

Unternehmenskultur

Veranstaltung	Unternehmenskultur	Semester	WS 2002/03
Bereich	Wirtschaft, Management, Recht	EDV-Nr.	25121
Leistungsnachweis	Studienarbeit, 4 Wochen + Referat	Prüfungsleistung/ Prüfungsvorleistung	PV
Art	Seminar	Veranstaltungsdauer	4 SWS
Dozent	Prof. Dr. Martin Gläser	Studiensemester 4-5/7-8	
Termin	Dienstag, 15:45-17:15 Uhr + bes. Plan Kick-Off: 08.10.2002, 13:00-14:00 Uhr Erste Veranstaltung: 15.10.02 (1.10. muss leider verlegt werden; 8.10. ebenfalls wegen MW-Prof.-Runde)	Ort	220
Stand	29.08.2002	Pflicht/Wahlpflicht	WP

Beschreibung:

Unternehmenskultur („Corporate Culture“) beschreibt den Geist, den Stil und den Charakter eines Unternehmens. Im Zentrum steht das Verhalten der gesamten Mitarbeiterschaft vom Reinigungsdienst bis zum Top-Management, also die Art und Weise, wie die Menschen in einem Unternehmen denken, reden und handeln, und die Motive, die sie leiten. Um Unternehmenskultur erklären zu können, ist es notwendig, die Bestimmungsfaktoren zu kennen.

Es geht um ...

- die Rituale, Mythen, Geschichten, Kommunikationsformen, die das Unternehmen prägen;
- die Stilformen, äußeren Ausdrucksformen, Zeichen, die im Unternehmen zählen;
- die kulturprägende Rolle von Führungskräften;
- das Welt- und Menschenbild, das im Unternehmen zur Geltung kommt;
- die Normen und Werte, die das Verhalten maßgeblich beeinflussen;
- die Einstellungen, Interessen Ziele der beteiligten Individuen und Gruppen im Unternehmen.

In jedem Unternehmen zählt die Unternehmenskultur zu den Gestaltungs- und Managementaufgaben von hohem Rang. Sie hat Bedeutung als strategischer Erfolgsfaktor und ist für jeden angehenden Medienökonom ein stark zu beachtendes Themenfeld, mit dem man sich auseinander setzen muss.

Unternehmerisches Kulturmanagement ist essentiell!

Das Seminar „Unternehmenskultur“ bietet eine vertiefte Darstellung und Diskussion aller Fragen der Unternehmenskultur und greift auch Details auf, die im Medienmanagement zu beachten sind. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer tragen ihren Teil dazu bei, indem sie eine thematisch abgegrenzte Fallstudie zu einem Spezialthema bearbeiten. Diese Case Study wird im Plenum präsentiert und diskutiert. Sie erhalten zudem ein Feedback im Hinblick auf die Präsentationstechnik.

Die Themen werden in Gruppen von max. drei Personen bearbeitet. Ausnahmen sind möglich.

Themen:

Einführende Kontext-Darstellung:

- Grundlagen: Begriff, empirische Befunde, theoretische Zusammenhänge
- Diagnose der Unternehmenskultur: Äußere Erscheinungen, Normen und Werte, Basisannahmen, ganzheitliche Kulturbewertung von Unternehmen
- Voraussetzungen für Kulturwandel im Unternehmen
- Management des Kulturwandels
- Alle Themenfelder werden im Hinblick auf Medien- und TIME-Unternehmen beleuchtet

Studienarbeiten und deren Präsentation:

Liste möglicher Themen: vgl. gesonderte Aufstellung

Literatur:

Zur Veranstaltung wird es ein umfassendes Skript mit ausführlichen Literaturhinweisen geben.

Kommentar:

Das Seminar versteht sich als Vertiefung der Veranstaltung „Grundlagen Medienmanagement“ und steht im Bezug zu Veranstaltungen wie

- Unternehmensanalyse, Unternehmensstrategien
- Interkulturelles Management
- Medienethik
- Medienpsychologie
- Mediensoziologie