



Modultitel	Social Innovation Project 1 - Methoden kollektiver Kreativität
Modulnummer	
Level	Master
Semester	1 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 09/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta Gossel; Dr. Daniel Kruse
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch, Englisch
Modulziel	<p>Das Modul soll die Entwicklung individueller und kollektiver Kreativität sowie Fähigkeiten zur Visualisierung abstrakter und bislang nur gedachter Dinge fördern, um auf diese Weise zum Gesamtziel aller sechs SIP, dem Innovieren, Entwerfen, Planen, Präsentieren, Umsetzen und Evaluieren einer sozialen Innovation beizutragen. Weiterhin dient es dem Erwerb teamorientierter Lern- und Persönlichkeitskompetenzen, die für eine erfolgreiche Absolvierung des Studienganges grundlegend sind.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Anwendung und theoretische Erläuterung des Dialogs als Methode des Team Lernens (Stufe 3)• LE 2 Verstehen, Erschließen und Einsetzen der eigenen kreativen Ressourcen sowie Kenntnis der Voraussetzungen der eigenen Kreativität (Stufe 3)• LE 3: Darstellung, kritische Diskussion sowie situations- und bedarfsgerecht Anwendung von Kreativitätstechniken. (Stufe 5)• LE 4: Planung, Durchführung, Beleg und Reflexion von zielorientiertem eigenem Lernen (Stufe 6)• LE 5: Planung und Durchführung von Teamevents (Stufe 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Teamentwicklung</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• bilden Projektteams, in denen sie im Verlaufe der ersten drei Semester alle Phasen des Social Innovation Projects durchlaufen, diese Phasen planen, organisieren, durchführen und abschließen und dabei digitale Hilfsmittel nutzen;• lernen sich bei den diversen Teamtreffen persönlich kennen und vertrauen;



	<ul style="list-style-type: none">• lernen die Expertisen der einzelnen Teammitglieder kennen und schätzen;• lernen Teamdynamiken und Teamlernen (Dialog) sowie erfolgreiche Konfliktbewältigung praktisch und theoretisch kennen;• nehmen gemeinsam an einer selbst geplanten Exkursion teil;• werden durch einen Coach in dem Prozess der Teamentwicklung begleitet, <p>um durch die Entwicklung in der Gruppe in der Lage zu sein, als Team an den Herausforderungen und Aufgaben des Social Innovation Projects zu arbeiten.</p> <p>Kreativitätstechniken</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• lernen im Rahmen von Workshops unterschiedliche Kreativitäts- und Problemlösetechniken (Design Thinking, Walt Disney u. a.) sowie Methoden zur visuellen Modellierung von Ideen, Objekten, Daten, Prozessen, Zusammenhängen u. a. kennen;• üben und nutzen diese Methoden und Techniken bei der Generierung von Ideen, zur Erstellung von Prototypen und in Teambesprechungen;• planen, organisieren, leiten und dokumentieren in kleinen Teams und unter Einbindung potenzieller Kunden und / oder anderer externer Stakeholder entweder einen eintägigen Kreativitätsworkshop oder einen länger laufenden, mehrstufigen Kreativitätsprozess zur Generierung von Ideen für ein eigenes Social Innovation Project;• beobachten sich selbst, um Momente besonderer Kreativität und Ideenlosigkeit zu erfassen und sie zusammen mit ihrem Kontext im Lerntagebuch festzuhalten und als Synthese ihren persönlichen Kreativitätsleitfaden zu erarbeiten;• reflektieren ihre Aktivitäten und Lernerfahrungen individuell und kollektiv <p>um dadurch eine eigene Idee für die Gründung eines Social Businesses zu entwickeln.</p>
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen, werden folgende Methoden genutzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Debatten, Case Studies, Lektüre, Einzelarbeit, Methodenworkshop(s)• Praktische und theoretische Arbeit im Team• Umgedrehter Unterricht• Coaching durch Team Coach• Impulsvorträge
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Präsenzzeit• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen:</p> <p>Beleg als Lernportfolio (75%)</p>



	<ul style="list-style-type: none">• Dokumentation der eigenen Anwendung von fünf Kreativitätstechniken, dem jeweiligen Anwendungszusammenhang, Anwendungsverlauf und Ergebnis;• Dokumentation eines durchgeführten Problemlösungs- und Kreativitätsworkshops bzw. -prozesses und der eigenen Rolle darin;• Persönlichen Kreativitätsleitfaden;• Schriftliche Reflexion des eigenen Lernprozesses, der Qualität der Teamarbeit im Zusammenhang mit dem Modul <p>Referat (25%)</p> <ul style="list-style-type: none">• Ideenpräsentation im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung mit Partner:innen aus der Praxis
<p>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</p>	<p>Beard, C. (2010). The Experiential Learning Toolkit. Blending Practice with Concepts.</p> <p>Belbin, R. M. (2012). Team roles at work.</p> <p>Birkenbihl, V.F. (2016). Trotzdem lernen: Lernen lernen. 7. Auflage.</p> <p>Blatt, M., Sauvonnet, E. (2017). Wo ist das Problem?: Mit Design Thinking Innovationen entwickeln und umsetzen.</p> <p>Bohm, D. (1998) Der Dialog. Das offene Gespräch am Ende der Diskussionen.</p> <p>Brem, A., Brem, S. (2013). Kreativität und Innovation im Unternehmen. Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen.</p> <p>Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation.</p> <p>Brown, T. (2009). „Designers: Think Big!“, TED Global. Online unter https://www.ted.com/talks/tim_brown_urges_designers_to_think_big</p> <p>de Bono, E. (2016). Lateral Thinking: A Textbook of Creativity</p> <p>Clark, T., Hazen, B. (2010). Business Models für Teams: So sehen Sie, wie Ihr Unternehmen wirklich funktioniert und jedes Mitglied zum Erfolg beiträgt. Faltin G. (2008). Kopf schlägt Kapital</p> <p>Gaedt, M. (2016). Rock Your Idea. Mit Ideen die Welt verändern.</p> <p>Gerstbach, I. (2017). 77 Tools für Design Thinker: Insider-Tipps aus der Design-Thinking-Praxis</p> <p>Hausmann, M. (2014). UZMO - Denken mit dem Stift: Visuell präsentieren, dokumentieren und erkunden</p> <p>Isaacs, W. (2002). Dialog als Kunst gemeinsam zu denken. 2. Auflage.</p> <p>Kolb, D.A. (2015). Experiential Learning: Experience as the source of learning and development. 2. Auflage.</p> <p>Konrad, K. (2014). Lernen lernen – allein und mit anderen: Konzepte, Lösungen, Beispiele.</p> <p>Krause, D. E. (2013). Kreativität, Innovation und Entrepreneurship. Modellsammlung: www.provenmodels.com</p> <p>Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer</p> <p>Pijl, P.v.d. u.a. (2016). Design a Better Business: New Tools, Skills, and Mindset for Strategy and Innovation.</p>



	<p>Rohde, M. (2013). The Sketchnote Handbook: The Illustrated Guide to Visual Notetaking.</p> <p>Rehn, A. (2013). "Dangerous ideas", La Ciudad de las Ideas, https://vimeo.com/154406555</p> <p>Rustler, F. (2016). Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation. Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden.</p> <p>Sibbet, D. (2010). Visual Meetings. How Graphics, Sticky Notes and Idea Mapping Can Transform Group Productivity.</p> <p>Sterman, J. (2000). Business Dynamics. Systems Thinking and Modeling for a Complex World.</p> <p>Tools: www.datawrapper.de www.lucidchart.com https://public.tableau.com/</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 8,9,16</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Systemische Kompetenz (0%)• Antizipatorische Kompetenz (10%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (10%)• Interpersonale Kompetenz (40%)• Kritisches Denken (10%)• Selbstwahrnehmungskompetenz (20%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (0%)



Modultitel	Social Innovation Project 2 - Wissenschaftliches Arbeiten
Modulnummer	
Level	Master
Semester	1 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 09/2022
Teilnahmevoraussetzungen	
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta Gossel; Dr. Daniel Kruse
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch, Englisch
Modulziel	<p>Das Modul soll den Studierenden die Gelegenheit geben, ihre Fähigkeiten zum selbständigen Bearbeiten einer konkreten Fragestellung in einem komplexen fachlichen Kontext und unter Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methodik weiterzuentwickeln und sie so in die Lage versetzen, eine solide theoretische Basis für die Erstellung ihres Prototypen eines eigenen Social Business zu legen.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Verständnis über Forschungsmethoden und wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Stufe 2)• LE 2: Verständnis über verschiedene soziale und ökologische Themenfelder, die einer sozialen oder ökologischen Innovation bedürfen (Stufe 2)• LE 3: Anfertigen einer Arbeit nach wissenschaftlichen Standards (Stufe 6)• LE 4: Organisation von ExpertInneninterviews (Stufe 4)• LE 5: Entwicklung, Planung und methodisch angemessene Durchführung eines einfachen Forschungsprojekts (Stufe 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Wissenschaftliches Arbeiten und Literaturanalyse</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• erhalten einen Überblick über Forschungsmethoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und eine Anleitung zu wissenschaftlichem Arbeiten• fassen einzeln ein theoretisches Forschungsvorhaben im Forschungsfeld Social Entrepreneurship und Social Innovation in einem Exposé zusammen.• erstellen einzeln einen Literature Review zu diesem theoretischen Forschungsvorhaben



	<ul style="list-style-type: none">• lernen Literatur, Forschung und bestehende soziale Innovationen zu gesellschaftlich-relevanten Fragestellungen kennen, um herauszufinden, wo Marktlücken existieren oder bestehende Lösungen verändert und / oder ausgeweitet werden können• identifizieren auf dieser und auf Basis ihres Ideenfindungsprozess aus SIP1 und ihres Erkenntnisinteresses eine nachhaltige Herausforderung und eine praktische Forschungsfrage als Team• interviewen ExpertInnen aus verschiedenen Fachgebieten, um ein tiefgehendes Verständnis ihrer selbstgewählten sozialen und ökologischen Herausforderungen zu erhalten.• identifizieren die für ihr soziales und / oder ökologisches Thema relevante Fachliteratur, die sie im Hinblick auf die praktische Forschungsfrage strukturieren, darstellen und argumentativ einsetzen.• entwickeln ein für die Bearbeitung der praktischen Forschungsfrage zweckmäßiges Forschungsdesign.• stellen ihre tiefgreifenden Erkenntnisse zu sozialen und oder ökologischen Herausforderungen in einem Kolloquium zur Diskussion, <p>um auf diese Art und Weise in der Lage zu sein, die Komplexität ihres gewählten nachhaltigen Problems zu analysieren und so eine solide Basis für die Erstellung ihres Prototypen eines eigenen Social Business zu legen.</p>
Lehr- und Lernstrategien	Um Studierende beim Lernen zu unterstützen, werden folgende Methoden genutzt: <ul style="list-style-type: none">• Debatten, Case Studies, Lektüre, Einzelarbeit, Workshops• Theoretische Arbeit im Team• Coaching durch Team Coach• ExpertInneninterviews• Impulsvorträge
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Präsenzzeit• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen: Beleg (75%) <ul style="list-style-type: none">• Exposé zum theoretischen Forschungsvorhaben• Literature Review das theoretische Forschungsvorhaben betreffend• Kritische, Quellen gestützte Forschungsarbeit über das ausgewählte praktische Thema ihres SIP Referat (25%) <ul style="list-style-type: none">• Kurze Vorstellung eines nachhaltigen Problems• Vorstellung der Forschungsarbeit
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	Baur, N., Blasius, J. (Hrsg.) (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung Diekmann, A. (2007). Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen.



	<p>Ebster, C., Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler</p> <p>Fichter, Riemann (2014). Übersicht der Konzepte und Instrumente nachhaltiger Geschäftsmodellentwicklung</p> <p>Karmasin, M., Ribing, R. (2017). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen.</p> <p>May, Y. (2010). Kompaktwissen Wissenschaftliches Arbeiten: Eine Anleitung zu Techniken und Schriftform.</p> <p>Robson, C. (2015). Real World Research.</p> <p>SDGs: https://sustainabledevelopment.un.org</p> <p>Stickdorn, M. u.a. (2017). This is Service Design Doing: Using Research and Customer Journey Maps to Create Successful Services</p> <p>Yunus, M., Weber, K. (2010). Building Social Business: the new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. New York: Public Affairs.</p>
<p>Zusatzinformationen</p>	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP, das die Studierenden durchführen – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Systemische Kompetenz (30%)• Antizipatorische Kompetenz (10%)• Normative Kompetenz (0%)• Strategische Kompetenz (10%)• Interpersonale Kompetenz (10%)• Kritisches Denken (20%)• Selbstwahrnehmungskompetenz (10%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)



Modultitel	Wandel durch Innovationen in der Region
Modulnummer	
Level	Master
Semester	1 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Alexander Conrad; Jan Lindenberg
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch oder Englisch
Modulziel	<p>Das Modul umfasst zwei Teile. Teil A Grundlagen: Einführung in die Regionalökonomie und regionalen Entwicklungsansätze; Teil B Vertiefung: Regionales Innovationsmanagement. Die Teile bauen aufeinander auf. Die Ziele werden für beide Teile separat formuliert.</p> <p>Teil A Grundlagen:</p> <p>Die Studierenden erhalten eine Einführung in die Regionalökonomie als Teildisziplin der Volkswirtschaftslehre. Hierin werden Standardtheorien der Regionalentwicklung vorgestellt und vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeitsdebatte diskutiert. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei der Bezug zu so genannten schrumpfenden Regionen sein, d.h. zu Regionen, die demographisch und wirtschaftlich seit mehreren Jahrzehnten schrumpfen und für die ein klassischer Entwicklungspfad weder wahrscheinlich noch sinnvoll erscheint. Ziel ist hier, alternative Entwicklungsstrategien für Regionen kennenzulernen und einen Bezug zu einem bestimmten Regionstyp herzustellen. Ziel ist zudem, zu verdeutlichen, welche Rolle hierbei soziale Innovationen und nachhaltiges Unternehmertum / soziale Unternehmen spielen und welche Wirkung von regionalen Innovationsstrategien / innovativen, regionalen Ansätzen ausgeht / wie diese Wirkung ermittelt werden kann.</p> <p>Teil B Vertiefung:</p> <p>Aufbauend auf Teil A, führt Teil B in konkrete Beispiele alternativer regionaler Entwicklung ein und arbeitet hierbei die Bedeutung eines entsprechenden regionalen Innovationsmanagements heraus, das soziale Innovationen, nachhaltiges / soziales Unternehmertum befördert. Konkrete Beispiele werden hierzu betrachtet (auch im Rahmen von Exkursionen) und hinsichtlich ihrer Wirkung analysiert. Dabei werden die Studierenden mit Hilfe geeigneter Ansätze (z.B. Design Thinking, RegioHack, ...) temporär in die Praxis eingebunden, was soziale Kompetenzen steigern, die Selbstwirksamkeit erhöhen und vor allem auch die Beziehung zum bearbeiteten Regionstyp stärken soll.</p>



	<p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Das System Region verstehen, und verstehen, dass regionale / soziale Probleme in einen Kontext eingebettet sind, der einem komplexen System gleicht.• LE 2: Erkennen / Verstehen, welche Bedeutung ländliche, strukturschwache Regionen in der Zukunft haben, welchen Beitrag sie zur großen Transformation leisten können.• LE 3: Dazu fähig sein, Ansätze für eine regionale Entwicklungsstrategie zu formulieren, die auf die Potenziale sozialer Innovationen und nachhaltigem / sozialen Unternehmertums zurückgreift.• LE 4: Eine Basis für Praxisprojekte bzw. für die Zusammenarbeit mit Praxispartnern entwickelt haben.• LE 5: Dazu fähig sein, neoklassische regionalökonomische Wachstumsszenarien und die bestehenden Förderstrukturen für ländliche, strukturschwache Regionen kritisch zu reflektieren.• LE 6: Durch die Einbindung in konkrete Praxisprojekte entwickelte Problemlösungsorientierung und gesteigerte Problemlösungskompetenz.
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <ul style="list-style-type: none">• Räumliche Dimension des Wirtschaftens• Grundlagen: Regionalökonomie, Raumwirtschaftstheorie, regionale Wirtschaftspolitik• Räumliche Wachstums- und Schrumpfungstheorie• Ansätze zur Erklärung und zum Umgang mit räumlichen Disparitäten• (Über-)Regionale Innovations- und Transformationsstrategien• Werkzeuge des (regionalen) Innovationsmanagements• Bedeutung sozialer Innovationen für regionale Transformationsprozesse / Beispiele mit Bezug zu konkreten regionalen Innovationsstrategien
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen, werden folgende Methoden genutzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Input durch Vorlesungen kombiniert mit der Bearbeitung von Fallstudien / dem Anfertigen von regionalen Simulationen• Exkursionen zur Besichtigung und Diskussion von Praxisbeispielen sowie zur Gegenüberstellung von Theorie und Praxis• Workshops mit Anwendung bestimmter Ansätze wie Design Thinking oder die Durchführung eines RegioHacks zur Förderung der Kreativität und Selbstwirksamkeit
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 60 Stunden Präsenzzeit (inkl. Exkursionen)• 120 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung



Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen und zielen darauf ab, ein regionales Beispiel einer Innovationsstrategie bzw. eines innovativen Projekts mit deutlichem Bezug zu sozialen Innovationen und Nachhaltigkeit vorzustellen, zu analysieren und hinsichtlich verschiedener Dimensionen (u.a. Wirkung) zu bewerten.</p> <p>Referat (30%)</p> <p>Die Präsentation stellt das gewählte Beispiel / die gewählte Region sowie den Analyse- und Bewertungsansatz zur Diskussion. Sie ist Grundlage für Feedback und Justierung der weiteren Bearbeitung.</p> <p>Beleg (70%)</p> <p>Aufbauend auf den Ergebnissen der Präsentation wird ein Beleg ausgearbeitet, der den Analyse- und Bewertungsansatz vertieft.</p>
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Chilla, T, Kühne, O, und Neufeld, M. (2016): Regionalentwicklung, Böhlau Verlag: Weimar</p> <p>Conrad, A., Schäfer, M., Lohr, F., Pfriem, A., Lehmann, K., Walk, H., Stoffels, M., Jordan, K. und Rein, H. (2018): Innovationsstrategie Regionalisierung 4.0 für die Region UerBarUm – Ergebnis der Konzeptphase der BMBF Förderlinie WIR!, Eberswalde.</p> <p>Ecky, H.F. (2008): Regionalökonomie, Gabler-Verlag: Wiesbaden.</p> <p>Gailing, Ludger; Ibert, Oliver (2016): Schlüsselfiguren: Eine Literaturanalyse zum „Faktor X“ in Prozessen des räumlichen Wandels. In: Raumforschung und Raumordnung 74 (5), S. 391–403.</p> <p>Hafner, S. und Miosga, M. (2014), Regionalentwicklung im Zeichen der Großen Transformation, oekom Verlag: München.</p> <p>Isaksen, Arne; Tödting, Franz; Trippel, Michaela (2016): Innovation policies for regional structural change: Combining actor-based and system-based strategies. Wirtschaftsuniversität Wien. Wien (SRE-Discussion, 2016/05).</p> <p>Isaksen, Arne; Tödting, Franz; Trippel, Michaela (2016): Innovation policies for regional structural change: Combining actor-based and system-based strategies. Wirtschaftsuniversität Wien. Wien (SRE-Discussion, 2016/05).</p> <p>Maier, G., Tödting, F. und Trippel, M. (2012): Regional- und Stadtökonomik 1 – Standorttheorie und Raumstruktur, Springer-Verlag: Wien.</p> <p>Maier, G., Tödting, F. und Trippel, M. (2012): Regional- und Stadtökonomik 2 – Regionalentwicklung und Regionalpolitik, Springer-Verlag: Wien.</p> <p>Müller, Felix C.; Brinks, Verena; Ibert, Oliver; Schmidt, Suntje (2015): Open Region. Leitbild für eine regionale Innovationspolitik der Schaffung und Nutzung von Gelegenheiten. Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung (IRS). Erkner (Working Paper, 53).</p>



	<p>Pfotenhauer, Sebastian; Juhl, Joakim (2017): Innovation and the political state: beyond the myth of technologies and markets. In: Benoît Godin und Dominique Vinck (Hg.): Critical studies of innovation.</p> <p>Schmidt, Suntje; Müller, Felix C.; Ibert, Oliver; Brinks, Verena (2017): Open Region. Creating and exploiting opportunities for innovation at the regional scale. In: European Urban and Regional Studies, 0969776417705942. DOI: 10.1177/0969776417705942.</p> <p>Trippl, Michaela; Grillitsch, Markus; Isaksen, Arne (2017): Exogenous sources of regional industrial change. Attraction and absorption of non-local knowledge for new path development. In: Progress in Human Geography, 0309132517700982. DOI: 10.1177/0309132517700982.</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs:</p> <ul style="list-style-type: none">• SDG 1 (1.3, 1.4, 1.5)• SDG 3 (3.8)• SDG 8• SDG 9• SDG 11 <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Systemische Kompetenz (20%)• Antizipatorische Kompetenz (10%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (20%)• Interpersonale Kompetenz (10%)• Kritisches Denken (10%)• Selbstwahrnehmungskompetenz (10%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)



Modultitel	Persönliche und interkulturelle Kompetenzen (Personal and Intercultural Competencies)
Modulnummer	
Level	Master
Semester	1 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta Gossel / Prof. Dr. Hans-Peter Benedikt
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch, Englisch
Modulziel	<p>Dieser Kurs zielt darauf ab, Studierende bei der Entwicklung persönlicher und interkultureller Kompetenzen zu unterstützen. Die Studierenden werden Übungen zur Selbsteinschätzung im Zusammenhang mit interkulturellen Lern- und Arbeitsbedingungen durchführen. Nach Abschluss des Kurses werden die Studierenden eine Reihe von kognitiven und verhaltensbezogenen Fähigkeiten erworben haben, die zu einer respektvollen und effektiven Kommunikation in interkulturellen Interaktionen führen.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollten die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Sich an grundlegende Modelle des Zeit- und Stressmanagements, der Persönlichkeitsentwicklung und der Motivation erinnern (Kognitive Ebene 1)• LE 2: Beschreibung ihrer eigenen Ambitionen und Visionen in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung (Kognitive Ebene 2)• LE 3: Erstellen eines persönlichen 5-Jahres-Entwicklungsplans (Kognitive Ebene 3)• LE 4: Entwickeln einer Haltung des Respekts, der Offenheit und der Neugierde gegenüber anderen Menschen und Kulturen (Kognitive Ebene 3)• LE 5: Planung und Durchführung von Kleingruppenmoderationen und Anwendung von Strategien zur effektiven Konfliktlösung (Kognitive Ebene 3)• LE 6: Die Bedürfnisse und Perspektiven anderer erkennen und respektieren und mit den eigenen Werten, Wahrnehmungen und der eigenen Rolle in der Gemeinschaft vergleichen können (Kognitive Ebene 4)• LE 7: Grundlegende Informationen über andere Kulturen (Partneruniversitäten), wie z. B. Geschichte, Werte, Politik und Wirtschaft, beschreiben können (Kognitive Stufe 4)



	<ul style="list-style-type: none">• LE 8: Formulieren, wie ihre eigene Kultur ihre Identität und Weltanschauung geprägt hat, und dies mit den Erfahrungen anderer vergleichen (Kognitionsstufe 4)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul umfasst die folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Persönliche Stärken und Schwächen (Selbsteinschätzungskompetenz und Reflexionsfähigkeit)• Persönliche Vision, Ehrgeiz und Leidenschaft (Changemaker Mindset)• Effektives Selbstmanagement und Arbeitsstruktur• Methoden der persönlichen Entwicklung, Motivation und Stressbewältigung• Kulturelles Selbstbewusstsein: Wie prägt die Kultur die eigene Identität und das eigene Weltbild?• Kulturspezifisches Wissen: Informationen über andere Kulturen (Geschichte, Werte, Politik, Wirtschaft, Kommunikationsstile, Werte, Überzeugungen und Praktiken)• Globalisierung und Trends• Respekt: Suche nach den Eigenschaften anderer Kulturen; Wertschätzung der kulturellen Vielfalt; vergleichendes und vorurteilsfreies Denken über kulturelle Unterschiede• Offenheit: Kritik an anderen Kulturen zurückstellen• Neugier: interkulturelle Interaktionen suchen, Unterschiede als Lernchance sehen, sich der eigenen Unwissenheit bewusst sein
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um die Studierenden beim Lernen zu unterstützen, werden die folgenden Methoden eingesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vorlesungsbasierter Input in Kombination mit Workshops zur Vermittlung von Konzepten der persönlichen Entwicklung und Lernmethoden• Unter Anleitung erarbeiten die Studierenden ihre eigenen beruflichen Entwicklungsziele und evaluieren anhand von Übungen, Selbsttests (z. B. Lernstil; Belbin-Teamrollen) und Beobachtung ihren aktuellen Entwicklungsstand• Die Studierenden führen ein Lerntagebuch• Einzel- und Gruppenübungen zur Selbstreflexion und Bewusstseinsbildung (z. B. Körpersprache, Wahrnehmung, Kulturtheorie)
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentische Lernzeit insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Vorlesung• 135 Stunden selbständiges Lernen und Prüfungsvorbereitung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsformen können in 2 Bereiche unterteilt werden:</p> <p>Beleg (70%)</p> <p>15 Seiten schriftliche Arbeit (individuell), die eine Selbstreflexion und ein Bewusstsein für die Rolle und den Beitrag in der SIP-Arbeitsgruppe enthält</p> <p>Referat (30%)</p> <p>10 min. Präsentation (in der SIP-Gruppe) über Arbeitsregeln und Konfliktlösungsstrategien</p>



Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Fischer-Epe, M., Epe, C. (2010). Selbstcoaching: Hintergrundwissen, Anregungen und Übungen zur persönlichen Entwicklung.</p> <p>Förster, A., Kreuz, P. (2016). Macht, was ihr liebt!: 66 1/2 Anstiftungen das zu tun, was im Leben wirklich zählt</p> <p>Förster, A., Kreuz, P. (2016). NEIN: Was vier mutige Buchstaben im Leben bewirken können</p> <p>Hofstede, G., Hofstede, G.J., Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations - Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival.</p> <p>Kumbier, D., Schulz von Thun, F. (2006). Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele.</p> <p>Lewis, R.D. (2012). When Teams Collide: Managing the International Team Successfully.</p> <p>Nunez-Mahdi, C., R., Pompa, L. (2017). Intercultural Sensitivity: From Denial to Intercultural Competence (4. Auflage)</p> <p>Trompenaars, F., Woolliams, P. (2004). Business Weltweit: Der Weg zum interkulturellen Management.</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verbundene SDGs: 5, 8, 10, 16, 17</p> <p>Erworbene Kompetenzen und Anteil in %</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (0%)• Antizipatorische Kompetenz (10%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (10%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (30%)• Kompetenz Kritisches Denken (5%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (30%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (5%)



Modultitel	Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen einer nachhaltigen Entwicklung (Economic Framework of Sustainable Development)
Modulnummer	
Level	Master
Semester	1 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Hans-Peter Benedikt
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch
Modulziel	<p>Dieser Kurs vermittelt Kenntnisse über die makroökonomischen Rahmenbedingungen, unter denen nachhaltiges Wirtschaften stattfindet. Die Vermittlung dieses Wissens ist eine notwendige Voraussetzung für die Auseinandersetzung mit gesellschaftlicher Transformation und organisatorischem Wandel. Die Studierenden lernen makroökonomische Konzepte, Strategien und Handlungsansätze zur Gestaltung einer nachhaltigen Entwicklung aus unterschiedlichen Perspektiven kennen. Besonderer Wert wird in dieser Lehrveranstaltung auf die Entwicklung der Kompetenz des Systemdenkens gelegt.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollten die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Verstehen der Schlüsselkonzepte, die dem aktuellen ökonomischen Denken zugrunde liegen, sowie alternativer Modelle (Kognitionsstufe 2)• LE 2: Erörterung der makroökonomischen Rahmenbedingungen, die für ein nachhaltiges Management erforderlich sind (Kognitionsstufe 2)• LE 3: Verstehen, wie Märkte funktionieren und wo sie versagen (Kognitionsstufe 3)• LE 4: alternative Modelle zur konventionellen Ökonomie zu bewerten, einschließlich Degrowth und Steady-State-Ökonomie (Kognitive Ebene 5)• LE 5: Werte, Normen und Ziele der Gesellschaft in Bezug auf Nachhaltigkeit zu beurteilen, um Visionen für eine optimistische Zukunft zu entwickeln (Kognitive Ebene 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul umfasst die folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Geschichte des kapitalistischen Wirtschaftssystems und Wirtschaftswachstumsparadigma



	<ul style="list-style-type: none">• Strategien für Degrowth als geplante Reduzierung des Energie- und Ressourcenverbrauchs, um die Wirtschaft wieder in ein Gleichgewicht mit der lebendigen Welt zu bringen• Konzepte der grünen Wirtschaft als Alternative zum heute vorherrschenden Wirtschaftsmodell• Globaler Wandel und seine Herausforderungen für Gesellschaft, Ökosysteme und Wirtschaft (Klimawandel, Verlust der biologischen Vielfalt, massive Entwaldung, Süßwasserverfügbarkeit, Bodendegradation, Bevölkerungswachstum, steigender Güter- und Energieverbrauch usw.)• Verantwortungsvolle Nutzung von Ressourcen, Peak Oil, nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion, Grundlagen des Kaufverhaltens• Regionale Wirtschaft: Sharing Economy und lokale Vertriebsstrukturen
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um die Schüler beim Lernen zu unterstützen, werden die folgenden Methoden eingesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Auf Vorlesungen basierende Lehrmethode im Klassenzimmer, die eine Möglichkeit bietet, eine große Menge an Informationen zu vermitteln und zu verbreiten.• Aktive Lernstrategie, die es den Studierenden ermöglicht, zu sprechen und zuzuhören, zu lesen, zu schreiben und zu reflektieren, während sie sich den Kursinhalten durch Problemlösungs-Übungen und Fallstudien nähern, die alle von den Studierenden verlangen, das Gelernte anzuwenden.• Einige Kursinhalte werden durch eigenständige studentische Arbeiten erarbeitet und im Unterricht von Studierenden für Mitstudierende präsentiert.
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentische Lernzeit insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Vorlesung• 135 Stunden selbständiges Lernen und Prüfungsvorbereitung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsformen können in 2 Bereiche unterteilt werden</p> <p>Beleg (70%)</p> <p>Schriftliche Arbeit (individuell), die eine Selbstreflexion enthält und ökonomische Ansätze zusammenfasst</p> <p>Referat (30%)</p> <p>10-minütige Präsentation zu einem relevanten Kursthema (z. B. Green Economy, Degrowth etc.)</p>
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Corneo, G (2018). Is Capitalism Obsolete? A Journey through Alternative Economic Systems. Harvard: Harvard University Press</p> <p>Daly, H.E. And Farley, J., (2011). Ecological Economics: Principles and Applications, 2nd ed. Washington D.C.: Island Press</p> <p>Jackson, T. (2018). Prosperity without Growth: Economics for a Finite Planet. London: Taylor</p> <p>Meadows, D. (1972). Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit.</p>



	<p>Millenium Institute. The Digital Revolution and Sustainable Development: Opportunities and Challenges. https://www.millennium-institute.org</p> <p>National pathways to the Sustainable Development Goals (SDGs): A comparative review of scenario modelling tools. https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI_UNGC_Reporting-on-SDGs_Practical_Guide.pdf</p> <p>Raworth, K (2017): Die Donut Economy. Vermont: White River</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verbundene SDGs: 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17</p> <p>Erworbene Kompetenzen und Anteil in %</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (20%)• Antizipatorische Kompetenz (15%)• Normative Kompetenz (20%)• Strategische Kompetenz (15%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (5%)• Kompetenz Kritisches Denken (10%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (5%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)



Modultitel	Aktuelle Themen
Modulnummer	
Level	Master
Semester	1 (jährlich im WiSe); 3 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Diverse
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch oder Englisch
Modulziel	<p>Das Modul dient als ‘Platzhalter‘ für Studienangebote zu aktuellen Themen. Diese können von der Studiengangsleitung festgelegt werden. Erfolgt dies nicht, können geeignete Studienangebote anderer Masterstudiengänge im In- und Ausland sowie an der HNE Eberswalde gewählt werden.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Die Lernergebnisse des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Aktuelle Themen</p> <p>Die Studierenden sollen Module auswählen, deren Inhalte in sinnvollem Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs stehen, um so individuellen sowie der jeweiligen Situation geschuldeten Interessen Raum zu geben und den Horizont der Studierenden zu erweitern.</p>
Lehr- und Lernstrategien	Die Lehr- und Lernstrategien des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>180 Stunden Arbeitsaufwand unterteilt in Präsenz- und Eigenarbeitszeit</u>
Prüfungsleistung	Die Prüfungsformen sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	Die Literatur ist abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von den angebotenen bzw. dem gewählten Modul – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p>



	Die erworbenen Kompetenzen des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Modultitel	Social Innovation Project 3 - Prototyp-Erstellung
Modulnummer	
Level	Master
Semester	2 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	SIP 1,2
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta Gossel; Dr. Daniel Kruse
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch, Englisch
Modulziel	<p>In diesem Modul eruiieren die Studierenden die in SIP 1 entwickelte Innovationsidee ihres Produkts oder ihrer Dienstleistung mit potenziellen KundInnen, erstellen auf Basis des KundInnen-Feedbacks Prototypen, so genannte „Minimum Viable Products“ (minimal überlebensfähige Produkte), um im weiteren Verlauf die Bedürfnisse und Erwartungen sowie die Zahlungsbereitschaft ihrer zukünftigen KundInnen so gut zu kennen, dass sie ein marktfähiges Produkt / Dienstleistung entwickeln.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Verständnis, Erläuterung und kritische Diskussion des „Lean Startup“-Ansatzes (Stufe 2)• LE 2: KundInnenprobleme erkennen und mit einfachen Mitteln erforschen (Stufe 3)• LE 3: Durchlaufen des Bauen-Messen-Lernen-Kreislauf mit potenziellen KundInnen (Stufe 3)• LE 4: Ermittlung der Zahlungsbereitschaft potenzieller KundInnen mit einem Prototypen / MVP (Stufe 4)• LE 5: Entscheidungen können auf Basis vorangegangener Recherche getroffen werden (Stufe 5)• LE 6: Eigenes unternehmerisches Denken und Ideen einordnen und kritisch reflektieren können (Stufe 5)• LE 7: Erstellung von Prototypen/MVPs als prüfbare Hypothesen (Stufe 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Entwicklung und Validierung von Minimum Viable Products</p> <p>Die Studierenden</p>



	<ul style="list-style-type: none">• befassen sich lesend und im Gespräch mit dem „Lean Startup“-Ansatz von Eric Ries;• nutzen Personas, Empathy Maps und / oder Customer Journey Maps um sich den Bedürfnissen ihrer Zielgruppe zu nähern und so durch Eintauchen in die Welt der KundInnen mögliche Probleme in Bezug auf ihre soziale und / oder ökologische Innovationsidee zu erforschen;• wählen einen Ansatz zur Einbindung der Gemeinschaft (Wettbewerb, Lead User Workshop, Crowdttesting, informelles Networking) und nach Bedarf eine technologische Open Innovation Plattform aus;• entwickeln Bewertungskriterien, mit denen sie die besten KundInnen-Ideen auswählen;• arbeiten die ausgewählten Ideen weiter aus und realisieren sie als Prototypen zu Testzwecken;• identifizieren potenzielle Kunden für ihren Prototypen / MVP• führen zahlreiche (!) Besuche potenzieller Kunden durch;• durchlaufen mit einigen von ihnen den Bauen-Messen-Lernen-Kreislauf des Lean-Startup-Ansatzes;• sammeln und analysieren das Feedback der potenziellen Kunden, speisen es in die Produktentwicklung ein und nutzen es außerdem, um erste Elemente eines möglichen Geschäftsmodells zu konkretisieren;• testen jeden Prototypen / MVPs auch hinsichtlich tatsächlicher Zahlungsbereitschaft, indem sie ErstkäuferInnen zu gewinnen versuchen oder andere Methoden nutzen;• reflektieren ihre Aktivitäten und Lernerfahrungen individuell & kollektiv <p>um ein marktfähiges sozial und / oder ökologisch innovatives Produkt / Dienstleistung zu entwickeln.</p>
Lehr- und Lernstrategien	Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt: <ul style="list-style-type: none">• Lektüre, Einzelarbeit, Workshops, Impulsvorträge• Theoretische und praktische Arbeit im Team• Coaching durch Team Coach
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Präsenzzeit• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	Die Prüfungsform ist das Lernportfolio als Beleg (100%) <ul style="list-style-type: none">• Dokumentation der Erstellung von Personas, Empathy Maps und / oder Customer Journey Maps (20%)• Dokumentation aller Prototyp- / MVP-Tests (inkl. erlangten Erkenntnissen) sowie der eigenen Rolle darin (20%)• 360°-Feedback von Kunden, Lieferanten und Teammitgliedern sowie Selbstbewertung (20%)• Darstellungen der erstellten Prototypen / MVPs (20%)• Schriftlichen Reflexion des eigenen Lernprozesses im Zusammenhang mit dem Modul (20%)



Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Blank, S. (2013). Why the Lean Start-Up Changes Everything, Harvard Business Review, https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything</p> <p>Breuer (2012). Lean venturing. http://www.uxberlin.com/wp-content/uploads/2012/12/12_Breuer_Lean_Venturing.pdf</p> <p>Croll, A., Yoskovitz, B. (2013) Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster</p> <p>Grier, D. A. (2013). Crowdsourcing For Dummies</p> <p>lean canvas: http://alexboerger.de/blog/lean-canvas-pdf-auf-deutsch/</p> <p>Maurya, A. (2016). Scaling Lean: Mastering the Key Metrics for Startup Growth</p> <p>Olsen, D. (2015). The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback</p> <p>Osterwalder, A. u.a. (2015). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want</p> <p>Perez-Breva, L. (2016). Innovating: A Doer's Manifesto for Starting from a Hunch, Prototyping Problems, Scaling Up, and Learning to Be Productively Wrong</p> <p>Ries, E. (2011). „The Lean Startup“, Talks at Google. Online unter https://www.youtube.com/watch?v=fEvKo90qBns</p> <p>Ries, E. (2014). Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen.</p> <p>Sharon, T. (2016). Validating Product Ideas: Through Lean User Research. Archetypes for Founders, Leaders, and Impact Investors.</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des Prototypen / MVP den die Studierenden entwickeln – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Systemische Kompetenz (0%)• Antizipatorische Kompetenz (30%)• Normative Kompetenz (0%)• Strategische Kompetenz (20%)• Interpersonale Kompetenz (20%)• Kritisches Denken (10%)• Selbstwahrnehmungskompetenz (10%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)



Modultitel	Social Innovation Project 4 - Nachhaltiger Businessplan
Modulnummer	
Level	Master
Semester	2 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	SIP 1,2
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta Gossel; Dr. Daniel Kruse
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch, Englisch
Modulziel	<p>In diesem Modul erstellen die Studierenden auf Basis des im SIP 3 entwickelten Prototypen / MVP ihrer Social-Business Idee einen Businessplan. Sie werden dazu unter Zuhilfenahme eines Canvas durch alle Stufen der Planung eines eigenen Social-Innovation-Projects (Geschäftsidee, GründerInnenteam, Marktanalyse, Marketing und Vertrieb, Unternehmen & Organisation, Finanzplanung, Finanzierung) geführt, und präsentieren den Business-Plan schließlich vor einer SozialunternehmerInnen-Jury an der Hochschule.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Erinnern, Verstehen und Diskutieren verschiedener Rechtsformen und ihrer Vor- und Nachteile für Social Businesses (Stufe 2)• LE 2: Verständnis der verschiedenen Teile eines Businessplans (Stufe 2)• LE 3: Anwendung, Erläuterung und Vergleich der Prinzipien und Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements (Stufe 3)• LE 4: Methodisch saubere Planung, Organisation und Durchführung des Projektes 'Entwicklung eines Social Businessplan' (Stufe 3)• LE 5: Nutzung ausgewählter Software und webbasierter Tools für Projektmanagement (Stufe 3)• LE 6: Verdichtung des Businessplans in eine überzeugende, wirksame Präsentation (Stufe 3)• LE 7: Bedienen sich ihres Wissens um Feedback zu geben (Stufe 3)• LE 8: Entwicklung einen Social Business Canvas sowie eines Social-Businessplans inklusive eines mehrstufigen Finanzplans (Stufe 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Einführung in das Projektmanagement</p> <p>Die Studierenden</p>



	<ul style="list-style-type: none">• erhalten durch Vorträge und Workshops eine Einführung in klassisches und agiles Projektmanagement (Scrum etc.);• arbeiten sich selbständig in Software und webbasierte Tools für Projektmanagement ein; <p>Einen Businessplan schreiben und präsentieren</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• machen sich mit Funktion und Aufbau eines Businessplans vertraut;• erarbeiten mithilfe des Value mapping tools in Teams ihre individuellen und organisationalen Werte als Basis für weitere Entscheidungen;• lernen verschiedene Rechtsformen kennen und beschäftigen sich mit der Finanzplanung ihres Social Business;• erlangen durch Vorträge und Beispiele Einblicke in professionelle Businesspläne und ihren Erstellungsprozess (bspw. Handbuch des BPW);• erörtern wichtige Fragestellungen und Elemente einer Gründung mithilfe der Social Entrepreneurship Cards (SEA) und / oder Business Innovation Kit (UX Berlin) spielerisch;• nutzen den Social Enterprise Canvas (Peña Kick, 2019) / Sustainable Business Model Canvas (Fichter/ Borderstep Institut), triple layered business model canvas (Joyce/Paquin/ Pigneur) oder flourishing business canvas (Upward/Jones) für die Erstellung einer ersten Übersicht ihres Social Business Modells;• erstellen basierend auf dem Businessplan einen Pitch für potenzielle MittelgeberInnen, um so um (finanzielle) Unterstützung zu werben• erhalten unmittelbares Feedback, das protokolliert und später um schriftliches Feedback durch andere Studierendenteams auf den eigentlichen Business Plan ergänzt wird;• überarbeiten den Business Plan auf Basis des erhaltenen Feedbacks;• reflektieren ihre Aktivitäten und Lernerfahrungen kollektiv <p>um auf Basis eines fundierten Geschäftskonzeptes / Businessplans der realen Umsetzung ihres Social-Business näher zu kommen.</p>
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen, werden folgende Methoden genutzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lektüre, Einzelarbeit, Workshops• Theoretische und praktische Arbeit im Team• Coaching durch Team Coach• Impulsvorträge
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Präsenzzeit• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen:</p> <p>Beleg als Businessplan (75%)</p> <ul style="list-style-type: none">• Umfassende Dokumentation (Vorgehensmodell, Projektplan, Rollen- und Aufgabenverteilung, Ressourceneinsatz, Fortschrittsberichte,



	<p>Protokolle, Issue Log, Abschlussbericht) des Projektmanagements im Zusammenhang mit der Erstellung des Social Businessplans (25 %)</p> <ul style="list-style-type: none">• Erarbeitung des Social-Business-Canvas und des Social-Businessplans (40%)• Qualität des Feedbacks auf den Business Plan eines anderen Social-Business-Teams (10 %) <p>Referat (25%)</p> <ul style="list-style-type: none">• Businessplan-Präsentation / Pitch vor einem SozialunternehmerInnen-Komitee
<p>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</p>	<p>Bartelt, D. u.a. (2015). Das Crowdfunding-Handbuch: Ideen gemeinsam finanzieren.</p> <p>Blank, S. (2013). Why the Lean Start-Up Changes Everything, Harvard Business</p> <p>https://fellowship-europe.ashoka.org/story/social-investment-toolkit</p> <p>BMWi (2017). Überblick zu bestehenden Instrumenten zur Gründungs- und Wachstumsfinanzierung. www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/U/ueberblick-zu-bestehenden-instrumenten-zur-gruendungs-und-wachstumsfinanzierung.html</p> <p>BMWi (2018). Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).</p> <p>BMWi (2019). Gründerzeiten 27 – Soziales Unternehmertum. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).</p> <p>Businessplan-Wettbewerb Berlin Brandenburg - Guide on how to write a businessplan Online: https://www.b-p-w.de/de/downloads/handbuch/</p> <p>Cheng, M. (2018). Social Investment Toolkit: A Social Entrepreneur's Guide To Raising Finance.</p> <p>Cremades, A. (2016). The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know.</p> <p>Dräther, R., Koschek, H., Sahling, C. (2013). Scrum - kurz & gut.</p> <p>Fichter, Riemann (2016). Geschäftsmodellentwicklung mit dem Sustainable Business Canvas. Moderationsleitfaden zur Durchführung von Workshops.</p> <p>Kim, W.C., Mauborgne, R.A. (2016). Der Blaue Ozean als Strategie: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt.</p> <p>Kubr, A.; Ilar, D., Marchesi, H. (2016). Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg.</p> <p>Lipp, C. (2014). The Startup Pitch: A Proven Formula to Win Funding.</p> <p>Michels, B. (2015). Projektmanagement Handbuch - Grundlagen mit Methoden und Techniken für Einsteiger.</p> <p>Nagl, A. (2015). Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen. Mit Checklisten und Fallbeispielen.</p> <p>Patzak, G., Rattay, G. (2014). Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen.</p> <p>Projektmanagement-Software: https://www.openproject.org/</p>



	<p>Reußig, J. (2015). Agiles Projektmanagement: Scrum, Use Cases, Task Boards & Co.</p> <p>Sanford, C. (2010). The Responsible Entrepreneur: Four Game-Changing</p> <p>Scharpe, K., Wunsch, M. (2019). Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2019. Berlin: Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland.</p> <p>Schramm, D., M., Carstens, J. (2014). Startup-Crowdfunding und Crowdinvesting: Ein Guide für Gründer. Mit Kapital aus der Crowd junge Unternehmen online finanzieren.</p> <p>Sutherland, J. (2015). Die Scrum-Revolution: Management mit der bahnbrechenden Methode der erfolgreichsten Unternehmen.</p> <p>Van Geel, J. (2018). Pitching Ideas.</p> <p>Web Tools: http://www.opensourceprojectmanagement.org/</p> <p>OnlineCanvas: www.start-green.net</p> <p>Yunus, M., Weber, K. (2010). Building Social Business: the new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. New York: Public Affairs.</p>
<p>Zusatzinformationen</p>	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP, das die Studierenden planen – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Systemische Kompetenz (10%)• Antizipatorische Kompetenz (0%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (30%)• Interpersonale Kompetenz (20%)• Kritisches Denken (0%)• Selbstwahrnehmungskompetenz (20%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)



Modultitel	Social Innovation and Digital Transformation
Modulnummer	
Level	Master
Semester	2 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta Gossel
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Englisch
Modulziel	<p>Organisatorische, technologische und soziale Innovationen sind entscheidend für den sozialen Wandel. Soziale Innovationen tragen dazu bei, einige der dringendsten Probleme der Welt mit neuen Lösungen wie fairem Handel, Fernunterricht und mobilen Geldtransfer zu lösen. Die Studierenden erhalten einen Überblick über wichtige Literatur und Debatten über soziale Innovation. Außerdem lernen sie Methoden zur Entwicklung, Umsetzung und Skalierung sozialer Innovationen kennen und anwenden. Besonderes Augenmerk wird auf die Verbindung zwischen digitaler Transformation und sozialer Innovation gelegt. Den Studierenden werden die Potenziale der Digitalisierung im Kontext sozialer Innovationen aufgezeigt.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollten die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Diskussion verschiedener digitaler Geschäftsmodelle (einschließlich Kommunikations- und Vertriebskanäle, Zahlungssystem, Stärken und Schwächen) (Kognitive Ebene 2)• LE 2: Die verschiedenen Dimensionen einer sozialen Innovation durch Anwendung des Würfelmodells für Nachhaltigkeitsinnovationen auf ein konkretes Beispiel zu erklären (Kognitive Ebene 3)• LE 3: Analysieren der Schritte des Innovationsprozesses und Konstruktion eigener sozialer Innovation, indem sie den Schritt-für-Schritt-Modellierungsansatz anwenden (Kognitive Ebene 4)• LE 4: Vergleichen und beurteilen der Innovationskultur verschiedener Sozialunternehmen und Start-ups und Bewerten des Einsatzes digitaler Lösungen (Kognitive Ebene 4)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul umfasst die folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Dimensionen von Innovation/ Nachhaltigkeits-Innovationswürfel (Hansen)• Innovationsprozess



	<ul style="list-style-type: none">• Wie entwickelt man eine Innovationskultur in Unternehmen/Organisationen?• Wie können Sozialunternehmen die Digitalisierung nutzen, um globale Herausforderungen zu bewältigen?• Die Rolle von Change Management im Unternehmensumfeld• Proaktive nachhaltige Lösungen für die Nutzung und Bewirtschaftung natürlicher Ressourcen (wie kann die Digitalisierung helfen?)
Lehr- und Lernstrategien	Um die Studierenden beim Lernen zu unterstützen, werden die folgenden Methoden eingesetzt: <ul style="list-style-type: none">• Auf Vorlesungen basierende Methode der Lehrstrategie im Klassenzimmer• Individuelle Marktforschung und Diskussion im Kurs über bestehende (erfolgreiche oder nicht erfolgreiche) digitale soziale Innovationen• Kleingruppen-Workshops unter Anleitung fördern ein aktives Lernumfeld und regen den Ideenaustausch unter den Studierenden an (Workshop-Beispiel: Vergleich und Einschätzung der Innovationskultur verschiedener sozialer Unternehmen und Start-ups)• Die Bearbeitung von Fallstudien verlangt von den Studierenden die Anwendung des Gelernten
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>180 Stunden studentische Lernzeit insgesamt</u> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Vorlesung• 135 Stunden selbständiges Lernen und Prüfungsvorbereitung
Prüfungsleistung	Die Form der Prüfung ist das Referat (100%) <p>über ein bestehendes digitales soziales Unternehmen oder eine (fiktive) digitale soziale Innovation eines etablierten Unternehmens (inkl. Diskussion der realisierten oder zukünftigen Potenziale der Digitalisierung, wie z.B. Kostensenkung, Skalierung der Wirkung, Erreichen neuer Zielgruppen, Innovationskultur etc.)</p>
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	Bornstein, D. (2007). How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas. Oxford: University Press. Certo, S.T., Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. Business Horizons 51(4), 267–271. Dees, J.G. (1998). The meaning of social entrepreneurship. Online via: http://e145.stanford.edu/upload/articles/dees_SE.pdf Hansen et al (2009). Sustainability Innovation Cube – A Framework to Evaluate Sustainability-Oriented Innovations Howaldt, J., Jacobsen, H. (2010). Soziale Innovation. Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma. Wiesbaden: Springer https://www.betterplace-lab.org Martin, R. L., Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. Stanford Social Innovation Review, 5(2), 28–39. Martin R. L., Osberg, S. (2015). Getting Beyond Better: How Social Entrepreneurship Works. Boston: HUP. Phills, J.A, Deiglmeier, K., Miller, D.T. (2008). Rediscovering social innovation. Stanford Social Innovation Review, 6(4), 34–43.



	<p>Schallmo, D., Rusnjak, A. Anzengruber, J., Werani, T., Jünger, M. (2017). Digitale Transformation von Geschäftsmodellen - Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Wiesbaden: Springer</p> <p>Schütt, P. (2015). Der Weg zum digitalen Unternehmen. Social Business Methoden erfolgreich einsetzen. Berlin: Springer</p> <p>Weerawardena, J., Mort, G.S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. Journal of World Business, 41(1), 21–35.</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verbundene SDGs: 6, 7, 9, 12, 13, 14, 15</p> <p>Erworbene Kompetenzen und Anteil in %</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (10%)• Antizipatorische Kompetenz (20%)• Normative Kompetenz (5%)• Strategische Kompetenz (20%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (5%)• Kompetenz Kritisches Denken (10%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (10%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (20%)



Modultitel	Designing Future Economies
Modulnummer	
Level	Master
Semester	2 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Hans-Peter Benedikt, Diverse
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Englisch
Modulziel	<p>Das Modul <i>Designing Future Economies</i> eröffnet den Studierenden einen partizipativen gemeinschaftlichen Lernraum, in dem sie bestehende Wirtschaftssysteme kritisch überdenken und alternative Ideen und Konzepte entwickeln, indem sie Szenarien einer besseren Zukunft entwerfen. Die Studierenden entwickeln ihre Kompetenzen in Bezug auf Systemdenken, Antizipation und normativer Bewertung, indem sie aus einer Vielzahl von Bereichen unterschiedlicher Disziplinen (z. B. nachhaltiges Unternehmertum, Foresight, Narration) schöpfen, um nachhaltigere Zukünfte zu entwerfen. Auf der Grundlage der Methoden der Szenario-Planung übersetzen die Studierenden Trends in plurale Zukunftswelten, indem sie abduktiv und selbstgesteuert denken.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollten die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Kritische Analyse von Komplexität - Identifizierung von Schnittpunkten und Kontextualisierung (Kognitive Ebene 4)• LE 2: Dialogisches und kollaboratives Arbeiten (Kognitive Ebene 3)• LE 3: Entwicklung innovativer und nachhaltiger unternehmerischer Zukunftsszenarien unter Anwendung Szenario-Planungsmethoden und -techniken (Kognitive Ebene 6)• LE 4: Kritische Reflexion und Bewertung von Design- und Unternehmensprozessen durch individuelle und Peer-Review-Methoden (Kognitive Ebene 5)
Inhalt des Moduls	Das Modul umfasst die folgenden Themen:



	<ul style="list-style-type: none">• Ein breites Spektrum an Inputs aus Theorie und Praxis, um Fragen und Diskussionen über innovative Verbindungen zwischen Ökosystemen und Ökonomien anzuregen, die die gegenwärtigen sozioökonomischen Perspektiven herausfordern, sowie über die Arten von Zukünften, die diese Verbindungen schaffen• Die Vorträge, Diskussionen und Materialien orientieren sich an drei übergreifenden Themen: (i) Kommunikation und Wissensaustausch, (ii) Technologie als Werkzeug, und (iii) Zusammenarbeit in der Zukunft• Szenario-Methodik als Werkzeug zur Bewältigung komplexer Herausforderungen durch neue Szenariotechniken und gemeinschaftliches Engagement zur Zusammenarbeit mit einem breiten Spektrum von Fachleuten, um Praktiken zu entwickeln, die aus der kreativen Neukombination vorhandener Ressourcen hervorgehen, um gesellschaftlich anerkannte Ziele in einer "hybriden Art des Machens" zu erreichen, die einen iterativen Ansatz für Prototypen und Spekulationen darstellt
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um die Studierenden in ihrem Lernen zu unterstützen, werden die folgenden Methoden eingesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Interaktive, partizipative Mentoring-Sitzungen, Diskussionen und Workshops mit Akademikern, Social Designern und Praktikern aus verschiedenen Bereichen und Ländern• Die Methodik des "Design Innovation Studio" als Ansatz zur Schaffung von Verbindungen zwischen Kunst, Design und Kreation durch eine "hybride Art des Machens", die Iteration und Experimentieren beinhaltet• Zukunftsprototyping als Instrument der Szenario-Planung, das auf der deduktiven Identifizierung von Trends und deren induktiver Übersetzung in plurale Zukunftsszenarien auf der Grundlage von Spekulationen, Rückblicken und Vorausschau beruht• Eine "Lerngemeinschaft" als Peer-Umgebung zum Austausch von Fachwissen und zum Experimentieren innerhalb von Lern- und Gestaltungsformaten über Disziplinen und Hierarchien hinweg
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentische Lernzeit insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Seminar• 135 Stunden selbständiges Lernen und Prüfungsvorbereitung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsform ist in zwei Teile gegliedert:</p> <p>Referat (50%)</p> <p>In der Präsentation geht es um die Darstellung der Zukunftsszenarien, die auf der Grundlage der im Modul und in der Gruppenarbeit eingeführten und angewandten Methoden erstellt wurde</p> <p>Beleg (50%)</p> <p>Die Abschlussarbeit ist eine Reflexion über die erstellten Szenarien und den Prozess, der zu ihnen geführt hat</p>



Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Arthur, W. B. (2009). <i>The Nature of Technology</i>. New York: Free Press.</p> <p>Bain, R. (1937). <i>Technology and State Government</i>. <i>American Sociological Review</i>, 2(6), 860–874.</p> <p>Christensen, Clayton M. (1997). <i>The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail</i>. Boston, MA: Harvard Business School Press.</p> <p>Farinha, L. M. C., Ferreira, J. J. M., Smith, H. L., & Bagchi-Sen, S. (2015). <i>Handbook of Research on Global Competitive Advantage through Innovation and Entrepreneurship</i>. Hershey, PA: IGI Global.</p> <p>Kuhn, Thomas S. (1970). <i>The Structure of Scientific Revolutions</i>. Chicago: University of Chicago Press.</p> <p>Manzini, E. (2015). <i>Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation</i>. Cambridge, MA: MIT Press.</p> <p>Marinez-Moyano, I. J. (2006). <i>Exploring the Dynamics of Collaboration in Interorganizational Settings. Creating a Culture of Collaboration</i>. San Francisco, CA: Jossey-Bass.</p> <p>Margolin, V. and Margolin, S. (2002). A “social model” of design: Issues of practice and research. <i>Design Issues</i>, 18(4), 24-30.</p> <p>Miller, A.L. (1996). <i>The Panorama, the Cinema and the Emergence of the Spectacular</i>. <i>Wide Angle</i>, 18(2), 34-69.</p> <p>Merrie, A. et al. (2018). ‘Radical ocean futures-scenario development using science fiction prototyping’, <i>Futures</i>. Elsevier Ltd, 95, 22–32.</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verbundene SDGs: 4, 5, 10, 13, 16, 17</p> <p>Erworbene Kompetenzen und Anteil in %</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (30%)• Antizipatorische Kompetenz (20%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (5%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (10%)• Kompetenz Kritisches Denken (10%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (5%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)



Modultitel	Sustainable Entrepreneurship & Social Innovation
Modulnummer	
Level	Master
Semester	2 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Erfüllung der inhaltlichen Anforderungen (sinnvoller Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs) und der formalen Anforderungen an den ECTS-Umfang (6 ECTS).
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Diverse
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Englisch
Modulziel	<p>Das Modul dient als "Platzhalter" für Studienangebote zu aktuellen Themen im Bereich Sustainable Entrepreneurship & Social Innovation innerhalb des Masterstudiengangs. Diese können von der Studiengangsleitung festgelegt werden. Darüber hinaus können geeignete Studienangebote anderer Masterstudiengänge im In- und Ausland sowie an der HNE Eberswalde gewählt werden.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Die Lernergebnisse des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Aktuelle Themen</p> <p>Die Studierenden sollen Module auswählen, deren Inhalte in sinnvollem Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs stehen, um so individuellen sowie der jeweiligen Situation geschuldeten Interessen Raum zu geben und den Horizont der Studierenden zu erweitern.</p>
Lehr- und Lernstrategien	Die Lehr- und Lernstrategien des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>180 Stunden Arbeitsaufwand unterteilt in Präsenz- und Eigenarbeitszeit</u>
Prüfungsleistung	Prüfungsform ist abhängig von der jeweiligen Modulbeschreibung
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	Die Literatur ist abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
Zusatzinformationen	Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4



	<p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von dem gewählten Modul – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <p>Die erworbenen Kompetenzen des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Modultitel	Online-Modul
Modulnummer	
Level	Master
Semester	2 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Die Inhalte der gewählten Module müssen in eindeutigem fachlichen Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs gemäß §3 SPO stehen.
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Diverse
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch oder Englisch
Modulziel	<p>Studierende wählen einen Massive Open Online-Kurs (MOOC) auf Masterniveau auf dem Gebiet Social Innovation, Social Entrepreneurship und SDGs in Absprache mit der Studiengangsleitung.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Die Lernergebnisse des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Aktuelle Themen</p> <p>Die Studierenden sollen Module auswählen, deren Inhalte in sinnvollem Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs stehen, um so individuellen sowie der jeweiligen Situation geschuldeten Interessen Raum zu geben und den Horizont der Studierenden zu erweitern.</p> <p>Geeignete MOOCs im Themenfeld Social und Sustainable Entrepreneurship anderer Universitäten sind unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none">• “Social Innovation“ der European Business School (EBS) - Universität für Wirtschaft und Recht• “Unleashing the Impact of your Social Enterprise“ der Copenhagen Business School• “Social Impact Strategy: Tools for Entrepreneurs and Innovators“ der University of Pennsylvania
Lehr- und Lernstrategien	Die Lehr- und Lernstrategien des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>180 Stunden Arbeitsaufwand unterteilt in Präsenz- und Eigenarbeitszeit</u>



Prüfungsleistung	Entsprechend der jeweiligen Prüfungsform des MOOC als Prüfungsvorleistung und Beleg (100 %)
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	Die Literatur ist abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von dem gewählten Modul – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <p>Die erworbenen Kompetenzen des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>



Modultitel	Social Innovation Project 5 - Umsetzung und Finanzierung
Modulnummer	
Level	Master
Semester	3 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 2 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	SIP 1,2,3,4
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta M. Gossel
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch, Englisch
Modulziel	<p>In diesem Modul setzen die Studierenden-Teams ihr Social-Innovation Projekt auf Basis des in SIP 4 erstellten Businessplans in kleinem Ausmaß lokal um und haben die Möglichkeit ihren Canvas oder Social Businessplan beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW) oder anderen Wettbewerben einzureichen, um (notwendige) Fördermittel zur Startfinanzierung als Basis einer Implementierung zu generieren. Außerdem sind sie als Praxis-Coaches für ErstsemesterInnen-Teams im Einsatz.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Diskussion der verschiedenen Ansätze zur Implementierung des SIP als Basis einer Entscheidungsfindung für das eigene SIP (Stufe 2)• LE 2: Transfer von Wissen aus dem Modul ‘Stakeholder Engagement and Marketing of Social Innovations‘ zur zielgruppengerechten Ansprache der Bevölkerung (Stufe 3)• LE 3: Erinnern, Verstehen und Anwenden verschiedener Coaching-Techniken (Stufe 3)• LE 4: Durchführung eines SIP, um einen sozialunternehmerischen Lösungsansatz in der Praxis zu testen (Stufe 5).• LE 5: Ableiten von Erkenntnissen aus der SIP-Praxis zur persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung (Stufe 6)• LE 6: Ableitend von eigenen Erfahrungen und erlerntem Wissen sind sie in der Lage ErstsemesterInnen-Teams beim Ideenfindungsprozess zu unterstützen und ihnen als ‘Buddies‘ zur Seite zu stehen (Stufe 6)
Inhalt des Moduls	Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:



	<p>Implementierung des Social Innovation Projects</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• reichen ihren Social Businessplan beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW) oder anderen Wettbewerben ein• bewerben ihr SIP zielgruppengerecht bei der lokalen Bevölkerung;• werden durch Vorträge von SozialunternehmerInnen bei der Implementierung unterstützt;• erhalten fachliche & persönliche Unterstützung bei der Umsetzung des SIP• implementieren das Projekt auf lokaler Ebene in kleinem Ausmaß;• lernen verschiedene Coaching-Techniken kennen• stehen den ErstsemesterInnen-Teams des M.A. SESIN als Praxis-Coaches ('Buddies') für ihren Ideenfindungsprozess zur Seite <p>um sich selbstwirksam im Kontext der Umsetzung eines SIP zu erleben, einen Beitrag zu einer besseren Gesellschaft zu leisten, Verantwortung für eben diese und für einen inspirierenden Einstieg der ErstsemestlerInnen zu übernehmen.</p>
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Praktische Arbeit im Team• Coaching durch Team Coach• Impulsvorträge• Modelllernen• Buddy-System
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 22,5 Stunden Präsenzzeit• 157,5 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsform ist das Lernportfolio als Beleg (100%)</p> <ul style="list-style-type: none">• Dokumentation der Implementierungsaktivitäten in Form eines Erlebnisberichts, der praktische Erfahrungen und Erkenntnisse mit der Theorie in Zusammenhang bringt bzw. mit dieser abgleicht und durch eine Reflexion des eigenen Lernprozesses im Zusammenhang mit dem Modul ergänzt wird (75 %)• Dokumentation von mindestens 2 Coaching-Aktivitäten sowie der verwendeten Coachingtechniken mittels Gedächtnisprotokollen (25 %)
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Bartholomew, B. (2017). Conscious Coaching: The Art and Science of Building Buy-In. CreateSpace Independent Publishing Platform.</p> <p>Fischer-Epe, M., Schulz von Thun, F. (2017). Coaching: Miteinander Ziele erreichen. Rowohlt Verlag.</p> <p>Grolimund, F. (2017). Psychologische Beratung und Coaching: Lehr- und Praxisbuch für Einsteiger. Hogrefe Verlag.</p>



	<p>Mangelsdorf, J. (2019). Positive Psychologie im Coaching: Positive Coaching für Coaches, Berater und Therapeuten. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Meier, D. Szabo, P. (2011). Coaching - erfrischend einfach. Books on Demand Verlag.</p> <p>Migge, B. (2018). Handbuch Coaching und Beratung. Beltz Verlag.</p> <p>Pautsch, P., Steininger, S. (2014). Lean Project Management: Projekte exzellent umsetzen. München: Carl-Hanser Verlag.</p> <p>Rameder P., Millner R., Moder C., Christanell A., Vandor P., Meyer M. (2016). Der soziale Brutkasten: Wie gesellschaftliche Innovationen besser gelingen. Bedingungen der Entstehung, Umsetzung und Verbreitung, am Beispiel des österreichischen Gesundheitssektors. NPO&SE Kompetenzzentrum. Wien: Wirtschaftsuniversität https://epub.wu.ac.at/5328/1/Rameder_et_al_2016_Soziale_Innovationen.pdf</p> <p>Sterrer, C. (2014). Das Geheimnis erfolgreicher Projekte: Kritische Erfolgsfaktoren im Projektmanagement. Was Führungskräfte wissen müssen. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP das die Studierenden durchführen – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Systemic competence (20%)• Anticipatory competence (0%)• Normative competence (0%)• Strategic competence (30%)• Interpersonal competence (20%)• Critical thinking (0%)• Self-awareness competence (20%)• Integrated problem-solving competence (10%)



Modultitel	Social Innovation Project 6 - Evaluierung und Skalierung
Modulnummer	
Level	Master
Semester	3 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 2 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	SIP 1,2,3,4
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta M. Gossel
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch, Englisch
Modulziel	<p>In diesem Modul evaluieren die Studierenden ihre sozialunternehmerischen Aktivitäten durch Feldforschung und berechnen den Social Impact ihres SIP. Darüber hinaus nehmen sie Berechnungen zu einer möglichen Skalierung und dessen Auswirkungen auf Wirtschaftlichkeit und Social Impact vor und präsentieren die gesammelten Ergebnisse in Form einer Crowd-Funding Kampagne.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Kennen verschiedener Strategien zur Skalierung ihres SIP (Stufe 1)• LE 2: Erinnerung, Anpassung und Nutzung der theoretischen Erkenntnisse aus ‘Impact Measurement and Sustainability Controlling‘ sowie ‘Stakeholder Engagement and Marketing of Social Innovations‘ (Stufe 3)• LE 3: Verdichtung der Arbeitsergebnisse in eine überzeugende, wirksame Crowd-Funding Kampagne (Stufe 3)• LE 4: Anwendung und Einschätzung verschiedener Instrumente zur Optimierung des Fundraisings (Stufe 5)• LE 5: Entwicklung und Durchführung eines eigenen Feldforschungsdesigns zur Evaluierung der Aktivitäten des SIP (Stufe 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Evaluation und Skalierung des Social Innovation Projects</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• evaluieren die Aktivitäten ihres SIP durch Feldforschung bei den durch das SIP geförderten Personen / Umwelten



	<ul style="list-style-type: none">• erhalten Unterstützung bei der Berechnung des Social Impacts und der Erstellung ihrer Crowd-Funding Kampagne• erarbeiten mithilfe des "PATRI Framework for Scaling Social Impact" von ASHOKA Strategien für die Skalierung ihres SIP• lernen Storytelling und weitere Instrumente zur Optimierung des Fundraisings für eine mögliche Skalierung ihres SIP kennen <p>um auf diese Art und Weise den Bekanntheitsgrad ihres SIP zu fördern und so möglicherweise erste UnterstützerInnen einer im weiteren Entwicklungsverlauf des SIP tatsächlich notwendigen Crowd-Funding Kampagne zu gewinnen.</p>
Lehr- und Lernstrategien	Um Studierende beim Lernen zu unterstützen, werden folgende Methoden genutzt: <ul style="list-style-type: none">• Lektüre, Gruppenarbeit,• Praktische Arbeit im Team• Coaching durch Team Coach• Impulsvorträge
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u> <ul style="list-style-type: none">• 22,5 Stunden Präsenzzeit• 157,5 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen: Beleg (50%) Evaluierung ihres SIP im Rahmen einer kleinen quantitativen und / oder qualitativen Studie im unterstützten Feld inklusive Berechnungen zum Social Impact und möglichen Skalierungsstrategien Referat (50%) Präsentation der Ergebnisse in Form einer Crowd-Funding Kampagne vor der gesamten M.A. SESIN-Studierendenschaft, Stakeholdern und der interessierten Öffentlichkeit
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	ASHOKA "PATRI Framework for Scaling Social Impact" Kint, J. (2015). Erfolgspotenziale von Crowdfunding zur Finanzierung sozialer Projekte. Hamburg: Dipomica Verlag GmbH. Martin, M., Jung, M. (2009). Leadership Fields: Aiming for Impact at the next level. 'UBS Philanthropy Service, Viewpoints 2009: 40-50. Papi-Thornton, D. (2016). Tackling Heropreneurship. An 'apprenticing with a problem' approach to move us from the social entrepreneur to social impact. http://tacklingheropreneurship.com/wp-content/uploads/2016/02/tackling-heropreneurship-daniela-papi.pdf Phineo (2015). Kursbuch Wirkung. www.phineo.org/fuer-organisationen/kursbuch-wirkung/
Zusatzinformationen	Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4



Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP das die Studierenden durchführen – adressiert werden.

Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil

- Kompetenz im Systemdenken (10%)
- Antizipatorische Kompetenz (30%)
- Normative Kompetenz (0%)
- Strategische Kompetenz (20%)
- Kompetenz zur Zusammenarbeit (20%)
- Kompetenz Kritisches Denken (0%)
- Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (10%)
- Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)



Modultitel	Stakeholder Engagement and Marketing of Social Innovations
Modulnummer	
Level	Master
Semester	3 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Britta M. Gossel, Dr. Daniel Kruse
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch
Modulziel	<p>Marketing ist eine entscheidende Funktion in allen Unternehmen und Organisationen und wird immer wichtiger für den Erfolg in unserer modernen globalen Wirtschaft. In diesem Kurs werden zentrale Konzepte und Instrumente vermittelt, um im Marketing besser abzuschneiden. Dabei wird die Bedeutung einer authentischen Marketing- und Markenstrategie, der Preisgestaltung, der integrierten Marketingkommunikation und der Strategie für soziale Medien aufgezeigt. Die Einbindung von Stakeholdern und Gemeinschaften wird als eine Möglichkeit vorgestellt, soziale Innovationen zu vermarkten, auch wenn nur ein geringes Marketingbudget zur Verfügung steht, was vor allem für soziale Unternehmer sehr wichtig ist.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollten die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Identifizierung der wichtigsten Stakeholder eines Unternehmens oder Unternehmensvorhabens mit Hilfe einer Stakeholder-Karte / Stakeholder-Analyse (Kognitive Ebene 1)• LE 2: Die Interessen und Bedürfnisse der einzelnen Stakeholder zu beschreiben, indem ihre Perspektiven eingenommen werden und sie mit den Interessen und Bedürfnissen des eigenen Unternehmens abgeglichen werden, indem nach potenziellen Partnern und Geldgebern gesucht wird (Kognitive Ebene 2)• LE 3: Entwickeln von ethischen und nachhaltigen Marketingkonzepten und Aufbau eines erfolgreichen Kommunikations- und Reputationsmanagements (Kognitive Ebene 3)• LE 4: Bestehende Nachhaltigkeitszertifikate und -siegel zu unterscheiden und deren Nützlichkeit im Hinblick auf eine vertrauensbildende Stakeholder-Kommunikation zu bewerten (Kognitive Ebene 4)



	<ul style="list-style-type: none">• LE 5: Innovative Partnerschaften mit relevanten Stakeholdern aufzubauen und entsprechende Kooperationsvereinbarungen zu formulieren (Kognitive Ebene 5)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul umfasst die folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Aktive Einbeziehung von Stakeholdern (Geber, Partner und Begünstigte usw.)• Engagement der Gemeinschaft zur Erzielung langfristiger und nachhaltiger Ergebnisse, Prozesse, Partnerschaften und Umsetzung• Instrumente für gemeinschaftsbasierte Planung, Partnerschaften und Multi-Stakeholder-Engagement• Entwicklung innovativer Partnerschaften mit lokalen Unternehmen (Beispiele aus der Praxis, z. B. "Original Unverpackt" in Berlin)• Kommunikationsstrategien, um die vielen Menschen und Gemeinschaften zu erreichen, die von der Innovation profitieren könnten / Methode des Geschichtenerzählens / Marketing-Mix• Aufbau von (langfristigen) Kooperationen• Nutzung von Nachhaltigkeitsberichten und -zertifikaten in Marketing und Kommunikation• Berücksichtigung möglicher Risiken, die dem Ruf und dem Markenimage eines Unternehmens schaden könnten (Reputations- und Risikomanagement)
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um die Studierenden beim Lernen zu unterstützen, werden die folgenden Methoden eingesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vorlesungsbasiertes Lernen über Konzepte und Theorien des Marketings und des Stakeholder-Engagements• Die Studierenden reflektieren die Kursinhalte durch die Analyse von Praxisbeispielen aus dem Bereich sowie durch Problemlösungsübungen (Lernen von Best Practices)• Kooperative Lernumgebung, die die Studierenden in aktive Diskussionen verwickelt und sowohl die Kompetenz zur Zusammenarbeit als auch die Kompetenz zum kritischen Denken fördert
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentische Lernzeit insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Vorlesung• 135 Stunden selbständiges Lernen und Prüfungsvorbereitung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsform ist ein Beleg (100%) über die Analyse der Marketing- und Engagementstrategie eines erfolgreich geführten sozialen / nachhaltigen Unternehmens und Ableitung von Erfolgsfaktoren für das Marketing des studentischen SIP</p>
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Brinckerhoff, P. C. (2000). Mission Based Management, Wiley. Buckman, D.G., Smith, D.A. et al. (2020). Stakeholder Engagement: Improving Education through Multi-Level Community Relations. Gladwell, M. (2001). The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference. Little, Brown.</p>



	<p>Jucan, G. (2017). A Pocket Guide to Stakeholders' Engagement London, M., Morfopoulos, R. G. (2010). Social Entrepreneurship – How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community Based Initiatives for Advocacy and Change. Routledge.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C. et al.(2018). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele</p> <p>Pyczak, Thomas (2018). Tell me!: Wie Sie mit Storytelling überzeugen. Inkl. Praxisbeispiele. Für alle, die erfolgreich sein wollen in Beruf, PR und Online- Marketing</p> <p>Rupp, Miriam (2016). Storytelling für Unternehmen: Mit Geschichten zum Erfolg in Content Marketing, PR, Social Media, Employer Branding und Leadership.</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verbundene SDGs: 6, 11, 16, 17</p> <p>Erworbene Kompetenzen und Anteil in %</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (10%)• Antizipatorische Kompetenz (20%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (20%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (20%)• Kompetenz Kritisches Denken (5%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (10%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (5%)



Modultitel	Impact Measurement and Sustainability Controlling
Modulnummer	
Level	Master
Semester	3 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	N.N. (Professur im Berufungsverfahren)
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch
Modulziel	<p>Nachhaltige Unternehmensleistung und soziale Wirkung sind entscheidende Erfolgsfaktoren für nachhaltige und soziale Unternehmen und müssen daher aktiv und ernsthaft gemessen, überwacht und gesteuert werden. In diesem Kurs lernen die Studierenden Instrumente und Methoden der Wirkungsmessung und des Controllings kennen und anwenden. Außerdem werden sie in verschiedene Rahmenwerke der Nachhaltigkeitsberichterstattung eingeführt und lernen Ansätze für die Erstellung eines eigenen Nachhaltigkeitsberichts kennen.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollten die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Erklären Sie die Bedeutung der Begriffe Input/Output/Outcome/Wirkung (Kognitive Ebene 2)• LE 2: Beschreiben Sie das Wirkungsmodell von Phineo anhand eines konkreten Beispiels (Kognitive Ebene 2)• LE 3: Gemeinsam innovative Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen, die Auswirkungen haben und eine nachhaltige Entwicklung unterstützen (Kognitive Ebene 3)• LE 4: Verschiedene Möglichkeiten und Methoden der Nachhaltigkeitsberichterstattung nutzen, eine Wesentlichkeitsanalyse durchführen und sowohl finanzielle als auch nicht-finanzielle Parameter integrieren (Kognitive Ebene 3)• LE 5: Sammeln und analysieren relevanter Daten, die zur Messung von Input, Output, Ergebnissen und Auswirkungen notwendig sind (Kognitive Ebene 4)



	<ul style="list-style-type: none">• LE 6: Chancen und Risiken des aktuellen Vorhabens und seiner zukünftigen Entwicklung zu bewerten, indem sie relevante Schlüsselparameter erstellen und vergleichen, die es dem Management ermöglichen, angemessene Entscheidungen im Hinblick auf die Ausrichtung des Unternehmens zu treffen (Kognitive Ebene 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul umfasst die folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Controlling (Schlüsselparameter für nachhaltige Unternehmensentwicklung und soziale Auswirkungen; finanzielle und nicht-finanzielle Parameter)• Planung, Steuerung und Informationssystem• Umwelt-/Nachhaltigkeitsrechnung (Sustainability Balanced Scorecard)• Input-Output-Outcome-Wirkungsmodell (von Phineo)• Skalierung der sozialen Wirkung / Skalierbarkeit einer sozialen Innovation• Skalierung der Wirkung mit Design Thinking und Rapid Prototyping• Nachhaltigkeitsberichterstattung / Berichtsstandards (z.B. GRI/DNK/UN Guiding Principles Reporting Standard)
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um die Studierenden beim Lernen zu unterstützen, werden die folgenden Methoden eingesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vorlesungsbasierte Wissensvermittlung• Aktive Unterrichtsumgebung, die es den Studierenden ermöglicht, sich zu beteiligen und über Themen zu diskutieren• Gruppenübungen: Analyse von Finanzberichten / Wirkungsberichten von Non-Profit-Organisationen; Identifizierung der wichtigsten Leistungsindikatoren; Vergleich der Qualität der Berichte• Management-Simulation: Die Studierenden lernen, als zukünftige Führungskräfte zu agieren und strategische Entscheidungen zu treffen (Simulationsszenario xy passiert)
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentische Lernzeit insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Vorlesung• 135 Stunden selbständiges Lernen und Prüfungsvorbereitung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsform ist eine schriftliche Prüfung (100%)</p>
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Bradach, J. (2003). Going to scale. Stanford Social Innovation Review, 19–25.</p> <p>Colsmann, B. (2016). Nachhaltigkeitscontrolling: Strategien, Ziele, Umsetzung</p> <p>Phineo Wirkungslogik: https://www.wirkung-lernen.de/wirkung-planen/wirkungslogik/wirkungsziele-ausarbeiten/</p> <p>Martlew, N. (2017). Creative Coalitions – a Handbook for Change. Retrieved: https://crisisaction.org/handbook/contents/</p>



	<p>Mulgan, G. (2010). Measuring Social Value. Stanford Social Innovation Review, 8(3), 38-43. Retrieved: http://www.ssireview.org/articles/entry_measuring_social_value/</p> <p>OECD, EU (2017). Boosting Social Enterprise Development.</p> <p>Repp, L. (2013). Soziale Wirkungsmessung im Social Entrepreneurship: Herausforderungen und Probleme.</p> <p>Rosenzweig, C. et al. (2004). Double bottom line project report: Assessing social impact in double bottom line ventures. Retrieved: http://www.riseproject.org/DBL_Methods_Catalog.pdf</p>
Zusatzinformationen	<p>SDGs im Zusammenhang mit dem Modul: 4</p> <p>Jedes SDG kann in diesem Modul angesprochen werden, abhängig von der spezifischen Wirkung, die die soziale Innovation erzielen soll. Die Studierenden werden mit dem Wissen und den Fähigkeiten ausgestattet, um soziale Auswirkungen zu schaffen und zu messen und dadurch die SDGs zu unterstützen.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und Anteil in %</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (20%)• Antizipatorische Kompetenz (25%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (25%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (0%)• Kompetenz Kritisches Denken (10%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (10%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (0%)



Modultitel	Nachhaltiges Personalmanagement
Modulnummer	
Level	Master
Semester	3 (jährlich im WiSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Hans-Peter Benedikt
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch
Modulziel	<p>MitarbeiterInnen sind für Unternehmen eine wichtige Ressource, denn ihre Leistungen tragen wesentlich zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Aus diesem Grund setzen viele Unternehmen verstärkt auf nachhaltiges Personalmanagement. Das Modul geht auf die Gestaltung eines nachhaltigen und innovationsorientierten Personalmanagements ein und zeigt auch aktuelle Herausforderungen auf.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Definition der wichtigsten Werkzeuge, Prinzipien, Konzepte und Prozesse des nachhaltigen Human Resource Managements (Stufe 1)• LE 2: Nennung der Ziele und Aufgaben des nachhaltigen Personalmanagements sowie Gewinnung eines Überblicks über aktuelle Diskurse der betrieblichen Personalarbeit (Stufe 1)• LE 3: Erkennen der Bedeutung der verschiedenen Personalfunktionen für die Entwicklung einer nachhaltigen Unternehmenskultur sowie des wertschätzenden Umgangs mit MitarbeiterInnen in der internationalen und interkulturellen Arbeitswelt (Stufe 2)• LE 4: Verständnis der Rolle des Personalmanagements bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien (Stufe 2)• LE 5: Erläuterung und Einschätzung von klassischer und moderner Mitarbeiterführung und deren Bedeutung für das Personalmanagement (Stufe 5)• LE 6: Entwicklung von Lösungen nachhaltiger Personalarbeit in Unternehmen sowie Bewertung und Zuordnung des Einsatzes personalwirtschaftlicher Instrumente am Arbeitsplatz (Stufe 6)



Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <ul style="list-style-type: none">• Charakteristika und wirtschaftsethische Grundlagen nachhaltigen Personalmanagements• Funktionale Ansätze und Instrumente nachhaltiger Personalarbeit• Führungstheoretische Grundlagen nachhaltiger Personalarbeit• Internationales Personalmanagement <p>um mit den entsprechenden Werkzeugen ausgerüstet als Führungskraft oder Personalmanagerin in Unternehmen nachhaltige Personalarbeit zu implementieren.</p>
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Debatten, Case Studies, Lektüre, Einzelarbeit, Vorträge• Praktische Arbeit im Team• Umgedrehter Unterricht
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Präsenzzeit• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsform ist ein Referat (100%) Präsentation von Konzepten für nachhaltiges Personalmanagement</p>
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>ASHOKA "PATRI Framework for Scaling Social Impact" Kint, J. (2015). Erfolgspotenziale von Crowdfunding zur Finanzierung sozialer Projekte. Hamburg: Dipomica Verlag GmbH. Martin, M., Jung, M. (2009). Leadership Fields: Aiming for Impact at the next level. 'UBS Philantrophy Service, Viewpoints 2009: 40-50. Papi-Thornton, D. (2016). Tackling Heropreneurship. An 'apprenticing with a problem' approach to move us from the social entrepreneur to social impact. http://tacklingheropreneurship.com/wp-content/uploads/2016/02/tackling-heropreneurship-daniela-papi.pdf Phineo (2015). Kursbuch Wirkung. www.phineo.org/fuer-organisationen/kursbuch-wirkung/</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 3, 5, 8</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (10%)• Antizipatorische Kompetenz (0%)• Normative Kompetenz (20%)• Strategische Kompetenz (20%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (20%)• Kompetenz Kritisches Denken (10%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (20%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (0%)



Modultitel	Planspiel
Modulnummer	
Level	Master
Semester	4 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	6 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Dr. Daniel Kruse / Daniel Rudolf
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch oder Englisch
Modulziel	<p>In diesem Modul nehmen die Studierenden an einem Planspiel teil, das speziell auf die Besonderheiten einer gemeinwohlorientierten Gründung ausgerichtet ist. Die SpielerInnen agieren dabei als UnternehmerInnen in simulierten Märkten, verfolgen aber nicht das Ziel der Gewinnmaximierung, sondern das Ziel der Maximierung ihres Social Impacts. Das betriebswirtschaftliche Grundprinzip „Einzahlung \geq Auszahlung“ muss aber gewahrt bleiben – entsprechend müssen GründerInnen- und MitarbeiterInnen Gehalt gezahlt sowie alle weiteren Kosten gedeckt werden.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Verständnis für die Tatsache, dass eine Beteiligung am wirtschaftlichen Marktgeschehen der eigenen (sozialen) Zielsetzung dienlich sein kann (Stufe 2)• LE 2: Erinnern und Anwenden verschiedener Inhalte aus dem bisherigen Studienverlauf (Stufe 3)• LE 3: Verdichtung der Geschäftsidee in eine überzeugende, wirksame Präsentation (Stufe 3)• LE 4: Entscheidungen können trotz ‘Information Overflow’ getroffen werden (Stufe 5)• LE 5: Bewertung verschiedener Formen der Finanzierung eines nachhaltigen Geschäftsmodells (Stufe 5)• LE 6: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells, das die Verbesserung verschiedener SDGs fördert (Stufe 6)• LE 7: Konstruktion verschiedener Marketingaktionen sowie von sozialen und ökologischen Maßnahmen (Stufe 6)



Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Geschäftsmodellentwicklung- finanzierung und umsetzung</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• entwickeln ein nachhaltiges Geschäftsmodell, das sich über den Absatz ihrer Gemeinwohl-förderlichen Produkte in Form von Social Impact Points positiv auf den Erreichungsgrad verschiedener SDGs auswirkt• erhalten Skripte zu verschiedenen Finanzierungsformen;• bewerben sich unter 'Information Overflow' für die aus ihrer Sicht sinnvollste Finanzierungsform• nehmen mit ihren fiktiven Unternehmen an einem computer-simulierten Absatzmarkt teil• lernen Entscheidungen zu treffen, die sich auf den Absatz ihrer Dienstleistung / Produkte auswirken• kooperieren mit den anderen Planspiel-Unternehmen, um ihren Social Impact zu vergrößern• werden angeleitet Marketing zu betreiben sowie soziale und ökologische Maßnahmen zu setzen, die sich positiv auf den Absatz und damit auch die Social Impact Points auswirken <p>um auf diese Art und Weise Erfahrungen und Wissen aus dem bisherigen Studienverlauf konzentriert in die (fiktive) Praxis umzusetzen und einen Eindruck davon zu bekommen, wie und in welchem Ausmaß einzelne Unternehmen zur Verbesserung der SDGs in einer Region beitragen können.</p>
Lehr- und Lernstrategien	<p>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Planspiel• Lektüre• Coaching• Gruppenarbeit• Rollenzuweisungen
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Präsenzzeit• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsform sind zwei Referate à 50%</p> <ul style="list-style-type: none">• Zu Beginn jeder Spielrunde müssen die Studierenden sich für eine andere Form der Finanzierung bewerben (Crowd Funding, Förderung, Fremdkapital, Eigenkapital etc.). Je nach Anzahl der Spielrunden geht die jeweilige Präsentation anteilig in die 'Gesamt-Präsentationsnote' ein (50%)• Nach Abschluss des Planspiels präsentiert jedes Team die eigenen Ergebnisse (Social Impact) und die Strategien zur Erreichung des Ziels sowie eine Reflektion des eigenen Handelns und der Zusammenarbeit



	innerhalb der Teams aber auch zwischen den Teams zur Erreichung des gemeinsamen Ziels: der Verbesserung der SDGs. (50%)
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	<p>Schwägele, S. (2015). Planspiel - Lernen - Lerntransfer - Eine subjektorientierte Analyse von Einflussfaktoren. Angenommene Dissertation Otto-Friedrich-Universität Bamberg.</p> <p>Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G. (2019). Sustainable Development Report 2019. New York: Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network (SDSN).</p>
Zusatzinformationen	<p>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig davon für welches Social Business sich die Studierenden entscheiden – adressiert werden.</p> <p>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</p> <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (20%)• Antizipatorische Kompetenz (10%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (20%)• Interpersonale Kompetenz (20%)• Kritisches Denken (0%)• Selbstwahrnehmungskompetenz (0%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (20%)



Modultitel	Master Thesis
Modulnummer	
Level	Master
Semester	4 (jährlich im SoSe)
ECTS-Credits	24 ECTS / 4 SWS
Version	Aktuelle Version: 08/2022
Teilnahmevoraussetzungen	75 ECTS
Professor*in / Modulverantwortliche*r	Diverse
Verbindlichkeit	Pflicht
Verwendbarkeit	Keine
Sprache	Deutsch oder Englisch
Modulziel	<p>In diesem Modul erstellen die Studierenden ihre Master-Thesis entweder auf Basis einer vertiefenden Untersuchung und Weiterbearbeitung ihres Social Innovation Projects oder zu einem beliebigen Thema, das sich mit den Inhalten des Masterstudiengangs ‘Sustainable Entrepreneurship & Social Innovation‘ vereinbaren lässt. Während dieses Prozesses werden die Studierenden begleitet und präsentieren ihre Ergebnisse laufend im Rahmen eines Kolloquiums.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none">• LE 1: Verdichtung der Ergebnisse der Masterarbeit in eine überzeugende, wirksame Präsentation (Stufe 3)• LE 2: Adaption der erlernten Forschungsmethoden auf die Notwendigkeiten ihrer Masterarbeit (Stufe 5)• LE 3: Produktion einer Masterarbeit (Stufe 6)
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</p> <p>Verfassen einer Master-Thesis</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• erhalten Unterstützung bei der Themenfindung ihrer Masterarbeit• werden während des Erstellungsprozesses durch den Betreuer / die Betreuerin beraten• stellen die Ergebnisse ihrer Arbeit im Rahmen des begleitenden Kolloquiums vor• forschen eigenständig zu einem Thema ihrer Wahl und



	<ul style="list-style-type: none">• verschriftlichen dieses, um ihre Fähigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens zu perfektionieren und ihre Abschlusseignung zu dokumentieren.
Lehr- und Lernstrategien	Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt: <ul style="list-style-type: none">• Kolloquium• Beratung• Eigenrecherche
Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden	<u>720 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u> <ul style="list-style-type: none">• 45 Stunden Präsenzzeit• 675 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung
Prüfungsleistung	Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen: Referat (25%): Präsentation der Master-Thesis Beleg (75%): Erstellen einer kritischen, Quellen-gestützten Forschungsarbeit über das ausgewählte Thema
Literatur und weitere Quellenempfehlungen	Ebster, C., Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. Fichter, Riemann (2014). Übersicht der Konzepte und Instrumente nachhaltiger Geschäftsmodellentwicklung. Karmasin, M., Ribing, R. (2017). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen. May, Y. (2010). Kompaktwissen Wissenschaftliches Arbeiten: Eine Anleitung zu Techniken und Schriftform.
Zusatzinformationen	Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4 Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig davon für welches Thema sich der Studierende entscheidet – adressiert werden. Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil <ul style="list-style-type: none">• Kompetenz im Systemdenken (20%)• Antizipatorische Kompetenz (10%)• Normative Kompetenz (10%)• Strategische Kompetenz (30%)• Kompetenz zur Zusammenarbeit (0%)• Kompetenz Kritisches Denken (0%)• Kompetenz zur Selbstwahrnehmung (0%)• Integrierte Problemlösungskompetenz (30%)