



Ingolstadt School
of Management



INFORMATIONEN ZUM STUDIENSCHWERPUNKT

Corporate Responsibility und Unternehmens- kommunikation

executive.mba

Perspektive Führungskraft!



Studienschwerpunkt Corporate Responsibility und Unternehmenskommunikation

PHILOSOPHIE DES STUDIENSCHWERPUNKTS

Der Studienschwerpunkt „Corporate Responsibility & Unternehmenskommunikation“ soll zur Übernahme verantwortlicher Tätigkeit in der CR-Arbeit von Unternehmen und Partnerorganisationen, wie auch bei öffentlichen Körperschaften, befähigen. Durch die zusätzliche Fokussierung auf Unternehmenskommunikation und die Arbeit mit Nichtregierungsorganisationen füllt er zudem eine breite Lücke in der deutschen Aus- und Weiterbildungslandschaft. Die Ausbildung erfolgt praxis- und projektorientiert, aber auch unter Rückgriff auf die internationale Fachdiskussion um Corporate Citizenship, Corporate Responsibility, Social Capital etc.

Angesichts knapperer Kassen vieler Unternehmen stehen Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoringaktivitäten, Spendenwesen und Public Relations (PR) vor neuen Herausforderungen. Eine neue Generation kleiner und mittelgroßer Unternehmer stellt angesichts

größerer Wettbewerbszwänge auf globalen Märkten die Frage nach dem Nutzen eines möglichen gesellschaftlichen Engagements auch für das Unternehmen selbst. Börsennotierte Unternehmen sehen sich darüber hinaus im Rahmen ihrer Berichtspflichten gegenüber der internationalen Öffentlichkeit, aber auch gegenüber Anlegern und Fondsgesellschaften mit höheren Professionalitätsstandards ihres gesellschaftlichen Engagements konfrontiert. Dies ist auf Seiten der Unternehmen häufig ein Movens zu einem professionell gemanagten Engagement (Corporate Responsibility).

In diesem Schwerpunkt werden eine Reihe innovativer Managementpraktiken vorgestellt und diskutiert. Diese sind in den vergangenen Jahren im internationalen Raum entstanden und können maßgeblich zur Profilierung des Unternehmens im stärkeren internationalen Wettbewerb beizutragen.

UNTERRICHTSMODULE (Umfang: jeweils 5 Kurstage)

CR-Management: Grundlagen und Internationale Perspektive

Das Modul vermittelt den Einstieg in die Studienvertiefung und behandelt die grundsätzlichen Methoden und Konzepte der CR-Managementpraxis. Diese werden zunächst in ihre gesellschaftstheoretischen und unternehmensstrategischen Zusammenhänge eingeordnet. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung der neueren CR-Theorien und ihrer praktischen Umsetzung in stark internationaler Perspektive.

Compliance, Governance und Citizenship

Hier stehen Projekte gesellschaftlichen Engagements (Corporate Citizenship) ebenso im Mittelpunkt wie der wichtigen internen Unternehmenskontrolle (Governance und Compliance) sowie innovative Formen der Personalführung (Volunteering). Diese werden vermehrt als Wertschöpfungsfaktor im Ringen um Wettbewerbsvorteile begriffen.



Business in Society

Ein besonderes Merkmal des europäischen CR ist die Schnittstelle zum öffentlichen Sektor, die in diesem Modul thematisiert wird. Verschiedene Regierungen haben Unterstützungsstrategien für die CR-Praxis – insbesondere kleiner und mittelständischer Unternehmen – entwickelt. Unternehmen kooperieren mit öffentlichen Einrichtungen im Bereich von Public-Private-Partnerships oder mit NPOs im Rahmen strategischer Organisationsentwicklung. Ein weiterer Fokus liegt auf mittelstandsspezifischen CR-Strategien und deren Implementierung in der Praxis.

CR und Kommunikation

Corporate Responsibility Management ist mehr als „bloße“ Unternehmenskommunikation (im Sinne von Schaufenster Projekten und „blue washing“). Doch ohne professionelle Kommunikationsarbeit – unternehmensintern wie -extern – kann CR Management seine strategischen Ziele nicht erfüllen. Daher stellen die in diesem Modul vorgestellten verschiedenen Aspekte der Unternehmenskommunikation eine Schlüsselqualifikation für das CR-Management dar. Neben mittlerweile „klassischen“ Instrumenten wie die der Erstellung von CR-Berichten treten zunehmend neue Kommunikationsformen, die sich die interaktiven Möglichkeiten der Neuen Medien zueigen machen.

VERANSTALTUNGSÜBERSICHT

Titel	Umfang
CR-MANAGEMENT: GRUNDLAGEN UND INTERNATIONALE PERSPEKTIVE	

Grundlagen des CR-Managements	2 Tage
CR im globalen Politikvergleich	1 Tag
Internationale CR-Praxis	2 Tage

COMPLIANCE, GOVERNANCE UND CITIZENSHIP

Compliance und Corporate Governance	3 Tage
Corporate Citizenship	1 Tag
Corporate Volunteering	1 Tag

BUSINESS IN SOCIETY

Business in Society: Theoretische Perspektiven	2 Tage
Standards und Zertifikate	1 Tag
Public-Private-Partnership	1 Tag
CR-Strategien für den Mittelstand	1 Tag

CR UND KOMMUNIKATION

Finanzmarktcommunication	2 Tage
CR-Reporting	1 Tag
Issue Management	1 Tag
Perspektiven: CR-Kommunikation und Neue Medien	1 Tag

AUSWAHL UNSERER DOZENTEN IM SCHWERPUNKT



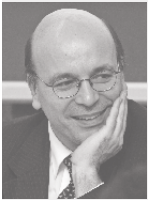
Prof. Dr. André Habisch
Katholische Universität
Eichstätt-Ingolstadt

ist als Volkswirt und Theologe Inhaber der Professur für Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik. Er leitet das „Center for Corporate Citizenship“ und ist als Sachverständiger und Berater für Wirtschaft, Politik und Verbände tätig. Prof. Habisch ist verantwortlicher Koordinator für den CR-Schwerpunkt.



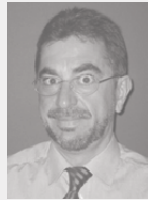
Prof. Dr. Alexander Bassen
Universität Hamburg

ist seit 2003 Inhaber der Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Finanzierung/Investition an der Universität Hamburg. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen kapitalmarktorientierte Unternehmensführung, Corporate Governance und Bewertung von Extra-Financial Information.



Prof. Mario Molteni
Università Cattolica del Sacro Cuore
Mailand

ist Professor für Betriebswirtschaft und Unternehmensstrategie an der Università Cattolica del Sacro Cuore in Mailand. Er ist Gründer und Direktor von ALTIS, der postgraduierten „School of Business & Society“, einem Forschungs- und Bildungsinstitut für Entrepreneurship und Corporate Sustainability. Molteni ist als Berater und Trainer für Strategie und CSR tätig und u.a. Mitglied des Steering Committees von EABIS.



Gilbert Lensen PhD MBA
EABIS

ist Präsident von EABIS (European Academy of Business in Society), einem Zusammenschluß von 50 der renomiertesten Business Schools in Europa und 25 multinationalen Unternehmen. Er ist Professor für Management & Organisation an der Universität Leiden und Visiting Professor u.a. am Henley Management College (England). Bis 1998 war er Manager in der Wirtschaft u.a. in den USA, in Spanien, Deutschland und Indien.



Petra Kinzl MBA (LBS)
Wertschmied Group GmbH

ist Geschäftsführerin des Beratungshauses Wertschmied Group. Sie ist Expertin für verantwortungsorientierte Unternehmensstrategie und Wettbewerbsfähigkeit. Zu ihren Meisterleistungen während ihrer Zeit als Mitarbeiterin und Geschäftsleitungsmitglied bei betapharm Arzneimittel GmbH zählt der maßgebliche Aufbau der CSR-Strategie.



Kaevan Gazdar
Hypo Vereinsbank

ist Head of Reporting bei der HypoVereinsbank und Senior Fellow der „Center of Corporate Citizenship“. Er ist Experte in den Bereichen Reporting und Human Resources an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Mitglied in der Jury Good Company-Wettbewerb.

Stand 10/2007 – Änderungen vorbehalten. Durchführung des Schwerpunkts nur bei ausreichender Nachfrage.