

Gültig für 2022.HS

<b>Modulbezeichnung: Strategic Diversity Management</b>	
Modulkürzel	w.BA.XX.2SDIM.XX
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden verstehen den betriebswirtschaftlichen Nutzen des strategischen Diversity Managements für Unternehmen (im Zuge der sozialen Nachhaltigkeit, des demographischen Wandels, der Migration, der Internationalisierung, des Fachkräftemangels etc.). Die Studierenden gewinnen ein vertieftes und angewandtes Verständnis für das strategische Diversity Management (DIM) in Unternehmen. Str. DIM behandelt strategisch die HCM-Perspektive, welche die Diversität der Belegschaft als strategisches und innovatives Humankapital anerkennt, andererseits die Marketing-Perspektive, welche die vielfältigen Kund:innen-Bedürfnisse behandelt. Das Modul zeichnet sich dadurch aus, dass reale Unternehmensfälle behandelt und gelöst werden. Unternehmensvertreter:innen stellen persönlich ihre Fragestellungen zu Diversity & Inclusion vor. Die Studierenden können in Form einer Gruppenarbeit an diesen Problemstellungen arbeiten. Studierende lernen dadurch Diversity-Themen theoretisch- und praxisbasiert zu behandeln. Es werden Diversity-Themen behandelt zu z.B. Gender, LGBTIQ+, Beeinträchtigung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Alter und Generationen, BIPOC etc. Die D&I-Themen werden durch die Unternehmen selbst bestimmt.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (FLEX)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (PIE)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management (Flex)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Risk and Insurance</li> <li>§ Wirtschaftsrecht</li> </ul>
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009, Anhang zur Studienordnung für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	<b>Modultyp:</b> Wahlpflichtmodul
	<b>Studienabschnitt:</b> Hauptstudium
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Institute for Organizational Viability
Modulverantwortung	Daniela Frau (frai)
Modulverantwortung Stellvertretung	Bettina Beurer-Züllig (beur)
Spezifische Vorkenntnisse	Voraussetzung sind Grundlagenkenntnisse zu HCM und Marketing.
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Fachkompetenz</li> <li>§ Methodenkompetenz</li> <li>§ Sozialkompetenz</li> <li>§ Selbstkompetenz</li> </ul>
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte wissen &amp; verstehen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren</li> </ul> <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Problemlösung &amp; Kritisches Denken</li> <li>§ Wissenschaftliche Methoden</li> <li>§ Arbeitsmethoden, -techniken &amp; -verfahren</li> <li>§ Nutzung von Informationen</li> <li>§ Kreativität &amp; Innovation</li> </ul> <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Schriftliche Kommunikation</li> <li>§ Mündliche Kommunikation</li> <li>§ Kooperation im Team &amp; Umgang mit Konflikten</li> <li>§ Interkulturalität &amp; Perspektivenübernahme</li> </ul> <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Selbstmanagement &amp; Selbstreflexion</li> <li>§ Ethische &amp; Soziale Verantwortung</li> <li>§ Lernen &amp; Veränderung</li> </ul>

Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § lernen die Bedeutung des strategischen Diversity Managements als Management-Konzept zur Förderung von Kreativität und Innovation § lernen wissenschaftliche Diversity-Konzepte und Diversity-Dimensionen kennen und wenden diese an § lernen Diversity-Trends für Unternehmen kennen und können diese strategisch positionieren § lernen Unconscious Bias in der Rekrutierung und Führung kennen und reflektieren diese auch bei sich selbst § können reale Praxis-Fragestellungen zu D&I behandeln und Lösungsvorschläge unterbreiten § lernen die Bedeutung des Diversity-Konzepts für die Marke kennen § lernen die Bedeutung von Diversity Themen aus Kundensicht kennen		
Inhalte des Moduls	§ Einführung Strategisches Diversity Management § Strategisches Diversity Management aus der HCM-Perspektive § Strategisches Diversity Marketing § Praxis-Fragestellungen zu Diversity Management und Diversity Marketing § Strategisches Diversity Management aus Kunden- und Markensicht		
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:		
	w.BA.XX.1HCM1.XX w.BA.XX.1MAM1.XX		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Übungen § Problemorientierter Unterricht § Projektarbeit § Literaturstudium	<b>Eingesetzte Sozialformen:</b> § Einzelarbeit § Partnerarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Lehrvideos § Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) § Fallstudien (inkl. Lösungen)		
Unterrichtsgliederung	<b>Kontaktstudium</b>	<b>Begleitetes Selbststudium</b>	<b>Autonomes Selbststudium</b>
	Grossklasse	14 h	14 h
	Kleinklasse	-	-
	Gruppenunterricht	-	-
	Praktikum	-	-
	Seminar	-	-
	<b>Total</b>	<b>14 h</b>	<b>14 h</b>
			<b>62 h</b>
<b>Leistungsnachweise</b>			
	<b>Modulendprüfung</b>	<b>Form</b>	<b>Dauer (Min.)</b>
	-	-	-
	<b>Hilfsmittel</b>	-	-
	<b>Andere</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Dauer (Min.)</b>
	Abstract auf Blog	Pass/Fail	-
	Schriftliche Arbeit	Note	-
	Referat/mündliche Präsentation	Note	20
			30,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Andere Präsenzzeit während den Präsentationszeiten des Leistungsnachweises ist zwingend.		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	§ Brauhöfer, M. & Rieder, P. (2021). Diversity Management in Unternehmen. In: Sihn-Weber, A. (Hrsg.): Diversity Management in Unternehmen. Sihn-Weber, Andrea. CSR und Inklusion : Bessere Unternehmensperformance Durch Gelebte Teilhabe und Wirksamkeit. , 2021, p.63-77, S. 63-77. ISSN: 2197-4322 , 2197-4330; ISBN: 3-662-62113-4 , 3-662-62114-2; DOI: 10.1007/978-3-662-62114-1_5. § Franken, S. (2015). Personal: Diversity Management. Wiesbaden: Springer Fachmedien. ISBN 978-3-658-06796-0. § Sarkar, C. & Kotler, P. (2021). Brand Activism: From Purpose to Action. IDEA BITE PRESS. ISBN 978-1734244113.		
Ergänzende Literatur	-		
Bemerkungen	-		