



management, psychologie & leadership.

Komplexe Entscheidungsprozesse
verstehen und gestalten

SHORT FACTS

- Start: Sommersemester 2019
- Dauer: 16 Tage
- ECTS: 20
- Sprache: Deutsch
- Teilnahmeentgelt: EUR 4.490,-
- Anrechenbar auf Executive Master-Studiengänge

einführung.

Eindimensionales Denken und Handeln führt in der Wirtschaftspraxis allzu oft in eine Sackgasse. Wer heute in einer führenden Position Entscheidungen zu treffen hat, braucht dazu die Fähigkeit, unterschiedliche Perspektiven einzunehmen und die aktuellen Erkenntnisse aus einer Vielfalt von Disziplinen miteinander zu verknüpfen. Der Lehrgang Management, Psychologie & Leadership spannt einen weiten Bogen von der Ökonomik über die Philosophie bis zu den Humanwissenschaften. Dabei wird ein besonderer Wert auf die Vertiefung gelegt, wo Aktualität und praktische Anwendung dies verlangen. Die in einer Atmosphäre der geistigen Offenheit gewonnenen Einsichten bilden eine robuste Grundlage für das Gefühl der Selbstwirksamkeit und damit den beruflichen Erfolg.

zielgruppen.

Der Zertifikats-Lehrgang bietet eine attraktive Möglichkeit der berufsbegleitenden Aus- und Fortbildung für Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aller Managementebenen, die das Ziel verfolgen

- ihre aktuelle Managementposition professioneller auszuüben oder sich für neue, höherwertige Aufgaben besser zu qualifizieren;
- ihr Wissen über managementrelevante Aspekte der (Wirtschafts-)Psychologie zu erweitern und dieses in den konkreten Bezugsrahmen der Interaktion mit Menschen, Organisationen und Märkten zu stellen;
- ihre Rolle als Führungskraft zu reflektieren und sich persönlich weiterzuentwickeln.

ziele / nutzen.

Nach Absolvierung des Zertifikats-Lehrgangs Management, Psychologie & Leadership – Komplexe Entscheidungsprozesse verstehen und gestalten

- kennen Sie die Grundprinzipien der Informationsökonomie und ihre Aus- bzw. Rückwirkungen auf die Psychologie von Märkten;
- sind Sie mit philosophischen Grundpositionen sowie humanwissenschaftlichen und systemisch-konstruktivistischen Sichtweisen vertraut, die neue Perspektiven erschließen;
- haben Sie sich mit klassischen Entscheidungsmodellen und jüngeren neurowissenschaftlichen Erkenntnissen auseinander gesetzt;
- haben Sie die Grundlagen der Organisationspsychologie kennen gelernt und Theorien der Führung von Individuen und Gruppen reflektiert;
- kennen Sie Modelle zur Analyse und Erklärung des – nicht immer rationalen – Verhaltens von Konsumenten;
- haben Sie Ihre individuelle Führungsverantwortung vor dem Hintergrund der immer wichtiger werdenden Prinzipien von Corporate Governance und Ethik reflektiert und können Ihr eigenes Managementhandeln entsprechend ausrichten.

Dieser Zertifikats-Lehrgang kann auf die von der internationalen Akkreditierungsagentur FIBAA mit Premiumsiegel ausgezeichneten und in Zusammenarbeit mit renommierten Partneruniversitäten angebotenen Master-Studiengänge MBA und MSc angerechnet werden.

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
PSYCHOLOGIE IM MANAGEMENT	2	VOM WAHRNEHMEN ZUM ENTSCHEIDEN: PHILOSOPHIE, NEUROBIOLOGIE, ERKENNTNISTHEORIE	2
Management-relevante Ergebnisse aus der modernen Gehirnforschung		Philosophische Grundpositionen	
Psychologische Grundlagen einer kompetenz- und lösungsorientierten Kommunikationsgestaltung		Wahrnehmungs- und Erkenntnistheorien	
Nutzung von Teamarbeit aus psychologischer Perspektive		Wissen und Verstehen	
Zusammenhänge von Motivation, Leistungsorientierung und Sinnerleben		Entscheidungstheorie	
Prinzipien eines wirksamen Zusammenspiels von Rationalität und intuitivem Wissen		Erkenntnisse aus den Neurowissenschaften	
		Logik	
		Implikationen für ökonomische Theoriebildung	
ENTSCHEIDUNGEN IM MARKTKONTEXT	1	PSYCHOLOGIE & MARKTVERHALTEN	2
Funktionsweise von Märkten: dynamische und komplexe Systeme		Wege zur Beeinflussung von Einstellungen	
Komplexität		Knaptheit als Verkaufsargument: Psychologische Reaktanz im Konsumentenverhalten	
Informationswert		Wenn Widersprüche das Verhalten lenken: Psychologische Konsistenz im Konsumentenverhalten	
Entscheidungen gegen die Natur versus Entscheidungen im Markt		Beeinflussung in der Verkäufer-Kunde-Interaktion	
Methodisch interaktive Entscheidungsspiele		Unbewusste Einflüsse auf das Marktverhalten	
		Preiswahrnehmung	
MENSCH UND ORGANISATION, ARBEIT UND MOTIVATION	2	PERSONALE UND ORGANISATIONALE FÜHRUNG: NEUE DENK- UND HANDLUNGSWEISEN	2
Grundkonzepte der Organisation: Theorien, Modelle und ihre Konsequenzen		Anforderungen an Führungskräfte in Zeiten wachsender Komplexität	
Organisationskulturen zwischen Stabilität und Innovation		Antworten aus der Führungsforschung: innovative Führungskonzepte	
Mensch und Organisation: eine schwierige Beziehung		Kernelemente des transformationalen Führungsstils	
Die Veränderung der Arbeitswelt		Beispiele aus der Führungspraxis: Mitarbeitermotivation durch gezielte Personalentwicklung	
Berufliche Leistung: Anforderungen an Mitarbeiter gestern – heute – morgen		Gezielte Führungskräfteentwicklung durch Coaching und Aufwärtsfeedback	
Strategien und Ansätze der Personalarbeit: Reaktionen auf den Mangel an qualifizierten Mitarbeitern			
Macht in Organisationen: Mikropolitik und ihre Auswirkungen		FÜHRUNG UND VERANTWORTUNG: ENTWICKLUNG DES EIGENEN LEADERSHIP-MODELLS	2
Konflikt: Wie können Konflikte produktiv bewältigt werden?		Was bedeutet Verantwortung im Kontext von Führung und was nicht?	
		Raus aus dem „Schuld-Paradigma“	
ORGANISATIONSENTWICKLUNG: SYSTEMATISCHER WANDEL VON STRUKTUR UND KULTUR	2	Output, Strukturen und Werte als Kernaufgaben verantwortlicher Führung	
Praxisorientiertes Seminar auf Basis der Teilnehmererfahrungen		Delegieren als Kernprozess	
Balance von theoretischen Impulsen und Reflexionseinheiten		Als Führungskraft auftreten	
Verwendung von transferorientierten Managementsimulationen		Hierarchie-Kompetenz entwickeln	
Themenfelder sind u.a. Umgang mit Veränderungen, Was bestimmt und was verändert Organisationskulturen?		Die eigene Unabhängigkeit pflegen	
Ebenen der Organisationskultur, Phasenmodell zum Veränderungsmanagement, Kollegiale Fallberatung u.a.		Schlechte Nachrichten und unpopuläre Entscheidungen als „Nagelprobe“	
MANAGEMENT & ETHIK	1		
Kenntnis in ethischen Möglichkeiten, Geschichte der Ethik, Ethikrichtungen und -typen, Führungsgrundsätze			
Das Gewissen eines Managers			
Tugenden des Managers			
Ethik in der Managementpraxis			
Kosten ethischer versus unethischer Führung			
9 MODULE · 16 PRÄSENZTAGE* · 20 ECTS			

*exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeit, Abschlussarbeit, u.ä.

dozenten (auszug).

Dr. Reinhold Bartl

Diplom-Psychologe, selbstständiger Berater, Coach und Referent, Leiter des Milton Erickson Instituts Innsbruck / Tirol

Dr. Martin Carmann

Berater, Trainer und Inhaber Carmann Consulting GmbH, Wien / Österreich

Dr. Hans Rudi Fischer

Gründer und Geschäftsführer bei der zsfb GmbH, Organisationsberater, Coach und Ausbilder, Heidelberg / Deutschland

PD Dr. Jürgen Kaschube

Wirtschaftspsychologe, Inhaber einer Unternehmensberatung, Salzburg / Österreich

Ulf D. Posé

Selbstständiger Berater und Trainer, ehrenamtlicher Präsident des Ethikverbandes der Deutschen Wirtschaft e.V., Mönchengladbach / Deutschland

Em. Univ.-Prof. Dr. Klaus Schredelseker

Professor am Institut für Banken und Finanzen, Universität Innsbruck / Tirol

Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl

Selbstständiger Unternehmensberater, Forschungspartner an der Interdisziplinären Abteilung für Verhaltenswissenschaftlich Orientiertes Management, Wirtschaftsuniversität Wien / Österreich

Dipl.-Psych. Frank von der Reith

Partner der osb international und geschäftsführender Gesellschafter der osb Hamburg GmbH, Hamburg / Deutschland

wissenschaftliche leitung / wissenschaftlicher beirat.



Univ.-Prof. Dr. Heinz K. Stahl



Dr. Reinhold Bartl