

Modul 3

Crea Matching – Rollen und Kompetenzen

Inhalte

1. Semester: Kreativität und Management

Ziel:

Teamprozesse erkennen, verstehen und eigenständig steuern; CREA LEADERSHIP Kompetenzmodell als wirkungsvolles Instrument der Kompetenz- und Teamentwicklung

Inhalte:

CREA LEADERSHIP®
Rollen und Kompetenzen,
Persönlichkeitsentwicklung,
Teamentwicklung

Erlernen Sie gezieltes Rollen- und Kompetenzmanagement. Steuern Sie die Stärken Ihres Teams und nutzen Sie ideale Teambildung für Ihren Erfolg. Fundament ist das CREA LEADERSHIP® Kompetenzmodell. Es bildet die pädagogische Grundlage.

Das Kompetenzmodell

Module des MBA-Studienganges sind pädagogisch so ausgerichtet, dass sie harmonisch ineinander greifen und die kreative Persönlichkeit anregen. Basis der Ausbildung ist das CREA LEADERSHIP® Kompetenzmodell, das fünf Kompetenzen berücksichtigt. Ein Novum in der deutschen Hochschullandschaft ist die Ausbildung der 5. Kompetenz, die intuitive Kompetenz. Für das Management ist die Intuition sehr wichtig. Vor allem im Innovationsprozess der Unternehmen spielt die Intuition eine Schlüsselrolle für neue, kreative Ideen.

Handlungskompetenzen sind die Grundvoraussetzungen für die Leistungsfähigkeit der einzelnen Teammitglieder bzw. des Teams. Die synergetische Kraft der einzelnen Kompetenzen entschei-

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

det über den Erfolg der gemeinsamen Mission. Aufgrund dieser Besonderheit hat CREA LEADERSHIP® ein gezieltes Kompetenzmodell entwickelt, um die Individual- und Teamkompetenzen optimal zusammenzustellen und im Zeitablauf weiter zu entwickeln. Dabei kann die Eigen- und Fremdperspektive genutzt werden, um ein möglichst ganzheitliches Bild von einer Person oder einer Gruppe zu gewinnen. Durch die Erstellung von Ist- und Sollprofilen lässt sich ein dynamischer Prozess der Kompetenzentwicklung gestalten.

Vorgehensweise:
Vorlesung

Kompetenzschwerpunkte:
Soziale und persönliche Kompetenz

Literatur:
Skript zum Seminar
Müller, Jochem, Rippel, Jürgen, CREA LEADERSHIP -
Der kreative Weg zur Innovation, Marktia Publishing,
2011, ISBN-13: 978-3-98-146180-0

