



# 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
<b>PSYCHOLOGIE IM MANAGEMENT</b>	2	<b>VOM WAHRNEHMEN ZUM ENTSCHEIDEN: PHILOSOPHIE, NEUROBIOLOGIE, ERKENNTISTHEORIE</b>	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	
<b>ENTSCHEIDUNGEN IM MARKTKONTEXT</b>	1	<b>PSYCHOLOGIE &amp; MARKTVERHALTEN</b>	2
Funktionsweise von Märkten: dynamische und komplexe Systeme		Wege zur Beeinflussung von Einstellungen	
Komplexität		Knappheit 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	
<b>MENSCH UND ORGANISATION, ARBEIT UND MOTIVATION</b>	2	<b>PERSONALE UND ORGANISATIONALE FÜHRUNG: NEUE DENK- UND HANDLUNGSWEISEN</b>	2
Grundkonzepte der Organisation:		Anforderungen an Führungskräfte in Zeiten wachsender Komplexität	
Theorien, Modelle und ihre Konsequenzen		Antworten aus der Führungsforschung: innovative Führungskonzepte	
Organisationskulturen zwischen Stabilität und Innovation		Kernelemente des transformationalen Führungsstils	
Mensch und Organisation: eine schwierige Beziehung		Beispiele aus der Führungspraxis: Mitarbeitermotivation durch gezielte Personalentwicklung	
Die Veränderung der Arbeitswelt		Gezielte Führungskräfteentwicklung durch Coaching und Aufwärtsfeedback	
Berufliche Leistung: Anforderungen an Mitarbeiter gestern – heute – morgen			
Strategien und Ansätze der Personalarbeit: Reaktionen auf den Mangel an qualifizierten Mitarbeitern		<b>FÜHRUNG UND VERANTWORTUNG: ENTWICKLUNG DES EIGENEN LEADERSHIP-MODELLS</b>	2
Macht in Organisationen: Mikropolitik und ihre Auswirkungen		Was bedeutet Verantwortung im Kontext von Führung und was nicht?	
Konflikt: Wie können Konflikte produktiv bewältigt werden?		Raus aus dem „Schuld-Paradigma“	
		Output, Strukturen und Werte als Kernaufgaben verantwortlicher Führung	
<b>ORGANISATIONSENTWICKLUNG: SYSTEMATISCHER WANDEL VON STRUKTUR UND KULTUR</b>	2	Delegieren als Kernprozess	
Praxisorientiertes Seminar auf Basis der Teilnehmererfahrungen		Als Führungskraft auftreten	
Balance von theoretischen Impulsen und Reflexionseinheiten		Hierarchie-Kompetenz entwickeln	
Verwendung von transferorientierten Managementsimulationen		Die eigene Unabhängigkeit pflegen	
Themenfelder sind u.a. Umgang mit Veränderungen, Was bestimmt und was verändert Organisationskulturen?		Schlechte Nachrichten und unpopuläre Entscheidungen als „Nagelprobe“	
Ebenen der Organisationskultur, Phasenmodell zum Veränderungsmanagement, Kollegiale Fallberatung u.a.			
<b>MANAGEMENT &amp; ETHIK</b>	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			
<b>9 MODULE · 16 PRÄSENZTAGE* · 20 ECTS</b>			

\*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