Diversity Management und Interkulturelles Management

Interkulturelle Kommunikation · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Mehr Vielfalt, heißt mehr Erfolg. Diesen Ansatz hast Du längst erkannt. Und viele Unternehmen ebenso. Um das umzusetzen, brauchen sie zukünftig Dich. Nach Deiner Online-Weiterbildung Diversity Management und Interkulturelles Management machst Du Vielfalt zum Gewinn. Und Deine Ansätze des Diversity Managements zur treibenden Kraft in Unternehmen. Unternehmen haben erkannt, dass ein funktionierendes vielfältiges Arbeitsumfeld nicht nur eine ethische Verpflichtung, sondern auch ein strategischer Wettbewerbsvorteil in der globalisierten Welt ist. Du siehst das genauso und machst einen zukunftssicheren Schritt in Richtung Karriere - mit Deiner Online-Weiterbildung Diversity Management und Interkulturelles Management. Du lernst die interkulturellen Unterschiede, Besonderheiten und die Zusammenarbeit in interkulturellen Teams sowie Organisationen kennen und befasst Dich mit der Ausrichtung der Werbekommunikation in verschiedenen kulturellen Kontexten. Anschließend tauchst Du in das Gebiet der kulturellen Unterschiede der Sozialpsychologie ein: Du weißt, dass das Verhalten und die Erfahrungen von Menschen von der realen oder eingebildeten Gegenwart anderer beeinflusst werden kann. Ergänzt wird dieses Wissen durch die Grundlagen des Diversity Management: Du lernst die Begriffe Fremde(s), Eigene(s), Heterogenität und Inklusion zu reflektieren und zu verwenden. Aber auch die Hintergründe aktueller Inklusionsdebatten zu benennen und kritisch zu diskutieren. Abgerundet wird Deine Weiterbildung durch Deine Seminararbeit: Hier recherchierst Du wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Kommunikationspsychologie und entwickelst anhand eines Fallbeispiels ein Konzept, um Diversität in Unternehmen durch Kommunikation bestmöglich zu nutzen.

02 Lehrplan & Module

1. Interkulturelle Psychologie

In einer globalisierten Arbeitswelt sind internationale Begegnungen, Kooperationen und Aktivitäten selbstverständlich geworden. Meist verlaufen diese Begegnungen kulturell unterschiedlicher Personen erfolgreich und für beide Seiten zufriedenstellend. Nicht selten kommt es jedoch auch zu kritischen Situationen, bei denen das Verhalten des anderen als bedrohlich, unangemessen oder nutzlos angesehen wird und nicht den eigenen Erwartungen entspricht.
Kursinhalte
Einführung in die interkulturelle Psychologie und Kulturpsychologie Definition und Einordnung des Kulturbegriffs
Ziele der kulturvergleichenden Psychologie
Abgrenzung verschiedener Gegenstandsbereiche
Kulturpsychologische Modelle und Forschungsansätze
Interkulturelles Management Rolle, Einflussfaktoren und Anforderungen
Unternehmenskultur
Diversity Management als Anwendungsbereich des Interkulturellen Managements Definition und Ziele
Bedeutung und Einflussbereiche
Werte im Kontext des Interkulturellen Managements Rolle und Bedeutung von Werten
Werte im organisationalen Kontext
Interkulturelle Kommunikation Kommunikationsmodelle und Probleme
Interkulturelle Besonderheiten der Kommunikation
Charakteristika verschiedener nationaler Kommunikations- und Verhaltensstile
Interkulturelles Marketing Definition und kulturelle Grundlagen
Einflussfaktoren
Standardisierung vs. Differenzierung von Botschaften
Interkulturelle Trainings Erarbeiten von Inhalten Interkultureller Trainings
Durchführung von Interkulturellen Trainings
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

2. Psychologie der sozialen Interaktion

Die Sozialpsychologie beschäftigt sich mit den Auswirkungen tatsächlicher oder vorgestellter Gegenwart anderer Menschen auf das Verhalten und Erleben des Einzelnen. In diesem Zusammenhang werden Einstellungen, das Selbst, Attributionstheorien, sozialer Einfluss, Aggressionen und Hilfeverhalten näher betrachtet. Die Sozialpsychologie sieht sich mit methodischen Besonderheiten konfrontiert, die sich auf ihre speziellen Verfahrensweisen auswirken. Innerhalb der unterschiedlichen Themenbereiche wird das Verhalten zwischen Gruppen und innerhalb von Gruppen sowie der Einfluss von Vorurteilen, Gruppenkonflikten, Gewalt und Hilfeverhalten auf Gruppen betrachtet. Am Ende des Kurses werden kulturelle Unterschiede der Sozialpsychologie untersucht.
Kursinhalte
Einführung in die Sozialpsychologie Gegenstand und Grundannahmen der Sozialpsychologie
Sozialpsychologische Erkenntnisse in Wissenschaft vs. Alltag
Qualitative und quantitative Methoden in der Sozialforschung
Ausgewählte Techniken sozialpsychologischer Datenerhebung Methodenvielfalt in der sozialpsychologischen Forschung
Wissenschaftliche Beobachtung im Feld und im Labor
Reaktive vs. nicht-reaktive Verfahren
Soziale Wahrnehmung und Attribution Soziale Wahrnehmung
Attributionstheorien
Soziale Wahrnehmung und soziale Wirklichkeit
Kognitive Kontrolle durch Aufwand
Das Selbst Das Selbst und seine Herkunft
Das Selbst, seine Herkunft und der Ursprung der Selbsterkenntnis
Das Selbst der mentalen Repräsentation
Motivationale Funktionen des Selbst
Selbstkontrolle
Einstellungen Inhalte von Einstellungen
Struktur von Einstellungen
Funktion von Einstellungen
Zusammenhang zwischen Inhalt, Struktur und Funktion von Einstellungen
Messung von Einstellungen
Sozialer Einfluss Unbeabsichtigter sozialer Einfluss
Wirkmechanismen sozialen Einflusses
Beabsichtigter sozialer Einfluss
Aggression Definition und Messung aggressiven Verhaltens
Theorien aggressiven Verhaltens
Aggression als soziales Problem
Psychologische Ansätze zur Prävention und Intervention
Prosoziales Verhalten Prosoziales Verhalten, Hilfeverhalten und Altruismus
Die Rolle von situativen Einflüssen
Soziales Verhalten
Erforschung prosozialen Verhaltens
Affiliation, zwischenmenschliche Anziehung und enge Beziehungen Bedeutung von Beziehungen
Zwischenmenschliche Anziehung
Liebesbeziehungen
Gruppenprozesse und kulturelle Unterschiede Gruppen - Definitionen und Kernmerkmale
Entscheidungsprozesse in Gruppen/Gruppenproduktivität
Intergruppenprozesse - Vorurteile und Konflikte
Kultur und kulturelle Unterschiede
Kultur, kulturelle Unterschiede und interkulturelle Beziehungen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

3. Diversity Management

Der Umgang mit Heterogenität und Diversität ist immer dort ein Thema, wo Menschen mit unterschiedlichem Background zusammenarbeiten und leben – das bedeutet, dass das Thema für fast jede Gruppe relevant ist. Besonders in jüngster Zeit gewinnt die Frage der Inklusion zunehmend an Bedeutung. Im Zuge einer Gleichbehandlung aller Beteiligten wird unter dem Grundgedanken „Bereicherung durch Vielfalt“ Heterogenität als Chance gesehen und bewusst wertgeschätzt. Die positive Gruppenbildung jedes Unternehmens fußt auf einem erfolgreichen Umgang mit der Individualität und Einzigartigkeit jedes Mitarbeiters/jeder Mitarbeiterin.
Solch ein Diversity Management entfaltet dort ihr großes Potential, wo es darum geht, aus dieser Vielfalt ein harmonisches Gruppenklima innerhalb einer Belegschaft zu schaffen, bei dem die einzelnen Mitglieder sich an- und aufgenommen fühlen und ihre Stärken bestmöglich einbringen können. Dabei entstehen oft überraschende Synergieeffekte, welche das produktive Arbeitsklima zusätzlich bereichern.
So wird einerseits die Gleichberechtigung gefördert und andererseits automatisch eine erfolgreiche Wettbewerbsorientierung forciert.
Kursinhalte
Das Menschen- und Gesellschaftsbild hinter der Leitidee des Diversity Managements Das Menschenbild
Die aktuelle Debatte um Inklusion und Umgang mit Heterogenität
Der/Die/Das „Fremde“, das „Eigene“ Stereotype, Rollen und Klischees
Forschungsbefunde zu Diversität und Stereotypen
Inklusion als Menschenrecht – Erfassen rechtlicher Hintergründe Entwicklung der Inklusion im Wandel der Zeit
Aktuelle Situation
Begriffsbildung und Praxisbeispiele Separation
Integration
Inklusion
Anforderungen inklusiver Prozesse an Verantwortliche Führungsebene
Mitarbeiter
Gesellschaftliche Perspektive
Rahmenbedingungen eines inklusiven Betriebes Organisationskultur und -struktur
Hilfsmittel, Unterstützung, etc.
Personale Ressourcen
Inklusive Kursplanung Differenzierung
Lehrmethoden
Offene Kursgestaltung
Zusammenarbeit im interdisziplinären Team Phasen der Gruppenbildung
Teambuilding positiv gestalten
Prozesse und Rollen innerhalb der Gruppe
Das gemeinsame Erstellen von Förderplänen Was ist ein Förderplan?
Rolle des Feedbacks im Förderprozess
Gemeinsame Förderplanerstellung: warum, wer und wie?
Informationen zu geeigneten pädagogischen Diagnostikinstrumenten Wozu Diagnostik?
Welche Arten der Diagnostik werden in der pädagogischen Praxis angewandt?
Welche Diagnostikinstrumente sind im inklusiven Kontext geeignet?
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte

4. Seminar: Diversität und Kommunikation in Unternehmen

Diversität, also die „Gesamtheit unterschiedlicher persönlicher, sozialer und struktureller Ausprägungen“, stellt Unternehmen vor große Herausforderungen. Einerseits kann die Berücksichtigung unterschiedlicher Bedürfnisse und Sichtweisen die Produktivität eines Unternehmens bremsen. Andererseits aber bietet ein gutes Management der Diversität die Chance, unterschiedliche Potentiale gewinnbringend zu nutzen. Aufgrund einer zunehmend heterogenen Gesellschaft wird Letzteres von immer mehr Unternehmen aktiv betrieben. Das Thema erfolgreiche Kommunikation nimmt hier eine Schlüsselposition ein und wird hier vertieft behandelt.
Kursinhalte
In unserer heterogenen Gesellschaft sind Unternehmen besonders mit der Diversität ihrer Mitarbeiter – sei es durch Alter, Persönlichkeit, Kultur oder Sprache – konfrontiert. Diese Vielfalt gilt es, durch erfolgreiche Kommunikation zu managen, zu nutzen und zu fördern. In diesem Kurs sollen sich die Studierenden im Rahmen einer Seminararbeit mit dem Begriff Diversität in Unternehmen befassen, wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Kommunikationspsychologie recherchieren und anwenden, um anhand eines Fallbeispiels ein Konzept zu entwickeln, wie Diversität in Unternehmen durch Kommunikation bestmöglich genutzt werden kann.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Seminararbeit

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Diversity Recruiting Specialist, People & Culture Manager, Organisationsentwickler

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen