Modulhandbuch

Management Consulting - Master-Studiengang

im Wintersemester 2020/2021

erstellt am 29.03.2024

mmc031 - Einführung in die Beratung 3
mmc071 - Interaktion in der Beratung 5
mmc101 - Stufen des Beratungsprozesses 7
mmc111 - Consulting-Geschäftsmodelle und Kommunikation 9
mmc120 - Strategieberatung 11
mmc220 - Coaching und Konfliktmanagement 13
mmc230 - Supervision 15
mmc250 - Organisational Behaviour and International Leadership (englische Sprache) 17
wir801 - Organisations- und Managementkonzepte 18
mam - Masterarbeit (mit Kolloquium) 20

Mastermodule

mmc031 - Einführung in die Beratung

Modulbezeichnung	Einführung in die Beratung
Modulkürzel	mmc031
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt) • Breisig, Thomas (Modulverantwortung)
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	Die Studenten und Studentinnen können ein Beratungssymposium mit aktuellen Themen aus dem Beratungsumfeld inhaltlich vorbereiten und die inhaltlichen Ideen in ein attraktives Design umsetzen. Sie bekommen dadurch selbstgesteuert einen Überblick über die Themen, die Berater in der Orgnisations- und Unternehmensberatung beschäftigen. Können - instrumentelle und systemische Kompetenz • Sie können den Beratermarkt analysieren und sich einen Überblick über die verschiedenen Akteure, ihre Beratungsansätze und Vorgehensweisen verschaffen • Sie können sich selbständig innovative Beratungsthemen erschließen und daraus ein Symposiumdesign und Workshopdesigns für einzelne Themen entwickeln • Sie können eigenverantwortlich Protagonisten der Beraterszene ansprechen und den Auftrag für das Symposium klären • Sie können sich und ihr Thema in einem „Pitch“ behaupten • Sie können diesen Erkundungsprozess reflektieren und Einschätzungen des Beratermarkts erarbeiten Wissen und Verstehen • Sie kennen die Geschichte des Management Consulting und der Unternehmens- und Organisationsberatung • Sie haben einen Überblick über Formen, Philosophie und Arbeitsschwerpunkte des Consulting • Sie kennen die Struktur und die aktuellen Entwicklungen des Beratermarktes • Sie wissen, wie das Design für einen Kongress/ein Symposium aufgebaut wird und wie Kurzworkshops gestaltet und moderiert werden. • Sie kennen die inhaltlichen Trends im Management Consulting • Sie haben den Aktionsforschungsansatz kennengelernt
Modulinhalte	• Definition und Abgrenzung von Beratung, Consulting, Counseling, Managementberatung, Organisations- und Unternehmensberatung • Geschichte der Unternehmensberatung • Beratungsmarkt – Strukturen, Bedeutung und Entwicklungen • Funktion von Beratung, Akteure in der Beratung, Differenzierung von Beratungsansätze und Beraterselbstverständnissen (Beratenidentität) • Consulting Research – gesicherte Erkenntnisse und Entwicklungsrichtungen • PEST-Analyse zu den Einflüssen auf den Beratermarkt • Themenfelder für das Symposium daraus ableiten, Workshops entwickeln und diese Konzepte in einem „Pitch“ vertreten • Gesamtdesign für das Symposium entwickeln • Den Gesamtprozess in einem an der Aktionsforschung orientierten Tagebuch reflektieren
Literaturempfehlungen	Birkner, St.: Eindeutiger beraten – Umgang mit Mehrdeutigkeit als Handlungsfeld in Beratungsinterventionen Burns, D.: Systemic Action Research: A strategy for whole system change Donnenberg, O. (Hrsg.): Action Learning – ein Handbuch Hillebrand, M., Sonuc, E., Königswieser, R. (Hrsg.): Essenzen der systemischen Organisationsber – Konzepte, Kontexte und Kommentareatung König, E., Volmer,G.: Handbuch systemische Organisationsberatung Königswieser,R. Und Hillebrand,M.: Einführung in die systemische Organisationsberatung Königswieser, R., Sonuc, E., Gebhardt, J. (Hrsg.): Komplementärberatung – Das Zusammenspiel von Fach- und Prozeß-Know-how Krizanits,J.: Einführung in die Methoden der systemischen Organisationsberatung Mohe, M.: Klientenprofessionalisierung Mohe, M., Heinecke, H.J., Pfriem, R.: Consulting - Problemlösung als

	Geschäftsmodell, Theorie, Praxis, markt Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 1 – Beratungsmarketing und Auftragsakquisition Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 2 Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung Revans, R.W.: The origin and growth of action learning Will, H., Wünsch,U. Und Polewsky, S.: Info-, Lern- und Change-Events
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modulart	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht
Modullevel	MM (Mastermodul / Master module)
Lehr-/Lernform	Inputs, Anwendungsbeispiel und -fälle, selbstgesteuerte Recherchen, Konzept- und Designaufgaben

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Inhaltliche Vorbereitung, Organisation und Durchführung des Oldenburger Beratersymposiums – Dokumentation des Prozesses in einem Lerntagebuch i.S.d. Action Research und Action Learning Ansätze (Lewin und Revans)

Lehrveranstaltungsform	Kommentar	SWS	Angebotsrhythmus	Workload Präsenz
Vorlesung		2	WiSe	28
Seminar				
Präsenzzeit Modul insgesamt				28 h

mmc071 - Interaktion in der Beratung

Modulbezeichnung	Interaktion in der Beratung
Modulkürzel	mmc071
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h (180h Kontakt: 50 Selbst 130)
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Breisig, Thomas (Modulverantwortung) • Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt)
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	Die Studierenden sind in der Lage im Kontext gruppendynamischer Aspekte bezüglich der Beratungsintervention innerhalb ihrer späteren beruflichen Tätigkeit im Beratungskontext zu agieren. Sie sind in der Lage Techniken und Methoden einer zielgerichteten Kommunikation, Moderation, sowie der Präsentation und Visualisierung anzuwenden. • Die Studierenden kennen die Rolle der Interaktion im Beratungsprozess. • Die Studierenden kennen die Unterschiede von Interaktionen und Interventionen. • Die Studierenden können typische Gesprächssituationen im Beratungskontext erfolgreich gestalten (insbesondere Gesprächsführung, Moderation, Fragetechniken, etc.). • Die Studierenden können die Grundfertigkeiten der Visualisierung, Präsentation und Moderation anwenden. • Die Studierenden kennen das Kompetenzprofil des Beraters für die Interaktion (Fach-, Methoden-, Sozialkompetenzen, persönliche Fähigkeiten). • Die Studierenden können die Interessen und Motivation der unterschiedlichen Stakeholder in Beratungsprojekten identifizieren, bewerten und daraus Maßnahmen ableiten. • Die Studierenden können Interaktion in typischen Phasen und Situationen von Beratungsprojekten gestalten (Kick-off., Istaufnahme, Veränderungsprozess, Status-/Ergebnispräsentation, Abschluss). • Die Studierenden können eigene Interaktionsverhalten reflektieren. • Die Studierenden können ihr Wissen um gruppendynamische Phänomene erweitern und typische Verhaltensmuster frühzeitig diagnostizieren. • Die Studiereden können ihr Handlungsrepertoire und damit auch den Gestaltungsspielraum für Interventionen in wechselnden Gruppensituationen erweitern. • Die Studierende können die eigene Rollenflexibilität im Umgang mit unterschiedlichen Gesprächs- und Gruppensituationen ausbauen. • Die Studierenden können die eigene Wirkung auf Gruppen erkennen und die dabei entstehenden Wechselwirkungen angemessen berücksichtigen.
Modulinhalte	1. Interaktionen und Interventionen 2. Kommunikation und Gesprächsführung 3. Präsentation und Visualisierung 4. Arbeitsprozesse von Gruppen wirksam steuern 5. Die Arbeit mit und in Teams 6. Die Arbeit mit und in Großgruppen 7. Stakeholdermanagement in Beratungsprojekten 8. Die Rolle des Beraters in typischen Projektphasen und -situationen.
Literaturempfehlungen	Rauen, Christopher (Hrsg.; 2004): Coaching-Tools. Gerard Egan: Helfen durch Gespräch – ein Trainingsbuch für helfende Berufe. Beltz Verlag (Weinheim, Basel) 2001. Königsweiser, Roswita / Exner, Alexander: Systemische Intervention. Architekturen und Designs für Berater und Veränderungsmanager. Klett-Cotta, 8. Auflage, Stuttgart 2004.

		Kesner, Idalene F. and Fowler, Sally. When consultans and clients clash. Harvard Business Review. Nov. 1997, S. 22-38. Bourne, Lynda: Stakeholder Relationship Management, Gower Publishing Ltd. 2009.	
Links			
Unterrichtsprachen			
Dauer in Semestern		1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul			
Aufnahmekapazität Modul		unbegrenzt	
Modulart		je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Modullevel		MM (Mastermodul / Master module)	
Lehr-/Lernform		Seminar	
Prüfung	Prüfungszeiten		Prüfungsform
Gesamtmodul			Hausarbeit
Lehrveranstaltungsform	Seminar		
SWS	4		
Angebotsrhythmus	SoSe		

mmc101 - Stufen des Beratungsprozesses

Modulbezeichnung	Stufen des Beratungsprozesses
Modulkürzel	mmc101
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Breisig, Thomas (Modulverantwortung) • Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt)
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	Die Studenten und Studentinnen können einen Beratungsprozess designen. Sie können eine Contractingphase gestalten und haben die wichtigsten Prinzipien für die Architektur von zielführenden Interventionen kennen gelernt. Können - instrumentelle und systemische Kompetenz • Sie können einen Beratungsprozess aufbauen und die verschiedenen Stufen zielführend miteinander verknüpfen • Sie können Contractinggespräche führen und eine sinnvolle Problembeschreibung entwickeln • Sie können den Beratungsaufwand abschätzen und daraus ein Angebot ableiten • Sie können die erforderlichen Diagnoseinstrumente problemgerecht einsetzen • Sie können eine Steuerungslogik für einen Beratungsprozess aufbauen und Beratungsergebnisse evaluieren • Sie können im interaktiven Teamteaching ein Thema vor einer Gruppe vortragen Wissen und Verstehen • Sie kennen die verschiedenen Spielarten von Beratungsprozessen und die damit verbundenen Beratungsphilosophien (Fach-, Methoden und Prozessberatung) • Sie kennen die wichtigsten Prinzipien einer klientenzentrierten Gesprächsführung und die wichtigsten Fallen im Contracting-Gespräch • Sie haben sich mit dem Grundaufbau eines Beratungskontrakts auseinandergesetzt und kennen Methoden der Aufwandsabschätzung und Klakulation • Sie haben einen Überblick über das Instrumentarium der Organisations- und Problemdiagnose • Sie kennen die unterschiedlichen Steuerungsphilosophien (Projekt- oder Liniensteuerung) und Beteiligungs- bzw. Kooperationsmodelle
Modulinhalte	• Struktur von Beratungsprozessen und die damit verbundenen Beratungsphilosophien • Ablauf eines Beratungsprozesses mit Contracting, Diagnose, Prozessdesign, Intervention und Evaluation mit den jeweiligen Instrumenten • Alle Stufen des Beratungsprozesses werden durchgehenden mit der interaktiven Fallstudie „Brennauers Problem“ bearbeitet – ein vollständiger Beratungsprozess wird dabei simuliert. Die einzelnen Episoden bauen aufeinander auf. Die Studenten und Studentinnen bearbeiten jeweils konkrete Fragestellung aus den Stufen des Beratungsprozesses als Hausaufgaben und präsentieren sie in der Folgeveranstaltung. • Grundlagen der Gesprächsführung im Beratungsprozess • Methoden der Klärung und Aushandlung von Erwartungen • Konflikte im Beratungsprozess, insbesondere in der Contractingphase
Literaturempfehlungen	Birkner, St.: Eindeutiger beraten – Umgang mit Mehrdeutigkeit als Handlungsfeld in Beratungsinterventionen Hillebrand, M., Sonuc, E., Königswieser, R. (Hrsg.): Essenzen der systemischen Organisationsber – Konzepte, Kontexte und Kommentareatung König, E., Volmer,G.: Handbuch systemische Organisationsberatung Königswieser,R. Und Hillebrand,M.: Einführung in die systemische Organisationsberatung Königswieser, R., Sonuc, E., Gebhardt, J. (Hrsg.): Komplementärberatung – Das Zusammenspiel von Fach- und Prozeß-Know-how Krizanits,J.: Einführung in die Methoden der systemischen Organisationsberatung Mohe, M.: Klientenprofessionalisierung Mohe, M., Heinecke, H.J., Pfriem, R.: Consulting - Problemlösung als Geschäftsmodell, Theorie, Praxis, markt Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 1 – Beratungsmarketing und Auftragsakquisition Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 2 Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung

Links			
Unterrichtsprachen			
Dauer in Semestern		1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul			
Aufnahmekapazität Modul		unbegrenzt	
Modulart		je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Modullevel		MM (Mastermodul / Master module)	
Lehr-/Lernform		Seminar mit interaktiver Fallstudien, Planspielen und Analyseaufgaben	
Prüfung	Prüfungszeiten		Prüfungsform
Gesamtmodul			Gruppenarbeit mit Teampräsentation
Lehrveranstaltungsform	Vorlesung		
SWS	4		
Angebotsrhythmus	WiSe		

mmc111 - Consulting-Geschäftsmodelle und Kommunikation

Modulbezeichnung	Consulting-Geschäftsmodelle und Kommunikation
Modulkürzel	mmc111
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Breisig, Thomas (Modulverantwortung) • Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt)
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	Die Studenten und Studentinnen können Geschäftsmodelle der Beratung kritisch analysieren und ihre Zukunftsfähigkeit beurteilen. Sie sind in der Lage neue Geschäftsmodelle für die Management Beratung zu entwickeln und eine entsprechende Marktkommunikation aufzubauen. Können - instrumentelle und systemische Kompetenz • Sie können die Bedeutung und Logik von Geschäftsmodellen für die Beratung einschätzen und sie sind in der Lage Bedrohungen und Chancen für Geschäftsmodelle zu identifizieren. • Sie können die Ertragsmechanismen unterschiedlicher Geschäftsmodelle in der Management- Beratung beurteilen und GM-spezifische Risiken analysieren. • Sie sind in der Lage, mit Hilfe des 9-Felder-Canvas oder dem St. Galler Business-Navigator, eigenständig innovative Geschäftsmodelle für die Management-Beratung zu entwickeln. • Sie können die spezifische Marktkommunikation in der Management-Beratung einschätzen Wissen und Verstehen • Sie kennen die verschiedenen Geschäftsmodelle in der Management-Beratung und sie haben Beratungsunternehmen, die typische Repräsentanten der unterschiedlichen GM sind, kritisch analysiert. • Sie kennen die wichtigsten Instrumente für die Analyse und den Aufbau von Geschäftsmodellen und haben sie anhand von Fallstudien erkundet. • Sie haben sich mit aktuellen Risikofaktoren auseinandergesetzt (Digitalisierung der Beratung, Plattform-Ökonomie in der Beratung, Konzentration auf die Big 10 etc.) • Sie kennen die Methoden der Marktkommunikation in der Beratung und sie können Kommunikationsstrategien entwickeln • Sie haben sich intensiv mit neuen Formen der Marktkommunikation auseinandergesetzt (Social Media Strukturen etc.)
Modulinhalte	• Logik und Struktur von Geschäftsmodellen • Abgrenzung Geschäftsmodell und Unternehmensstrategie • Landkarte der Geschäftsmodelle in der Beratung • Analyse konkreter Unternehmen – Eigene Recherchen und Fallstudien • Die unterschiedlichen Ansätze für die Beschreibung und Analyse von Geschäftsmodellen • Bauplan für neue Geschäftsmodelle • Instrumente der Marktkommunikation und Einschätzung, welche Instrumente für die Management-Beratung sinnvoll sind • Learning Journey Social Media
Literaturempfehlungen	Gassmann, O. et al.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator Osterwalder, A. et al.: Business Model Innovation Mohe, M., Heinecke, H.J., Pfriem, R.: Consulting - Problemlösung als Geschäftsmodell, Theorie, Praxis, markt Schallmo, D.: Geschäftsmodell-Innovation: Grundlagen, bestehende Ansätze, methodisches Vorgehen und B2B Geschäftsmodelle Schallmo, D.: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modulart	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht
Modullevel	MM (Mastermodul / Master module)
Lehr-/Lernform	Seminar mit Fallstudien, Planspielen und Analyseaufgaben

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Entwicklung und Ausgestaltung eines innovativen Geschäftsmodells für die Management- Beratung (in Gruppen)
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	4	
Angebotsrhythmus	SoSe	

mmc120 - Strategieberatung

Modulbezeichnung	Strategieberatung
Modulkürzel	mmc120
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt) • Breisig, Thomas (Modulverantwortung)
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	Die Studenten und Studentinnen können strategische Entwicklungsprozesse in Unternehmen gestalten und begleiten. Sie können die Instrumente der Strategieberatung fallbezogen anwenden und sind in der Lage strategische Fragestellungen zu analysieren, zu bewerten und problemfokussierte Interventionen zu entwickeln. Können - instrumentelle und systemische Kompetenz • Sie können die strategische Ausgangssituation angemessen beschreiben, analysieren und den Beratungsbedarf identifizieren • Sie können Gespräche zur Klärung eines strategischen Beratungsauftrags führen • Sie sind in der Lage, einen Beratungsprozess für die Bearbeitung einer strategischen Fragestellung zu konzipieren • Sie können Instrumente der Strategieberatung zielführend und kontextbezogen einsetzen und ihre Eignung für die Problemsituation kritisch beurteilen Wissen und Verstehen • Sie kennen die unterschiedlichen Strategieschulen und ihre Auswirkungen auf die Ansätze der Strategieberatung • Sie kennen die unterschiedlichen Fragestellungen mit denen Strategieberater konfrontiert werden • Sie haben einen Überblick über das Interventionsrepertoir der Strategieberatung; insbesondere kennen sie die Vor- und Nachteile der Standardwerkzeuge der Strategieberatung • Sie kennen die charakteristischen Fallen eines Strategieberatungsprozesses und sie wissen, wie man sich am besten davor schützen kann. • Sie kennen unterschiedliche Beratungsprozesse, mit denen strategische Fragestellungen bearbeitet werden können • Sie kennen Modelle mit denen strategisches Verhalten beschrieben werden kann und sie verfügen über eine Landkarte der typischen strategischen Denkhürden • Sie kennen die ethischen Implikationen der Strategieberatung und kennen die normativen Fallen dieser Beratungsaufgabe
Modulinhalte	• Übersicht über die Strategieschulen und strategischen Fragestellungen • Konzepte für die Beschreibungen von strategischen Verhaltensmustern und typischen strategischen Denkhürden • Beratungs-Fallbeispiele aus den Feldern: Vision- und Leitbildentwicklung, Review Unternehmensstrategie, Neuausrichtung eines Geschäftsbereichs, Review von Strategieprojekten – jeweils mit Unternehmensportrait, Auftragsklärungsprozess, Beschreibung des Beratungsprozesses und den dabei entstandenen Schwierigkeiten. In den Fallbeispielen sind interaktive Elemente, Methodenerkundungen und Gruppenarbeiten eingebaut. • Planspiel Geschäftsmodellentwicklung
Literaturempfehlungen	Gassmann, O. et al.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator Mintzberg, H. et al.: Strategy Safari: Der Wegweiser durch den Dschungel des strategischen Managements Mintzberg, H.: Die Strategische Planung: Aufstieg, Niedergang und Neubestimmung Nagel, R. und Wimmer, R.: Systemische Strategieentwicklung: Modelle und Instrumente für Berater und Entscheider Nagel, R.: Workbook zur systemischen Strategieentwicklung Osterwalder, A. et al.: Business Model Innovation Pfriem, R.: Unternehmensstrategien – ein kulturalistischer Zugang zum strategischen Management Porter, M.: Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrent
Links	
Unterrichtsprachen	

Dauer in Semestern		1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul			
Aufnahmekapazität Modul		unbegrenzt	
Modulart		je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Modullevel		MM (Mastermodul / Master module)	
Lehr-/Lernform		Seminar mit Fallstudien und Planspielen	
Prüfung	Prüfungszeiten		Prüfungsform
Gesamtmodul			Schriftl. Einzel-Ausarbeitung
Lehrveranstaltungsform	Seminar		
SWS	4		
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe		

mmc220 - Coaching und Konfliktmanagement

Modulbezeichnung	Coaching und Konfliktmanagement
Modulkürzel	mmc220
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h (26 h Präsenzzeit 154 h Einzelstudienzeit)
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt) • Breisig, Thomas (Modulverantwortung)
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	Die Studierenden sind in der Lage, die Prozessdynamik in Beratungssituationen wie Coaching und Mediation als Konfliktregelungs-, Konfliktlösungs- sowie Entwicklungsverfahren für das berufliche Tätigkeitsfeld der Unternehmensberatung zu reflektieren und die verschiedenen Beratungsformate zu unterscheiden. • Die Studierenden können Ansätze zur Veränderung von Rollenverhallten von Personen sowie der professionellen Konfliktregelung in organisationalen Kontexten entwickeln und beurteilen. • Die Studierenden können den professionellen Umgang mit Inhalts- und Beziehungsebenen, Ziel- und Prozessebenen sowie die Interaktionen zwischen Personen in Beratungsprozessen und deren Bedeutung verstehen und für den Kontext der Unternehmensberatung diskutieren. • Die Studierenden kennen durch eine sowohl theoretische als auch praktische Auseinandersetzung im Rahmen selbst entwickelter, kleiner Coaching- und Konfliktlösungsprojekte Studierenden die Beratungsverfahren Mediation und Coaching in ihren Grundzügen. • Die Studierenden können die Beratungsverfahren Mediation und Coaching kritisch reflektieren sowie im Kontext des Seminars ggf. anwenden.
Modulinhalte	Als Grundlage werden die Verfahren des Coachings und der Mediation in Verbindung mit einem psychodynamisch-systemischen Modell, welches personale und organisationsbezogene Interaktions- und Kommunikationsprozesse sowohl kontextspezifisch als auch personenbezogen berücksichtigt, exploriert und mittels fachspezifischer Grundlagen anhand mehrerer Fallbeispiele verdeutlicht und diskutiert. Die Studierenden werden eigenständig die für sie selbst im Kontext der Thematik des Moduls stehenden bedeutsamen Themen und Fragestellungen bearbeiten, die das Feld der entwicklungsfördernden und lösungsorientierten Gesprächsführung und Konfliktregelung betreffen. Im Veranstaltungsverlauf des Moduls werden diese in Projektgruppen präsentiert sowie interaktiv mit den Kommiliton_innen zur Entwicklung auch erfahrbarer neuer Erkenntnisse reflektiert.
Literaturempfehlungen	Rieforth, Joseph; Beermann-Kassner, Astrid (2017): Selbsterfahrung und Supervision. Zwei Königswege zur Entwicklung professioneller Identität. In: Konflikt Dynamik. Verhandeln, Vermitteln und Führen in Organisationen 6 (2), S. 104–113. Rieforth, Joseph (2015): Die aktuelle Situation der Mediation. In: Kontext 4, S. 412–421. Rieforth, Joseph; Graf, Gabriele (Hg.) (2014): Tiefenpsychologie trifft Systemtherapie. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. Rieforth, Joseph (2012): Prozessgestaltung bei Veränderungen in Organisationen. Das Neun-Felder-Modell als reflexiver Raum für neue Entwicklungen. In: Konfliktdynamik 1 (4), S. 328–339. Schiersmann, Christiane; Thiel, Heinz-Ulrich (2009): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss (Lehrbuch). Schreyögg, B. (2014). Emotionen im Coaching: Kommunikative Muster der Beratungsinteraktion. Berlin: Springer. Trenczek T.; Berning, D.; Lenz C. (2013) (Hrsg.): Handbuch Mediation und Konfliktmanagement. Nomos, Baden-Baden . Turck, Daniela; Faerber, Yvonne; Zielke, Christian (2007): Coaching als Instrument der Personal- und Organisationsentwicklung. Stuttgart: Kohlhammer ([W:]).

Links			
Unterrichtsprachen			
Dauer in Semestern		1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul			
Aufnahmekapazität Modul		unbegrenzt	
Modulart		je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Modullevel		MM (Mastermodul / Master module)	
Lehr-/Lernform		Blockseminar Methoden- und Anwendungsorientierung	
Prüfung	Prüfungszeiten		Prüfungsform
Gesamtmodul			Referat (Gruppenleistung) und Ausarbeitung (Einzelleistung)
Lehrveranstaltungsform	Vorlesung		
SWS	2		
Angebotsrhythmus	WiSe		

mmc230 - Supervision

Modulbezeichnung	Supervision
Modulkürzel	mmc230
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h (180h Kontakt: 56 Selbst: 124)
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Breisig, Thomas (Modulverantwortung) • Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt)
Teilnahmevoraussetzungen	Masterstudiengang Management Consulting
Kompetenzziele	Die Studierenden sind in der Lage ihr eigenes Denken und Handeln, im Kontext einer späteren beruflichen Tätigkeit als UnternehmensberaterIn, sowie in Bezug auf wissenschaftliches Arbeiten, zu reflektieren und weiterzuentwickeln. • Die Studierenden können das eigene Studienverhalten reflektieren. • Die Studierenden können den eigenen Kompetenzerwerb reflektieren. • Die Studierenden können eigene Stärken und Schwächen analysieren. • Die Studierenden können Grundlagen guter wissenschaftlicher Praxis anwenden. • Die Studierenden können problembezogene Fragestellungen aus der Fachrichtung Unternehmensberatung selbständig auf wissenschaftlicher Basis behandeln. • Die Studierenden können die eigene Person in Bezug auf ihr Denken und Handeln reflektieren. • Die Studierenden kennen die Definition, Methoden und Hintergründe der Supervision. • Die Studierenden kennen Methoden zur Analyse des eigenen Handelns. • Die Studierenden kennen die Grundlagen und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens und können eigenständig wissenschaftliche Projekte durchführen.
Modulinhalte	Die Studierenden lernen innerhalb des Moduls Theorien und Methoden bezüglich der Supervision. Der theoretische Input dient hierbei als Grundlage. Durch begleitende Aufgaben innerhalb des Portfolios lernen die Studierenden das eigene Denken und Handeln zu reflektieren. Die Methoden aus dem Bereich der Supervision werden auf den eigenen Lernprozess angewendet um einen Transfer auf die spätere berufliche Tätigkeit als UnternehmensberaterIn zu ermöglichen. In den Veranstaltungen werden Themen, wie die Identifizierung eines geeigneten Themas, einer Problemstellung und einer Forschungsfrage aus einem Teilbereich der Wirtschaftswissenschaften und die Darstellung deren Relevanz, forschungsrelevante Kompetenzen wie die Befähigung zur Literaturrecherche und Bewertung der Literatur, sowie Kompetenzen zur Erhebung und Analyse und Interpretation von Daten und Literatur und Möglichkeiten zur Präsentation und Verschriftlichung der Ergebnisse thematisiert und angewandt. Die Studierenden erschließen sich im Zuge dessen ihren gewählten thematischen Kontext selbst, entwickeln eine für das betreffende Thema relevante Forschungsfrage und wenden adäquate Strategien und Methoden zur Beantwortung und Ausarbeitung ebendieser an. Durch die Erarbeitung von Zusammenhängen von Theorie, Forschung und ggf. Praxis erlangen sie einen erweiterten Überblick über das jeweilige Schwerpunktthema. Zudem sollen durch die eigenständige und selbstverantwortliche Bearbeitung von Aufgaben in Kleingruppen Schlüsselkompetenzen in Projektmanagement, Teamarbeit und Kommunikation erworben werden. Durch die abschließende Reflexion und Dokumentation des wissenschaftlichen Vorgehens bzw. des gesamten Forschungsprozesses am Schluss der inhaltlichen Ausarbeitung werden sie zudem in die Lage versetzt, die eigenen Stärken und Schwächen im Arbeits- und Lernprozess zu reflektieren und ihre wissenschaftlichen Kompetenzen zu entwickeln. Im vierten Semester wird dieses Modul parallel zur Masterthesis absolviert. Die oder der Studierende hat auf der Grundlage einer Auseinandersetzung mit der

	Masterthesis nachzuweisen und in dem Modul zu erläutern, dass er oder sie in der Lage ist, problembezogen Fragestellungen aus der Fachrichtung des Studiengangs selbständig aus wissenschaftlicher Grundlage zu behandeln und die Arbeitsergebnisse in einem Fachgespräch zu vertiefen.
Literaturempfehlungen	Bortz, J./Döring, N. (2015): Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, 4. Aufl., Heidelberg: Springer. Brink, A. (2013): Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler. Dorniok, D./ Rubens-Laarmann, A. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Flick, U. (2011). Triangulation. Eine Einführung (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Kornmeier, M. (2011): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht – für Bachelor, Master und Dissertation, 4. Aufl., Bern: Haupt. Mayring , P. (2016): Einführung in die qualitative Sozialforschung : eine Anleitung zu qualitativem Denken / Weinheim ; Basel : Beltz. Weber, D. (2015): Wissenschaftlich Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim: Wiley.
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modulart	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht
Modullevel	MM (Mastermodul / Master module)
Lehr-/Lernform	Seminar

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Portfolio

Lehrveranstaltungsform	Seminar
SWS	4
Angebotsrhythmus	SoSe

mmc250 - Organisational Behaviour and International Leadership (englische Sprache)

Modulbezeichnung	Organisational Behaviour and International Leadership (englische Sprache)
Modulkürzel	mmc250
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h (180h Gesamt 42h Kontakt)
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	
Weitere verantwortliche Personen	Prof. Dr. Annika Wolf
Teilnahmevoraussetzungen	Basic issues of organizational behavior is useful, but not required
Kompetenzziele	Leaders in business and non-profit organizations increasingly work across national borders and in multicultural environments: with customers or suppliers abroad, or be part of a globally dispersed crossfunctional team, or an expatriate manager on an international assignment. The different contexts need an effective leader who understands well and is able to manage individual and collective behaviors in an intercultural context. Students will - identify concrete steps to enhancing intercultural leadership competence, and to be cognizant of common leadership challenges. - develop leadership skills and to reflect on behavioral tendencies by learning about organizational behavior. - learn about the decision-making processes in organizations. - evaluate how successfully leverage and integrate diverse skills and views in a team. - analyse the preference of professional relationships with a close-knit group of trusted colleagues, or with a far-flung network of acquaintances from all walks of life.
Modulinhalte	This course explores the theory and practice of international and intercultural leadership and organizational behaviour, considering insights from psychology, neuroscience, sociology and anthropology. Research and practice in communication and management provide an insight into what shapes individual and group decision making, what enhances or weakens team performance, and how we can build and use our social networks.
Literaturempfehlungen	Tba Case Studies
Links	
Unterrichtssprache	Deutsch
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modulart	Wahlpflicht / Elective
Modullevel	MM (Mastermodul / Master module)
Lehr-/Lernform	Seminar Style with guest lectures and case studies

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Presentation

Lehrveranstaltungsform	Seminar
SWS	4
Angebotsrhythmus	SoSe oder WiSe

wir801 - Organisations- und Managementkonzepte

Modulbezeichnung	Organisations- und Managementkonzepte
Modulkürzel	wir801
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Betriebswirtschaftslehre: Management und Recht (Master) > Basismodule • Master Betriebswirtschaftslehre: Management und Recht (Master) > Kernmodule CHI • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule • Master Wirtschaftsinformatik (Master) > Module der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (Master)
Zuständige Personen	• Breisig, Thomas (Modulverantwortung) • Lehrenden, Die im Modul (Prüfungsberechtigt) • Wengelowski, Peter (Modulberatung) • Gilbert, Jonathan (Modulberatung) • Breisig, Thomas (Modulberatung)
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Kompetenzziele	Die Studierenden lernen im Rahmen des Moduls ausgewählte Managementkonzepte kennen. Die jeweiligen Ziele, Instrumente und Maßnahmen der einzelnen Konzepte werden betrachtet und ihr Einsatz im betrieblichen Alltag wird kritisch reflektiert. Der (bewusste und kritische) Umgang mit unterschiedlichen Managementkonzepten wird v.a. durch Fallbeispiele und Diskussionsrunden erlernt. Die Studierenden • sind in der Lage, die Entstehung, Entwicklung und Inhalte diverser Managementkonzepte in den Kontext einer fachwissenschaftlichen Diskussion zu stellen; • sind in der Lage, zentrale Erkenntnisse der einzelnen Managementkonzepte zu analysieren und auf praktische Fragen aus dem Bereich Organisation und Management zu übertragen; • stärken durch das fachliche und didaktische Konzept ihre Selbstreflexionsfähigkeit und ihren eigenen Standpunkt in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung.
Modulinhalte	Die Studierenden erhalten im Rahmen des Moduls vertiefende Einblicke in unterschiedliche Managementkonzepte, darunter: • Lean Management • Change Management • Qualitätsmanagement • Business Process Reengineering Durch Präsentationen und Diskussionen in den Seminaren können diese Themenbereiche theoretisch vertieft und praktisch untersucht werden, so dass entsprechend der studentischen Interessen und aktueller Entwicklungen im Fachgebiet weitere Fokussierungen vorgenommen werden können, u. a. Balanced Scorecard, lernende Organisation, Unternehmenskultur, Mitbestimmung, Netzwerke, Diversity Management, Management by Objectives.
Literaturempfehlungen	Breisig, T. (2015), Betriebliche Organisation, 2. Auflage, NWB, Herne. Neumann, R. / Graf, G. (Hrsg.) (2007), Management-Konzepte im Praxistest: State of the Art - Anwendungen – Erfolgsfaktoren, Linde, Wien. Walter, S. (2009), Managementkonzepte von A bis Z. Managementtheorien, Führungsstrategien, Führungstools, Gabal, Offenbach. Weitere Literatur entsprechend Bekanntgabe in den Veranstaltungen.
Links	www.uol.de/orgpers
Unterrichtssprache	Deutsch
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	jährlich
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Hinweise	Das Modul muss im Masterstudiengang Wirtschafts- und Rechtswissenschaften als Basismodul von allen Schwerpunkten gewählt werden.
Modulart	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht
Vorkenntnisse	Praktische Erfahrungen; Kenntnisse aus den Bachelor-Modulen: Organisation und Human Resource Management

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	in Abhängigkeit von der jeweiligen Prüfungsform im Laufe des Semesters oder zum Ende der Vorlesungszeit oder zum Ende des Semesters	Hausarbeit oder Referat oder Klausur oder mündliche Prüfung oder Portfolio oder Projektbericht (Festlegung und Bekanntgabe durch Dozent/in zu Veranstaltungsbeginn)

Lehrveranstaltungsform	Kommentar	SWS	Angebotsrhythmus	Workload Präsenz
Vorlesung		2		28
Seminar		2		28
Präsenzzeit Modul insgesamt				56 h

Abschlussmodul

mam - Masterarbeit (mit Kolloquium)

Modulbezeichnung	Masterarbeit (mit Kolloquium)		
Modulkürzel	mam		
Kreditpunkte	30.0 KP		
Workload	900 h		
Verwendbarkeit des Moduls	• Master Management Consulting (Master) > Abschlussmodul		
Zuständige Personen			
Teilnahmevoraussetzungen			
Kompetenzziele	Das Verfassen der Masterthesis versetzt die Studierenden in die Lage selbstständig eine komplexe Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu analysieren, einen theoretischen Bezugsrahmen zu entwickeln und aufbauend hierauf eine geeignete Problemlösung zu erarbeiten. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung): Die Studierenden können ganzheitlich, interdisziplinär und vernetzt denken. Sie können wissenschaftliche Methoden anwenden und reflektieren. Sie können strategisch ausgerichtete Problemstellungen umfassend analysieren. Sie können einen zur Problemstellung passenden konzeptionellen Bezugsrahmen entwickeln. Sie können eine geeignete strategische Problemlösung erarbeiten und diese operativ ausgestalten. Sie können das Ergebnis inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit dokumentieren. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz): Sie kennen und verstehen den Managementprozess. Sie kennen ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie kennen die betriebswirtschaftlich und für die Arbeit relevanten Methoden, Ansätze und Theorien. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen wie man einen theoretischen Bezugsrahmen wissenschaftlich korrekt auf eine praktische Problemstellung überträgt. Sie wissen wie man Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt.		
Modulinhalte	Inhaltlich umfasst das Modul die wissenschaftliche Übertragung der erworbenen Managementkompe-tenzen auf eine komplexe Problemstellung. Die gestellte Aufgabe ist zielorientiert zu bearbeiten und zu lösen- Das Ergebnis wird inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit dokumentiert. Ganzheitliches, vernetztes Denken spielt ebenso wie Selbst- und Zeitmanagement, Kommunikations-fähigkeit und Durchsetzungsvermögen eine entscheidende Rolle.		
Literaturempfehlungen			
Links			
Unterrichtsprachen			
Dauer in Semestern	1 Semester		
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt		
Modulart	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht		
Modullevel	---		
Lehr-/Lernform	Masterthesis		
Prüfung	Prüfungszeiten		Prüfungsform
Gesamtmodul			Masterthesis
Lehrveranstaltungsform	Seminar		
SWS	2		

Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe