

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Social Innovation Project 1 - Methoden kollektiver Kreativität</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	None
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	to be chosen
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>Das Modul soll die Entwicklung individueller und kollektiver Kreativität sowie Fähigkeiten zur Visualisierung abstrakter und bislang nur gedachter Dinge fördern, um auf diese Weise zum Gesamtziel aller sechs SIP, dem Innovieren, Entwerfen, Planen, Präsentieren, Umsetzen und Evaluieren einer sozialen Innovation beizutragen. Weiterhin dient es dem Erwerb teamorientierter Lern- und Persönlichkeitskompetenzen, die für eine erfolgreiche Absolvierung des Studienganges grundlegend sind.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Anwendung und theoretische Erläuterung des Dialogs als Methode des Teamlernens (Stufe 3)</li> <li>• LE 2 Verstehen, Erschließen und Einsetzen der eigenen kreativen Ressourcen sowie Kenntnis der Voraussetzungen der eigenen Kreativität (Stufe 3)</li> <li>• LE 3: Darstellung, kritische Diskussion sowie situations- und bedarfsgerecht Anwendung von Kreativitätstechniken. (Stufe 5)</li> <li>• LE 4: Planung, Durchführung, Beleg und Reflektion von zielorientiertem eigenem Lernen (Stufe 6)</li> <li>• LE 5: Kreieren selbstständig Unterlagen, die sie dem Sparring-Team präsentieren (Stufe 6)</li> <li>• LE 6: Planung und Durchführung von Teamevents (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Teamentwicklung</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bilden Projektteams, in denen sie im Verlaufe der ersten drei Semester alle Phasen des Social Innovation Projects durchlaufen,</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<p>diese Phasen planen, organisieren, durchführen und abschließen und dabei digitale Hilfsmittel nutzen;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• lernen sich bei den diversen Teamtreffen persönlich kennen und vertrauen</li><li>• lernen die Expertisen der einzelnen Teammitglieder kennen und schätzen;</li><li>• befassen sich lesend, schreibend und im Gespräch mit dem Dialogansatz von William Isaacs ("Dialog als Kunst gemeinsam zu denken");</li><li>• lernen Teamdynamiken und Teamlernen (Dialog) sowie erfolgreiche Konfliktbewältigung praktisch und theoretisch kennen</li><li>• arbeiten mit einem Sparring-Team aus einem der beiden Partnerländer zusammen, mit dem wichtige Inhalte verschiedener Module per digitalem Vortrag geteilt werden.</li><li>• nehmen gemeinsam an einer selbst geplanten Exkursion teil.</li><li>• werden durch einen Coach in dem Prozess der Teamentwicklung begleitet</li></ul> <p>um durch die Entwicklung in der Gruppe in der Lage zu sein als Team an den Herausforderungen und Aufgaben des Social Innovation Projects zu arbeiten.</p> <p><b>Kreativitätstechniken</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• lernen im Rahmen von Workshops unterschiedliche Kreativitäts- und Problemlösetechniken (Design Thinking, Walt Disney u.a.) sowie Methoden zur visuellen Modellierung von Ideen, Objekten, Daten, Prozessen, Zusammenhängen u.a. kennen;</li><li>• üben und nutzen diese Methoden und Techniken bei der Generierung von Ideen, zur Erstellung von Prototypen und in Teambesprechungen;</li><li>• planen, organisieren, leiten und dokumentieren in kleinen Teams und unter Einbindung potenzieller Kunden und / oder anderer externer Stakeholder entweder einen eintägigen Kreativitätsworkshop oder einen länger laufenden, mehrstufigen Kreativitätsprozess zur Generierung von Ideen für ein eigenes Social Innovation Projekt;</li><li>• präsentieren ihre Idee bei einem Online-Workshop mit ausländischen Partnerhochschulen</li><li>• beobachten sich selbst, um Momente besonderer Kreativität und Ideenlosigkeit zu erfassen und sie zusammen mit ihrem Kontext im Lerntagebuch festzuhalten und als Synthese ihren persönlichen Kreativitätsleitfaden zu erarbeiten;</li><li>• reflektieren ihre Aktivitäten und Lernerfahrungen individuell und kollektiv</li></ul>
--	--

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	um dadurch eine eigene Idee für die Gründung eines Social Businesses zu entwickeln.
<b>Lehr- und Lernstrategien</b>	<p><b>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debatten, Case Studies, Lektüre, Einzelarbeit, Methodenworkshop(s),</li> <li>• Praktische und theoretische Arbeit im Team</li> <li>• Umgedrehter Unterricht</li> <li>• Coaching durch Team Coach</li> <li>• Impulsvorträge</li> </ul>
<b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b>	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzzeit</li> <li>• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung</li> </ul>
<b>Prüfungsleistung</b>	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen:</p> <p><b>Lernportfolio (75%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentation der eigenen Anwendung von fünf Kreativitätstechniken, dem jeweiligen Anwendungszusammenhang, Anwendungsverlauf und Ergebnis;</li> <li>• Dokumentation des durchgeführten Problemlösungs- und Kreativitätsworkshops bzw. -prozesses und der eigenen Rolle darin;</li> <li>• Persönlichen Kreativitätsleitfaden</li> <li>• Dokumentation des digitalen Vortrages für ihr Sparring-Team</li> <li>• Schriftliche Reflexion des eigenen Lernprozesses, der Qualität der Teamarbeit im Zusammenhang mit dem Modul</li> </ul> <p><b>Präsentation (25%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideenpräsentation im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung mit den Partneruniversitäten</li> </ul>
<b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beard, C. (2010). The Experiential Learning Toolkit. Blending Practice with Concepts.</li> <li>• Belbin, R. M. (2012). Team roles at work.</li> <li>• Birkenbihl, V.F. (2016). Trotzdem lernen: Lernen lernen. 7. Auflage.</li> <li>• Blatt, M., Sauvonnet, E. (2017). Wo ist das Problem?: Mit Design Thinking Innovationen entwickeln und umsetzen.</li> <li>• Bohm, D. (1998) Der Dialog. Das offene Gespräch am Ende der Diskussionen.</li> <li>• Brem, A., Brem, S. (2013). Kreativität und Innovation im Unternehmen. Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen.</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation.</li> <li>• Brown, T. (2009). „Designers: Think Big!“, TED Global. Online unter <a href="https://www.ted.com/talks/tim_brown_urges_designers_to_think_big">https://www.ted.com/talks/tim_brown_urges_designers_to_think_big</a></li> <li>• de Bono, E. (2016). Lateral Thinking: A Textbook of Creativity</li> <li>• Clark, T., Hazen, B. (2010). Business Models für Teams: So sehen Sie, wie Ihr Unternehmen wirklich funktioniert und jedes Mitglied zum Erfolg beiträgt.</li> <li>• Faltin G. (2008). Kopf schlägt Kapital</li> <li>• Gaedt, M. (2016). Rock Your Idea. Mit Ideen die Welt verändern.</li> <li>• Gerstbach, I. (2017). 77 Tools für Design Thinker: Insider-Tipps aus der Design-Thinking-Praxis</li> <li>• Haussmann, M. (2014). UZMO - Denken mit dem Stift: Visuell präsentieren, dokumentieren und erkunden</li> <li>• Isaacs, W. (2002). Dialog als Kunst gemeinsam zu denken. 2. Auflage.</li> <li>• Kolb, D.A. (2015). Experiential Learning: Experience as the source of learning and development. 2. Auflage.</li> <li>• Konrad, K. (2014). Lernen lernen – allein und mit anderen: Konzepte, Lösungen, Beispiele.</li> <li>• Krause, D. E. (2013). Kreativität, Innovation und Entrepreneurship.</li> <li>• Modellsammlung: <a href="http://www.provenmodels.com">www.provenmodels.com</a></li> <li>• Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer</li> <li>• Pijl, P.v.d. u.a. (2016). Design a Better Business: New Tools, Skills, and Mindset for Strategy and Innovation.</li> <li>• Rohde, M. (2013). The Sketchnote Handbook: The Illustrated Guide to Visual Notetaking.</li> <li>• Rehn, A. (2013). “Dangerous ideas”, La Ciudad de las Ideas, <a href="https://vimeo.com/154406555">https://vimeo.com/154406555</a></li> <li>• Rustler, F. (2016). Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation. Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden.</li> <li>• Sibbet, D. (2010). Visual Meetings. How Graphics, Sticky Notes and Idea Mapping Can Transform Group Productivity.</li> <li>• Serman, J. (2000). Business Dynamics. Systems Thinking and Modeling for a Complex World.</li> <li>• Tools: <a href="http://www.datawrapper.de">www.datawrapper.de</a> <a href="http://www.lucidchart.com">www.lucidchart.com</a> <a href="https://public.tableau.com/">https://public.tableau.com/</a></li> </ul>
<p><b>Zusatzinformationen</b></p>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs:</b> 8,9,16</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemische Kompetenz (0%)</li> <li>• Antizipatorische Kompetenz (10%)</li> <li>• Normative Kompetenz (10%)</li> <li>• Strategische Kompetenz (10%)</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Interpersonale Kompetenz (40%)</li><li>• Kritisches Denken (10%)</li><li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (20%)</li><li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (0%)</li></ul>
--	---

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Social Innovation Project 2 - Wissenschaftliches Arbeiten</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	SIP 1
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	to be chosen
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>Das Modul soll den Studierenden die Gelegenheit geben, ihre Fähigkeiten zum selbständigen Bearbeiten einer konkreten Fragestellung in einem komplexen fachlichen Kontext und unter Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methodik weiterzuentwickeln und sie so in die Lage versetzen, eine solide theoretische Basis für die Erstellung ihres Prototypen eines eigenen Social Business zu legen.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Verständnis über Forschungsmethoden und wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Stufe 2)</li> <li>• LE 2: Verständnis über verschiedene soziale und ökologische Themenfelder, die einer sozialen oder ökologischen Innovation bedürfen (Stufe 2)</li> <li>• LE 3: Anfertigen einer Arbeit nach wissenschaftlichen Standards (Stufe 6)</li> <li>• LE 4: Organisation von ExpertInnenvorträgen (Stufe 4)</li> <li>• LE 5: Entwicklung, Planung und methodisch angemessene Durchführung eines einfachen Forschungsprojekts (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Wissenschaftliches Arbeiten und Literaturanalyse</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erhalten einen Überblick über Forschungsmethoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und eine Anleitung zu wissenschaftlichem Arbeiten;</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• laden ExpertInnen aus verschiedenen Fachgebieten ein, um einen Überblick über bestehende soziale und ökologische Herausforderungen zu erhalten.</li> <li>• Lernen Literatur, Forschung und bestehende soziale Innovationen zu gesellschaftlich-relevanten Fragestellungen kennen (Impact Gaps Canvas, Papi-Thornton), um herauszufinden, wo Marktlücken existieren oder bestehende Lösungen verändert und / oder ausgeweitet werden können.</li> <li>• entwickeln auf dieser und auf Basis ihres Ideenfindungsprozess aus SIP 1 und ihres Erkenntnisinteresses eine Forschungsfrage;</li> <li>• identifizieren die für ihr soziales und / oder ökologisches Thema relevante Fachliteratur, die sie im Hinblick auf die Forschungsfrage strukturieren, darstellen und argumentativ einsetzen;</li> <li>• entwickeln ein für die Bearbeitung der Forschungsfrage zweckmäßiges Forschungsdesign;</li> <li>• fassen ihr Forschungsvorhaben in einem Exposé zusammen;</li> <li>• erhalten von Mitstudierenden und Team Coaches Feedback auf ihr Exposé und überarbeiten dieses;</li> <li>• stellen ihre tiefgreifenden Erkenntnisse zu sozialen und oder ökologischen Herausforderungen in einem Kolloquium zur Diskussion.</li> </ul> <p>um auf diese Art und Weise in der Lage zu sein ihre Gründungsidee theoretisch zu untersuchen und so eine solide Basis für die Erstellung ihres Prototypen eines eigenen Social Business zu legen.</p>
<p><b>Lehr- und Lernstrategien</b></p>	<p><b>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debatten, Case Studies, Lektüre, Einzelarbeit, Workshops</li> <li>• Theoretische Arbeit im Team</li> <li>• Coaching durch Team Coach</li> <li>• ExpertInnenvorträge</li> <li>• Impulsvorträge</li> </ul>
<p><b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b></p>	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzzeit</li> <li>• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung</li> </ul>
<p><b>Prüfungsleistung</b></p>	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen:</p> <p><b>Wissenschaftliche Arbeit (75%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expose zum Forschungsvorhaben (10%)</li> <li>• Schriftliche Zusammenfassung zweier Studien ihr Thema betreffend (15%)</li> <li>• Kritische, quellengestützte Forschungsarbeit über das ausgewählte Thema ihres SIP (50%)</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<p><b>Präsentation (25%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurze Vorstellung des Exposés (5%)</li> <li>• Vorstellung der Forschungsarbeit (20%)</li> </ul>
<p><b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baur, N., Blasius, J. (Hrsg.) (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung</li> <li>• Diekmann, A. (2007). Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen.</li> <li>• Ebster, C., Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler</li> <li>• Fichter, Riemann (2014). Übersicht der Konzepte und Instrumente nachhaltiger Geschäftsmodellentwicklung</li> <li>• Karmasin, M., Ribing, R. (2017). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen.</li> <li>• May, Y. (2010). Kompaktwissen Wissenschaftliches Arbeiten: Eine Anleitung zu Techniken und Schriftform.</li> <li>• Robson, C. (2015). Real World Research.</li> <li>• SDGs: <a href="https://sustainabledevelopment.un.org">https://sustainabledevelopment.un.org</a></li> <li>• Stickdorn, M. u.a. (2017). This is Service Design Doing: Using Research and Customer Journey Maps to Create Successful Services</li> <li>• Yunus, M., Weber, K. (2010). Building Social Business: the new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. New York: Public Affairs.</li> </ul>
<p><b>Zusatzinformationen</b></p>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP das die Studierenden durchführen – adressiert werden.</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemische Kompetenz (30%)</li> <li>• Antizipatorische Kompetenz (10%)</li> <li>• Normative Kompetenz (0%)</li> <li>• Strategische Kompetenz (10%)</li> <li>• Interpersonale Kompetenz (10%)</li> <li>• Kritisches Denken (20%)</li> <li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (10%)</li> <li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Wandel durch Innovationen in der Region</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	Prof. Dr. Alexander Conrad / Jan Lindenberg
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch oder Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>Das Modul umfasst zwei Teile. Teil A Grundlagen: Einführung in die Regionalökonomie und regionalen Entwicklungsansätze; Teil B Vertiefung: Regionales Innovationsmanagement. Die Teile bauen aufeinander auf. Die Ziele werden für beide Teile separat formuliert.</p> <p>Teil A Grundlagen: Die Studierenden erhalten eine Einführung in die Regionalökonomie als Teildisziplin der Volkswirtschaftslehre. Hierin werden Standardtheorien der Regionalentwicklung vorgestellt und vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeitsdebatte diskutiert. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei der Bezug zu so genannten schrumpfenden Regionen sein, d.h. zu Regionen, die demographisch und wirtschaftlich seit mehreren Jahrzehnten schrumpfen und für die ein klassischer Entwicklungspfad weder wahrscheinlich noch sinnvoll erscheint. Ziel ist hier, alternative Entwicklungsstrategien für Regionen kennenzulernen und einen Bezug zu einem bestimmten Regionstyp herzustellen. Ziel ist zudem, zu verdeutlichen, welche Rolle hierbei soziale Innovationen und nachhaltiges Unternehmertum / soziale Unternehmen spielen und welche Wirkung von regionalen Innovationsstrategien / innovativen, regionalen Ansätzen ausgeht / wie diese Wirkung ermittelt werden kann.</p> <p>Teil B Vertiefung: Aufbauend auf Teil A, führt Teil B in konkrete Beispiele alternativer regionaler Entwicklung ein und arbeitet hierbei die Bedeutung eines entsprechenden regionalen Innovationsmanagements heraus, das soziale Innovationen, nachhaltiges / soziales Unternehmertum befördert. Konkrete Beispiele werden hierzu betrachtet (auch im Rahmen von Exkursionen) und hinsichtlich ihrer Wirkung analysiert. Dabei werden die Studierenden mit Hilfe geeigneter Ansätze (z.B. Design Thinking, RegioHack, ...) temporär in die Praxis eingebunden, was soziale Kompetenzen steigern, die Selbstwirksamkeit erhöhen und vor allem auch die Beziehung zum bearbeiteten Regionstyp stärken soll.</p>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• LE 1: Das System Region verstehen, und verstehen, dass regionale / soziale Probleme in einen Kontext eingebettet sind, der einem komplexen System gleicht.</li><li>• LE 2: Erkennen / Verstehen, welche Bedeutung ländliche, strukturschwache Regionen in der Zukunft haben, welchen Beitrag sie zur großen Transformation leisten können.</li><li>• LE 4: Dazu fähig sein, Ansätze für eine regionale Entwicklungsstrategie zu formulieren, die auf die Potenziale sozialer Innovationen und nachhaltigem / sozialen Unternehmertums zurückgreift.</li><li>• LE 5: Eine Basis für Praxisprojekte bzw. für die Zusammenarbeit mit Praxispartnern entwickelt haben.</li><li>• LE 6: Dazu fähig sein, neoklassische regionalökonomische Wachstumsszenarien und die bestehenden Förderstrukturen für ländliche, strukturschwache Regionen kritisch zu reflektieren.</li><li>• LE 8: Durch die Einbindung in konkrete Praxisprojekte entwickelte Problemlösungsorientierung und gesteigerte Problemlösungskompetenz.</li></ul>
<p><b>Inhalt des Moduls</b></p>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Räumliche Dimension des Wirtschaftens</li><li>• Grundlagen: Regionalökonomie, Raumwirtschaftstheorie, regionale Wirtschaftspolitik</li><li>• Räumliche Wachstums- und Schrumpfungstheorie</li><li>• Ansätze zur Erklärung und zum Umgang mit räumlichen Disparitäten</li><li>• (Über-)Regionale Innovations- und Transformationsstrategien</li><li>• Werkzeuge des (regionalen) Innovationsmanagements</li><li>• Bedeutung sozialer Innovationen für regionale Transformationsprozesse / Beispiele mit Bezug zu konkreten regionalen Innovationsstrategien</li></ul>
<p><b>Lehr- und Lernstrategien</b></p>	<p><b>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen, werden folgende Methoden genutzt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Input durch Vorlesungen kombiniert mit der Bearbeitung von Fallstudien / dem Anfertigen von regionalen Simulationen</li><li>• Exkursionen zur Besichtigung und Diskussion von Praxisbeispielen sowie zur Gegenüberstellung von Theorie und Praxis</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Workshops mit Anwendung bestimmter Ansätze wie Design Thinking oder die Durchführung eines RegioHacks zur Förderung der Kreativität und Selbstwirksamkeit</li> </ul>
<b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b>	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden Präsenzzeit (incl. Exkursionen)</li> <li>• 120 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung</li> </ul>
<b>Prüfungsleistung</b>	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen und zielen darauf ab, ein regionales Beispiel einer Innovationsstrategie bzw. eines innovativen Projekts mit deutlichem Bezug zu sozialen Innovationen und Nachhaltigkeit vorzustellen, zu analysieren und hinsichtlich verschiedener Dimensionen (u.a. Wirkung) zu bewerten.</p> <p><b>Präsentation (30%)</b> Die Präsentation stellt das gewählte Beispiel / die gewählte Region sowie den Analyse- und Bewertungsansatz zur Diskussion. Sie ist Grundlage für Feedback und Justierung der weiteren Bearbeitung.</p> <p><b>Beleg (70%)</b> Aufbauend auf den Ergebnissen der Präsentation wird ein Beleg ausgearbeitet, der den Analyse- und Bewertungsansatz vertieft.</p>
<b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chilla, T, Kühne, O, und Neufeld, M. (2016): Regionalentwicklung, Böhlau Verlag: Weimar</li> <li>• Conrad, A., Schäfer, M., Lohr, F., Pfriem, A., Lehmann, K., Walk, H., Stoffels, M., Jordan, K. und Rein, H. (2018): Innovationsstrategie Regionalisierung 4.0 für die Region UerBarUm – Ergebnis der Konzeptphase der BMBF Förderlinie WIR!, Eberswalde.</li> <li>• Ecky, H.F. (2008): Regionalökonomie, Gabler-Verlag: Wiesbaden.</li> <li>• Gailing, Ludger; Ibert, Oliver (2016): Schlüsselfiguren: Eine Literaturanalyse zum „Faktor X“ in Prozessen des räumlichen Wandels. In: Raumforschung und Raumordnung 74 (5), S. 391–403.</li> <li>• Hafner, S. und Miosga, M. (2014), Regionalentwicklung im Zeichen der Großen Transformation, oekom Verlag: München.</li> <li>• Isaksen, Arne; Tödting, Franz; Tripl, Michaela (2016): Innovation policies for regional structural change: Combining actor-based and system-based strategies. Wirtschaftsuniversität Wien. Wien (SRE-Discussion, 2016/05).</li> <li>• Isaksen, Arne; Tödting, Franz; Tripl, Michaela (2016): Innovation policies for regional structural change: Combining actor-based and system-based strategies. Wirtschaftsuniversität Wien. Wien (SRE-Discussion, 2016/05).</li> <li>• Maier, G., Tödting, F. und Tripl, M. (2012): Regional- und Stadtökonomik 1 – Standorttheorie und Raumstruktur, Springer-Verlag: Wien.</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Maier, G., Tödting, F. und Trippel, M. (2012): Regional- und Stadtökonomik 2 – Regionalentwicklung und Regionalpolitik, Springer-Verlag: Wien.</li><li>• Müller, Felix C.; Brinks, Verena; Ibert, Oliver; Schmidt, Suntje (2015): Open Region. Leitbild für eine regionale Innovationspolitik der Schaffung und Nutzung von Gelegenheiten. Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung (IRS). Erkner (Working Paper, 53).</li><li>• Pfothner, Sebastian; Juhl, Joakim (2017): Innovation and the political state: beyond the myth of technologies and markets. In: Benoît Godin und Dominique Vinck (Hg.): Critical studies of innovation.</li><li>• Schmidt, Suntje; Müller, Felix C.; Ibert, Oliver; Brinks, Verena (2017): Open Region. Creating and exploiting opportunities for innovation at the regional scale. In: European Urban and Regional Studies, 0969776417705942. DOI: 10.1177/0969776417705942.</li><li>• Trippel, Michaela; Grillitsch, Markus; Isaksen, Arne (2017): Exogenous sources of regional industrial change. Attraction and absorption of non-local knowledge for new path development. In: Progress in Human Geography, 0309132517700982. DOI: 10.1177/0309132517700982.</li></ul>
<b>Zusatzinformationen</b>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• SDG 1 (1.3, 1.4, 1.5)</li><li>• SDG 3 (3.8)</li><li>• SDG 8</li><li>• SDG 9</li><li>• SDG 11</li></ul> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systemische Kompetenz (20%)</li><li>• Antizipatorische Kompetenz (10%)</li><li>• Normative Kompetenz (10%)</li><li>• Strategische Kompetenz (20%)</li><li>• Interpersonale Kompetenz (10%)</li><li>• Kritisches Denken (10%)</li><li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (10%)</li><li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Title of Module</b>	<b>Personal and Intercultural Competencies</b>
<b>Course Code</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>Credit Value</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Current Version: 03/2021
<b>Prerequisite</b>	Nil
<b>Professor / Lecturer</b>	to be chosen
<b>Mandatory or elective mandatory module</b>	Elective Mandatory
<b>Language</b>	German
<b>Goal of module</b>	<p>This course aims to support students in developing personal and intercultural competencies. Students will execute exercises of self-assessment in the context of intercultural learning and working conditions. After completing this course students will have gained a range of cognitive and behavioral skills that lead to respectful and effective communication in intercultural interactions.</p> <p><b>Learning outcomes of the module</b></p> <p>Upon successful completion of the module, students should have achieved the following learning outcomes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LO 1: Remember basic models of time and stress management, personality development and motivation (Cognitive Level 1)</li> <li>• LO 2: Describe their own ambition and vision in regards of a sustainable development (Cognitive Level 2)</li> <li>• LO 3: Create their personal 5-year development plan (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 4: Develop an attitude of respect, openness and curiosity towards other people and cultures (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 5: Plan and perform small group moderation and apply strategies to effectively resolve conflicts (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 6: Identify and respect the needs and perspectives of others and compare with own values, perceptions, and role in the community (Cognitive Level 4)</li> <li>• LO 7: Characterize basic information about other cultures (partner universities), such as history, values, politics and economics (Cognitive Level 4)</li> <li>• LO 8: Articulate how their own culture has shaped their identity and world view and compare it with the experience of others (Cognitive Level 4)</li> </ul>
<b>Content of module</b>	<b>The module covers the following topics:</b>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal strengths and weaknesses (self-evaluation competence and reflection capability)</li> <li>• Personal vision, ambition and passion (changemaker mindset)</li> <li>• Effective self-management and working structure</li> <li>• Methods of personal development, motivation and stress-management</li> <li>• Cultural self-awareness: how does culture shape one's identity and world view?</li> <li>• Culture specific knowledge: information about other cultures (history, values, politics, economics, communication styles, values, beliefs and practices)</li> <li>• Globalization and trends</li> <li>• Respect: seeking out other cultures' attributes; value cultural diversity; thinking comparatively and without prejudice about cultural differences</li> <li>• Openness: suspending criticism of other cultures</li> <li>• Curiosity: seeking out intercultural interactions, viewing difference as a learning opportunity, being aware of one's own ignorance</li> </ul>
<b>Teaching / Learning Strategies</b>	<p><b>To support students in their learning the following methods are used:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lecture based input combined with classroom workshops to convey concepts of personal development and learning methods</li> <li>• Under supervision students compile their own professional development goals and through the use of exercises, self-testing (e.g. learning style; Belbin team roles) and observation students evaluate their current development status</li> <li>• Students keep a learning diary</li> <li>• Individual and group exercises on self-reflection and awareness raising (e.g. body language, perception, theory of culture)</li> </ul>
<b>Total student learning time</b>	<p><u>180 hours student learning time in total</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 hours lecture</li> <li>• 135 hours independent learning and assessment preparation</li> </ul>
<b>Assessment methods / composition of final grade</b>	<p>The forms of examination can be divided into 2 areas:</p> <p><b>Scientific paper (70%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 pages written paper (individually) containing a self-reflection and awareness of role and contribution in SIP working group</li> </ul> <p><b>Presentation (30%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 min. presentation (in SIP group) about working rules and conflict resolution strategy</li> </ul>
<b>Literature and other recommended sources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fischer-Epe, M., Epe, C. (2010). Selbstcoaching: Hintergrundwissen, Anregungen und Übungen zur persönlichen Entwicklung.</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Förster, A., Kreuz, P. (2016). Macht, was ihr liebt!: 66 1/2 Anstiftungen das zu tun, was im Leben wirklich zählt</li><li>• Förster, A., Kreuz, P. (2016). NEIN: Was vier mutige Buchstaben im Leben bewirken können</li><li>• Hofstede, G., Hofstede, G.J., Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations - Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival.</li><li>• Kumbier, D., Schulz von Thun, F. (2006). Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele.</li><li>• Lewis, R.D. (2012). When Teams Collide: Managing the International Team Successfully.</li><li>• Nunez-Mahdi, C., R., Pompa, L. (2017). Intercultural Sensitivity: From Denial to Intercultural Competence (4. Auflage)</li><li>• Trompenaars, F., Woolliams, P. (2004). Business Weltweit: Der Weg zum interkulturellen Management.</li></ul>
<b>Further information</b>	<p><b>SDGs associated with the module:</b> 5, 8, 10, 16, 17</p> <p><b>Acquired competencies and share in %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systems thinking competency (0%)</li><li>• Anticipatory competency (10%)</li><li>• Normative competency (10%)</li><li>• Strategic competency (10%)</li><li>• Collaboration competency (30%)</li><li>• Critical thinking competency (5%)</li><li>• Self-awareness competency (30%)</li><li>• Integrated problem solving competency (5%)</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Title of Module</b>	<b>Economic Framework of Sustainable Development</b>
<b>Course Code</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>Credit Value</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Current Version: 03/2021
<b>Prerequisite</b>	Nil
<b>Professor / Lecturer</b>	Prof. Dr. Hans-Peter Benedikt
<b>Mandatory or elective mandatory module</b>	Elective Mandatory
<b>Language</b>	German
<b>Goal of module</b>	<p>This course provides exposure to the macroeconomic framework conditions within sustainable business takes place. Providing this knowledge is a necessary requirement for the discussion of societal transformation and organizational change. Students will learn about macroeconomic concepts, strategies and action approaches to shape a sustainable development from different perspectives. Special emphasis is put on the development of systems thinking competency in this course.</p> <p><b>Learning outcomes of the module</b></p> <p>Upon successful completion of the module, students should have achieved the following learning outcomes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LO 1: Understand the key concepts that underpin current economic thinking, as well as alternative models (Cognitive Level 2)</li> <li>• LO 2: Discuss the macroeconomic frameworks necessary for sustainable management (Cognitive Level 2)</li> <li>• LO 3: Understand how markets work, and where they fail (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 4: Evaluate alternative models to conventional economics including degrowth and steady-state economics (Cognitive Level 5)</li> <li>• LO 5: Appraise sustainability values, norms, and goals of society in order to create visions for an optimistic future (Cognitive Level 6)</li> </ul>
<b>Content of module</b>	<p><b>The module covers the following topics:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• History of the capitalist Economic System and economic growth paradigm</li> <li>• Strategies for Degrowth as a planned reduction of energy and resource use designed to bring the economy back into balance with the living world</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Green economy concepts as an alternative to today's dominant economic model</li> <li>• Global change and its challenges for society, ecosystems and economy (climate change, loss of biodiversity, vast deforestation, freshwater availability, soil degradation, population growth, rising consumption of goods and energy etc.)</li> <li>• Responsible use of resources, peak oil, sustainable consumption and production, buying behavior fundamentals</li> <li>• Regional economy: sharing economy and local distribution structures</li> </ul>
<b>Teaching / Learning Strategies</b>	<p><b>To support students in their learning the following methods are used:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectures based method of instructional strategy in classroom that provides a way to communicate and disseminating a large amount of information.</li> <li>• Active learning strategy that allows student to talk and listen, read, write and reflect as they approach course content through problem solving exercise and case studies all of which requires student to apply what they have learned.</li> <li>• Some course content is compiled through independent student work and presented in classroom from each student to their fellow students</li> </ul>
<b>Total student learning time</b>	<p><u>180 hours student learning time in total</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 hours lecture</li> <li>• 135 hours independent learning and assessment preparation</li> </ul>
<b>Assessment methods / composition of final grade</b>	<p>The forms of examination can be divided into 2 areas:</p> <p><b>Scientific paper (70%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Written paper (individually) containing a self-reflection and summarizing economic approaches</li> </ul> <p><b>Presentation (30%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 min. presentation on a relevant course topic (e.g. green economy, degrowth etc.)</li> </ul>
<b>Literature and other recommended sources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corneo, G (2018). Is Capitalism Obsolete? A Journey through Alternative Economic Systems. Harvard: Harvard University Press</li> <li>• Daly, H.E. And Farley, J., (2011). Ecological Economics: Principles and Applications, 2nd ed. Washington D.C.: Island Press</li> <li>• Jackson, T. (2018). Prosperity without Growth: Economics for a Finite Planet. London: Taylor</li> <li>• Meadows, D. (1972). Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit.</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Millenium Institute. The Digital Revolution and Sustainable Development: Opportunities and Challenges. <a href="https://www.millennium-institute.org">https://www.millennium-institute.org</a></li><li>• National pathways to the Sustainable Development Goals (SDGs): A comparative review of scenario modelling tools. <a href="https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI_UNGC_Reporting-on-SDGs_Practical_Guide.pdf">https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI_UNGC_Reporting-on-SDGs_Practical_Guide.pdf</a></li><li>• Raworth, K (2017): Die Donut Economy. Vermont: White River</li></ul>
<b>Further information</b>	<p><b>SDGs associated with the module:</b> 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17</p> <p><b>Acquired competencies and share in %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systems thinking competency (20%)</li><li>• Anticipatory competency (15%)</li><li>• Normative competency (20%)</li><li>• Strategic competency (15%)</li><li>• Collaboration competency (5%)</li><li>• Critical thinking competency (10%)</li><li>• Self-awareness competency (5%)</li><li>• Integrated problem solving competency (10%)</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Aktuelle Themen</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	Diverse
<b>Verbindlichkeit</b>	Wahlpflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch oder Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>Das Modul dient als ‘Platzhalter‘ für Studienangebote zu aktuellen Themen. Diese können von der Studiengangleitung festgelegt werden. Erfolgt dies nicht, können geeignete Studienangebote anderer Masterstudiengänge im In- und Ausland sowie an der HNE Eberswalde gewählt werden.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Die Lernergebnisse des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Aktuelle Themen</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sollen Module auswählen, deren Inhalte in sinnvollem Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs stehen.</li> </ul> <p>um so individuellen sowie der jeweiligen Situation geschuldeten Interessen Raum zu geben und den Horizont der Studierenden zu erweitern.</p>
<b>Lehr- und Lernstrategien</b>	Die Lehr- und Lernstrategien des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
<b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b>	<u>180 Stunden Arbeitsaufwand unterteilt in Präsenz- und Eigenarbeitszeit</u>
<b>Prüfungsleistung</b>	Die Prüfungsformen sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b>	Die Literatur ist abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
<b>Zusatzinformationen</b>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von den angebotenen bzw. dem gewählten Modul – adressiert werden.</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <p>Die erworbenen Kompetenzen des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Social Innovation Project 3 - Prototyp-Erstellung</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	SIP 1,2
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	to be chosen
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>In diesem Modul eruiieren die Studierenden die in SIP 1 entwickelte Innovationsidee ihres Produkts oder ihrer Dienstleistung mit potenziellen KundInnen, erstellen auf Basis des KundInnen-Feedbacks Prototypen, so genannte „Minimum Viable Products“ (minimal überlebensfähige Produkte), um im weiteren Verlauf die Bedürfnisse und Erwartungen sowie die Zahlungsbereitschaft ihrer zukünftigen KundInnen so gut zu kennen, dass sie ein marktfähiges Produkt / Dienstleistung entwickeln.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Verständnis, Erläuterung und kritische Diskussion des „Lean Startup“-Ansatzes (Stufe 2)</li> <li>• LE 2: KundInnenprobleme erkennen und mit einfachen Mitteln erforschen (Stufe 3)</li> <li>• LE 3: Durchlaufen des Bauen-Messen-Lernen-Kreislauf mit potenziellen KundInnen (Stufe 3)</li> <li>• LE 4: Ermittlung der Zahlungsbereitschaft potenzieller KundInnen mit einem Prototypen / MVP (Stufe 4)</li> <li>• LE 5: Entscheidungen können auf Basis vorangegangener Recherche getroffen werden (Stufe 5)</li> <li>• LE 6: eigenes unternehmerisches Denken und Ideen einordnen und kritisch reflektieren können (Stufe 5)</li> <li>• LE 7: Erstellung von Prototypen/MVPs als prüfbare Hypothesen (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Entwicklung und Validierung von Minimum Viable Products</b></p> <p>Die Studierenden</p>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

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

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 360°-Feedback von Kunden, Lieferanten und Teammitgliedern sowie Selbstbewertung (20%)</li> <li>• Darstellungen der erstellten Prototypen / MVPs (20%)</li> <li>• Schriftlichen Reflexion des eigenen Lernprozesses im Zusammenhang mit dem Modul. (20%)</li> </ul>
<p><b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blank, S. (2013). Why the Lean Start-Up Changes Everything, Harvard Business Review, <a href="https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything">https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything</a></li> <li>• Breuer (2012). Lean venturing. <a href="http://www.uxberlin.com/wp-content/uploads/2012/12/12_Breuer_Lean_Venturing.pdf">http://www.uxberlin.com/wp-content/uploads/2012/12/12_Breuer_Lean_Venturing.pdf</a></li> <li>• Croll, A., Yoskovitz, B. (2013) Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster</li> <li>• Grier, D. A. (2013). Crowdsourcing For Dummies</li> <li>• lean canvas: <a href="http://alexboerger.de/blog/lean-canvas-pdf-auf-deutsch/">http://alexboerger.de/blog/lean-canvas-pdf-auf-deutsch/</a></li> <li>• Maurya, A. (2016). Scaling Lean: Mastering the Key Metrics for Startup Growth</li> <li>• Olsen, D. (2015). The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback</li> <li>• Osterwalder, A. u.a. (2015). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want</li> <li>• Perez-Breva, L. (2016). Innovating: A Doer's Manifesto for Starting from a Hunch, Prototyping Problems, Scaling Up, and Learning to Be Productively Wrong</li> <li>• Ries, E. (2011). „The Lean Startup“, Talks at Google. Online unter <a href="https://www.youtube.com/watch?v=fEvKo90qBns">https://www.youtube.com/watch?v=fEvKo90qBns</a></li> <li>• Ries, E. (2014). Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen.</li> <li>• Sharon, T. (2016). Validating Product Ideas: Through Lean User Research. Archetypes for Founders, Leaders, and Impact Investors.</li> </ul>
<p><b>Zusatzinformationen</b></p>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des Prototypen / MVP den die Studierenden entwickeln – adressiert werden.</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemische Kompetenz (0%)</li> <li>• Antizipatorische Kompetenz (30%)</li> <li>• Normative Kompetenz (0%)</li> <li>• Strategische Kompetenz (20%)</li> <li>• Interpersonale Kompetenz (20%)</li> <li>• Kritisches Denken (10%)</li> <li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (10%)</li> <li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Social Innovation Project 4 - Nachhaltiger Businessplan</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	1
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	SIP 1,2,3
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	to be chosen
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>In diesem Modul erstellen die Studierenden auf Basis des im SIP 3 entwickelten Prototypen / MVP ihrer Social-Business Idee einen Businessplan. Sie werden dazu unter Zuhilfenahme eines Canvas durch alle Stufen der Planung eines eigenen Social-Innovation-Projects (Geschäftsidee, GründerInnenteam, Marktanalyse, Marketing und Vertrieb, Unternehmen &amp; Organisation, Finanzplanung, Finanzierung) geführt, und präsentieren den Business-Plan schließlich vor einer SozialunternehmerInnen-Jury an der Hochschule.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Erinnern, Verstehen und Diskutieren verschiedener Rechtsformen und ihrer Vor- und Nachteile für Social Businesses (Stufe 2)</li> <li>• LE 2: Verständnis der verschiedenen Teile eines Businessplans (Stufe 2)</li> <li>• LE 3: Anwendung, Erläuterung und Vergleich der Prinzipien und Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements (Stufe 3)</li> <li>• LE 4: Methodisch saubere Planung, Organisation und Durchführung des Projektes ‘Entwicklung eines Social Businessplan‘ (Stufe 3)</li> <li>• LE 5: Nutzung ausgewählter Software und webbasierter Tools für Projekt-management (Stufe 3)</li> <li>• LE 6: Verdichtung des Businessplans in eine überzeugende, wirksame Präsentation (Stufe 3)</li> <li>• LE 7: Bedienen sich ihres Wissens um Feedback zu geben (Stufe 3)</li> <li>• LE 8: Entwicklung eines Social Business Canvas sowie eines Social-Businessplans inklusive eines mehrstufigen Finanzplans (Stufe 6)</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Einführung in das Projektmanagement</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• erhalten durch Vorträge und Workshops eine Einführung in klassisches und agiles Projektmanagement (Scrum etc.);</li><li>• arbeiten sich selbständig in Software und webbasierte Tools für Projektmanagement ein;</li></ul> <p><b>Einen Businessplan schreiben und präsentieren</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• machen sich mit Funktion und Aufbau eines Businessplans vertraut;</li><li>• erarbeiten mithilfe des Value mapping tools in Teams ihre individuellen und organisationalen Werte als Basis für weitere Entscheidungen;</li><li>• lernen verschiedene Rechtsformen kennen und beschäftigen sich mit der Finanzplanung ihres Social Business;</li><li>• erlangen durch Vorträge und Beispiele Einblicke in professionelle Businesspläne und ihren Erstellungsprozess (bspw. Handbuch des BPW);</li><li>• erörtern wichtige Fragestellungen und Elemente einer Gründung mithilfe der Social Entrepreneurship Cards (SEA) und / oder Business Innovation Kit (UX Berlin) spielerisch;</li><li>• nutzen den Social Enterprise Canvas (Peña Kick, 2019) / Sustainable Business Model Canvas (Fichter/ Borderstep Institut), triple layered business model canvas (Joyce/Paquin/ Pigneur) oder flourishing business canvas (Upward/Jones) für die Erstellung einer ersten Übersicht ihres Social Business Modells;</li><li>• erstellen basierend auf dem Businessplan einen Pitch für potenzielle MittelgeberInnen, um so um (finanzielle) Unterstützung zu werben</li><li>• erhalten unmittelbares Feedback, das protokolliert und später um schriftliches Feedback durch andere Studierendenteams auf den eigentlichen Business Plan ergänzt wird;</li><li>• überarbeiten den Business Plan auf Basis des erhaltenen Feedbacks;</li><li>• reflektieren ihre Aktivitäten und Lernerfahrungen kollektiv.</li></ul> <p>um auf Basis eines fundierten Geschäftskonzeptes / Businessplans der realen Umsetzung ihres Social-Business näher zu kommen..</p>
<b>Lehr- und Lernstrategien</b>	<p><b>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Lektüre, Einzelarbeit, Workshops</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische und praktische Arbeit im Team</li> <li>• Coaching durch Team Coach</li> <li>• Impulsvorträge</li> </ul>
<b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b>	<p><u>180 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzzeit</li> <li>• 135 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung</li> </ul>
<b>Prüfungsleistung</b>	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 2 Bereiche unterteilen:</p> <p><b>Businessplan (75%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassende Dokumentation (Vorgehensmodell, Projektplan, Rollen- und Aufgabenverteilung, Ressourceneinsatz, Fortschrittsberichte, Protokolle, Issue Log, Abschlussbericht) des Projektmanagements im Zusammenhang mit der Erstellung des Social Businessplans (25 %)</li> <li>• Erarbeitung des Social-Business-Canvas und des Social-Businessplans (40%)</li> <li>• Qualität des Feedbacks auf den Business Plan eines anderen Social-Business-Teams (10 %)</li> </ul> <p><b>Präsentation (25%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Businessplan-Präsentation / Pitch vor einem Sozialunternehmer-Innenkomitee</li> </ul>
<b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bartelt, D. u.a. (2015). Das Crowdfunding-Handbuch: Ideen gemeinsam finanzieren.</li> <li>• Blank, S. (2013). Why the Lean Start-Up Changes Everything, Harvard Business</li> <li>• <a href="https://fellowship-europe.ashoka.org/story/social-investment-toolkit">https://fellowship-europe.ashoka.org/story/social-investment-toolkit</a></li> <li>• BMWi (2017). Überblick zu bestehenden Instrumenten zur Gründungs- und Wachstumsfinanzierung. <a href="http://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/U/ueberblick-zu-bestehenden-instrumenten-zur-gruendungs-und-wachstumsfinanzierung.html">www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/U/ueberblick-zu-bestehenden-instrumenten-zur-gruendungs-und-wachstumsfinanzierung.html</a></li> <li>• BMWi (2018). Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).</li> <li>• BMWi (2019). Gründerzeiten 27 – Soziales Unternehmertum. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).</li> <li>• Businessplanwettbewerb Berlin Brandenburg - Guide on how to write a businessplan Online: <a href="https://www.bpw.de/de/downloads/handbuch/">https://www.bpw.de/de/downloads/handbuch/</a></li> <li>• Cheng, M. (2018). Social Investment Toolkit: A Social Entrepreneur's Guide To Raising Finance.</li> <li>• Cremades, A. (2016). The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know.</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dräther, R., Koschek, H., Sahling, C. (2013). Scrum - kurz &amp; gut.</li> <li>• Fichter, Riemann (2016). Geschäftsmodellentwicklung mit dem Sustainable Business Canvas. Moderationsleitfaden zur Durchführung von Workshops.</li> <li>• Kim, W.C., Mauborgne, R.A. (2016). Der Blaue Ozean als Strategie: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt.</li> <li>• Kubr, A.; Ilar, D., Marchesi, H. (2016). Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg.</li> <li>• Lipp, C. (2014). The Startup Pitch: A Proven Formula to Win Funding.</li> <li>• Michels, B. (2015). Projektmanagement Handbuch - Grundlagen mit Methoden und Techniken für Einsteiger.</li> <li>• Nagl, A. (2015). Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen. Mit Checklisten und Fallbeispielen.</li> <li>• Patzak, G., Rattay, G. (2014). Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen.</li> <li>• Projektmanagement-Software: <a href="https://www.openproject.org/">https://www.openproject.org/</a></li> <li>• Reußig, J. (2015). Agiles Projektmanagement: Scrum, Use Cases, Task Boards &amp; Co.</li> <li>• Sanford, C. (2010). The Responsible Entrepreneur: Four Game-Changing</li> <li>• Scharpe, K., Wunsch, M. (2019). Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2019. Berlin: Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland.</li> <li>• Schramm, D., M., Carstens, J. (2014). Startup-Crowdfunding und Crowdinvesting: Ein Guide für Gründer. Mit Kapital aus der Crowd junge Unternehmen online finanzieren.</li> <li>• Sutherland, J. (2015). Die Scrum-Revolution: Management mit der bahnbrechenden Methode der erfolgreichsten Unternehmen.</li> <li>• Van Geel, J. (2018). Pitching Ideas.</li> <li>• Web Tools: <a href="http://www.opensourceprojectmanagement.org/">http://www.opensourceprojectmanagement.org/</a></li> <li>• OnlineCanvas: <a href="http://www.start-green.net">www.start-green.net</a></li> <li>• Yunus, M., Weber, K. (2010). Building Social Business: the new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. New York: Public Affairs.</li> </ul>
<p><b>Zusatzinformationen</b></p>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP das die Studierenden planen – adressiert werden.</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemische Kompetenz (10%)</li> <li>• Antizipatorische Kompetenz (0%)</li> <li>• Normative Kompetenz (10%)</li> <li>• Strategische Kompetenz (30%)</li> <li>• Interpersonale Kompetenz (20%)</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kritisches Denken (0%)</li><li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (20%)</li><li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)</li></ul>
--	--

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Title of Module</b>	<b>Social Innovation and Digital Transformation</b>
<b>Course Code</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	2
<b>Credit Value</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Current Version: 03/2021
<b>Prerequisite</b>	Nil
<b>Professor / Lecturer</b>	to be chosen
<b>Mandatory or elective mandatory module</b>	Mandatory
<b>Language</b>	English
<b>Goal of module</b>	<p>Organizational, technological, and social innovations are crucial for driving social change. Social innovation is helping to solve some of the world's most pressing problems with new solutions such as fair trade, distance learning, mobile money transfer. Students will get an overview of important literature and debates on social innovation. They also learn and apply methods to develop, implement and scale social innovations. Special emphasis is put on the link between digital transformation and social innovation. Students will be shown the potential of digitalization within the context of social innovations.</p> <p><b>Learning outcomes of the module</b></p> <p>Upon successful completion of the module, students should have achieved the following learning outcomes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LO 1: Discuss different digital business models (including communication and distribution channels, payment system, strengths and weaknesses) (Cognitive Level 2)</li> <li>• LO 2: Explain the different dimensions of a social innovation by applying the sustainability innovation cube model to a concrete example (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 3: Analyze the steps of the innovation process and construct their own social innovation by applying the step by step modeling approach (Cognitive Level 4)</li> <li>• LO 4: Compare and estimate the innovation culture of different social enterprises and startups and evaluate the use of digital solutions (Cognitive Level 4).</li> </ul>
<b>Content of module</b>	<p><b>The module covers the following topics:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensions of Innovation/ Sustainability Innovation Cube (Hansen)</li> <li>• Innovation process</li> <li>• How to develop an innovation culture in companies/ organizations?</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• How can social enterprises use digitalization to cope with global challenges?</li> <li>• The role of change management in business environment</li> <li>• Proactive sustainable solutions for the use and management of natural resources (how can digitalization help?)</li> </ul>
<b>Teaching / Learning Strategies</b>	<p><b>To support students in their learning the following methods are used:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectures based method of instructional strategy in classroom</li> <li>• Individual market research and classroom discussion about existing (successful or not successful) digital social innovations</li> <li>• Small group workshops under supervision promote an active learning environment and encourage exchange of ideas among students (workshop example: compare and estimate the innovation culture of different social enterprises and startups)</li> <li>• Working through case studies require students to apply what they have learned</li> </ul>
<b>Total student learning time</b>	<p><u>180 hours student learning time in total</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 hours lecture</li> <li>• 135 hours independent learning and assessment preparation</li> </ul>
<b>Assessment methods / composition of final grade</b>	<p><b>The form of examination is the presentation (100%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• about an existing digital social business or a (fictional) digital social innovation of an established company (including discussion of realized or future potentials of digitalization, such as reducing costs, scaling impact, reaching new target groups, innovation culture etc.)</li> </ul>
<b>Literature and other recommended sources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bornstein, D. (2007). How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas. Oxford: University Press.</li> <li>• Certo, S.T., Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. Business Horizons 51(4), 267–271.</li> <li>• Dees, J.G. (1998). The meaning of social entrepreneurship. Online via: <a href="http://e145.stanford.edu/upload/articles/dees_SE.pdf">http://e145.stanford.edu/upload/articles/dees_SE.pdf</a></li> <li>• Hansen et al (2009). Sustainability Innovation Cube – A Framework to Evaluate Sustainability-Oriented Innovations</li> <li>• Howaldt, J., Jacobsen, H. (2010). Soziale Innovation. Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma. Wiesbaden: Springer</li> <li>• <a href="https://www.betterplace-lab.org">https://www.betterplace-lab.org</a></li> <li>• Martin, R. L., Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. Stanford Social Innovation Review, 5(2), 28–39.</li> <li>• Martin R. L., Osberg, S. (2015). Getting Beyond Better: How Social Entrepreneurship Works. Boston: HUP.</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Phills, J.A, Deiglmeier, K., Miller, D.T. (2008). Rediscovering social innovation. Stanford Social Innovation Review, 6(4), 34–43.</li><li>• Schallmo, D., Rusnjak, A. Anzengruber, J., Werani, T., Jünger, M. (2017). Digitale Transformation von Geschäftsmodellen - Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Wiesbaden: Springer</li><li>• Schütt, P. (2015). Der Weg zum digitalen Unternehmen. Social Business Methoden erfolgreich einsetzen. Berlin: Springer</li><li>• Weerawardena, J., Mort, G.S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. Journal of World Business, 41(1), 21–35.</li></ul>
<b>Further information</b>	<p><b>SDGs associated with the module:</b> 6, 7, 9, 12, 13, 14, 15</p> <p><b>Acquired competencies and share in %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systems thinking competency (10%)</li><li>• Anticipatory competency (20%)</li><li>• Normative competency (5%)</li><li>• Strategic competency (20%)</li><li>• Collaboration competency (5%)</li><li>• Critical thinking competency (10%)</li><li>• Self-awareness competency (10%)</li><li>• Integrated problem solving competency (20%)</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Sustainable Entrepreneurship &amp; Social Innovation</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	2
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Erfüllung der inhaltlichen Anforderungen (sinnvoller Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs) und der formalen Anforderungen an den ECTS-Umfang (6 ECTS).
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	Diverse
<b>Verbindlichkeit</b>	Wahlpflicht
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>Das Modul dient als "Platzhalter" für Studienangebote zu aktuellen Themen im Bereich Sustainable Entrepreneurship &amp; Social Innovation innerhalb des Masterstudiengangs. Diese können von der Studiengangsleitung festgelegt werden. Darüber hinaus können geeignete Studienangebote anderer Masterstudiengänge im In- und Ausland sowie an der HNE Eberswalde gewählt werden.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Die Lernergebnisse des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Aktuelle Themen</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sollen Module auswählen, deren Inhalte in sinnvollem Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs stehen.</li> </ul> <p>um so individuellen sowie der jeweiligen Situation geschuldeten Interessen Raum zu geben und den Horizont der Studierenden zu erweitern.</p>
<b>Lehr- und Lernstrategien</b>	Die Lehr- und Lernstrategien des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
<b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b>	<u>180 Stunden Arbeitsaufwand unterteilt in Präsenz- und Eigenarbeitszeit</u>
<b>Prüfungsleistung</b>	Prüfungsform ist abhängig von der jeweiligen Modulbeschreibung

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b>	Die Literatur ist abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
<b>Zusatzinformationen</b>	<b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b>  Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von dem gewählten Modul – adressiert werden.  <b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b>  Die erworbenen Kompetenzen des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Online-Modul</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	2
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Die Inhalte der gewählten Module müssen in eindeutigen fachlichen Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs gemäß §3 SPO stehen.
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	Diverse
<b>Verbindlichkeit</b>	Wahlpflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch oder Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>Studierende wählen einen Massive Open Online-Kurs (MOOC) auf Masterniveau auf dem Gebiet Social Innovation, Social Entrepreneurship und SDGs in Absprache mit der Studiengangsleitung.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Die Lernergebnisse des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Aktuelle Themen</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sollen Module auswählen, deren Inhalte in sinnvollem Zusammenhang mit den Zielen des Masterstudiengangs stehen.</li> </ul> <p>um so individuellen sowie der jeweiligen Situation geschuldeten Interessen Raum zu geben und den Horizont der Studierenden zu erweitern.</p> <p>Geeignete MOOCS im Themenfeld Social und Sustainable Entrepreneurship anderer Universitäten sind unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Social Innovation“ der European Business School (EBS) - Universität für Wirtschaft und Recht</li> <li>• “Unleashing the Impact of your Social Enterprise“ der Copenhagen Business School</li> <li>• “Social Impact Strategy: Tools for Entrepreneurs and Innovators“ der University of Pennsylvania</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Lehr- und Lernstrategien</b>	Die Lehr- und Lernstrategien des Moduls sind abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
<b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b>	<u>180 Stunden Arbeitsaufwand unterteilt in Präsenz- und Eigenarbeitszeit</u>
<b>Prüfungsleistung</b>	Entsprechend der jeweiligen Prüfungsform des MOOC als Prüfungsvorleistung und Beleg (100 %)
<b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b>	Die Literatur ist abhängig von dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.
<b>Zusatzinformationen</b>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von dem gewählten Modul – adressiert werden.</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <p>Die erworbenen Kompetenzen des Moduls sind abhängig von dem angebotenen Modul bzw. dem gewählten Modul des jeweiligen Studierenden.</p>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Social Innovation Project 5 - Umsetzung und Finanzierung</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	3
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 2 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	SIP 1,2,3,4
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	to be chosen
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>In diesem Modul setzen die Studierenden-Teams ihr Social-Innovation Projekt auf Basis des in SIP 4 erstellten Businessplans in kleinem Ausmaß lokal um und haben die Möglichkeit ihren Canvas oder Social Businessplan beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW) oder anderen Wettbewerben einzureichen, um (notwendige) Fördermittel zur Start-Finanzierung als Basis einer Implementierung zu generieren. Außerdem sind sie als Praxis-Coaches für ErstsemestlerInnen-Teams im Einsatz.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Diskussion der verschiedenen Ansätze zur Implementierung des SIP als Basis einer Entscheidungsfindung für das eigene SIP (Stufe 2)</li> <li>• LE 2: Transfer von Wissen aus dem Modul ‘Stakeholder Engagement and Marketing of Social Innovations‘ zur zielgruppengerechten Ansprache der Bevölkerung (Stufe 3)</li> <li>• LE 3: Erinnern, Verstehen und Anwenden verschiedener Coaching-Techniken (Stufe 3)</li> <li>• LE 4: Durchführung eines SIP um einen sozialunternehmerischen Lösungsansatz in der Praxis zu testen (Stufe 5).</li> <li>• LE 5: Ableiten von Erkenntnissen aus der SIP-Praxis zur persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung (Stufe 6)</li> <li>• LE 6: Ableitend von eigenen Erfahrungen und erlerntem Wissen sind sie in der Lage ErstsemestlerInnen-Teams beim Ideenfindungsprozess zu unterstützen und ihnen als ‘Buddies‘ zur Seite zu stehen (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Implementierung des Social Innovation Projects</b></p>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

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

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fischer-Epe, M., Schulz von Thun, F. (2017). Coaching: Miteinander Ziele erreichen. Rowohlt Verlag.</li><li>• Grolimund, F. (2017). Psychologische Beratung und Coaching: Lehr- und Praxisbuch für Einsteiger. Hogrefe Verlag.</li><li>• Mangelsdorf, J. (2019). Positive Psychologie im Coaching: Positive Coaching für Coaches, Berater und Therapeuten. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</li><li>• Meier, D. Szabo, P. (2011). Coaching - erfrischend einfach. Books on Demand Verlag.</li><li>• Migge, B. (2018). Handbuch Coaching und Beratung. Beltz Verlag.</li><li>• Pautsch, P., Steininger, S. (2014). Lean Project Management: Projekte exzellent umsetzen. München: Carl-Hanser Verlag.</li><li>• Rameder P., Millner R., Moder C., Christanell A., Vandor P., Meyer M. (2016). Der soziale Brutkasten: Wie gesellschaftliche Innovationen besser gelingen. Bedingungen der Entstehung, Umsetzung und Verbreitung, am Beispiel des österreichischen Gesundheitssektors. NPO&amp;SE Kompetenzzentrum. Wien: Wirtschaftsuniversität <a href="https://epub.wu.ac.at/5328/1/Rameder_et_al_2016_Soziale_Innovationen.pdf">https://epub.wu.ac.at/5328/1/Rameder_et_al_2016_Soziale_Innovationen.pdf</a></li><li>• Sterrer, C. (2014). Das Geheimnis erfolgreicher Projekte: Kritische Erfolgsfaktoren im Projektmanagement. Was Führungskräfte wissen müssen. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</li></ul>
<b>Zusatzinformationen</b>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP das die Studierenden durchführen – adressiert werden..</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systemische Kompetenz (20%)</li><li>• Antizipatorische Kompetenz (0%)</li><li>• Normative Kompetenz (0%)</li><li>• Strategische Kompetenz (30%)</li><li>• Interpersonale Kompetenz (20%)</li><li>• Kritisches Denken (0%)</li><li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (20%)</li><li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Social Innovation Project 6 - Evaluierung und Skalierung</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	3
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 2 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	SIP 1,2,3,4,5
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	to be chosen
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>In diesem Modul evaluieren die Studierenden ihre sozialunternehmerischen Aktivitäten durch Feldforschung und berechnen den Social Impact ihres SIP. Darüber hinaus nehmen sie Berechnungen zu einer möglichen Skalierung und dessen Auswirkungen auf Wirtschaftlichkeit und Social Impact vor und präsentieren die gesammelten Ergebnisse in Form einer Crowd Funding Kampagne.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Kennen verschiedene Strategien zur Skalierung ihres SIP (Stufe 1)</li> <li>• LE 2: Erinnern, passen an und nutzen die theoretischen Erkenntnisse aus 'Impact Measurement and Sustainability Controlling' sowie 'Stakeholder Engagement and Marketing of Social Innovations' (Stufe 3)</li> <li>• LE 3: Verdichtung der Arbeitsergebnisse in eine überzeugende, wirksame Crowd-Funding Kampagne (Stufe 3)</li> <li>• LE 4: Anwendung und Einschätzung verschiedener Instrumente zur Optimierung des Fundraisings (Stufe 5)</li> <li>• LE 5: Entwicklung und Durchführung eines eigenen Feldforschungs-designs zur Evaluierung der Aktivitäten des SIP (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Evaluation und Skalierung des Social Innovation Projects</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• evaluieren die Aktivitäten ihres SIP durch Feldforschung bei den durch das SIP geförderten Personen / Umwelten</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

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

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<p>content/uploads/2016/02/tackling-heropreneurship-daniela-papi.pdf</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Phineo (2015). Kursbuch Wirkung. <a href="http://www.phineo.org/fuer-organisationen/kursbuch-wirkung/">www.phineo.org/fuer-organisationen/kursbuch-wirkung/</a></li></ul>
<b>Zusatzinformationen</b>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig von der Art des SIP das die Studierenden durchführen – adressiert werden.</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systemische Kompetenz (10%)</li><li>• Antizipatorische Kompetenz (30%)</li><li>• Normative Kompetenz (0%)</li><li>• Strategische Kompetenz (20%)</li><li>• Interpersonale Kompetenz (20%)</li><li>• Kritisches Denken (0%)</li><li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (10%)</li><li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (10%)</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Title of Module</b>	<b>Stakeholder Engagement and Marketing of Social Innovations</b>
<b>Course Code</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	3
<b>Credit Value</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Current Version: 03/2021
<b>Prerequisite</b>	Nil
<b>Professor / Lecturer</b>	to be chosen
<b>Mandatory or elective mandatory module</b>	Mandatory
<b>Language</b>	German
<b>Goal of module</b>	<p>Marketing is a crucial function in all businesses and organizations and is becoming increasingly crucial to success in our modern global economy. This course teaches core concepts and tools to better excel in marketing, showing the importance of an authentic marketing and brand strategy, pricing, integrated marketing communication and social media strategy. Stakeholder and community engagement will be presented as a way of marketing social innovations when having little marketing budget, very relevant especially to social entrepreneurs.</p> <p><b>Learning outcomes of the module</b></p> <p>Upon successful completion of the module, students should have achieved the following learning outcomes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LO 1: Identify key stakeholder of an enterprise or endeavor by using a stakeholder map / stakeholder analysis (Cognitive Level 1)</li> <li>• LO 2: Describe the individual stakeholder interests and needs by adopting their perspectives and match them to his/her own company interest and needs seeking for potential partners and benefactors (Cognitive Level 2)</li> <li>• LO 3: Develop ethical and sustainable marketing concepts and construct a successful communication and reputation management (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 4: Distinguish existing sustainability certificates and labels and evaluate their usefulness in regards of trust-building stakeholder communication (Cognitive Level 4)</li> <li>• LO 5: Create innovative partnerships with relevant stakeholders and formulate appropriate cooperation agreements (Cognitive Level 5)</li> </ul>
<b>Content of module</b>	<p><b>The module covers the following topics:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actively involve stakeholders (donors, partners and beneficiaries etc.)</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Community engagement to achieve long-term and sustainable outcomes, processes, partnerships and implementation</li> <li>• Community-based planning, partnership, and multi-stakeholder engagement tools</li> <li>• Developing innovative partnerships with local corporations (examples of the field, e.g. „Original Unverpackt“ in Berlin)</li> <li>• Communication strategies to reach the many people and communities that could benefit from the innovation / method of storytelling / marketing mix</li> <li>• Building up (long-term) cooperations</li> <li>• The use of sustainability reporting and certificates in marketing and communication</li> <li>• Consideration of potential risks that could harm a company's reputation and brand image (reputation and risk management)</li> </ul>
<b>Teaching / Learning Strategies</b>	<p><b>To support students in their learning the following methods are used:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectures based learning about concepts and theories of marketing and stakeholder engagement</li> <li>• Students reflect course content through the analysis of practical examples of the field as well as problem solving exercises (learnings from best practices)</li> <li>• Cooperative learning environment engages students in active discussion and promotes both collaboration competency and critical thinking competency</li> </ul>
<b>Total student learning time</b>	<p><u>180 hours student learning time in total</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 hours lecture</li> <li>• 135 hours independent learning and assessment preparation</li> </ul>
<b>Assessment methods / composition of final grade</b>	<p><b>The form of examination is a written paper (100%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• about analyzing the marketing and engagement strategy of a successfully run social / sustainable business and derivation of success factors for the marketing of the student SIP</li> </ul>
<b>Literature and other recommended sources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brinckerhoff, P. C. (2000). Mission Based Management, Wiley.</li> <li>• Buckman, D.G., Smith, D.A. et al. (2020). Stakeholder Engagement: Improving Education through Multi-Level Community Relations.</li> <li>• Gladwell, M. (2001). The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference. Little, Brown.</li> <li>• Jucan, G. (2017). A Pocket Guide to Stakeholders' Engagement</li> <li>• London, M., Morfopoulos, R. G. (2010). Social Entrepreneurship – How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community Based Initiatives for Advocacy and Change. Routledge.</li> <li>• Meffert, H., Burmann, C. et al.(2018). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pyczak, Thomas (2018). Tell me!: Wie Sie mit Storytelling überzeugen. Inkl. Praxisbeispiele. Für alle, die erfolgreich sein wollen in Beruf, PR und Online- Marketing</li><li>• Rupp, Miriam (2016). Storytelling für Unternehmen: Mit Geschichten zum Erfolg in Content Marketing, PR, Social Media, Employer Branding und Leadership.</li></ul>
<b>Further information</b>	<p><b>SDGs associated with the module:</b> 6, 11, 16, 17</p> <p><b>Acquired competencies and share in %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systems thinking competency (10%)</li><li>• Anticipatory competency (20%)</li><li>• Normative competency (10%)</li><li>• Strategic competency (20%)</li><li>• Collaboration competency (20%)</li><li>• Critical thinking competency (5%)</li><li>• Self-awareness competency (10%)</li><li>• Integrated problem solving competency (5%)</li></ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Title of Module</b>	<b>Impact Measurement and Sustainability Controlling</b>
<b>Course Code</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	3
<b>Credit Value</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Current Version: 03/2021
<b>Prerequisite</b>	Nil
<b>Professor / Lecturer</b>	to be chosen
<b>Mandatory or elective mandatory module</b>	Mandatory
<b>Language</b>	German
<b>Goal of module</b>	<p>Sustainable company-performance and social impact are crucial success factors for sustainable and social enterprises and therefore need to be actively and seriously measured, monitored and managed. In this course students will learn and apply tools and methods of impact measurement and controlling. Also, they will be introduced to different sustainability reporting frameworks and will learn approaches in developing their own sustainability company report.</p> <p><b>Learning outcomes of the module</b></p> <p>Upon successful completion of the module, students should have achieved the following learning outcomes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LO 1: Explain the meaning of the terms input/output/outcome/ impact (Cognitive Level 2)</li> <li>• LO 2: Describe the impact model by Phineo by using concrete example (Cognitive Level 2)</li> <li>• LO 3: Collectively develop and implement innovative actions that create impact and support sustainable development (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 4: Use different possibilities and methodologies of sustainability reporting, conduct a materiality analysis and integrate both financial and non-financial parameters (Cognitive Level 3)</li> <li>• LO 5: Collect and analyze relevant data necessary to measure input, output, outcomes and impact (Cognitive Level 4)</li> <li>• LO 6: Rate opportunities and risks associated of the current endeavor and its future development by generating and comparing relevant key parameter, which will enable the management to take appropriate decisions in terms of business alignment (Cognitive Level 6)</li> </ul>
<b>Content of module</b>	<b>The module covers the following topics:</b>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlling (key parameters for sustainable business development and social impact; financial and non-financial parameters)</li> <li>• Planning, control and information system</li> <li>• Environmental / sustainability accounting (sustainability balanced scorecard)</li> <li>• Input-output-outcome-impact model (by Phineo)</li> <li>• Scaling social impact / scalability of a social innovation</li> <li>• Scaling impact with design thinking and rapid prototyping</li> <li>• Sustainability reporting / reporting standards (e.g. GRI/DNK/UN Guiding Principles Reporting Standard)</li> </ul>
<b>Teaching / Learning Strategies</b>	<p><b>To support students in their learning the following methods are used:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lecture based knowledge transfer</li> <li>• Active classroom environment that allows student to participate and discuss about issues</li> <li>• Group exercises: analysis of financial reports / impact reports of nonprofit organizations identifying key performance indicators; compare the quality of reports</li> <li>• Management simulation: students learn to act as future leaders and make strategic decisions (simulation scenario xy happens)</li> </ul>
<b>Total student learning time</b>	<p><u>180 hours student learning time in total</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 hours lecture</li> <li>• 135 hours independent learning and assessment preparation</li> </ul>
<b>Assessment methods / composition of final grade</b>	<p><b>The form of examination is a written exam (100%)</b></p>
<b>Literature and other recommended sources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bradach, J. (2003). Going to scale. Stanford Social Innovation Review, 19–25.</li> <li>• Colman, B. (2016). Nachhaltigkeitscontrolling: Strategien, Ziele, Umsetzung</li> <li>• Phineo Wirkungslogik: <a href="https://www.wirkung-lernen.de/wirkungsplanen/wirkungslogik/wirkungsziele-ausarbeiten/">https://www.wirkung-lernen.de/wirkungsplanen/wirkungslogik/wirkungsziele-ausarbeiten/</a></li> <li>• Martlew, N. (2017). Creative Coalitions – a Handbook for Change. Retrieved: <a href="https://crisisaction.org/handbook/contents/">https:// crisisaction.org/handbook/contents/</a></li> <li>• Mulgan, G. (2010). Measuring Social Value. Stanford Social Innovation Review, 8(3), 38-43. Retrieved: <a href="http://www.ssireview.org/articles/entry_measuring_social_value/">http://www.ssireview.org/articles/entry_measuring_social_value/</a></li> <li>• OECD, EU (2017). Boosting Social Enterprise Development.</li> <li>• Repp, L. (2013). Soziale Wirkungsmessung im Social Entrepreneurship: Herausforderungen und Probleme.</li> <li>• Rosenzweig, C. et al. (2004). Double bottom line project report: Assessing social impact in double bottom line ventures. Retrieved: <a href="http://www.riseproject.org/DBL_Methods_Catalog.pdf">http://www.riseproject.org/DBL_Methods_Catalog.pdf</a></li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Further information</b>	<p><b>SDGs associated with the module: 4</b></p> <p>Any SDG could be addressed in this module, depending on the specific impact the social innovation will achieve. Students get equipped with the knowledge and skills to create and measure social impact and by doing this, supporting the SDG.</p> <p><b>Acquired competencies and share in %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Systems thinking competency (20%)</li><li>• Anticipatory competency (25%)</li><li>• Normative competency (10%)</li><li>• Strategic competency (25%)</li><li>• Collaboration competency (0%)</li><li>• Critical thinking competency (10%)</li><li>• Self-awareness competency (10%)</li><li>• Integrated problem solving competency (0%)</li></ul>
----------------------------	---

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Nachhaltiges Personalmanagement</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	3
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	Prof. Dr. Hans-Peter Benedikt
<b>Verbindlichkeit</b>	Wahlpflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Modulziel</b>	<p>MitarbeiterInnen sind für Unternehmen eine wichtige Ressource, denn ihre Leistungen tragen wesentlich zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Aus diesem Grund setzen viele Unternehmen verstärkt auf nachhaltiges Personalmanagement. Das Modul geht auf die Gestaltung eines nachhaltigen und innovationsorientierten Personalmanagements ein und zeigt auch aktuelle Herausforderungen auf.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Definition der wichtigsten Werkzeuge, Prinzipien, Konzepte und Prozesse des nachhaltigen Human Resource Managements (Stufe 1)</li> <li>• LE 2: Nennung der Ziele und Aufgaben des nachhaltigen Personalmanagements sowie Gewinnung eines Überblicks über aktuelle Diskurse der betrieblichen Personalarbeit (Stufe 1)</li> <li>• LE 3: Erkennen der Bedeutung der verschiedenen Personalfunktionen für die Entwicklung einer nachhaltigen Unternehmenskultur sowie des wertschätzenden Umgangs mit MitarbeiterInnen in der internationalen und interkulturellen Arbeitswelt (Stufe 2)</li> <li>• LE 4: Verständnis der Rolle des Personalmanagements bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien (Stufe 2)</li> <li>• LE 5: Erläuterung und Einschätzung von klassischer und moderner Mitarbeiterführung und deren Bedeutung für das Personalmanagement (Stufe 5)</li> <li>• LE 6: Entwicklung von Lösungen nachhaltiger Personalarbeit in Unternehmen sowie Bewertung und Zuordnung des Einsatzes personalwirtschaftlicher Instrumente am Arbeitsplatz (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

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

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (20%)</li><li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (0%)</li></ul>
--	--

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Planspiel</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	4
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	to be chosen / Daniel Rudolf
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch oder Englisch
<b>Modulziel</b>	<p>In diesem Modul nehmen die Studierenden an einem Planspiel teil, das speziell auf die Besonderheiten einer gemeinwohlorientierten Gründung ausgerichtet ist. Die SpielerInnen agieren dabei als UnternehmerInnen in simulierten Märkten, verfolgen aber nicht das Ziel der Gewinnmaximierung, sondern das Ziel der Maximierung ihres Social Impacts. Das betriebswirtschaftliche Grundprinzip „Einzahlung <math>\geq</math> Auszahlung“ muss aber gewahrt bleiben – entsprechend müssen GründerInnen- und, MitarbeiterInnengehalt gezahlt sowie alle weiteren Kosten gedeckt werden.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Verständnis für die Tatsache, dass eine Beteiligung am wirtschaftlichen Marktgeschehen der eigenen (sozialen) Zielsetzung dienlich sein kann (Stufe 2)</li> <li>• LE 2: Erinnern und Anwenden verschiedener Inhalte aus dem bisherigen Studienverlauf (Stufe 3)</li> <li>• LE 3: Verdichtung der Geschäftsidee in eine überzeugende, wirksame Präsentation (Stufe 3)</li> <li>• LE 4: Entscheidungen können trotz ‘Information Overflow’ getroffen werden (Stufe 5)</li> <li>• LE 5: Bewertung verschiedener Formen der Finanzierung eines nachhaltigen Geschäftsmodells (Stufe 5)</li> <li>• LE 6: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells, das die Verbesserung verschiedener SDGs fördert (Stufe 6)</li> <li>• LE 7: Konstruktion verschiedener Marketingaktionen sowie von sozialen und ökologischen Maßnahmen (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Geschäftsmodellentwicklung- finanzierung und umsetzung</b></p>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

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

## MASESIN – Modulbeschreibungen

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

## MASESIN – Modulbeschreibungen

<b>Modultitel</b>	<b>Master-Thesis</b>
<b>Modulnummer</b>	
<b>Level</b>	Master
<b>Semester</b>	4
<b>ECTS-Credits</b>	24 ECTS / 4 SWS
<b>Version</b>	Aktuelle Version: 03/2021
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	72 ECTS
<b>Professor*in / Modulverantwortliche*r</b>	Diverse
<b>Verbindlichkeit</b>	Pflicht
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Modulziel</b>	<p>In diesem Modul erstellen die Studierenden ihre Master-Thesis entweder auf Basis einer vertiefenden Untersuchung und Weiterbearbeitung ihres Social Innovation Projects oder zu einem beliebigen Thema, das sich mit den Inhalten des Masterstudiengangs ‘Sustainable Entrepreneurship &amp; Social Innovation‘ vereinbaren lässt. Während dieses Prozesses werden die Studierenden begleitet und präsentieren ihre Ergebnisse laufend im Rahmen eines Colloquiums.</p> <p><b>Lernergebnisse des Moduls</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE 1: Verdichtung der Ergebnisse der Masterarbeit in eine überzeugende, wirksame Präsentation (Stufe 3)</li> <li>• LE 2: Adaption der erlernten Forschungsmethoden auf die Notwendigkeiten ihrer Masterarbeit (Stufe 5)</li> <li>• LE 3: Produktion einer Masterarbeit (Stufe 6)</li> </ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	<p><b>Das Modul deckt folgende Themenbereiche ab:</b></p> <p><b>Verfassen einer Master-Thesis</b></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erhalten Unterstützung bei der Themenfindung ihrer Masterarbeit;</li> <li>• werden während des Erstellungsprozesses durch den Betreuer / die Betreuerin beraten;</li> <li>• stellen die Ergebnisse ihrer Arbeit im Rahmen des begleitenden Kolloquiums vor;</li> <li>• forschen eigenständig zu einem Thema ihrer Wahl und verschriftlichen dieses,</li> </ul>

## MASESIN – Modulbeschreibungen

	um ihre Fähigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens zu perfektionieren und ihre Abschlusseignung zu dokumentieren.
<b>Lehr- und Lernstrategien</b>	<p><b>Um Studierende beim Lernen zu unterstützen werden folgende Methoden genutzt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolloquium</li> <li>• Beratung</li> <li>• Eigenrecherche</li> </ul>
<b>Zeitlicher Lernaufwand der Studierenden</b>	<p><u>720 Stunden studentischer Lernaufwand insgesamt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzzeit</li> <li>• 675 Stunden selbstständiges Lernen und Vorbereitung der Prüfung</li> </ul>
<b>Prüfungsleistung</b>	<p>Die Prüfungsformen lassen sich in 3 Bereiche unterteilen:</p> <p><b>Präsentation (25%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation der Master-Thesis</li> </ul> <p><b>Wissenschaftliche Arbeit (75%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen einer kritischen, quellengestützten Forschungsarbeit über das ausgewählte Thema</li> </ul>
<b>Literatur und weitere Quellenempfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ebster, C., Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler.</li> <li>• Fichter, Riemann (2014). Übersicht der Konzepte und Instrumente nachhaltiger Geschäftsmodellentwicklung.</li> <li>• Karmasin, M., Ribing, R. (2017). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen.</li> <li>• May, Y. (2010). Kompaktwissen Wissenschaftliches Arbeiten: Eine Anleitung zu Techniken und Schriftform.</li> </ul>
<b>Zusatzinformationen</b>	<p><b>Mit dem Modul verknüpfte SDGs: 4</b></p> <p>Jedes SDG könnte in diesem Modul – abhängig davon für welches Thema sich der Studierende entscheidet – adressiert werden.</p> <p><b>Erworbene Kompetenzen und ihr Anteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemische Kompetenz (20%)</li> <li>• Antizipatorische Kompetenz (10%)</li> <li>• Normative Kompetenz (10%)</li> <li>• Strategische Kompetenz (30%)</li> <li>• Interpersonale Kompetenz (0%)</li> <li>• Kritisches Denken (0%)</li> <li>• Selbstwahrnehmungskompetenz (0%)</li> <li>• Integrierte Problemlösungskompetenz (30%)</li> </ul>