1.2007 wird an der Karl-Franzens-Universität Graz der Universitätskurs „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ eingerichtet.

Inhaltsverzeichnis

§ 1 Allgemeines	2
(1) Gegenstand des Universitätskurses	2
(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen	2
(3) Bedarf und Relevanz des Universitätskurses für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt	3
(4) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen	3
(5) Höchstzahl an Studienplätzen und Auswahlverfahren	4
§ 2 Allgemeine Bestimmungen	4
(1) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten	4
(2) Dauer und Gliederung des Universitätskurses	5
(3) Zertifikat	5
(4) Lehrveranstaltungstypen	5
§ 3 Aufbau und Gliederung des Universitätskurses	6
(1) Module und Lehrveranstaltungen	6
(3) Projektarbeit	6
§ 4 Lehr- und Lernformen	7
(1) Unterrichtssprache.....	7
(2) Zeitliche Durchführungsbestimmungen.....	7
(3) Lehr- und Lernmethoden	7
§ 5 Prüfungsordnung	7
(1) Lehrveranstaltungsprüfungen.....	7
(3) Wiederholung von Prüfungen	7
(4) Gesamtbeurteilung	8
§ 6 Kosten des Universitätskurses	8
§ 7 Organisation	8
§ 8 In-Kraft-Treten	8
Anhang I: Modulbeschreibungen	9
Anhang II: Musterstudienablauf gegliedert nach Semestern	12

§ 1 Allgemeines

(1) Gegenstand des Universitätskurses

Zielsetzung des Universitätskurses „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ ist es, den TeilnehmerInnen auf Basis wissenschaftlich fundierter Erkenntnisse und Methoden, die theoretischen Prinzipien und die praktischen Werkzeuge zu vermitteln, die sie befähigen, in wertebasierten Organisationen strategische Innovationsprozesse zu konzipieren, implementieren und erfolgreich zu steuern.

Der Universitätskurs behandelt die Kernkompetenzen des innovierenden Handelns in Organisationen, in denen soziale, humane, und geistliche Ziele eine wesentliche (bzw. die dominierende) Dimension innerhalb des Organisations-Zielsystems darstellen.

Ziel dieses berufsbegleitenden Universitätskurses ist es insbesondere,

- den Begriff „Innovation“ in allen Dimensionen kennenzulernen;
- strategische Ziele und Prozesse wertorientierter Organisationen und deren Interdependenzen innerhalb der Organisation und deren Außenwirkungen zu analysieren;
- grundlegende Konzepte und Techniken zur Entwicklung von Innovationsstrategien darzustellen und anzuwenden;
- die Rolle und Aufgabe von Führungskräften zu reflektieren und ethische Orientierungen für motivierendes Leiten einzuüben;
- grundlegende Konzepte und Techniken der organisatorischen Entwicklung im Rahmen von Innovationsprozessen darzustellen und anzuwenden;
- die Einbettung von Innovationsstrategien und deren operativer Umsetzung im Kontext der Entwicklung der Gesamtorganisation und der relevanten Umwelttrends auf Basis wissenschaftlich fundierter Erkenntnisse und Methoden zu beurteilen;
- grundlegende Methoden und Techniken zur erfolgsorientierten Steuerung von Innovationsstrategien und Innovationsprojekten darzustellen und anzuwenden;
- ein Grundverständnis von Organisations- und Personalentwicklung zu gewinnen mit besonderem Fokus auf Veränderungsprozessen in wertebasierten Organisationen;
- theologische, philosophische und ethische Aspekte von Innovation kennenzulernen und in der Steuerung von Innovationsprozessen zu berücksichtigen;
- praktische Werkzeuge, Kreativitätstechniken und Innovationsmarketing anhand eines Praxisprojektes kennenzulernen und einzuüben.

(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen

Studierende werden im Universitätskurs „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ mit theoretischen Konzepten der Strategiegestaltung, des operativen und strategischen Innovationsmanagements sowie der Organisations- und Personalentwicklung vertraut gemacht. Sie lernen praktische Werkzeuge zur Umsetzung dieser Theorien in wertebasierten Organisationen kennen und üben diese zunächst in der Kursgruppe und in der Folge in einem Praxisprojekt konkret ein. Sie werden mit theologischen, philosophischen und ethischen Prinzipien von Innovation konfrontiert und nutzen diese in der konkreten Steuerung von Innovationsprozessen.

Die AbsolventInnen sind nach Abschluss des Universitätskurses „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ in der Lage:

- auf Basis einer fundierten Situations-Analyse Innovationsstrategien und deren Umsetzung in operativen Projekten zu konzipieren und effektiv wie effizient zu begleiten;

- Methoden des Innovationsmanagements (Projektmanagement, Changemanagement, Kreativitätstechniken etc.) sachgerecht einzusetzen;
- Führungsaufgaben durch sachgerechte Anwendung adäquater Instrumente effektiv wahrzunehmen, um so die Effizienz wie Effektivität operativer Innovationsprozesse zu gewährleisten;
- auf Basis strategischer Zielvorgaben adäquate Organisationskonzeptionen zu entwickeln und zu integrieren;
- die Werte, Visionen und Ziele, auf denen die jeweilige Organisation beruht, durch strategisches Innovieren zu stärken, die Mitwirkenden einzubinden und Tradition und Innovation kreativ zu verbinden.

(3) Bedarf und Relevanz des Universitätskurses für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt

Der Universitätskurs „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ ist ausdrücklich als angewandter Universitätskurs positioniert. Die KursteilnehmerInnen werden mit für die Praxis relevanten und aktuellen Forschungsmethoden vertraut gemacht. Die Anwendung dieser Methoden erfolgt in theoriebasierten und praxisrelevanten Lehrveranstaltungen sowie in verschiedenen fachbezogenen Fallstudien.

Mit wertebasierten Organisationen werden u.a. religiöse und kirchliche Vereinigungen, Institutionen und Organisationen verstanden, die in unterschiedlichen Bereichen wie Seelsorge, Bildung, Sozialwesen oder Kultur tätig sind. Darüber hinaus sind Vereine, Organisationen und Non-Profitorganisationen gemeint, die aufgrund ihres Selbstverständnisses und ihrer Zielsetzungen vorwiegend bestimmte, für den Einzelnen und die gesamte Gesellschaft tragende Werte stärken und durch konkrete Projekte, Initiativen und Maßnahmen erfahrbar machen wollen. Der Kurs ist auch für profitorientierte Unternehmen relevant, die vorrangig ethische Werte fördern wollen, wie z.B. durch konsequente Beachtung von Kriterien wie „fair trade“, ethische Investment, faire Arbeitsbedingungen, regionale oder ökolsoziale Schwerpunktsetzungen.

Viele wertebasierte Organisationen bauen zwar auf starken Prinzipien und Traditionen auf, kommen aber durch dynamische Umweltentwicklungen unter Druck und leiden unter zurückgehenden Wirkungen und ausbleibenden Erfolgen. Diese Entwicklung schlägt sich auch auf die Zufriedenheit der MitarbeiterInnen und die Organisationskultur insgesamt nieder. So werden wertebasierte Organisationen oft zunehmend unattraktiv, finden schwerer gute MitarbeiterInnen und geraten leicht in eine Abwärtsspirale, obwohl die grundsätzliche Bedeutung ihrer Werte und Ziele in der Gesellschaft meist nicht hinterfragt wird.

Ohne die Fähigkeit zum strategischen Innovieren drohen auch wertebasierte Organisationen ihre Zukunftsfähigkeit und damit ihre Bedeutung und Wirksamkeit in der modernen Gesellschaft sukzessive zu verlieren.

(4) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen

Der vorliegende Universitätskurs wendet sich insbesondere an Führungskräfte und Nachwuchskräfte in wertebasierten Organisationen. Das können z.B. Kirchen, Orden, religiösen Einrichtungen, soziale und kulturelle Organisationen oder Bildungsinstitutionen aber auch profitorientierte Unternehmen mit ethischen und sozialen Schwerpunkten sein.

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätskurs „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ sind die nachfolgend angeführten Kriterien:

- a. Abschluss eines betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen, geisteswissenschaftlichen, kulturwissenschaftlichen oder theologischen Studiums an der Karl-Franzens-Universität Graz oder eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung;
oder
- b. Abschluss eines betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen, geisteswissenschaftlichen, kulturwissenschaftlichen oder theologisch ausgerichteten Universitätslehrganges oder -kurses an der Karl-Franzens-Universität Graz oder anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung
oder
- c. eine gleichwertige Qualifikation mit mindestens dreijähriger Berufserfahrung
oder
Berufserfahrung als Führungskraft, Projektverantwortliche/r oder Mitarbeiter in wertebasierten Organisationen im Ausmaß von mindestens zwei Jahren.

Über die Gleichwertigkeit einer allfälligen wissenschaftlichen Ausbildung, die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen sowie die Eignung der ZulassungswerberInnen entscheidet die wissenschaftliche Leitung im Auftrag des Rektorats.

Die Bewerbung hat schriftlich an die wissenschaftliche Leitung des Universitätskurses zu erfolgen. Dieser sind, soweit kein Studienabschluss vorliegt, der Nachweis für die allgemeine Universitätsreife, sonstige berufliche Qualifikationen, ein Lebenslauf sowie ein Motivationsschreiben bzw. -gespräch, in dem die Bewerberin/der Bewerber die Gründe für eine Teilnahme am Universitätskurs **„Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen“** und die angestrebten Ziele ausführt, anzuschließen;

(5) Höchstzahl an Studienplätzen und Auswahlverfahren

Zum Universitätskurs **„Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen“** können maximal 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zugelassen werden. Die Zahl der Kursplätze ist somit beschränkt und wird nach pädagogisch-didaktischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten für jede neue Durchführung nach Rücksprache mit der wissenschaftlichen Leitung durch die wirtschaftliche Leitung des Universitätskurses festgelegt.

Übersteigt die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber diese Zahl, muss ein Auswahlverfahren durchgeführt werden. Grundlage des Auswahlverfahrens ist nach Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen die Reihenfolge des Einlangens der Anmeldung.

§ 2 Allgemeine Bestimmungen

(1) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten

Allen von den Studierenden zu erbringenden Leistungen werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Mit diesen ECTS-Anrechnungspunkten ist der relative Anteil des mit den einzelnen Studienleistungen verbundenen Arbeitspensums zu bestimmen. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht 25 Echtstunden. Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Kontaktstunden. Eine Kontaktstunde entspricht 45 Minuten pro Unterrichtswoche des Semesters.

(2) Dauer und Gliederung des Universitätskurses

Der Universitätskurs „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ mit einem Arbeitsaufwand von 37 ECTS-Anrechnungspunkten umfasst 2 Semester und ist modular strukturiert. Davon entfallen auf:

Modul	PF	ECTS
Modul A: Betriebswirtschaftliche und ethische Grundlagen organisationalen Handelns	PF	12
Modul B: Innovationsmanagement in wertbasierten Organisationen	PF	14
Modul C: Führung und Motivation	PF	11
SUMME		37

PF = Pflichtfach

(3) Zertifikat

Nach erfolgreichem Abschluss des Universitätskurses „**Strategisches Innovieren in wertebasierten Organisationen**“ (siehe § 5) erhalten die Absolventinnen und Absolventen ein Universitätszertifikat der Karl-Franzens-Universität Graz.

(4) Lehrveranstaltungstypen

Im Lehrplan werden folgende Lehrveranstaltungstypen angeboten:

- a. Vorlesungen verbunden mit Übungen (VU) sind Lehrveranstaltungen, bei welchen im unmittelbaren Zusammenhang mit einer Wissensvermittlung durch Vortrag den praktisch-beruflichen Zielen des Universitätskurses entsprechend konkrete Aufgaben und ihre Lösung behandelt werden.
- b. In Projekten (PR) werden experimentelle und/oder theoretische Arbeiten bzw. kleine Forschungsarbeiten unter Berücksichtigung aller erforderlichen Arbeitsschritte durchgeführt.

Alle genannten Lehrveranstaltungstypen gelten als Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter.

§ 3 Aufbau und Gliederung des Universitätskurses

(1) Module und Lehrveranstaltungen

Der 2-semesterige Universitätskurs umfasst einen Arbeitsaufwand (Workload) von insgesamt 37 ECTS-Anrechnungspunkten. Der Lehrplan ist modular strukturiert. Die Prüfungsfächer sind im Folgenden mit Titel, Lehrveranstaltungstyp (LV-Typ), ECTS-Anrechnungspunkten (ECTS), Kontaktstunden (KStd.) und der empfohlenen Semesterzuordnung (empf. Sem.) genannt. Alle Lehrveranstaltungen sind Pflichtveranstaltungen.

Die Modulbeschreibungen befinden sich in Anhang I.

	Modultitel/Prüfungsfach	LV-Typ	PF	ECTS	KStd.	empf. Sem.
Modul A	Betriebswirtschaftliche und ethische Grundlagen organisationalen Handelns		PF	12	6	
A.1	Management Grundlagen	VU	PF	2	1	1
A.2	Strategisches Management für wertebasierte Organisationen	VU	PF	2	1	2
A.3	Organisation und Organisationsentwicklung	VU	PF	4	2	1
A.4	Projektmanagement	VU	PF	2	1	1
A.5	Changemanagement	VU	PF	2	1	1
Modul B	Innovationsmanagement in wertebasierten Organisationen		PF	14	7	
B.1	Innovationsmanagement in wertebasierte Organisationen	VU	PF	4	2	1
B.2	Kreativitätstechniken	VU	PF	2	1	2
B.3	Innovation aus christlicher Perspektive	VU	PF	2	1	1
B.4	Verhältnis von Tradition und Innovation	VU	PF	2	1	1
B.5	Innovation in spirituellen Traditionen und biblischen Erzählungen	VU	PF	2	1	2
B.6	Medienarbeit, Öffentlichkeitsarbeit (PR)	VU	PF	2	1	2
Modul C	Führung und Motivation		PF	11	4,5	
C.1	Führung und Motivation	VU	PF	4	2	2
C.2	Christlich-ethische Grundlagen von Führung und Motivation	VU	PF	2	1	2
C.3	Ehrenamt als erfolgskritischer Faktor vieler wertebasierter Organisationen	VU	PF	2	1	2
C.4	Praxisprojekt/Projektarbeit	PR	PF	3	0,5	2
SUMMEN				37	17,5	

(3) Projektarbeit

- a. Im Rahmen des Universitätskurses ist eine Projektarbeit zu verfassen. Diese umfasst 3 ECTS-Anrechnungspunkte. Es wird empfohlen die Projektarbeit im 2. Semester zu verfassen.
- b. Das Thema der Projektarbeit ist einem der folgenden Module/Fächer zu entnehmen oder hat in einem sinnvollen Zusammenhang mit einem dieser Fächer zu stehen:
Module A, B oder C
- c. Die/Der Studierende ist berechtigt, das Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen der zur Verfügung stehenden BetreuerInnen auszuwählen.

- d. Die Aufgabenstellung der Projektarbeit ist so zu wählen, dass für die/den Studierende/n die Bearbeitung innerhalb von 6 Monaten möglich und zumutbar ist.
- e. Die Beurteilungsfrist der Projektarbeit beträgt vier Wochen.

§ 4 Lehr- und Lernformen

(1) Unterrichtssprache

Der Universitätskurs wird in deutscher Sprache abgehalten, wobei bei Bedarf auch englischsprachige Sequenzen vorgesehen sind.

(2) Zeitliche Durchführungsbestimmungen

Der Universitätskurs ist berufsbegleitend organisiert. Der Unterricht findet in geblockter Form bzw. am Wochenende statt.

(3) Lehr- und Lernmethoden

Die vielfältigen Lehr- und Lernmethoden werden in den Lehrveranstaltungen in optimaler Form auf den Inhalt abgestimmt. In den Lehrveranstaltungen wird in unterschiedlichen Settings (selbstgesteuerten Gruppen oder Teams) mit vielfältigen Lehr- und Lernformen gearbeitet. Dabei wird aktive Teamarbeit von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern erwartet.

§ 5 Prüfungsordnung

(1) Lehrveranstaltungsprüfungen

Alle Lehrveranstaltungen besitzen immanenten Prüfungscharakter (entsprechend § 1 Abs. 3 Z 1 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen). Sie werden durch die Beurteilung der kontinuierlichen Mitarbeit und nach weiteren Beurteilungskriterien, die gem. § 59 Abs. 6 UG zu Beginn der Lehrveranstaltung durch die Lehrveranstaltungsleiterin/den Lehrveranstaltungsleiter bekannt zu geben sind, abgeschlossen.

Für den positiven Abschluss des Universitätskurses müssen alle Lehrveranstaltungen im Umfang der dafür vorgesehenen Kontaktstunden erfolgreich absolviert werden. In Summe muss pro Lehrveranstaltung eine Anwesenheit von mindestens 80 % gegeben sein. Als Ersatz für Fehlstunden kann eine Kompensationsarbeit eingefordert werden.

Die Beurteilung der Leistungen richtet sich nach der in § 73 Abs. 1 und 3 UG bestimmten Notenskala. Die entsprechenden Beurteilungen stellt die Leiterin/der Leiter der jeweiligen Lehrveranstaltung aus.

(3) Wiederholung von Prüfungen

Die Studierenden sind berechtigt, negativ beurteilte Prüfungen dreimal zu wiederholen. Weitere Regelungen zur Wiederholung von Prüfungen sind in § 38 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen geregelt.

(4) Gesamtbeurteilung

Die Gesamtbeurteilung hat „bestanden“ zu lauten, wenn alle Lehrveranstaltungen positiv beurteilt wurden, anderenfalls hat sie „nicht bestanden“ zu lauten. Die Gesamtbeurteilung hat „mit Auszeichnung bestanden“ zu lauten, wenn in keinem Fach eine schlechtere Beurteilung als „gut“ und in mindestens der 80 % der Fächer die Beurteilung „sehr gut“ erteilt wurde.

§ 6 Kosten des Universitätskurses

Die Kosten des Universitätskurses setzen sich aus den Aufwendungen für die Lehrenden und den sonstigen Aufwendungen für Leitung, Organisation etc. zusammen. Diese Gelder werden aus dem Kursbeitrag aufgebracht. Falls diese nicht in entsprechender Höhe zur Verfügung stehen, kann der Universitätskurs nicht stattfinden. Der Kursbeitrag schließt nur die Kosten für die Lehrveranstaltungen ein, nicht hingegen sonstige Kosten, die für Fachliteratur, Recherchen im Zuge der Lehrveranstaltungen oder die Teilnahme an Exkursionen anfallen. Diese sowie allfällige sonstige Kosten für Reisen, Unterkunft und Verpflegung sind von den TeilnehmerInnen selbst zu tragen.

Die wirtschaftliche Leitung des Universitätskurses behält sich eine Änderung des Universitätskursbeitrages aufgrund sinkender oder steigender TeilnehmerInnenzahl vor. Die TeilnehmerInnen dieses Universitätskurses haben nur den Universitätskursbeitrag und nicht auch den Studienbeitrag zu entrichten, sofern sie ausschließlich zum Universitätskurs zugelassen sind.

Zusätzlich werden für alle Studierenden von UNI for LIFE entgeltlich und bei Bedarf Gender- und Diversity-Seminare sowie Wiederholungsprüfungen der negativ beurteilten Prüfungen angeboten.

§ 7 Organisation

Es ist eine wissenschaftliche Leitung zu bestellen, die von einer Universitätsprofessorin/einem Universitätsprofessor oder einer habilitierten Universitätslehrerin/einem habilitierten Universitätslehrer wahrzunehmen ist. Die wirtschaftliche und organisatorische Leitung wird von UNI for LIFE wahrgenommen.

§ 8 In-Kraft-Treten

Dieser Lehrplan tritt mit Ablauf des Tages seiner Verlautbarung im Mitteilungsblatt in Kraft.

Anhang I: Modulbeschreibungen

0Modul A	Betriebswirtschaftliche und ethische Grundlagen organisationalen Handelns
ECTS-Anrechnungspunkte	12
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Managements • Strategisches und operatives Management für wertebasierte Organisationen • Strategische Analyse und Entwicklung von Organisationsstrategien • Umsetzung strategischer Vorgaben in Projekten • Gestaltung strategiekonformer Organisationsstrukturen • Grundlagen der Organisationsgestaltung und Organisationsentwicklung • Changemanagement • Projektmanagement
Lernziele (erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen)	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagenkenntnis des Managements und dessen Vertiefung in innovationrelevanten Teilbereichen (Projekt-, Change-Management und Organisationsgestaltung) problemadäquat anzuwenden, • Fähigkeit eine systematische Strategieentwicklung durchzuführen und die Strategieumsetzung zu überwachen • Organisationen zielgerichtet zu gestalten und einen Wechsel in der Organisation fundiert zu planen und zu begleiten, • einfache Projekte selbständig zu planen und zu leiten.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	<ul style="list-style-type: none"> • Vortrag • Diskussion • Übung • Gruppenarbeiten zu Fallstudien mit Ergebnispräsentation • Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld
Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Abseits der in § 3 (2) genannten Voraussetzungen für den Besuch von Modulen/Lehrveranstaltungen sind folgende Kenntnisse und Fähigkeiten wünschenswert: (keine)</p>
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Kursdurchführung

Modul B	Innovationsmanagement für wertebasierte Organisationen
ECTS-Anrechnungspunkte	14
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Innovationsmanagements • Strategisches und operatives Innovationsmanagement in wertebasierten Unternehmungen • Konzeptionelle Gestaltung innovationsfreundlicher Organisationsstrukturen • Konzeption von Kreativitätstechniken und Anwendung ausgewählter Techniken • Innovation aus christlicher Perspektive • Verhältnis von Tradition und Innovation • Innovation in spirituellen Traditionen und biblischen Erzählungen • Innovationsmarketing - Medienarbeit, Öffentlichkeitsarbeit (PR)
Lernziele (erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen)	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • fundierte Kenntnis des Innovationsmanagements • Fähigkeit zur Konzeption einer Innovationsstrategie, aufbauend auf einer strategischen Analyse • Fähigkeit Kreativitätstechniken problemadäquat einzusetzen und fachgerecht durchzuführen, • christliche und ethische Prinzipien von Erneuerung in Innovationsprozessen zu berücksichtigen und zu stärken
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	<ul style="list-style-type: none"> • Vortrag • Diskussion • Übung • Gruppenarbeiten zu Fallstudien mit Ergebnispräsentation • Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld
Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Abseits der in § 3 (2) genannten Voraussetzungen für den Besuch von Modulen/Lehrveranstaltungen sind folgende Kenntnisse und Fähigkeiten wünschenswert: (keine)</p>
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Kursdurchführung

Modul C	Führung und Motivation
ECTS-Anrechnungspunkte	12
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Führungstheorien und -modelle
Lernziele (erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen)	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagenkenntnis des Managements und dessen Vertiefung in innovationrelevanten Teilbereichen (Projekt-, Change-Management und Organisationsgestaltung) problemadäquat anzuwenden, • Fähigkeit eine systematische Strategieentwicklung durchzuführen und die Strategieumsetzung zu überwachen • Organisationen zielgerichtet zu gestalten und einen Wechsel in der Organisation fundiert zu planen und zu begleiten, • einfache Projekte selbständig zu planen und zu leiten.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	<ul style="list-style-type: none"> • Vortrag • Diskussion • Übung • Gruppenarbeiten zu Fallstudien mit Ergebnispräsentation • Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld
Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Abseits der in § 3 (2) genannten Voraussetzungen für den Besuch von Modulen/Lehrveranstaltungen sind folgende Kenntnisse und Fähigkeiten wünschenswert: (keine)</p>
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Kursdurchführung

Anhang II: Musterstudienablauf gegliedert nach Semestern

Semester	Prüfungsfach	ECTS
1		18
A.1	Management Grundlagen	2
B.3	Innovation aus christlicher Perspektive	2
B.1	Innovationsmanagement in wertebasierte Organisationen	4
B.4	Verhältnis von Tradition und Innovation	2
A.3	Organisation und Organisationsentwicklung	4
A.5	Changemanagement	2
A.4	Projektmanagement	2
2		20
A.2	Strategisches Management für wertebasierte Organisationen	2
B.2	Kreativitätstechniken	2
B.5	Innovation in spirituellen Traditionen und biblischen Erzählungen	2
C.1	Führung und Motivation	4
C.2	Christlich-ethische Grundlagen von Führung und Motivation	2
C.3	Ehrenamt als erfolgskritischer Faktor vieler wertebasierter Organisationen	2
B.6	Medienarbeit, Öffentlichkeitsarbeit (PR)	2
C.4	Praxisprojekt	4

Der Studiendirektor:
Polaschek