

Gültig für 2021.HS

<b>Modulbezeichnung: Change Management &amp; Leadership im Marketing</b>	
Modulkürzel	w.MA.XX.CML.14HS
Beschreibung des Moduls	Der Inhalt des Moduls beschäftigt sich mit ausgewählten Inhalten der Leadership-Ausbildung und dem Verhalten von Individuen in Organisationen. Die Studierenden sind in der Lage, die Rolle als Führungskraft im spezifischen Kontext des Marketings zu verstehen und unter zur Hilfenahme einzelner Tools aus Leadership-Perspektive auszufüllen. Sie verfügen dabei über die wichtigsten Basiskompetenzen im Bereich Leadership und Change Management im Marketingkontext.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Specialization in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	<b>Modultyp:</b> Pflichtmodul
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Heike Rawitzer (rawi)
Modulverantwortung Stellvertretung	Gunther Kucza (kuca)
Spezifische Vorkenntnisse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens</li> <li>• Kompetenz zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten auf Bachelor-Niveau</li> </ul>
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § können Konflikte erkennen, einordnen und bearbeiten § können Leadership-Qualitäten im Marketing definieren, reflektieren und ihre Bedeutung zuweisen § können Strukturen für effektives "Querdenken" schaffen und mit dem Instrument des "Querdenkens" neue Lösungswege erarbeiten § können die Herausforderungen im Change Management nachvollziehen, sinnvolle Change Management Prozesse entwickeln und Change-Prozesse zielgerichtet steuern § können Verhandlungen effektiv führen, Konfliktpotentiale erkennen und Konflikte produktiv bearbeiten § können ihre eigene Persönlichkeit und ihr eigenes Leadership-Verhalten reflektieren und mit unterschiedlichen Persönlichkeitsprofilen anderer Mitarbeiter umgehen § kennen die Entscheidungsproblematiken in komplexen Systemen und sind in der Lage Entscheidungsbiases zu erkennen und zu handhaben § kennen Techniken der Kreativität und sind in der Lage diese praxisorientiert anzuwenden § sind in der Lage die emotionale Intelligenz einzuordnen und ihre Fähigkeiten zu nutzen

	§ kennen die Bedeutung der Kommunikation im Change-Prozess und sind in der Lage die Kommunikation entsprechend zu steuern § sind in der Lage einen Praxisfall auf der Grundlage der selbst erarbeiteten Theorie zu analysieren und Handlungsempfehlungen auszusprechen § kennen die Bedeutung des "Self-Leadership" und sind in der Lage Tools aus diesem Themenbereich anzuwenden		
Inhalte des Moduls	§ Leadership im Marketing - Grundlagen § Self-Leadership § Persönlichkeitsmodelle und ihre Implikationen § Querdenken im Unternehmen § Kreativität im Marketing § Verhandeln nach dem Harvard-Konzept § Entscheiden in komplexen Systemen § Change Management - theoretische Grundlagen § Konflikte im Change § Kommunikation im Change § Emotionale Intelligenz § Praxistransfer - Unternehmen im Change		
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgendem Modul auf: w.MA.XX.WAIM-MA.17HS		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Übungen § Literaturstudium § Diskussion § Simulation	<b>Eingesetzte Sozialformen:</b> § Einzelarbeit § Partnerarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Lehrvideos § (Multiple-Choice)-Tests		
Unterrichtsgliederung	<b>Kontaktstudium</b>	<b>Begleitetes Selbststudium</b>	<b>Autonomes Selbststudium</b>
	Vorlesung	40 h	-
	Übung	16 h	-
	Projektarbeit	-	41 h
	Seminar	-	-
	<b>Total</b>	<b>56 h</b>	<b>41 h</b>
			<b>83 h</b>
Leistungsnachweise			
<b>Modulendprüfung</b>	<b>Form</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
-	-	-	-
<b>Hilfsmittel</b>	-		
<b>Andere</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
Schriftliche Arbeit	Note	-	100,00 %
Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.			
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: 80% Mindestanwesenheit 80%, sonst gilt das Modul als nicht bestanden.		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pfichtliteratur	§ Ausgewählte Artikel gemäss Moodle § Northouse, P. (2021). Leadership. Theory & Practice. 9. Auflage. London: Sage. ISBN 9781544397566. § Cameron, E., Green, M. (2019). Making Sense of Change Management. 5. Auflage. London: Kogan Page Limited; ISBN: 978-0749496975		
Ergänzende Literatur	-		
Bemerkungen	Die Modulbeschreibung basiert auf der Annahme, dass im HS21 sowohl Präsenzunterricht als auch -prüfungen stattfinden. Sollten sich jedoch pandemiebedingt die Rahmenbedingungen ändern, sind kurzfristige Anpassungen des Moduls bzw. der Art des Leistungsnachweises möglich.		