

Modul 21.1	Management in sozialen Organisationen - Organisation
Modulverantwortlich	Dipl.-Soz. Päd. (FH) Mathias Stübinger
Semesterlage	5. Semester
Angebotsturnus	jeweils im Wintersemester
Workload in Stunden	125, davon 60 als Präsenzstudium (4 SWS) und 65 im Selbststudium
ECTS-Leistungspunkte	5
Zugehörige Veranstaltungen	Unit 1: Aufbauorganisation, Zielfindung und Problemlösung (1 SWS) Unit 2: Zeitmanagement und persönliche Zielfindung (1 SWS) Unit 3: Planung und Controlling (1 SWS) Unit 4: Marketing und Sponsoring (1 SWS)
Kurzbeschreibung	<p>Soziale Organisationen verfolgen in ihrem jeweiligen Tätigkeitsfeld vorrangig bedarfsorientierte Sachziele, wie z.B. die optimale Assistenz und Betreuung behinderter Menschen oder die bestmögliche psychosoziale Beratung rat- und hilfeschender Menschen. Ungeachtet der Tatsache, dass der finanzielle Unternehmenserfolg gegenüber der Qualität der Leistungen zurücktritt, ist das Handeln sozialer Verbände und Betriebe an die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit gebunden; die ständig steigende Wettbewerbsintensität, eine zunehmende Komplexität organisatorischer Strukturen und Aufgaben sowie die fortschreitende Tendenz zur Kostensenkung bedingt die Einführung und Weiterentwicklung transparenter, nachvollziehbarer Führungs- und Handlungskonzepte in allen sozialen Organisationen.</p> <p>Dieses Modul legt den Schwerpunkt auf die Analyse des Aufbaus von Organisationen, Zielfindungsprozesse, Zeitmanagement, Planung und Controlling sowie Marketing und Sponsoring in Sozialen Einrichtungen.</p>
Inhalte	<p>Vertiefende und einübende praktische Übungen zu den Themen aus Modul 3.4 (Sozialmanagement I) zu folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationsanalyse; Organigramm einschließlich Schwachstellenanalyse • Leitbilder sozialer Arbeit; Zielfindung; Zielpyramide; Zielauswahl; Zielkorrektur • Problemarten; Problembearbeitung; Problemlösung • Realisierbarkeitsprüfung und Entscheidungsfindung • Selbstreflexion, -analyse, Stress und -bewältigung, Burn-Out in der Sozialen Arbeit; Vorbeugung und Hilfestellung zur Selbsthilfe bei Burn-Out; Sinn der Zielfindung, Ziele und ihre Kriterien sowie Ebenen, persönliche Zielfindung, Realisierbarkeitsprüfung, Zielformulierungen, Zeitanalyse, Störquellen, Zeitverwendungstechniken, Tagesleistungskurve, zielorientierte Aufgabenermittlung, Prioritäten, Zeitplanung mit Zeitplanpyramide, Planungen für Zeitabschnitte, Arbeitsumfeld, Techniken der Zeiteinsparung • Merkmale von Planung, Organisation von Planung, Planungsebenen und -systeme, Ablaufmodelle, synoptische und inkrementale Vorgehensweise, ziel- und problemorientierte Planung, Planungstechniken einschließlich Netzplantechnik, Terminierung und Verfahren der Plansicherung, Kontrolle

	<p>und Controlling (mit Bezug zum Modul 19.3 – Unit 3), Dimensionen des Controlling, Funktionen und Aufgaben sowie Arten und Formen, Instrumente, Controllingssysteme, Anwendungsfelder, Selbstevaluation, Kontrolle der Zielverwirklichung und Problemlösung, Widerstand und Akzeptanz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsklärungen, Soziale Organisationen als Dienstleistungsunternehmen, Interaktionsprozesse in der Sozialen Arbeit; Markt und -größen, Methoden, Instrumente und Strategien des Marketing, Marketing-Mix, Ablaufmodelle, Systeme, Analysemethoden, Zielfindung, -planung sowie Zielkontrolle und -evaluierung, Kommunikationspolitik: Werbung, Öffentlichkeitsarbeit (mit Bezug zum Modul 21.2 – Unit 4); Fund Raising und Sponsoring
<p>Qualifikationsziele / Kompetenzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse im Bereich Ökonomie – Sozialmanagement. • Sie können ihre Zielvorstellung auf dem Hintergrund ihrer Sozialisation reflektieren und Ziele für die Gestaltung ihrer beruflichen und privaten Zukunft entwickeln. • Die Studierenden sind in der Lage, Ziele und Problemlösungen in Planungsschritten umzusetzen, Maßnahmen des professionellen Handlungsvollzuges konkret vorzubereiten und den professionellen Handlungsvollzug kritisch zu reflektieren und zu evaluieren. • Die Studierenden kennen die Grundlagen des Marketings und Sponsoring und können über die Anwendung der kommunikationspolitischen Instrumente des Marketing (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit; Corporate Identity; Fundraising, Sponsoring) die Ziele der sozialen Organisation aktiv unterstützen und vertreten. • Die Studierenden kennen die wichtigsten kommunikationspolitischen Instrumente des Marketing und sind in der Lage diese Instrumente aufgaben- und problemorientiert einzusetzen. • Die Studierenden kennen die grundlegenden theoretischen Hintergründe der Methode „Sozialmanagement“. • Sie können Techniken der Zielfindung und Problemlösung auf ihre eigene Person, die Fallarbeit mit dem / den Klienten sowie die soziale Organisation übertragen. • Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen des Zeitmanagements und können diese auf ihr Arbeitsfeld / den gesamten beruflichen Handlungsvollzug übertragen und ihren (Arbeits-) Tag zeitökonomisch gestalten. • Sie können Planungsprozesse initiieren, steuern und kontrollieren. • Die Studierenden können Aufbauorganisationen erkennen und darstellen sowie Zielfindungs- und Problemlöseprozesse effektiv, unter Anwendung der entsprechenden Techniken des Sozialmanagement, durchführen. • Sie können die Effektivität ihres Handelns prüfen und notwendige Korrekturen begründet vornehmen. • Die Studierenden erlernen Teamkompetenz und können die interdisziplinäre Zusammenarbeit verschiedener Berufsgruppen analysieren, moderieren und steuern. • Die Studierenden haben die Fähigkeit zur Selbstreflexion im beruflichen Alltag. Sie kennen die eigene Rolle / die eigene Stellung im Kontext einer sozialen Organisation und können somit ihre individuellen Handlungsspielräume einschätzen sowie ihre Ressourcen wirkungsorientiert einbringen. • Die Anwendung der Techniken des Sozialmanagements ermöglicht es den Studierenden, die Rat- und Hilfesuchenden stärker und selbstbestimmter an der Planung und Durchführung von Hilfe- und Unterstützungsmaßnahmen zu beteiligen; die Kenntnis der spezifischen Strukturen und Zielsetzungen sozialer Organisationen unterstützt die individuelle Ausgestaltung

	<p>berufsethischer Werte und Normen im Handlungsvollzug.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden haben ein Bewusstsein für die ethische Relevanz der Verwendung ökonomischer Techniken in der Sozialen Arbeit. • Die Studierenden haben ein Verständnis dafür entwickelt, wie die Organisationen und Institutionen der Sozialen Arbeit in der Gesellschaft vernetzt sind und welche systemischen Wechselwirkungen das Handeln „professioneller Helfer“ haben kann. • Die Studierenden können den geplanten Handlungsvollzug, die Ziele, Problemlösungsstrategien und Planungsprozesse der Sozialen Arbeit für Außenstehende transparent und nachvollziehbar darstellen und begründen. • Sie können spezifische Probleme und Schwierigkeiten sozialer Organisationen darstellen und die gesellschaftliche Bedeutung sozialer Organisationen begründen. • Die Studierenden sind in der Lage, die verschiedenen Techniken des Sozialmanagements auf die jeweiligen Anforderungen des Berufsfeldes zu übertragen
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>seminaristischer Unterricht, Übung, Praxisorientierter Unterricht</p>
<p>Lernzielkontrolle</p>	<p>schriftliche Fallbearbeitung (10-30 Seiten)</p>