Nachhaltige Innovationen und Unternehmenskommunikation

Corporate Communication & Branding · 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

Du willst eine Vorreiterrolle in Unternehmen spielen? Deine Online-Weiterbildung Nachhaltige Innovationen und Unternehmenskommunikation ebnet Dir diesen Weg. Aufgrund der aktuellen Klima- und Biodiversitäts-Krisen sind Innovation und Nachhaltigkeit zunehmend wichtigere Faktoren für Wirtschaft und Gesellschaft geworden. Unternehmen benötigen qualifizierte Personen wie Dich, die mit diesen Herausforderungen umgehen können und sie auf ihrem Weg zu nachhaltigeren Praktiken begleiten. Du bist dafür bereit. Denn in Deiner Weiterbildung lernst Du, Geschäftspläne für soziale Unternehmen zu erstellen sowie nachhaltige Neuerungen in verschiedenen Bereichen wie Mobilität, Energie, Stadtplanung und Digitalisierung zu bewerten.

Ergänzend dazu befasst Du Dich in Deiner Weiterbildung Nachhaltige Innovationen und Unternehmenskommunikation mit den unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten für nachhaltige Innovationen und nationalen sowie internationalen Regelungen - einschließlich des European Green Deal und des UN Global Compact. Du lernst nachhaltige Markenführung kennen, "grüne" Marken zu entwickeln, Werkzeuge der Nachhaltigkeitskommunikation zu nutzen und ethisch korrektes Marketing zu betreiben. Ethik und Werte spielen eine zentrale Rolle in Deiner Weiterbildung: Du tauchst ein in gesetzliche Vorgaben und Zielorientierungen für ethisches Handeln sowie Strategien zum Umgang mit Macht und Machtkonflikten. Mit Deinem neuen Wissen bist Du bestens aufgestellt, um Unternehmen auf ihrem Weg zu einer nachhaltigeren und verantwortungsvolleren Zukunft zu begleiten.

02 Lehrplan & Module

1. Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum

Beim Kurs gesellschaftliche Innovation und nachhaltiges Unternehmertum sollen Studierende einen nationalen sowie internationalen Überblick über nachhaltige Entwicklung bekommen. So bietet der Kurs mithilfe von neuen Konzepten und Modellen die Grundlage, Chancen und Herausforderungen von nachhaltigen Innovationen zu verstehen und diese Reflektionen in die Praxis zu projizieren. Dadurch entsteht die Möglichkeit branchenübergreifend nachhaltige Unternehmen und Innovationen kritisch zu hinterfragen und mögliche Potenziale und Risiken zu erkennen. Darüber hinaus werden die Studierenden dadurch befähigt eigene Innovationen voranzutreiben und zu wissen, wie diese finanziert werden können und einen unternehmerischen Erfolg ausmachen.
Kursinhalte
Neue Konzepte und Entwicklungen gesellschaftlicher Innovationen und Social Entrepreneurship Konzepte, Grundlagen und Impulse sowie Chancen und Gestaltungsmöglichkeiten
Konsumforschung und die Rolle der Stakeholder im Innovationsprozess
Sustainable Innovation in unterschiedlichen Industrien und deren gesellschaftlicher Impact Mobilität und Energie
Städteplanung und Energie
Hochschulmanagement
Tourismus
Digitalisierung
Gesellschaftliche Innovationen und nachhaltiges Unternehmertum in der Praxis Rolle von sozialen Innovationen und Entrepreneurship im Arbeitsumfeld der nachhaltigen Entwicklung
Social-Entrepreneurship-Businessplan
Fallstudien und Best-Practice-Beispiele
Finanzierung von nachhaltigen Innovationen Innovative Finanzierungsformen nachhaltiger Innovationen
Aktivierung und Crowdmanagement
Impact Investing in Deutschland und Europa
Policy Framework European Green Deal
Green Finance Initiatives
UN Global Compact
Deutscher Nachhaltigkeitskodex
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte

2. Nachhaltige Kommunikation

Der Kurs nachhaltige Kommunikation bietet den Studierenden die Wissensvermittlung rund um die Entwicklung passender Unternehmenskommunikation und deren Integration in die Unternehmensstrategie. Mithilfe dieses Know-Hows sollen die Studierenden in der Lage sein, verschiedene Modelle der Kommunikation zu erkennen und anzuwenden, um so die passende Strategie für die jeweilige Zielgruppe zu nutzen. Darüber hinaus werden den Studierenden ebenfalls Werkzeuge der Kommunikation sowie internationale und nationale Regularien nähergebracht.
Kursinhalte
Neue Konzepte und Entwicklungen nachhaltiger Kommunikation Definition und Ansprüche von Nachhaltigkeitskommunikation
Entwicklung von nachhaltiger Kommunikation und ihre strategische Bedeutung
Besonderheiten der internen und externen Kommunikation
Modelle nachhaltiger Kommunikation Stakeholder-Kommunikation
Organisationskommunikation
Nachhaltigkeit und Investor Relations
Interne und externe Unternehmenskommunikation
Ansätze interner Kommunikation Strategien interner Nachhaltigkeitskommunikation
Integration und Aktivierung von Mitarbeitenden durch Kommunikation
Digitale Ansätze in der internen Nachhaltigkeitskommunikation
Interkulturelle Aspekte nachhaltiger Mitarbeiterkommunikation
Kommunikation und Brandmanagement Konsumentenerwartungen und Green Brands
Nachhaltige Markenführung
Gütesiegel und Qualitätstandards
Kommunikation in der Unternehmensstrategie Strategien nachhaltiger Kommunikation
Situations- und Zielgruppenanalyse
Interkulturelle Aspekte
Werkzeuge der Nachhaltigkeitskommunikation
Nationale und internationale Regularien
Nachhaltige Kommunikation in der Praxis Wesentliche Erkenntnisse der Markt- und Konsumforschung
Employer Branding und Recruiting
Nachhaltigkeit in der Produkt- und Preisgestaltung sowie in der Distribution
Public Relations und Responsible Lobbying
Kommunikation durch Berichterstattung
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

3. Ethik- und Wertemanagement

Moralische Ethik und Entwicklung sind in modernen Gesellschaften Bestandteile einer ganzheitlichen Menschenbildung im Lebenslauf. Dabei sind Alltag und Zusammenleben durch Interaktion zwischen Menschen, die sich in unterschiedlichen Kontexten bewegen, geprägt. In Konstellationen, in denen Menschen mit anderen zusammenarbeiten und diese bspw. bei der persönlichen und/oder beruflichen Weiterentwicklung unterstützen und beraten, übernehmen sie eine hohe Verantwortung. Sei es in Bezug auf die Erfüllung ihrer Aufgaben, die Verantwortlichkeit eine professionelle Haltung zu zeigen oder auch das eigene Handeln an ethischen Vorgaben zu orientieren. Um Ermöglichungsbedingungen je eigener geistiger und physischer Handlungsfähigkeiten zu schaffen, ist die gezielte Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung sowie darauf aufbauendem ethischen und wertbezogenen Verhalten und Handelns wesentlich.
Daher soll zunächst reflektiert werden, welche Vorgaben und Zielorientierungen unser Handeln bestimmen. Da diese komplex sind und mit Unsicherheiten belegt sein können, werden daran anschließend die theoretischen Grundlegungen einer Wertebildung analysiert und Werte sowie Wertemanagement näher betrachtet. Darüber hinaus werden im Kurs die theoretischen Grundlegungen für die Entwicklung von Haltung diskutiert und Prozesse der Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung aufgezeigt. Dabei geht es aber nicht nur darum die theoretischen Grundlagen für ethisch-moralische Fragen und Fragen des Managements von Werten zu legen, sondern insbesondere darum die Studierenden dabei zu unterstützen, dieses in ethisches und wertebezogenes Verhalten und Handeln zu übersetzen und Möglichkeiten im Umgang den benannten Fragen zu schaffen. Daher werden nachfolgend auch der Umgang mit Macht sowie ethischen Dilemmata und Wertekonflikten diskutiert. Dies ist besonders wichtig, denn in sozialen Beziehungen spielt Macht eine wichtige Rolle. Dabei geht es nicht nur um Selbstbehauptung, sondern unter anderem auch um Einfluss, Kontrolle und Durchsetzungsvermögen und das je nach beteiligten Personen und Kontexten in unterschiedlichsten Ausprägungen. Entsprechend sollen verschiedene Grundlagen von Macht und Prozesse der Machtverteilung identifiziert werden, so dass sich Handlungsspielräume im Umgang mit diesen entwickeln können. Schlussendlich wird es im Kurs darum gehen die Frage zu beantworten, wie ethischen Dilemmata und Wertekonflikten begegnet und wie mit diesen umgegangen werden kann.
Kursinhalte
Gesetzliche Vorgaben und Zielorientierungen Gesetzliche Grundlagen
Ethische Richtlinien und Standards
Ethik-Kommissionen: Auseinandersetzung mit Fehlverhalten
Orientierung an einer Berufsethik und -professionalität
Theoretische Grundlegungen der Wertebildung Begrifflichkeiten: Kultur, Werte, Normen, Ziele
Soziale Regeln und Konventionen
Werte als Beweggründe des eigenen Handelns
Werte und Wertemanagement Gesellschaftsbezogene Werte
Organisationsbezogene Werte
Persönliche Lebenswerte
Wertemanagement
Theoretische Grundlegungen für die Entwicklung von Haltung Begrifflichkeiten: Tugend, Moral, Ethos, Ethik
Moralisches Handeln und Urteilsvermögen
Haltung als Voraussetzung für Handlung
Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung Identitätsentwicklung
Persönliche Werteentwicklung
Gesellschaftliche Faktoren
Reflexionsbereitschaft und Wertestabilität
Ethisches und wertebezogenes Verhalten und Handeln Professionelle Haltung
Arbeitswelten und Milieuangemessenheit
Entscheidungen treffen und Verantwortung übernehmen
Haltung zeigen und bewahren
Kompetenzentwicklung und Selbstreflexion
Umgang mit Macht Definition und Funktionen von Macht
Grenzüberschreitungen handhaben
Widerstand handhaben
Machtkonflikte handhaben

4. Seminar: Ethische Reflexion im Management

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.
Kursinhalte
Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.
Fakten zum Modul: Niveau: Master · 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.

Zugangsempfehlung: Beratung für Nachhaltiges Management oder gleichwertige Vorkenntnisse

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Master Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Master-Niveau ist anspruchsvoller als auf Bachelor-Niveau. Vorhandenes Grundlagenwissen im gewählten Fachbereich ist deshalb von Vorteil.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Nachhaltigkeitsmanager, Kommunikationsmanager, Innovationsmanager

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