

MADBM-UE - Unternehmensethik

MADBM-UE - Management Ethics

General information	
Module Code	MADBM-UE
Unique Identifier	MgmtEthicsA-01-MA-M
Module Leader(s)	Prof. Dr. Wiechern, Rob (rob.wiechern@haw-kiel.de)
Lecturer(s)	Boyn, Tilman (tilman.boyn@haw-kiel.de)
Offered in Semester	Wintersemester 2024/25
Module duration	1 Semester
Occurrence frequency	Regular
Module occurrence	In der Regel jedes Semester
Language	Deutsch
Recommended for international students	Yes
Can be attended with different study programme	No

Curricular relevance (according to examination regulations)
Study Subject: M.A. - DBM - Digital Business Management (Aufnahme bis SoSe 25)
Module type: Pflichtmodul
Semester: 2

Qualification outcome
<i>Areas of Competence: Knowledge and Understanding; Use, application and generation of knowledge; Communication and cooperation; Scientific self-understanding / professionalism.</i>
Absolvent:innen
kennen und verstehen verschiedene Theorien und Konzepte der Unternehmensführungsfunktionen (= Managementfunktionen) und des verantwortungsvollen Managements (der „Unternehmensethik“).
kennen und verstehen den Stellenwert der Verantwortung des Managements und die Implikationen der praktischen Philosophie und Wissenschaftstheorie für dieses verantwortungsvolle Management von und in Unternehmen in einem marktwirtschaftlich und kapitalistisch geordneten Wirtschaftssystem der modernen Gesellschaft.

Absolvent:innen

können alternative Theorie und Konzepte zu Management und Unternehmensethik unter theoretischen, empirischen (VUCA-World, Digitalisierung, Wertewandel, Diversity und Individualisierung etc.) und praktischen Bezügen beurteilen.

können für praktische Fragestellungen („real cases“) unter Anwendung fachwissenschaftlicher Methoden und der Grundregeln wissenschaftlichen Arbeitens begründete Vorschläge erarbeiten, wie sie durch eigenes verantwortungsvolles Führungshandeln zu verantwortungsvollem Management in einer Organisation/einem Unternehmen beitragen können.

können relevante Fragen formulieren, Analysemethoden begründet auswählen und diese für Recherchen sowie zentrale Erkenntnisse zielgruppenspezifisch zur Veröffentlichung aufbereiten (z.B. Bericht, Portfolio, Präsentation, Vortrag).

können ihren Lern- und Arbeitsprozess reflektieren und daraus Schlussfolgerungen für ihre Handlungsweisen ziehen.

Absolvent:innen

können in Unterrichtsbeiträgen, Diskussionen, Vorträgen und Präsentationen komplexe fachbezogene Probleme der Unternehmensethik erläutern, theoretisch und methodisch fundierte Argumentationen für eigene Lösungsvorschläge aufbauen sowie hochschulöffentlich und vor Laien vorstellen und argumentativ vertreten.

Absolvent:innen

sind in der Lage, eigenes fachbezogenes Handeln und eigene Kompetenzen mit theoretischem und methodischem Wissen auf der Grundlage von Managementlehre, Systemik und praktischer Philosophie zu reflektieren.

können offene Aufgabenstellungen selbstständig bearbeiten.

können die eigene professionelle Identität als (künftige) Manager:innen reflektieren, in der sie frei und selbstbestimmt unter organisationalen Bedingungen als Führungskräfte fungieren und dabei Verantwortung für das Unternehmen und auch über das Unternehmen hinaus übernehmen werden.

Content information

Content	- Verantwortung – ein Thema hinter vielen Themen, auch der Ökonomie - Grundbegriffe: Moral – Ethos – Ethik - Management und Managementfunktionen in erwerbswirtschaftlichen Unternehmen - Ökonomische Rationalität: Eine Rekonstruktion - Über die Grenzen von Markt und Recht - Verantwortungsvolles Management: Wie handeln, wenn der Zweck die Mittel nicht für alle heiligt? - Die Verantwortung des Unternehmens gegenüber seinen Bezugsgruppen – Unternehmensethische Problemfelder der Praxis - Das Unternehmen als Ort verantwortungsvollen Entscheidens - Sensibilisierung von Unternehmen als betriebswirtschaftlicher Ansatz zur Ermöglichung von Verantwortung - Ethik und Kommunikation: Information, Bericht, Austausch, Dialog/Diskurs #werte #normen #verantwortung #freiheit #unternehmensethik #wirtschaftsethik #moral #ethos #corporate social responsibility #Konflikt #vernunft #gesinnung #dialog #mündigkeit #benefit corporations #compliance
Literature	- Göbel, E., Unternehmensethik, 6. Auflage, Stuttgart 2020. - Klaus, H., Unternehmenspolitik. Unternehmensführung im strategischen Kontext, Norderstedt 2007. - Klaus, H., Richter, B., Terzidis, K., Personalentwicklung im Spannungsfeld von Globalisierung und Ethik, in: Kumar, B. N., Osterloh, M., Schreyögg, G. (Hrsg.), Unternehmensethik und die Transformation des Wettbewerbs. Shareholder-Value – Globalisierung – Hyperwettbewerb, Stuttgart 1999, S. 509 – 532. - Klaus, H., Schneider, H. J. (Hrsg.), Personalperspektiven. Human Resource Management und Führung im ständigen Wandel. 12. Auflage, Wiesbaden 2016. - Nida-Rümelin, J. (Hrsg.), Angewandte Ethik: Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung, 2. Aufl., Stuttgart 2012. - Porter, M.E., Kramer, M.R., Die Neuerfindung des Kapitalismus, in: Harvard Business Manager, Februar, 2011, S. 58 – 75. - Pawlas, A., Kampf der Korruption. Theologische Ansätze und Anfragen in Geschichte und Gegenwart, Leipzig 2017. - Rosenberg, M. B., Gewaltfreie Kommunikation, 9. Aufl., Paderborn 2010. - Schreyögg, G., Koch, J., Management. 8. Aufl., Wiesbaden 2020. - Steinmann, H., Löhr, A. (Hrsg.), Unternehmensethik, Stuttgart 1989. - „Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility – Herausforderungen an die Betriebswirtschaftslehre“, zfbf Sonderheft 58/08. - van Aaken, D., Schreck, Ph. (Hrsg.), Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Berlin 2015. - Watzlawick, P. et al., Menschliche Kommunikation. 12., unveränderte Auflage. 2011. - Internet-Quelle (DVD: „Corporation“): http://www.thecorporation.com/

Teaching formats of the courses

Teaching format	SWS
Lehrvortrag	2

Workload	
Number of SWS	2 SWS
Credits	5,00 Credits
Contact hours	24 Hours
Self study	126 Hours

Module Examination	
Examination prerequisites according to exam regulations	None
MADBM-UE - Klausur	Method of Examination: Klausur Duration: 120 Minutes Weighting: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No Graded: Yes

Miscellaneous	
Miscellaneous	Sie bringen sich in Ihrer aktiven Anwesenheit als Lernressource für andere Teilnehmer*innen der Veranstaltung in Diskussion, Feedback, Fachberatung und kollegiale Beratung und kollegialen Austausch ein, und Sie profitieren davon, dass andere sich Ihnen als Lernressourcen zur Verfügung stellen. So konstituiert sich ein selbstverständliches Commitment zur regelmäßigen aktiven Teilnahme.