

Kreatives Management

Berufsbegleitender MBA-Studiengang



Kreativität entfalten.

Kreativität und Innovation – Kernkompetenzen des Erfolges

Navigator zum berufsbegleitenden MBA Studiengang



Kreativität als Erfolgsfaktor

Kreatives Management
Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Das wirtschaftliche Umfeld ist veränderlicher, herausfordernder und komplexer als je zuvor. Führungskräfte müssen zukünftig noch wesentlich besser in der Lage sein, mit der Komplexität des Umfeldes umzugehen, indem sie lern- und zukunftsfähige Organisationen gestalten, entwickeln und führen. Kreativität wird dabei zum wichtigsten Erfolgsfaktor in der Unternehmens- und Führungsentwicklung.

Führungskräften und Professionals mit übergreifender unternehmerischer Verantwortung bietet der MBA Kreatives Management das ideale berufsbegleitende Studienkonzept auf höchstem akademischen Niveau. Das kreative MBA-Programm fördert die Entwicklung ihrer Management-, Leadership- und Innovationskompetenzen. Durch die Interaktion mit Managern aus verschiedenen Branchen entsteht ein wertvolles Netzwerk bei dem die Studierenden vom branchenübergreifenden Lernen profitieren.

Führungskräfte die über Kreativität und Innovationskraft verfügen, sind im Wettbewerb klar im Vorteil. Ihre Firmen werden zu Outperformern. Das ist beispielsweise an den innovativen Ideen eines *Steve Jobs* deutlich geworden, die ganze Branchen revolutioniert haben.

Kreativität braucht Struktur.

Jeder ist auf seine Weise kreativ! Auf Basis des CREA LEADERSHIP® Kompetenzmodells können die unterschiedlichen kreativen Stärken eines jeden strukturiert im Innovationsprozess eingesetzt werden. Alle fünf Kompetenzfelder werden in der Ausbildung des MBA systematisch gefördert und weiterentwickelt.

Kreativität ist das Tor zur Innovation.

Hier setzt die Hochschule Ansbach an und geht mit dem MBA Kreatives Management konsequent ihren Weg weiter als eine der innovativsten, erfolgreichsten und beliebtesten Hochschulen Deutschlands. Grundlage des einzigartigen MBAs sind unsere Forschungsarbeiten, die wir über viele Jahre in Bezug auf Kreativität und Leadership durchgeführt haben. Laut einer *IBM CEO Studie* bleibt Kreativität die wichtigste Führungsqualität der Zukunft.

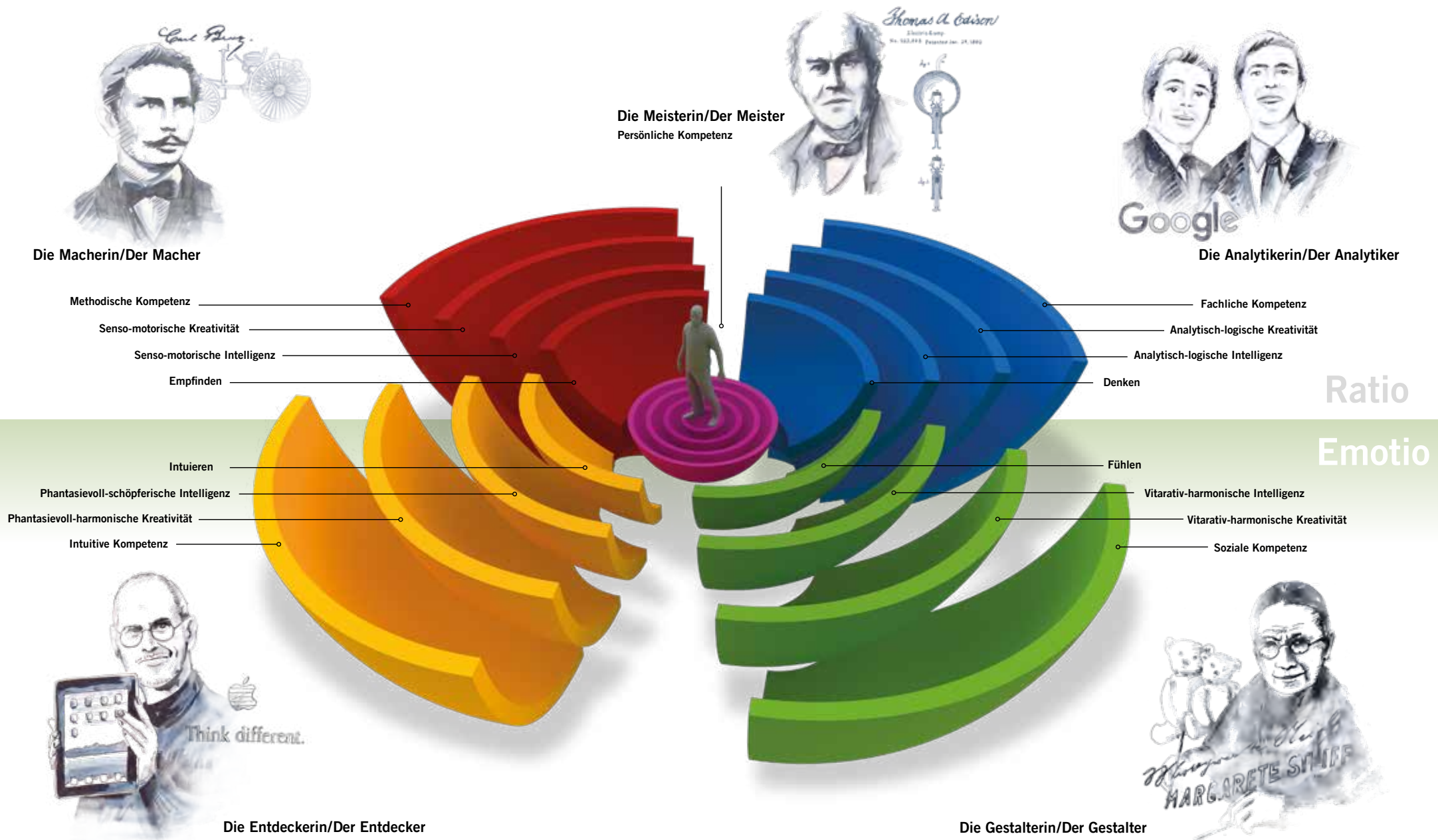
Für den künftigen Erfolg eines Unternehmens werden Kernfähigkeiten wie hohe Veränderungs- und Innovationsbereitschaft, Geschwindigkeit und Flexibilität eine entscheidende Rolle spielen. Die Anforderungen an die Führung von Organisationen werden durch die tiefgreifenden Veränderungen weiter steigen. Veränderung, organisationales Lernen und Innovation müssen eine Konstante werden.

Führungskräfte sind besonders gefordert, Rahmenbedingungen für kreative Problemlösungsprozesse zu schaffen. Der berufsbegleitende MBA-Studiengang Kreatives Management liefert Handlungsansätze und Antworten. Kreative Manager führen ihre Unternehmen, so genannte Standouts, mit bis zu sechs Mal höheren Wachstumsraten und Erfolgsquoten als ihre Wettbewerber.

Prof. Dr. Jochem Müller, Dipl.-Kfm. Jürgen Rippel

Hochschule Ansbach, www.hs-ansbach.de/kma
Alle MBA Informationen finden Sie hier: www.mba-kma.de
E-Mail info@mba-kma.de





Das Wichtigste auf einen Blick

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Vorteile für Firmen und Studierende

Die Studierenden profitieren von den persönlichkeitsbildenden Lehrinhalten des berufsbegleitenden MBA-Studienganges. Die Firmen verbessern durch kreative Mitarbeiter Ihre Innovations- und Zukunftsfähigkeit. Der MBA-Studiengang ist ein wertvolles Instrument, um sich auf die künftigen Anforderungen des Marktes auszurichten:

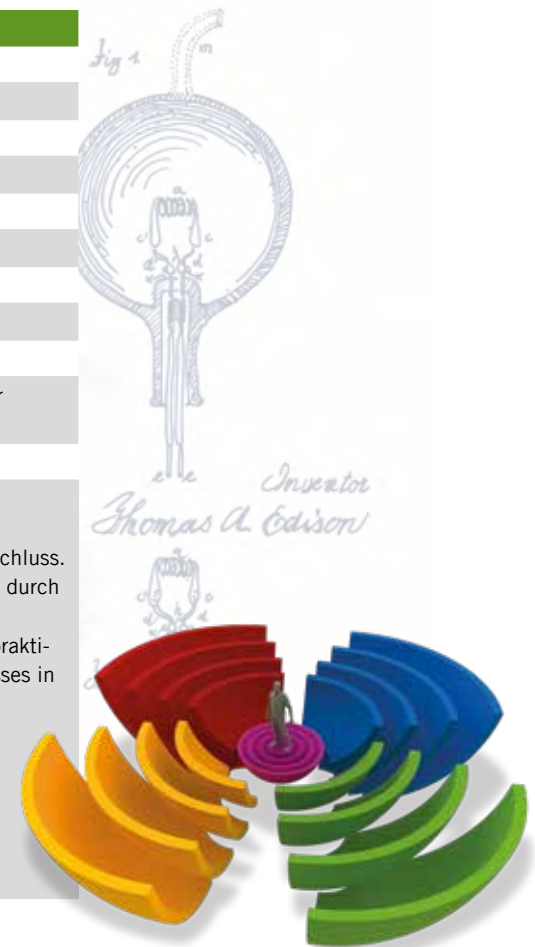
- Fördert die Kreativität als wichtigste Führungsqualifikation und steigert die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.
- Ermöglicht eine systematische und ganzheitliche Entwicklung der Mitarbeiterkompetenz und eröffnet Karrierechancen.
- Schafft eine erhöhte Mitarbeiterbindung durch die Möglichkeit des berufsbegleitenden Studiums, insbesondere für Fachkräfte mit Bachelorabschluss und/oder langjähriger Berufserfahrung.
- Bewährte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den eigenen Reihen fortzubilden, verringert die Wahrscheinlichkeit, eine wichtige Position mit unbekannten Nachwuchskräften fehlzubesetzen.
- Durch Unterstützung der Leistungsträger, ein berufsbegleitendes Studium zu durchlaufen, können Sie das Unternehmensimage erheblich verbessern und die Attraktivität als Arbeitgeber steigern.
- Die berufsbegleitenden Studierenden unterstützen die Verzahnung von Hochschule und Unternehmen und unterstützen einen kontinuierlichen Wissensaustausch zwischen Theorie und Praxis.

Factsheet

Abschluss	Master of Business Administration (MBA)
Profil	Weiterbildungs-Studiengang, berufsbegleitend
Akkreditierung	Akkreditierter MBA-Studiengang
Regelstudienzeit	4 Semester
ECTS-Punkte	90 ECTS-Punkte bei Studienabschluss
Anzahl der Studierenden	max. 15 Personen
Investition	3750€ pro Semester
Programmsprache	Deutsch
Masterangebot seit	2010
Anmeldefristen	Sommersemester: 01. November bis 15. Januar Wintersemester: 01. Mai bis 15. Juli
Studienbeginn	15. März und 01. Oktober

Zulassungsbedingungen

- 1. Hochschulabschluss:** Bachelor, Diplom, Magister oder gleichwertiger Abschluss.
- 2. Gesonderte Eignungsprüfung:** Nachweis der studienspezifischen Eignung durch einen Test bzw. ein Auswahlgespräch.
- 3. Berufstätigkeit:** Mindestens 12-monatige Berufstätigkeit oder relevante praktische Tätigkeit nach Studienabschluss. Im Sinne des Durchlässigkeitsprozesses in der Berufsbildung werden die während eines Dualen Bachelorstudiums erbrachten Praxiszeiten auf akademischen Niveau, einer nach Nr. 1 abgeschlossenen qualifizierten berufspraktischen Erfahrung gleichgesetzt.
- 4. Sprachkenntnisse:** Nachweis der erforderlichen deutschen Sprachkenntnisse von Studienbewerbern und Studienbewerberinnen, die ihre Studienqualifikation nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben haben.



Einzigartiger Master-Studiengang

- Innovative, ganzheitliche Managementausbildung
- Praxisnahe Wissensvermittlung durch erfahrene Experten
- Berufsfreundliche Präsenzphasen in nur 3 Semestern
- Master-Thesis im eigenen Unternehmen möglich
- Beginn: 15. März (Sommersemester), 01. Oktober (Wintersemester)

Tel.: 0981-4877-179

E-Mail: studierendenservice.kma@hs-ansbach.de

www.mba-kma.de

1. Semester: Kreativität und Management

Startpunkt

Kreativität als entscheidende
Führungskompetenz,
Wissenschaftliches Arbeiten

Modul 1

Kreatives Marketing Management

Modul 2

Controlling und Business Exzellenz

Modul 3

Crea Matching – Rollen und
Kompetenzen

Modul 4

Strukturierte Kreativität

2. Semester: Kreativität und Leadership

Modul 5

CREA LEADER und
Wertesystem

Modul 6

Intuition und Entscheidungs-
findung

Modul 7

Mental- und
Erfolgstraining

Modul 8

Erlebnisorientiert Präsentieren
und Begeistern

3. Semester: Internationalität und Interdisziplinarität

Modul 9

Interkulturelles Management
TOP-LEADER Storytelling

Modul 10

Kunst und Design

Modul 11

Multimedia und Kommunikation

Modul 12

Kreative Systemische
Analyse

4. Semester: Master-Thesis

Review

Rückblick und
Festlegung der Master-Thesis

Master-Thesis

Wissenschaftliche Abschlussarbeit
zum MBA

Kreativität entfalten.



1. Semester Kreativität und Management

Kreativität ist die wichtigste
Führungsqualifikation der Zukunft.
Komplexität des wirtschaftlichen Umfelds
erfordert kreatives Management.



Startpunkt

Erfolgreich zum MBA

Kreatives Management
Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

1. Semester: Kreativität und Management

Ziel:

Kennenlernen,
Schlüsselinformationen
und -kompetenzen

Inhalte:

Immatrikulation und
Kennenlernen, Einführung zum
Master und Informationen
für eine erfolgreiche
wissenschaftliche Arbeitsweise

**Ankommen, gemeinsam gut starten
und erfolgreich den Master absolvieren.**
**Alle wichtigen Infos und Hinweise
erhalten Sie bei dem für Sie veran-
stalteten Master-Startpunkt.**

Erfolgreich beginnen

Sie zünden Ihren Karriere-Turbo.
Sie lernen uns kennen und die
Teilnehmer, mit denen Sie den Master
gemeinsam absolvieren. Wir leben
mit Ihnen von Anfang an ein lebendiges
Netzwerk „Kreatives Management“
und unterstützen Sie optimal, damit
Sie systematisch zum Studienerfolg
gelangen.

Erfolgreich absolvieren

Sie möchten sich bestens qualifizieren
und erfolgreich abschließen, deshalb
erfahren Sie am ersten Tag alles Wich-
tige über den Master aus erster Hand.
Bei einem Expertenvortrag mit Workshop
am nächsten Tag bekommen Sie exklusiv
und konzentriert wichtige Schlüssel-
informationen zum effizienten wissen-
schaftlichen Arbeiten.

Vorgehensweise:

Infoveranstaltung mit Expertenvortrag & Workshop

Expertenvortrag & Workshop:

Effizientes wissenschaftliches Arbeiten

- Erlernen wichtiger Tools
- Erfolgreiches Zeitmanagement
- Zugänge zu Fachwissen
- Umgang mit Medien
- Tipps zur Informationsbeschaffung,
-auswertung und -bewertung
- Konventionen und Qualität
- u.v.m.



Modul 1

Kreatives Marketing Management

Inhalte

1. Semester: Kreativität und Management

Ziel:
Kreatives Marketing Management
als visionäres, ganzheitliches und
nachhaltiges Denken für den
unternehmerischen Erfolg verstehen

Inhalte:
Fachliche Einweisung.
Neue Marketing-Philosophie.
Marktforschung. CREA LEADERSHIP.
Projektmanagement nach crea-m5

**Aus der Vision einzelner Weniger
entstehen innovative Produkte und
Dienstleistungen. Kreatives Marketing
versteht sich als marktorientierte
Führung, die immer wieder neue
Angebote mit einem nachhaltigen
Mehrwert für die Kunden hervorbringt.
Mit Hilfe der Marktforschung werden
kreative Strömungen frühzeitig wahr-
genommen.**

Fachliche Einweisung
Dieses Modul bereitet den Paradigmen-
wechsel im Marketing vor. Kreativität
als der Motor für Veränderung. Die neue
Marketing-Philosophie wird vorgestellt.
Methodisch wird dieser Weg durch die
Innovations- und Projektmanagement-
methode crea-m⁵® begleitet.

Neue Marketing Philosophie
Das Neue Marketing versteht sich
als ganzheitliche Betrachtungsweise
eines relevanten Marktes. Es ist eine
umfassende Philosophie, die eine
marktorientierte Unternehmens-

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

führung ermöglicht. Die Philosophie
des „CREA LEADERSHIP“ nimmt
dabei eine Schlüsselrolle ein.

Kreative Manager, die visionär, ganz-
heitlich und nachhaltig denken, werden
ihr Unternehmen zukünftig zu Spitzen-
leistungen führen. Die zentrale Frage
lautet, welche nachhaltige Leistungs-
erbringung einen Mehrwert für die
heutigen Konsumenten und für
künftige Generationen liefert?

Projektmanagement nach crea-m⁵®

Aus über 140 praxisorientierten Pro-
jekten wurde wissenschaftlich die neue
Innovations- und Projektmanagement-
methode crea-m⁵® entwickelt. crea-m⁵®
gibt den Führungskräften einen klaren
Handlungsrahmen mit fünf Phasen vor,
in dem der Kreativitätsprozess gezielt
gesteuert werden kann. Der Kreativ-
und Veränderungsprozess erhält einen
systematischen Rahmen und wird gezielt
initiiert und begleitet.



Vorgehensweise:
Vorlesung

Kompetenzschwerpunkte:
Fachliche und methodische Kompetenz

Literatur:
Skript zur Vorlesung
Müller, Jochem, Rippel, Jürgen, CREA LEADERSHIP –
Der kreative Weg zur Innovation, Marktia Publishing,
2011, ISBN-13: 978-3-98-146180-0

Modul 2

Controlling und Business Exzellenz

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

1. Semester: Kreativität und Management

Ziel:

Controlling und Business
Exzellenz als Erfolgstreiber
begreifen

Inhalte:

Einführung in das Controlling.
Neuausrichtung des Controlling.
Grundkonzepte der
Business Exzellenz

**Controlling als ganzheitlicher Führungs-
ansatz zur Erzielung nachhaltiger und
exzellenter Ergebnisse. Philosophie
der kontinuierlichen Weiterentwicklung
für die Verbesserung des Unternehmens-
erfolges.**

Ein wichtiger Baustein für die über-
greifende Koordination und Gesamtsicht
auf das Unternehmen ist das Control-
ling. Controlling versteht sich dabei
als beratender und proaktiver Informati-
onslieferant für das Management.
Die Forderung nach einer kreativen
Unternehmensführung im Sinne von
CREA LEADERSHIP® hat zwingend auch
Auswirkungen auf das Controlling.
Ein isoliertes, rationales Denken muss
sich zu einem holistischen Denken
entwickeln. Insbesondere die vitarative
und intuitive Seite der Unternehmens-
führung wird heute noch zu wenig in
die Steuerung des Unternehmens ein-
bezogen. Ein kreatives Controlling unter-
stützt das Management, die Philosophie
einer „crea-corporate“ in die Tat umzu-
setzen und den Aufbau des Kreativ-
potentials nachzuvollziehen und zu
steuern. Aus dem Kreativitätspotenzial
erwachsen die neuen Visionen und
Ideen für den langfristigen Unter-
nehmenserfolg.

Business Exzellenz

Ein zentraler Baustein des Business
Exzellenz Modells ist eine systematische
Selbstbewertung und Analyse des Ist-
Zustandes bevor Maßnahmen zur Quali-
tätssicherung bzw. -verbesserung und des
Benchmarking begonnen werden. Durch
die Selbstbewertung stoßen Unterneh-
men auf ihre Potentiale und Stärken und
haben so mögliche Verbesserungen vor
Augen. Sie lernen, was Business Exzel-
lenz speziell für sie bedeutet, welche
Fortschritte sie bereits gemacht haben
und wo sie im Vergleich zu anderen
stehen. Business Exzellenz zeigt auf,
wie eine Kultur und Umwelt geschaffen
werden kann, die kontinuierliche Ver-
besserung fördert. Den Mitarbeitern wird
Neues abverlangt: Kreativität, Mitdenken,
Selbstorganisation, Selbststeuerung,
teamorientiertes Arbeiten, Übernahme
von Verantwortung.

Vorgehensweise:

Vorlesung und Teamarbeit, Expertenvorträge

Kompetenzschwerpunkte:

Methodische und fachliche Kompetenz

Literatur:

Skript zur Vorlesung

Weber, Jürgen, Schäffer, Utz, Einführung in das
Controlling, Schäffer Poeschel, 14. Auflage, 2014,
ISBN-13: 978-3791032412

Pritzelmaier, Bernd, Controlling: Grundlagen, Praxis,
Handlungsfelder, Pearson Studium, 2013
ISBN-13: 978-3868941043

Jochem Müller, Ulrich Sauter, Intuitives Controlling,
Eul-Verlag, 2009, ISBN-13: 978-3-89936-842-0



Modul 3

Crea Matching – Rollen und Kompetenzen

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

1. Semester: Kreativität und Management

Ziel:

Teamprozesse erkennen, verstehen
und eigenständig steuern;
CREA LEADERSHIP Kompetenzmodell
als wirkungsvolles Instrument der
Kompetenz- und Teamentwicklung

Inhalte:

CREA LEADERSHIP®
Rollen und Kompetenzen,
Persönlichkeitsentwicklung,
Teamentwicklung

Erlernen Sie gezieltes Rollen- und Kompetenzmanagement. Steuern Sie die Stärken Ihres Teams und nutzen Sie ideale Teambildung für Ihren Erfolg. Fundament ist das CREA LEADERSHIP® Kompetenzmodell. Es bildet die pädagogische Grundlage.

Das Kompetenzmodell

Module des MBA-Studienganges sind pädagogisch so ausgerichtet, dass sie harmonisch ineinander greifen und die kreative Persönlichkeit anregen. Basis der Ausbildung ist das CREA LEADERSHIP® Kompetenzmodell, das fünf Kompetenzen berücksichtigt. Ein Novum in der deutschen Hochschullandschaft ist die Ausbildung der 5. Kompetenz, die intuitive Kompetenz. Für das Management ist die Intuition sehr wichtig. Vor allem im Innovationsprozess der Unternehmen spielt die Intuition eine Schlüsselrolle für neue, kreative Ideen.

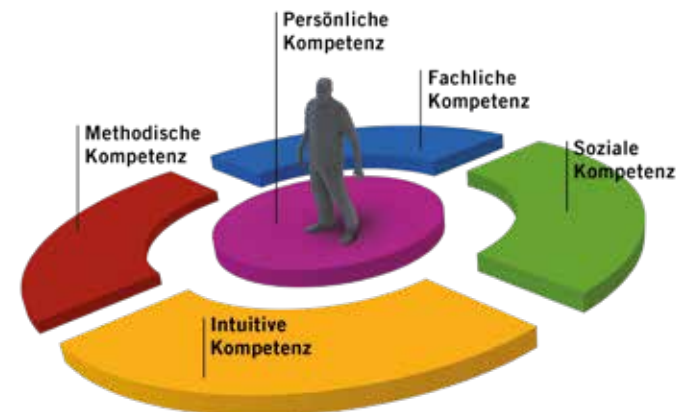
Handlungskompetenzen sind die Grundvoraussetzungen für die Leistungsfähigkeit der einzelnen Teammitglieder bzw. des Teams. Die synergetische Kraft der einzelnen Kompetenzen entschei-

det über den Erfolg der gemeinsamen Mission. Aufgrund dieser Besonderheit hat CREA LEADERSHIP® ein gezieltes Kompetenzmodell entwickelt, um die Individual- und Teamkompetenzen optimal zusammenzustellen und im Zeitablauf weiter zu entwickeln. Dabei kann die Eigen- und Fremdperspektive genutzt werden, um ein möglichst ganzheitliches Bild von einer Person oder einer Gruppe zu gewinnen. Durch die Erstellung von Ist- und Sollprofilen lässt sich ein dynamischer Prozess der Kompetenzentwicklung gestalten.

Vorgehensweise:
Vorlesung

Kompetenzschwerpunkte:
Soziale und persönliche Kompetenz

Literatur:
Skript zum Seminar
Müller, Jochem, Rippel, Jürgen, CREA LEADERSHIP -
Der kreative Weg zur Innovation, Marktia Publishing,
2011, ISBN-13: 978-3-98-146180-0



Modul 4

Strukturierte Kreativität

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

1. Semester: Kreativität und Management

Ziel:

Erhöhung des kreativen Potenzials der Teilnehmer, aktives und strukturiertes Innovationsmanagement

Inhalte:

Phasen der strukturierten Kreativität, Erlernen von Kreativitätstechniken, Ganzheitliches Kreativitätsverständnis mit kreativer Balance aus Intuition und systematischem Vorgehen

Die Ressource Kreativität ist für Unternehmen im Wettbewerb viel zu wichtig, als dass man sie dem Zufall überlassen darf. Sie erlernen, wie es Unternehmen und Organisationen gelingt, kalkulierbar schöpferisch zu sein und dynamische Innovationsprozesse strukturiert voranzutreiben. Die Lehrinhalte stützen sich dabei auf die crea-m5-Methode. crea-m5 gibt einen klaren Handlungsrahmen mit fünf Phasen vor, in dem der Kreativitäts und Innovationsprozess gezielt gesteuert werden kann. Das zielorientierte und wirkungsvolle Prozessmodell erlaubt es Innovationen systematisch zu initiieren.

Kreativität ist wertvoll

Kreativität dient dem Innovationsprozess in einem Unternehmen, in einer Gesellschaft. Sie ist unsere einzige Ressource im internationalen Wettbewerb. Wir geben der Kreativität in diesem Modul Struktur. Wir schaffen ein Verständnis von Kreativität als kreative Problemlösefähigkeit im Dienst der Innovation. Die Förderung kreativer Potentiale ist eine Investition in die Zukunft für alle Beteiligten. Sie sichert qualifizierte, engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und stärkt die Marktposition einer Organisa-

tion. Systematisches Ideen-Management durch den Einsatz strukturierter Kreativität ist demzufolge ein wirkungsvolles Instrument im Wettbewerb von morgen.

Kreativität ist erlernbar

Neue Erkenntnisse der Kreativitätsforschung bezüglich der Denkstile und Verknüpfung mit den Phasen des Innovationsprozesses werden integriert und ausgebildet. Kreativität ist ein evolutorischer Prozess. Gerd Binnig – Nobelpreisträger der Physik – beschreibt Kreativität als „die Fähigkeit zur Evolution“. Kreativität findet Lösungen und ist gleichzeitig auch Organisationsentwicklung und der Umgang mit Widerständen.

Kreativität ist stark

Das Phänomen „Widerstand“ wird im Rahmen von Innovationsprozessen bzw. Kreativprozessen thematisiert und Lösungsvorschläge werden erarbeitet. Der Kreativitätsprozess ist immer auch ein sozialer und psychologischer Prozess. Kreativität führt zu Veränderungen im Unternehmen. Es gilt den Übergang von der bisherigen Situation in die Innovation zu begleiten.

Vorgehensweise:
Blockveranstaltung mit Praxisbeispielen und Gruppenübungen.

Kompetenzschwerpunkte:
Methodische und intuitive Kompetenz

Literatur:

Müller, Jochem, Rippel, Jürgen, crea-m5 Systematisch zur Innovation, Marketia Publishing, 2014, ISBN-13: 978-3-9814618-1-7

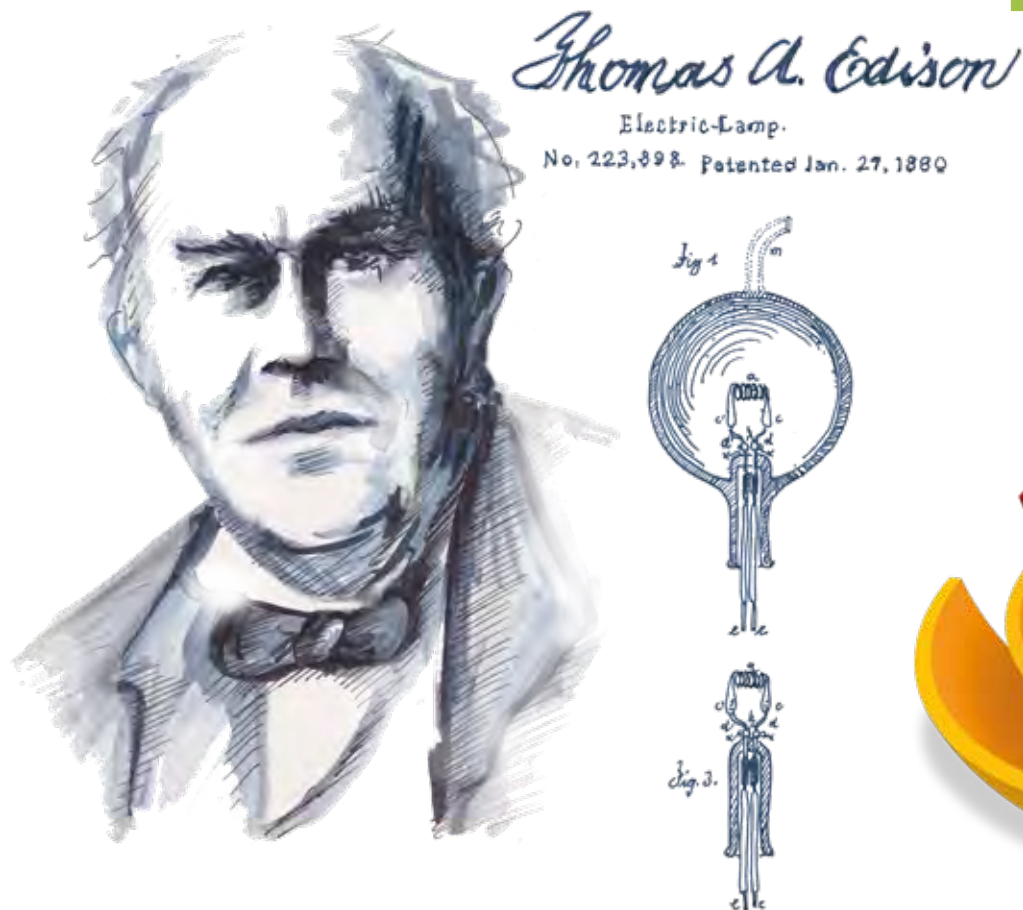
Blumenschein, Annette/ Ehlers, Ingrid Ute (2007): Ideen managen. Eine verlässliche Navigation im Kreativprozess, Rosenberger Fachverlag, Leonberg 2007, ISBN-13: 978-3931085643

crea m⁵

Kreatives Innovationsmanagement

2. Semester Kreativität und Leadership

CREA LEADERSHIP® stellt die
Kreativität in den Mittelpunkt des
Handelns und erschließt systematisch
Innovationspotentiale für die
Unternehmung.



Modul 5

CREA LEADER und Wertesystem

Kreatives Management
Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

2. Semester: Kreativität und Leadership

Ziel:

Führung in Veränderungsprozessen,
Widerstände und Ängste managen,
Mitarbeiter begeistern,
Handwerkszeug im Führungsalltag

Inhalte:

Art der Führung,
Rolle der Führung,
Inspiration und Motivation

Kreativität braucht Führung! Der Erfolg von Veränderungsprozessen steigt und fällt mit den Mitarbeitern. Nur wenn Sie es als Führungskraft schaffen, nachhaltige Verhaltensänderungen bei Ihren Mitarbeitern zu initiieren, wird der kontinuierliche Verbesserungsprozess zum selbstverständlichen Tagesgeschäft.

Die Führungskraft von morgen sollte nicht nur die Fähigkeit besitzen, Mitarbeiter zu führen, sie sollte auch die Fähigkeit besitzen, Mitarbeiter zu begeistern und zu inspirieren. Dieses Führungsmodul verbindet den traditionellen Managementanspruch mit dem kreativen Denkansatz. In diesem Modul lernen Sie bewährte Strategien und Instrumente für Ihren Führungsalltag sowie die kritischen Stellhebel bei Veränderungen kennen. Zudem erhalten Sie konkrete Tipps und neue Impulse, wie Sie das vorhandene Potenzial der Teammitglieder entfalten, Lust auf Veränderung fördern und auch schwierigere Situationen erfolgreich meistern.



Fragestellungen

- Welche Art der Führung braucht ein Veränderungsprozess?
- Welche Rolle spielt die Führungskraft im Veränderungsprozess?
- Wie mobilisieren Sie nachhaltig Wissen und Können der Teammitglieder?

Vorgehensweise:

Durch Einzel- und Gruppentraining erlernen die Teilnehmer die geforderte Führungskompetenz.
Eine Symbiose aus Management und Leadership.

Kompetenzschwerpunkte:

Soziale und persönliche Kompetenz

Literatur:

Wehrle (2010): Die 100 besten Coaching-Übungen
ISBN 978-3-941965-05-8

Modul 6

Intuition & Entscheidungsfindung

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

2. Semester: Kreativität und Leadership

Ziel:
Besinnen auf die eigenen
Stärken und Intuition freilegen

Inhalte:
Wissenschaftliche Basis
der Intuition, Besinnung,
Umgang mit Intuition

**Auf der Suche nach der eigenen
Stärke – was mich inspiriert, mir
Kraft verleiht und neue Wege aufzeigt.**

Intuition „erforschen“

Ziel ist es, die Intuition in wissenschaftlichen Erklärungsansätzen zu entmystifizieren. Die eigene Intuition wird im Kontext der Arbeit entdeckt und „erforscht“. Hierzu werden hinderliche Glaubenssätze zu professioneller Intuition aufgedeckt und aufgelöst. Ein gezieltes Wahrnehmungstraining sensibilisiert die Teilnehmer hinsichtlich ihrer eigenen Innen- und Außenweltwahrnehmung. Sie lernen, die Umwelt präzise und besser wahrzunehmen, auch um mögliche intuitive Fehlentscheidungen auszuschließen. Sie lernen die Intuition als zusätzlichen Informationskanal zu erkennen und für den Entscheidungsprozess gezielt und effizient einzusetzen.

Intuition und „Nichtwissen“

In der Ausbildung wird ein neues Bewusstsein in Richtung „Nichtwissen“ geschaffen. Die Teilnehmer lernen „Nichtwissen“ als zentrales Phänomen der Wissensgesellschaft zu begreifen, als kreative Ressource zu verstehen und

als Anwendungsfeld intuitiver Entscheidungen zu aktivieren. Die Teilnehmer erkennen „Nichtwissen“ und Unsicherheit als zentralen Bestandteil unserer komplexen Wirtschaft. Sie verstehen den Zusammenhang, dass Wissen immer zugleich „Nichtwissen“ erzeugt. Sie können mit dieser Paradoxie umgehen und sogar die durch „Nichtwissen“ ausgelöste Angst vor der Unsicherheit in eine kreative Spannung verwandeln. Diese Spannung ist eine effektive Kraft, die wirksam für berufliche Herausforderungen genutzt werden kann.

Vorgehensweise:

Durch Einzel- und Gruppentraining erlernen die Teilnehmer den Zugang zur Intuition. Im Zentrum der Arbeit steht das geführte Intuitions-Journal.

Kompetenzschwerpunkte:

Intuitive und persönliche Kompetenz

Literatur:

Ant Hive Media (2016), Daniel Kahneman's Thinking, Fast and Slow Summary, ISBN-13: 978-1530629732

Gigerenzer, Gerd (2008), Bauchentscheidungen, ISBN -13: 978-3442155033

Scharmer, Claus Otto (2014), Theorie U — Von der Zukunft her führen: Precensing als soziale Technik, ISBN-13: 978-3896707406



Modul 7

Mental- und Erfolgstraining

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

2. Semester: Kreativität und Leadership

Ziel:

Sich selbst und andere
wahrnehmen, eigene
Konzentration halten,
Motivation steigern und
Leistung abrufen

Inhalte:

Wahrnehmungstraining,
Mentaltraining,
Teamtraining

Kreativität verstärkt sich durch mentale Kraft! Entdeckte Fähigkeiten und erlernte Techniken werden überprüft, reflektiert und in ihrer Wirkungsweise sichtbar gemacht. Ungewohnte Situationen ermöglichen dabei tiefe Schlüssel-erkenntnisse für die Teilnehmer.

Emotionen im Outdoortraining

Im Outdoor-Training werden Sozialkompetenz, Selbstkompetenz, Führungskompetenz, Teamkompetenz, die Motivation des Teams und Problemlösungsstrategien nachweislich und nachhaltig gefördert. Basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen. Das Besondere am Outdoortraining sind die Emotionen. Denn wir brauchen emotionale Trainingserfahrungen, um die Trainingsinhalte besser im Gedächtnis behalten zu können. Erleben. Fühlen. Staunen.

Soziale Kompetenz und Teambuilding

Es geht um die Einstellung und Fähigkeit, die dazu dienlich sind, eigene Handlungsziele mit den Einstellungen und Werten einer Gruppe zu verknüpfen und in diesem Sinne auch das Verhalten und die Einstellungen dieser Gruppe zu beeinflussen. Um die soziale Intelligenz als Fähigkeit, andere zu verstehen sowie

sich ihnen gegenüber situationsangemessen und klug zu verhalten. Soziale Kompetenz umfasst eine Vielzahl von Fertigkeiten, die für die soziale Interaktion nützlich bzw. notwendig sind.

Teamtraining im Naturseilgarten

Die Teilnehmer werden bewusst in ein Umfeld gesetzt, in dem es neue und ungewohnte Aufgaben zu lösen gilt. Diese Herausforderungen sind so konzipiert und aufgebaut, dass es gutes Teamwork erfordert, um zu Lösungen zu gelangen. Es werden Eigenschaften wie Vertrauen, Kommunikation, Zusammenhalt, Mut, Teamgeist, strategisches Denken und Handeln, persönlicher Einsatz benötigt, gefördert und reflektiert.

Vorgehensweise:

In dieser Blockwoche erforschen und erlernen die Teilnehmer sich und den anderen besser zu verstehen.

Kompetenzschwerpunkte:

Persönliche und intuitive Kompetenz

Literatur:

Spitze sein, wenn's drauf ankommt. Herzog, Matthias:
ISBN 978-3-648-00567-5

Heimsoeth, Antje, Buchenau, Peter, (2015),
Chefsache Kopf: Mit mentaler und emotionaler
Stärke zu mehr Führungskompetenz, ISBN-13: 978-
3658057749



Modul 8

Erlebnisorientiert Präsentieren und Begeistern

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

2. Semester: Kreativität und Leadership

Ziel:
Optimal Präsentieren und Begeistern

Inhalte:
Techniken und Training

Kreatives Management ist der Ausdruck der eigenen Persönlichkeit – es ist der kreative Handabdruck! Neue Produkte und Ideen zu entwickeln ist eine Seite, diese aber auch begeisternd zu kommunizieren die andere! Die Erlebnispräsentation kreativ und unverwechselbar zu gestalten ist auch „Marketing“ in eigener Sache.

Heutzutage reicht es nicht mehr aus, die auszusendenden Botschaften einfach nur zu präsentieren. Entertainment ist angesagt. Ratio und Emotio werden harmonisch miteinander verbunden. Auch hier spielt die Intuition eine besondere Rolle.

Nach dem Training werden die Teilnehmer sich klar von der Masse der Präsentierenden und Redner abheben können. Sie werden ihre Sprache, Mimik und Gestik so einsetzen können, dass ein stimmiger, lebendiger und origineller Vortrag entsteht. Die Botschaft gelangt direkt ins Unterbewusstsein und lösen Emotionen gezielt aus. Diese Art des Präsentierens macht nicht nur den Zuhörern Spaß, sondern auch dem Redner

bzw. der Rednerin selbst.

Folgende Fragen der Rhetorik rücken in den Vordergrund:

- Warum kennen gute Redner ihre Fehler?
- Wie wichtig ist der Inhalt einer Präsentation?
- Warum können sich gerade Jeans für eine Präsentation eignen?
- Welche Wirkung hat der Spaßfaktor auf den Zuhörer?
- Wie komme ich auf den Punkt?
- Warum glaubt man dem einen Menschen und dem anderen nicht?
- Welche Techniken können eingesetzt werden?
- Wie verkauft man sich und seine Vision richtig?

Vorgehensweise:
Vorlesung mit Übungen

Kompetenzschwerpunkte:
Persönliche und soziale Kompetenz

Literatur:
Skript zum Seminar



3. Semester Internationalität und Inter- disziplinarität

Internationalität als globale Bewusstseins-
erweiterung und Hinführung zu einem vernetzten
Denken und Handeln. Neues Wissen entsteht
durch wechselseitiges Querdenken.



Modul 9

Interkulturelles Management

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

3. Semester: Internationalität und Interdisziplinarität

Ziel:
Wahrnehmungserweiterung
in Sprache und Kultur,
Erfahrungsaustausch mit Top-LEADER

Inhalte:
Globale Kommunikation,
International Storytelling,
TOP-LEADER-Experience

Kreativität entsteht aus Vielfalt! Das erste interdisziplinäre Modul beschäftigt sich mit anderen Ländern, deren Sprachen und Kulturen. Neben den theoretischen Grundlagen der interkulturellen (sozialen) Kompetenz steht die praktische sprachliche Auswirkung der Interkulturalität im Englischen im Vordergrund. Anhand von Situations- und Rollenspielen bzw. durch Improvisationstheater sollen verschiedene Aspekte beleuchtet werden.

Face-to-face communication

Die eigene Kultur wird mit der fremden in Beziehung gesetzt.

How to deal with the telephone

Hier liegt der Schwerpunkt auf der strategischen Gesprächsführung, insbesondere in Abhängigkeit von der jeweiligen Kultur.

How to conduct negotiations and chair meetings

Kulturverschiedenheiten spiegeln sich in vielfältigen sprachlichen Ausdrucksweisen und sprachlichen Ebenen ebenso wider wie in unterschiedlichen Applikationen von Strategien für ein und dasselbe Produkt.

How to deliver a presentation

Die Existenz von „low and high context cultures“ erfordert unterschiedliche Vortragsweisen und eine der jeweiligen Kultur angepasste Struktur der Präsentation.

TOP-LEADER-Storytelling

Internationale TOP-Führungskräfte erzählen authentisch über ihre Führungserfahrung in globalen Spitzenunternehmen. Führungswissen aus erster Hand, das man so in keinem Lehrbuch findet.



Vorgehensweise:
Intensives Lernen und Trainieren in Kleingruppen.

Kompetenzschwerpunkte:
Fachliche und soziale Kompetenz

Literatur:
Bolten, Jürgen, (2015), Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation, 2. Auflage, ISBN-13: 978-3825243715
Mennicken, Claudia (2015), Interkulturelles Marketing, ISBN-13: 978-3824405343

Modul 10

Kunst und Design

Inhalte

3. Semester: Internationalität und Interdisziplinarität

Ziel:

Ein neues Bewusstsein aus Kunst und Design schafft auf der emotional-schöpferischen Seite einen Grundstein für einen größeren gemeinsamen Marketingerfolg

Inhalte:

Wahrnehmungserweiterung
Erleben der eigenen Kreativität
Kunst und Design als Erfolgsfaktoren

Kreatives Management und Markterfolg wird durch Kunst und Design beflügelt!
Die interdisziplinäre Ausrichtung hinsichtlich Kunst und Design soll die Entscheidungsträger von morgen inspirieren und das erfolgreiche Zusammenspiel einzelner Disziplinen erkennbar machen.

Kunst und Design als Erfolgsfaktoren

Erfahren Sie die Parallelen von Kunst und Design und den Aufgaben des Managements. Aus der Sicht einer marktorientierten Führung ist ein interdisziplinäres Verständnis für die Besonderheiten von Gestalter und Gestaltung notwendig. Die Relevanz der Gestaltung und des Designs erklärt z. B. auch den Erfolg von Apple seit 1998. Design und Kunst machen Komplexes und Überkomplexes anschaulich und handhabbar, entwickeln es weiter – oder lösen es imaginär und harmonisch auf.

Emotionen und Intuition beflügeln

Emotionen und Intuition sind tragende Säulen des kreativen Prozesses, der

die Problemanalyse als Ausgangspunkt heranzieht. Der Blick des Gestalters auf sein jeweiliges Problem ist stets im Kontext der jeweiligen Zeit zu sehen. Diese Erkenntnis führt uns, um zu heutigen Fragestellungen erfolgreiche Antworten zu finden.

Erfolgreiche Produkte bedingen das interdisziplinäre Miteinander von Gestaltung und Marketing sowie die Erweiterung der eigenen Wahrnehmung und Herangehensweise um die des jeweils anderen. Einen besonderen Raum nimmt dabei die Psychologie von Farbe und Form ein. Hier geht es um die Wirkung von Farbe und Form auf den Betrachter sowie die Wechselbeziehung von Farbe, Form und Raum.

Kompetenzschwerpunkte:

Fachliche und intuitive Kompetenz

Literatur:

Skript zum Seminar

Hipp, Nikolaus (2009), Es ist einfach aber nicht leicht, ISBN-13: 978-3902679529



Modul 11

Multimedia und Kommunikation

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

3. Semester: Internationalität und Interdisziplinarität

Ziel:
Multimedia in der Kommunikation
nutzen und bewusst einsetzen

Inhalte:
Trends in Multimedia,
Wirkungsweise von Filmen,
Agieren vor Mikrofon und Kamera

Kreativität lebt von der Kommunikation!
Die Bedeutung von Multimedia und Kommunikation nimmt ständig zu.
Was heute noch aktuell und innovativ klingt, kann schon morgen veraltet sein.
Wer mithalten will, sollte sich ständig auf dem Laufenden halten.

Viele der Innovationen kommen aus dem Hochschulsektor. Die Hochschule Ansbach genießt hier einen exzellenten Ruf. Aus diesem Grunde kooperieren wir mit dem Lehrstuhl für Multimedia und Kommunikation. Grundlegende theoretische und praktische Kenntnisse zum aktuellen Stand der multimedialen Kommunikation werden vermittelt. Die Inhalte werden ständig an die momentanen Trends und Technologien angepasst.

Zurzeit stehen folgende Bereiche im Rampenlicht: Video im Einsatz für Marketing (Web 2.0), virale Videokampagnen und mobile Applikationen. Anhand ausgewählter Branchen werden Film- und Videoproduktion in den Lernstoff eingearbeitet. Das Modul vermittelt

in der Verbindung von künstlerischer Kreativität mit wissenschaftlicher Bildung grundlegende Kenntnisse in der Analyse, Dramaturgie und technischer Produktion von multimedialen Medien. Verhalten vor Mikrofon und Kamera. Interview- und Moderationstraining unter Realbedingungen.

Vorgehensweise:
Vorlesung mit Praxisbeispielen

Kompetenzschwerpunkte:
Fachliche und methodische Kompetenz

Literatur:
Steinmetz/Blümel/Steinmann/Uhlrig (2005):
Filme sehen lernen
ISBN 3-86150-637-8
Schleicher/Urban (2005): Filme machen
ISBN 3-86150-700-5
Bartsch/Eder/Fahlenbrach von Halem (2007):
Audiovisuelle Emotion
ISBN 3-93825-830-6
Haller, Michael (2013), Das Interview, 5. völlig überarbeitete Auflage, ISBN-13: 978-3867643177
Thiele, Christian (2013), Interviews führen 2. akt. Auflage ISBN-13: 978-3867643832
Tirok, Markus (2013), Moderieren (praktischer Journalismus), ISBN-13: 978-3867643962



Modul 12

Kreative Systemische Analyse

Inhalte

3. Semester: Internationalität und Interdisziplinarität

Ziel:

Zusammenhänge erkennen
und reflektieren (Interdependenz),
mit der neuen Technik einen deutlich
größeren Erkenntnisgewinn erhalten

Inhalte:

Kreative Systemische Analyse,
Technik,
Wirkungsweise

Systemisches und ganzheitliches Denken ist eine wesentliche Voraussetzung für holistische Entscheidungsfindung. Mit Hilfe der systemischen Managementaufstellung werden komplexe Sachverhalte sichtbar und simulierbar. Kritische Reflexion und Diskussion wird aktiv eingefordert und angeregt. Systemische Stimmigkeit erzeugt Synergie.

Dieses Modul gibt eine umfassende Einführung in eine intuitive Methode, die den Markt für Entscheider erleb- und erfahrbar macht. Über ein klar strukturiertes Vorgehen erhalten Systemverantwortliche die Gelegenheit, komplexe Entscheidungssituationen darzustellen, um gewisse strategische Züge auf ihre Konsequenzen, auf den Markt sowie auf Kunden und Mitarbeiter hin zu prüfen. Mittels der Methode systemischer Managementaufstellungen können antizipierte Reaktionen zuvor definierter Felder und Teilbereiche, wie z.B. Marktsegmente, Zielgruppen, Kunden u.v.m. geprüft werden.

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Diese faszinierende Methode, die Führungskräfte und Entscheider plötzlich zu einem Teil ihres eigenen Systems auf einer anderen Ebene werden lässt, bietet vielseitige Einsatzmöglichkeiten (z.B. Strategieentwicklung, Analyse der Kundenwünsche, Harmonisierung der Marketing-Instrumente, Organisationsaufstellung, Wettbewerbsreaktionstests, kreative Ideenfindung).

Anhand von Praxisbeispielen wird der Stoff vertieft und problemorientiert angewendet. Durch dieses Tool erlernen die Teilnehmer eine neue Denk- und Sichtweise. Neben den rationalen Elementen erschließt sich eine neue Dimension der Emotion. Produkte und ihre Vermarktung sind erfolgreich, wenn sie – ähnlich wie beim Fußball oder Schach – „gut aufgestellt“ sind, also an ihrem richtigen Platz stehen und entsprechend ihrer Leistung und Position anerkannt werden.

Vorgehensweise:

Die Teilnehmer erfahren komplexe Systembeziehungen. Sie übernehmen Rollen, werden geführt, nehmen wahr und zeigen Reaktionen. Inspiration entsteht durch den Wechsel der Perspektiven.

Kompetenzschwerpunkte:

Intuitive und methodische Kompetenz

Literatur:

Müller-Christ, G./Klein, P./Limberg-Strohmaier, S. (2015), Mit Systemaufstellungen unsichtbare Hindernisse erkennen. In: Forum Nachhaltig Wirtschaften. Heft 01, 2015, S. 110-113.

Müller-Christ, G./Liebscher, A.K./Hußmann, G. (2015), Nachhaltigkeit lernen durch Systemaufstellungen. In: Hollstein, B./Tänzer, S./Thumfart, A. (Hrsg.): Schlüsselemente einer nachhaltigen Entwicklung: Haltungen, Bildung, Netzwerke. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, zfwu, 16/1 (2015), 29–51.

Müller-Christ, G. (2013), Konzepte in Beziehung setzen. Systemaufstellungen in der universitären Managementlehre und -forschung. In: Praxis der Systemaufstellung, Heft 1/2013.

Cremer, Ulrich (2013), Markenaufstellung: Der schnelle Weg zur perfekten Markenstrategie, ISBN-13: 978-3593399393

crea**4**lsyst™

4. Semester Master-Thesis

Die Master-Studenten erhalten die Möglichkeit, die gelernten Inhalte des MBAs in einem Review zu reflektieren und den Kern ihres Studiums in einer eigenen Master-Thesis umzusetzen.





Mastermodul

Master-Thesis

Kreatives Management
Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Inhalte

4. Semester/Umsetzung

Ziel:

Abschlussarbeit

Inhalte:

Freie Themenwahl

Dozent/in:

Begleitend

Abschluss des MBAs ist eine zielführende Master-Thesis. Die Absolventen entwickeln ihr individuelles Thema zum Kreativen Management. Die Arbeit wird von einem Master-Dozenten als Mentor begleitet.

Die Überprüfung in der Master-Thesis zeigt, wie die eigenen Teilkompetenzen für den persönlichen Schöpfungsprozess nutzbar gemacht werden können. Ziel ist es innovative und nachhaltige Ideen zu kreieren, die den eigenen kreativen Handabdruck erkennen lassen. Der individuelle Handabdruck ist das Produkt aller fünf Kompetenzfelder. Ein firmenspezifisches Thema eröffnet den Firmen die Möglichkeit Praxis und Wissenschaft zielführend zu verbinden. Durch das berufsbegleitende Studium entsteht ein Mehrwert für die Firmen und für die Studierenden.

Vorgehensweise:
Einzelbegleitung

Kompetenzschwerpunkte:
Alle Kompetenzen





Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach
Residenzstraße 8
91522 Ansbach
www.hs-ansbach.de
Berufsbegleitender MBA-Studiengang
Kreatives Management (KMA)

Studiengangleitung:
Prof. Dr. Jochem Müller
Tel.: 0981-4877-231
E-Mail: jochem.mueller@hs-ansbach.de

Dr. Jürgen Rippel
Tel.: 0981-4877-174
E-Mail: juergen.rippel@hs-ansbach.de

Studiengangassistentin:
Heike Machmer
Tel.: 0981-4877-179
E-Mail: heike.machmer@hs-ansbach.de

E-Mail: [studierendenservice.kma\(at\)hs-ansbach.de](mailto:studierendenservice.kma(at)hs-ansbach.de)

Kreativität entfalten.

