



IO1 - ITHEN Set of Methodologies and Guidelines

INTERNATIONAL TECHNICAL HIGHER EDUCATION NETWORK - METHODEN

Set aus zehn innovativen Methoden – mit Schritt-für-Schritt-Leitfäden – nützlich, um die Schlüsselkompetenzen zu entwickeln, die auf dem internationalen Arbeitsmarkt im Bereich Marketing und Unternehmensführung erforderlich sind



Dokument veröffentlicht von der ITHEN International Technical Higher Education Network partnerschaft.

Projektkoordinator: Fondazione ITS Jobsacademy

Projekt-Website: www.ithen.eu

Code: 2020-1-IT02-KA203-079561

ITHEN-METHODEN

Datum	28 -02-2022
Version	V02
Autoren	Veronica Tanelli, Maria Teresa Provenzale, Armand Faganel, Tuğba Uçma Uysal, Ceray Aldemir, Georg Dutschke, Paula Ribeiro, Florence Plumier, Eduard Abadias, Olga Daitche, Florian Amon, Cristina Badia, Natalia Curto, Borut Likar, Peter Strukelj
Partner	Fondazione ITS JobsAcademy, Universität von Primorska, Muğla Sıtkı Koçman Universität, Atlântica - Instituto Universitário, Institut de Vic, One Off Tech, Escola del Treball, Associazione Multiculturale I Due Mondi

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Befürwortung des Inhalts dar, der nur die Ansichten der Autoren widerspiegelt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden



INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS.....	2
DAS ITHEN PROJEKT.....	3
SCHLÜSSELKOMPETENZEN FÜR INTERNATIONALES MARKETING UND UNTERNEHMENSFÜHRUNG.....	5
INNOVATIVE LEHRMETHODEN.....	6
UMGEKEHRTES KLASSENZIMMER.....	7
JIGSAW-PEER-TRAINING.....	15
KONSTRUKTIONSDENKEN.....	35
PROJEKTBASIERTES LERNEN.....	43
PROBLEMORIENTIERTES LERNEN.....	50
BUSINESS GAME.....	57
SIMULATION EINER WISSENSMANAGEMENT-ANALYSE.....	62
METHODIK DES RECHNERGESTÜTZTEN DENKENS.....	69
CROSSOVER-METHODIK.....	74
SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	79



DAS ITHEN PROJEKT

ITHEN ist ein Projekt im Rahmen der strategischen Partnerschaft Erasmus+, bei dem internationale Berufsbildungseinrichtungen und Universitäten zusammenarbeiten, um gemeinsame internationale Kurse in den Bereichen Unternehmensführung und Marketing zu entwickeln.

KONTEXT VON ITHEN

Trotz einiger Versuche, reguläre Studiengänge zu schaffen, die an tertiären Berufsbildungseinrichtungen (TVETs, in Italien ITS - Istituti Tecnici Superiori) beginnen und mit einem dritten Jahr und einem Bachelor-Abschluss an der Universität enden, existiert in Europa noch keine etablierte Praxis den Übergang systematisch zu gestalten. Da nur wenige TVETs ECTS in ihren Modulen vergeben, ist es für die Universitäten schwierig, ihre Prüfungen anzuerkennen, so dass TVET-Absolvent*innen gezwungen sind, ganz von vorne anzufangen, wenn sie ihr Bachelor-Studium fortsetzen wollen. Dies entmutigt nicht nur die Studierenden, sondern bedeutet auch einen enormen zusätzlichen Zeitaufwand für Lehrkräfte und administration.

Nur spezifische Vereinbarungen zwischen Berufsbildungseinrichtungen und Universitäten ermöglichen diese Anerkennung, die häufig unvollständig ist und daher einige Anpassungen erfordert.

Unter den ITHEN-Partnern gibt es Berufsbildungseinrichtungen, die Vereinbarungen mit Universitäten geschlossen haben, um das ECTS anzuerkennen, so dass die Studierenden ihr Studium mit einem Bachelor- oder Master-Abschluss in 1 bis 3 zusätzlichen Studienjahren abschließen können. Diese Methode wurde seit 2018 erfolgreich getestet und hat sich als sehr effektiv erwiesen.

Das ITHEN-Netzwerk zielt darauf ab, diese Synergie zwischen den Berufsbildungseinrichtungen und den Hochschulen in einem größeren geografischen Rahmen zu nutzen, um sie mittelfristig zu einer gängigen Praxis zu machen und - hoffentlich - diesen Wandel längerfristig offiziell durch spezielle Maßnahmen zu systematisieren.

ZWECK UND ZIELE

Hauptziel des ITHEN ist die Schaffung einer strategischen und strukturierten Zusammenarbeit zwischen europäischen und außereuropäischen Universitäten und Berufsbildungseinrichtungen, die technische Hochschulbildung anbieten, um ein Netzwerk für die Entwicklung gemeinsamer internationaler Kurse zu schaffen.

WICHTIGSTE ERWARTETE ERGEBNISSE



- Überwindung des Qualifikationsdefizits von Studierenden, die in internationalen Geschäftsumgebungen arbeiten wollen, durch Förderung der Entwicklung von unternehmerischen Schlüsselkompetenzen und kulturellem Bewusstsein.
- Schaffung einer Synergie zwischen Universitäten und Berufsbildungseinrichtungen. Eine Synergie, die den Übergang zwischen Kursen und Abschlüssen auf verschiedenen EQR-Niveaus (von EQR 5 zu 6 und 7) erleichtert und so die Lern- und Jobchancen von Studierenden der beruflichen Bildung in ganz Europa erhöht.
- Verbindung der technischen Hochschulbildung mit dem Markt. Ermöglichung einer technischen Ausbildung in den Bereichen Marketing und Unternehmensführung, die den Anforderungen des heutigen internationalen Arbeitsmarktes gerecht wird, durch Einbeziehung von Marktvertretern in alle Phasen der Konzeption und Durchführung neuer gemeinsamer internationaler Studiengänge.
- Fortbildung von Lehrenden, damit sie erfolgreich zur Entwicklung von unternehmerischer Kompetenz und kulturellem Bewusstsein bei ihren Schüler beitragen können.

ZIELGRUPPEN

Was sind die Zielgruppen des ITHEN?

- 32 Lehrkräfte wurden in den Methoden des ITHEN geschult.
- >250 Personen, darunter Dekane und Lehrkräfte von Berufsbildungseinrichtungen und Universitäten, KMUs und Nichtregierungsorganisationen, Studierende, Vertreter*innen von assoziierten Partnern, Behörden und anderen nationalen/regionalen/lokalen Interessenvertreter*innen nehmen an den Multiplikatorenveranstaltungen des Projekts teil.
- 140 Schüler*innen nehmen an lokalen Piloten teil.
- 10 neue Berufsbildungseinrichtungen, Universitäten, Handelskammern, öffentliche Einrichtungen, Unternehmen und internationale Organisationen aus Europa und der ganzen Welt werden dem Netzwerk beitreten.
- 40 KMU oder gemeinnützige Organisationen sind an den ausführlichen Interviews und Aktivitäten beteiligt.

PARTNER

ITHEN ist das Ergebnis der Zusammenarbeit von 8 Projektpartnern aus Italien, Spanien, Portugal, Slowenien, der Türkei und Deutschland sowie von 6 assoziierten Partnern aus Argentinien, Kanada, Chile, Italien und der Türkei. Die Projektpartner sind:

- **Fondazione ITS JobsAcademy** - Italien (Projektkoordinator)
<https://jac-its.com/en/>
- **Institut de Vic** - Spanien
<https://www.ivic.cat/portal/index.php>
- **Institut Escola del Treball de Lleida** - Spanien
<https://www.escoladeltreball.cat/en/home/>



- **EIA - Ensino, Investigação e Administração** - Portugal
<https://www.uatlantica.pt/>
- **Univerza na Primorskem Università del Litorale** - Slowenien
<https://www.upr.si/en%20>
- **Mugla Sitki Kocman Universität** - Türkei
<https://www.mu.edu.tr/en>
- **OneOffTech** - Deutschland
<https://oneofftech.xyz/>
- **Associazione Multiculturale I Due Mondi** - Italien <https://www.demixgroup.com/i-due-mondi/>

SCHLÜSSELKOMPETENZEN FÜR INTERNATIONALES MARKETING UND UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Partner des ITHEN haben gemeinsam eine Reihe von Kompetenzen erarbeitet, die speziell für die Entwicklung eines Studiengangs für Marketing und internationales Business entwickelt wurden. Dazu gehören sowohl unternehmerische Kompetenzen als auch kulturelles Bewusstsein.

Es wurden 14 sektorale Kompetenzen ermittelt und in 4 Kategorien eingeteilt: **Management; Digital; Technisch; Transversal.**

Die Kategorie Management umfasste die folgenden Kompetenzen:

- Wissensmanagement als Teil der Organisationsentwicklungskompetenz: die Fähigkeit, Schlüsselinformationen, Wissen und Daten zu identifizieren, über die eine Organisation verfügen muss, um ihre Ziele zu erreichen.
- Marketing-Management-Kompetenz: die Fähigkeit, mit grundlegenden täglichen Marketingaktivitäten in Unternehmen und Organisationen umzugehen.
- Innovationsmanagementkompetenz: die Fähigkeit, mit modernen Konzepten des Innovationsmanagements in Organisationen umzugehen, einschließlich der Konzepte der nachhaltigen, internationalen und offenen Innovation und Forschung.
- Logistikmanagementkompetenz: die Fähigkeit, aktuelle Fragen der Logistik und des Lieferkettenmanagements zu verstehen.
- Management- und Planungskompetenz in Non-Profit-Organisationen: die Fähigkeit, Menschen und Kapital zu organisieren, aber auch richtig zu kommunizieren und Probleme zu lösen.



- Personalentwicklung und -management in Non-Profit-Organisationen Kompetenz: die Fähigkeit, den richtigen Kandidaten zu rekrutieren und in die Organisation zu integrieren sowie ihn zu schulen und in seiner beruflichen Entwicklung zu unterstützen.

Die digitale Kategorie umfasste die folgenden Kompetenzen:

- Kompetenz im digitalen Marketing für internationale Märkte: die Fähigkeit, geeignete digitale Marketingstrategien zu entwickeln, um die internationale Expansion des Unternehmens zu fördern.
- Kompetenz im Bereich Social Media und Community Management: die Fähigkeit, eine strategische Vision für das Unternehmensmanagement sozialer Netzwerke zu entwickeln.

Die technische Kategorie umfasste die folgenden Kompetenzen:

- Verkaufstechniken für internationale Märkte Kompetenz: die Fähigkeit, Vereinbarungen mit Kunden/Auftraggebern zu treffen.
- Excel- oder Google Sheets-Kenntnisse auf fortgeschrittenem Niveau: die Fähigkeit, die wichtigsten Funktionen und Grafiken von Excel oder Google Sheets zu nutzen, um Daten zu analysieren, Schlussfolgerungen zu ziehen und visuelle Grafiken oder Berichte zu erstellen.
- Statistik im Forschungsmarketing: die Fähigkeit, statistische Variablen zu nutzen, um Schlussfolgerungen im Forschungsmarketing zu ziehen.

Die übergreifende Kategorie umfasste die folgenden Kompetenzen:

- Wohlbefindenskompetenz: die Fähigkeit, Projekte zu organisieren, die der Zielgruppe und der Gesellschaft Wohlbefinden verschaffen, entsprechend der Vision und den Erwartungen der Aktionäre.
- Strategische Kompetenz im Bereich der sozialen Verantwortung der Unternehmen: die Fähigkeit, soziale Projekte zu entwickeln/zu unterstützen, die am meisten zu einer besseren Gesellschaft beitragen.
- Kreativität und Innovationskompetenz: die Fähigkeit, Innovation als einen der Schlüsselfaktoren für eine sozial verantwortliche und nachhaltige Entwicklung zu beherrschen.

INNOVATIVE LEHRMETHODEN

Mit dem Ziel, die oben genannten Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, haben die ITHEN-Partner einige **innovative Lehrmethoden** ermittelt, die in alle künftigen gemeinsamen internationalen Kurse des Netzes integriert und eingesetzt werden sollen. Diese Methoden können dazu beitragen, marktorientierte Schlüsselkompetenzen bei den Studierenden zu entwickeln. Darüber hinaus sind alle diese Methoden äußerst innovativ, entweder in ihren eigentlichen Merkmalen oder in ihrer Anwendung auf die vom Netzwerk ermittelten Kompetenzen.

Die **Methoden des ITHEN**, die vom Netz festgelegt wurden, sind:

- Umgekehrtes Klassenzimmer
- Jigsaw Peer Teaching
- Geschäftsfallstudie



- Design Thinking
- Projektbasiertes Lernen
- Anforderungsorientiertes Lernen
- Problembasiertes Lernen
- Wirtschaftsspiel
- Simulation
- Computational Thinking
- Crossover-Methodik.

Um das Verständnis der Methoden und ihre künftige Anwendung zu unterstützen, wurde jede Methode mit einer Kompetenz verknüpft und ein Beispiel für die Anwendung der Methode gegeben. Es ist klar, dass die Methoden auch für die Entwicklung anderer Kompetenzen verwendet werden können. Außerdem bieten wir für jede Methode einen Leitfaden für den Unterricht und eine Anwendergeschichte.



UMGEKEHRTES KLASSENZIMMER

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	3-30
Persönlich / online	F2F ist optimal, auch online ist akzeptabel
Erforderliche Zeit	je nach Aufgabe, min. 1 Stunde, optimal mehrere Stunden
Erforderliche Werkzeuge	Projektor ist willkommen, Möglichkeit zur Bildung kleinerer Gruppen/Tische
Einbindung von Interessengruppen	nicht selbstverständlich, aber erwünscht; insbesondere bei der Behandlung von Themen im Zusammenhang mit Interessengruppen
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	nicht unbedingt, aber hilfreich
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	Eine hohe Motivation führt zu besseren Ergebnissen, insbesondere was die aktive Rolle, die Diskussion usw. betrifft.
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	Motivierte, proaktive, vielfältige Teilnehmer sind willkommen, aber nicht selbstverständlich
Bewertung	die Bewertung steht nicht in direktem Zusammenhang mit der Methode, sondern ermöglicht eine eingehende Bewertung der Kenntnisse

ZIEL

Diese Methodik wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung von Mehrfachkompetenzen untersucht, die bei den Studenten unserer internationalen gemeinsamen Kurse entwickelt werden sollen:

- die Kompetenz des **Social Media & Community Managers**;
- die Kompetenz **Digitales Marketing für internationale Märkte**;
- die Marketing-Management-Kompetenz.

KOMPETENZ ALS SOCIAL MEDIA & COMMUNITY MANAGER

DEFINITION

Die Kompetenz des **Social Media & Community Managers** wird definiert als die Fähigkeit, eine strategische Vision für das Unternehmensmanagement sozialer Netzwerke zu entwickeln.

SKILLS

Die Beherrschung dieser Kompetenz bedeutet, die Fähigkeit zu haben für:

- Entwicklung von Kommunikationsstrategien und -politiken in den sozialen Medien, Entwicklung der Rolle des Community Managers;
- Planung und Organisation von Beiträgen in sozialen Medien über ein Dashboard;



- Kenntnis und Anpassung der schriftlichen und visuellen Sprache an die Kriterien der einzelnen sozialen Medien auf integrative Weise;
- Ermittlung der Zielgruppe des Unternehmens auf den einzelnen Social-Media-Plattformen;
- Anwendung von Techniken zur Generierung von organischem Traffic (z. B. von sozialen Netzwerken zu einer Landing Page).

HALTUNG

Der perfekte Community Manager sollte über folgende Eigenschaften verfügen:

- Kreativität und Aufgeschlossenheit;
- Neugierde auf neue Marketingtaktiken und -trends;
- Proaktive und problemlösende Einstellung.

INDIKATOREN

Bei der Entwicklung dieser Kompetenz sollte der Lernende in der Lage sein, Folgendes zu tun

1. Sie kennen die sozialen Netzwerke und ihre Funktionsweise (Twitter, LinkedIn, Instagram...);
2. Automatisieren Sie die Periodisierung von Beiträgen (mit Apps wie Hootsuite, Later,...);
3. Die Kohärenz zwischen dem Design und dem Auftrag, den ein Unternehmen vermitteln will, muss gewährleistet sein;
4. Entwicklung von Techniken zur Generierung von Leads im Konversionstrichter.

KOMPETENZ IM DIGITALEN MARKETING FÜR INTERNATIONALE MÄRKTE

DEFINITION

Geeignete digitale Marketingstrategien, die die internationale Expansion des Unternehmens unterstützen.

Sie umfasst Kenntnisse über:

- Internationale Marketing-Elemente
- Digitale Kommunikationselemente
- Kultur des Zielmarktes

SKILLS

- Anwendung von Projektmanagement-Methoden
- Wissen, wie man Social Listening durchführt, um Daten für NPD und Geschäftsstrategien zu erhalten
- Anwendung von SEO- und Inbound-Marketing-Techniken
- E-Mail-Marketing verstehen und nutzen
- Ein Budget erstellen und verwalten
- Verwendung der englischen Sprache für die Interaktion mit internationalen Kunden und die Gestaltung von Marketingangeboten
- Website-Erstellung und Content-Marketing-Techniken anwenden



HALTUNG

- kreative Einstellung
- Neugierde auf neue Marketingtaktiken und -trends
- Neugierde auf neue Kulturen
- ein technisches/strategisches Marketingkonzept und Interesse haben.

INDIKATOREN

Der Lernende ist in der Lage:

- einen Verbreitungsplan entwerfen
- eine Website nach den Bedürfnissen des Kunden gestalten
- kulturbezogene Inhalte aufbereiten
- Ermittlung von KPIs für Marketingstrategien
- eine vollständig digitale Marketingkampagne erstellen
- Arbeit mit Social Listening-Plattformen
- mit Big-Data-Analysertools zu arbeiten
- zu wissen, wie man von Daten zu strategischem Geschäftsdenken kommt

MARKETING-MANAGEMENT-KOMPETENZ

DEFINITION

Diese Kompetenz befasst sich hauptsächlich mit den Marketingaktivitäten eines Unternehmens, einschließlich der Festlegung von Marketing-Mix-Elementen und der Entwicklung von Marketingstrategien für den nationalen und internationalen Markt, die letztendlich zum Erfolg des Unternehmens auf diesen Märkten beitragen.

SKILLS

Trends in der globalen Marktentwicklung

- Die Rolle des Marketings für die Unternehmensleistung verstehen
- Verständnis der Rolle der Kunden für die Leistung eines Unternehmens
- Anwendung der Elemente des Marketing-Mix
- Gestaltung der Marketing-Management-Strategie
- Bewertung der Marketingstrategie
- Marketingmanagement auf dem internationalen Markt

HALTUNG

- Effiziente Vermarkter sind *unternehmerisch, innovativ, verantwortungsbewusst* und mögen *Herausforderungen*.
- Vermittlung und Aneignung von Grundlagen des Marketings
- Entwicklung der Fähigkeit, Marketingpraktiken für die Unternehmensleistung zu nutzen
- Aufbau von Selbstvertrauen bei der Erkennung, Planung, Durchführung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen.



INDIKATOREN

Der Teilnehmende ist in der Lage:

- ein umfassendes Verständnis der Bedeutung und Entwicklung des Marktes entwickeln
- die Bedeutung des Marketingmanagements für den Geschäftserfolg von Unternehmen und Organisationen erkennen
- Marketingaktivitäten zur Umsetzung einer entsprechenden Marketingstrategie zu nutzen
- die Elemente des Marketing-Mix in der Marketingstrategie anzuwenden
- Planung, Entwicklung und Umsetzung einer relevanten Marketingstrategie entsprechend den Unternehmenszielen
- die Leistung der Marketingstrategie anhand der Marktindikatoren zu bewerten.

ANDERE ANWENDUNGEN

Diese Methodik kann auch auf die folgenden Kompetenzen angewendet werden:

- Strategische soziale Verantwortung der Unternehmen;
- Innovationsmanagement;
- Logistische Verwaltung;
- Management und Planung in Non-Profit-Organisationen;
- Personalentwicklung und -management in Non-Profit-Organisationen;
- Logistik und IT-Struktur in Non-Profit-Organisationen.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Die Jigsaw-Methode bedeutet "umgekehrtes Klassenzimmer" und ermöglicht ein angenehmeres, schnelleres und kostengünstigeres Lernen. Sie kehrt die traditionelle Art des Unterrichts um, bei der die Inhalte im Klassenzimmer vermittelt werden und zu Hause durch Aufgaben geübt werden. Bei Jigsaw bearbeiten die Schüler die Inhalte und lernen gemeinsam mit ihren Klassenkameraden durch Übungen im Unterricht. Darüber hinaus kann das Jigsaw-Konzept (Details siehe unten: VERBUNDENE METHODEN: DAS JIGSAW PEER TRAINING) in den Flipped Classroom integriert werden. Jigsaw ist eine kooperative Lernstrategie, die es den Schülern ermöglicht, sich in Gruppen auf einen Aspekt eines Themas zu spezialisieren (z. B. eine Gruppe studiert die Lebensräume von Regenwaldtieren, eine andere Gruppe studiert die Raubtiere von Regenwaldtieren) und diesen später gemeinsam an ihre Mitschüler*innen weiterzugeben.

Erster Schritt: Nach der Auswahl des Themas (Keller, 2012) stellt der Lehrer das Lernmaterial (Fotos, Videos, Texte und beliebige Ressourcen) auf einer E-Learning-Plattform bereit, das die Grundlage für die weitere Entwicklung bilden kann. Sie können auch öffentlich zugängliche Daten- und Informationsquellen nutzen. Im Jigsaw-Konzept werden die mit den Lernmaterialien verbundenen Unterthemen unter den Schülern aufgeteilt, so dass sie sich insgesamt mit allen Unterthemen des Kurses befassen werden.

Zweiter Schritt: Die Schülerinnen und Schüler entwickeln ein Video, eine PowerPoint-Präsentation oder eine Textdatei, in der sie das ihnen zugewiesene Thema erklären.



Dritter Schritt: Jeder Schüler bespricht seine Arbeit in der Klasse mit dem Lehrer, klärt alle Zweifel über das Thema und vergleicht sie mit den Arbeiten der anderen Schüler. Zu den Aktivitäten in der Klasse können Debatten, Diskussionen in kleinen Gruppen, kurze schriftliche Aufgaben, Übungen am Whiteboard und Präsentationen der Schüler gehören.

Diese Methode eignet sich gut für lange Aktivitäten, die im Unterricht nur schwer zu bewältigen sind, sowie für Themen, bei denen die Schüler Konzepte und Übungen anwenden müssen.

LEHRLEITFADEN

1. Definieren Sie die Kompetenzen, die Sie entwickeln wollen;
2. Vergewissern Sie sich, dass Sie eine gute Beteiligung der Schüler erreicht haben;
3. Bereiten Sie das Material zum Hochladen auf die Online-Plattform vor (Kriterien: interessantes Material, das alle Kursthemen abdeckt und auch spezifisch genug ist). Darüber hinaus könnte die Aufteilung der Materialien nach dem Puzzlestück-Konzept erfolgen.
4. Klärung von Fragen mit den Studierenden zwischen den Unterrichtsstunden
5. Weisen Sie den Schülern die erste Aufgabe zu (z. B. die Aufforderung, eine Präsentation über den Inhalt der Klasse vorzubereiten);
6. Die Schüler arbeiten selbstständig zu Hause an dem zugewiesenen Thema;
7. Überprüfen Sie die Präsentationen der Schülerinnen und Schüler im Unterricht, wenn sie diese ihren Mitschülern vorstellen.
8. Weisen Sie den Schülern schließlich ein Abschlussprojekt zu.

ZEIT

Die Dauer der Lehreinheiten hängt von der Menge der von den Schülern zu präsentierenden Materialien und der Anzahl der Schüler/Gruppen ab.

Es wird empfohlen, den Studierenden mindestens eine Woche Zeit für die Vorbereitung von Präsentationen zu geben.

BENÖTIGTES MATERIAL

- PC mit Internetzugang;
- Online-Tool für Gruppen-Videogespräche (z. B. Microsoft Teams, Zoom, Google Meet);
- Online-Tool für den Austausch von Material (z. B. Moodle, Microsoft Sharepoint...)
- Online-Tool zur Erstellung sozialer Inhalte und zur Schulung der Kreativität, wie z. B.:
 - o Werkzeuge zur Erstellung von Storyboards (z. B. [Storybird](#), [ACMI Storyboard Generator](#), [StoryboardThat](#),
 - o Tools zum Erstellen und Bearbeiten von Videos ([Muvizu](#), [Playposit](#), [EDpuzzle](#), [VideoAnt](#),

Zu den Materialien für Studierende und Quellen können gehören:

- Websites,
- Jahresberichte,
- Artikel,
- Videos,
- Medienberichte,
- Pressemeldungen,
- soziale Medien,
- Kundenrezensionen,



- einzelne Kontakte, und/oder
- Daten von Unternehmensverbänden.

DIE INNOVATION

Die Flipped-Classroom-Methodik in Verbindung mit dem Jigsaw-Konzept ist ein innovativer Ansatz. Diese Mischung ist dank des Einsatzes von Tablets und Online-Plattformen möglich, die auch bei der Entwicklung von Unterrichtsthemen helfen und Lehrer und Lernende in ständigen Kontakt miteinander bringen. Durch diese Methode **können Gemeinschaften und Blogs geschaffen werden**.

Die Managementschulung hat sich aus fünf Gründen sofort für diese Methode ausgesprochen.

- **Kritisch-kreative Überarbeitung:** Sie bezieht sich auf eine Lehreinheit, in der das im Unterricht Gelernte verglichen und reflektiert wird, wodurch eine Gelegenheit zum Informationsaustausch und zur Kreativität geschaffen wird.
- **Integration von Fähigkeiten:** Jeder bringt sein eigenes Wissen in die Gruppe ein, teilt es mit den anderen und integriert es mit ihnen.
- **Entwicklung von Querschnittskompetenzen:** Fähigkeit zur Teamarbeit, zur Koordinierung, zum Vergleich verschiedener Standpunkte, zum Zeitmanagement und zur Reaktion auf Misserfolge.
- **Lernen und praktisches Experimentieren:** Möglichkeit zum praktischen Experimentieren durch die verschiedenen Gruppenarbeiten.
- **Graduierung:** Die Schüler erhalten ein Abschlussprojekt, das sich auf alle Miniprojekte des Jahres bezieht.

ONLINE-ANWENDUNG

Diese Methodik kann, wie im Folgenden erläutert, online angewendet werden.

- Die Weitergabe von Material erfolgt über Online-Plattformen, ohne dass ein Treffen mit den Schülern erforderlich ist.
- Die Arbeit der Studierenden wird eigenständig sein. Bei der Methode werden Online-Tools wie Videoanrufe eingesetzt, um die Zusammenarbeit zu erleichtern.
- Im dritten Schritt besprechen die Schüler ihre Arbeit mit dem Lehrer und ihren Mitschülern in der Online-Klasse.

Amador und Mederer (2013) berichteten, dass es für die Gestaltung eines dynamischen Online-Kurses sinnvoll ist, die Klassengröße niedrig zu halten, vielleicht sogar niedriger als in der F2F-Version. Daher sind in der Online-Version des Kurses maximal 20 Studierende eingeschrieben. Andere Teile des F2F-Kurses lassen sich leicht auf die Online-Version übertragen. In der Online-Version des Kurses werden jedoch sowohl große Diskussionen als auch Jigsaw-Gruppen stärker genutzt, und diese Techniken werden als Strategie integriert, um das Engagement der Studierenden sicherzustellen. Während des Online-Kurses beteiligen sich die Studierenden gleichzeitig an zwei verschiedenen Diskussionen zu jedem Kursthema. Die auf den Vorlesungsfolien basierenden Diskussionen in der gesamten Klasse werden in das Diskussionsforum gestellt und anhand einer Rubrik bewertet.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSTRUMENTE

Es ist sehr wichtig, mit der Bewertung der Aktivitäten nicht bis zum Ende des Kurses zu warten, da es sonst zu spät wäre, Fehler zu finden und Maßnahmen zur Wiederherstellung zu ergreifen.

Bei der Beobachtung werden objektive Kriterien entwickelt, um die individuellen und gruppenbezogenen Leistungen der Schüler zu bewerten. Bei der Bewertung geht es in erster Linie darum, die Kompetenzen



der Schüler zum Thema zu entwickeln, nicht ihre pädagogischen Fähigkeiten. Eine gute Möglichkeit, um zu überprüfen, ob sie während ihrer Präsentationen wirklich etwas gelernt haben, ist es, einige vertiefende Fragen zum Inhalt zu stellen und um weitere Erklärungen zu bitten. Insgesamt wird dem Dozenten empfohlen, auf das Engagement und die Professionalität der Studierenden zu achten. Während der Präsentationen der Kommilitonen können sich einige Studierende ablenken lassen oder nicht richtig zuhören. In diesem Fall sollte der Dozent eingreifen und - falls nötig - eine vorübergehende Unterbrechung des Flipped Classroom in Betracht ziehen.

USER STORY

Paolo ist Lehrer für Social Media Management in der Fondazione JobsAcademy. Seine Schüler interessieren sich sehr für das Thema Community Management, und seit den ersten Kursen stellen sie viele Fragen und diskutieren über jede neue Information, die sie erhalten. Paolo freut sich aufrichtig über dieses Feedback der Studenten, aber nach zwei Wochen Unterricht stellt er fest, dass er nicht die Zeit hat, alle geplanten Erklärungen zu geben. Er muss das Schulungsprogramm innerhalb der festgelegten Zeit abschließen, möchte aber gleichzeitig die Diskussionen und Interaktionen der Schüler nicht unterbrechen. Außerdem beteiligen sich einige seiner Schüler nicht an den Diskussionen in der Klasse, da sie mehr Zeit für die Ausarbeitung der Informationen benötigen.

Dann stellt er fest, dass einige der Inhalte, die er normalerweise in der Klasse erklärt, von den Schülern problemlos zu Hause selbstständig gelernt und dann in den nächsten Stunden mit anderen diskutiert werden können. Auf diese Weise gibt es kein Problem, wenn die Diskussion im Unterricht Zeit in Anspruch nimmt, denn die Unterrichtszeit ist speziell für die Interaktion mit den Schülern vorgesehen.

Paolo verwendet Microsoft Sharepoint als Tool zum Hochladen der didaktischen Inhalte für die Studenten, da alle seine Studenten ein Microsoft-Konto haben. Er bittet die SchülerInnen, die Materialien zu lesen und zu studieren und sie in Gruppen aufzuteilen, um Präsentationen zu erstellen, die ihren MitschülerInnen den Inhalt der Vorlesung vermitteln. Die Schüler können das Tool wählen, das sie für die Vorbereitung ihrer "Lektion" bevorzugen. Während ihrer Präsentationen greift Paolo ein, wenn einige Konzepte nicht klar sind oder weiter untersucht werden müssen. Die Zeit in der Klasse wird also hauptsächlich für die Präsentationen und Diskussionen der SchülerInnen genutzt, allerdings in einer angeleiteten Form.

Dies sind die 6 Schritte, die Paolo angewandt hat:

1. Planen Sie: Überlegen Sie, welche Lektion Sie umdrehen wollen. Skizzieren Sie die wichtigsten Lernergebnisse und einen Unterrichtsplan.
2. Aufzeichnen: Anstatt diese Lektion persönlich zu unterrichten, können Sie ein Video aufnehmen. Stellen Sie sicher, dass es alle Schlüsselemente enthält, die Sie im Unterricht erwähnen würden.
3. Teilen: Senden Sie das Video an Ihre Schüler. Machen Sie es ansprechend und klar. Erklären Sie, dass der Inhalt des Videos in der Klasse ausführlich besprochen werden wird.
4. Veränderung: Die Schülerinnen und Schüler haben die Lektion gesehen und sind bereit, mehr in die Tiefe zu gehen als zuvor.
5. Gruppe: Eine wirksame Methode zur Erörterung des Themas ist die Aufteilung in Gruppen, in denen die Schüler eine Aufgabe erhalten, die sie ausführen sollen. Schreiben Sie ein Gedicht, ein Theaterstück, drehen Sie ein Video, etc.
6. Neu gruppieren: Bringen Sie die Klasse wieder zusammen, um die Arbeit der einzelnen Gruppen mit allen zu teilen. Stellen Sie Fragen, vertiefen Sie so viel wie möglich.

VERBUNDENE METHODOLOGIEN



- **Jigsaw Peer Teaching**

Ein **umgedrehtes Klassenzimmer** ist eine innovative Art des Lernens mit einer proaktiven Rolle der Schüler. Auch **Jigsaw-Peer-Teaching** ist eine Methode, bei der Schüler in kleinen Gruppen zusammenarbeiten, um zu lernen und die Verantwortung dafür zu übernehmen, die gelernten Konzepte anderen Gleichaltrigen im Klassenzimmer beizubringen. Jigsaw ist ein geeignetes Instrument, um ein interaktiveres und kollaboratives Lernumfeld für die Schüler zu schaffen und sie gleichzeitig darauf vorzubereiten, sich besser an die Herausforderungen eines sich schnell entwickelnden Marktes anzupassen. Jigsaw kann in dieser Hinsicht von Vorteil sein, da es so konzipiert ist, dass jeder Schüler im Lernprozess zur Verantwortung gezogen wird. Es bietet eine kooperative und doch autonome Lernumgebung, die die Schüler dazu ermutigt, verschiedene von Arbeitgebern geschätzte Fähigkeiten zu entwickeln, während sie üben, ein Gleichgewicht zwischen der gegenseitigen Abhängigkeit der Gruppe und der individuellen Verantwortung zu finden (Ye et al., 2020).

REFERENZEN

- **Keller, K.** (2012). Strategisches Markenmanagement (4. Aufl.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall PTR.
- **Amador, J. A., und H. Mederer** (2013). Die Übertragung erfolgreicher Strategien zur Einbindung von Schülern ins Internet: Chancen und Herausforderungen beim Einsatz von Jigsaw-Gruppen und problembasiertem Lernen. *Journal of Online Learning and Teaching*, 9(1), 89-105.
- **Ye, C., H. Lee, C. Cavazos, J. Katrichis, und A. Wei Hao** (2020). Peer Teaching in digitalen Marketingkursen: A conceptual framework. *Marketing Education Review*, DOI: 10.1080/10528008.2020.1859388
- **Birgili, B., Seggie, F. N., & Oğuz, E.** (2021). Die Trends und Ergebnisse der Flipped-Learning-Forschung zwischen 2012 und 2018: A descriptive content analysis. *Journal of Computers in Education*, 1-30.
- **Chen Hsieh, J. S., Wu, W. C. V., & Marek, M. W.** (2017). Flipped Classroom zur Verbesserung des EFL-Lernens. *Computer Assisted Language Learning*, 30(1-2), 1-21.
- **Hossein-Mohand, H., Trujillo-Torres, J. M., Gómez-García, M., Hossein-Mohand, H., & Campos-Soto, A.** (2021). Analyse der Nutzung und Integration des Flipped-Learning-Modells, des projektbasierten Lernens und der Gamification-Methoden durch Mathematiklehrer der Sekundarstufe. *Nachhaltigkeit*, 13(5), 2606.
- **Salas-Rueda, R. A.** (2021). Einsatz von Flipped Classroom in der Marketing-Karriere während des Bildungsprozesses in Finanzmathematik. *Bildung und Informationstechnologien*, 1-24.
- **Shyr, W. J., & Chen, C. H.** (2018). Designing a technology-enhanced flipped learning system to facilitate students' self-regulation and performance. *Journal of Computer Assisted Learning*, 34(1), 53-62.
- <https://www.mef.edu.tr/en/flipped-learning#gsc.tab=0>
- <https://learningfoundation.org.uk/schools/how-can-i-make-it-happen/toolkit/engagement/teacher-engagement/the-flipped-classroom/>
- <https://facultyinnovate.utexas.edu/how-to-flip>
- <https://utah.instructure.com/courses/311724>
- <https://www.modelteaching.com/education-articles/technology-in-the-classroom/flipping-the-classroom-script-flipped-learning-vs-traditional-classroom-learning>



JIGSAW-PEER-TRAINING

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	4 - 50
Persönlich / online	F2F ist optimal, auch online ist akzeptabel
Erforderliche Zeit	mindestens 2 Stunden, kann in einer Lehrinheit durchgeführt werden
Erforderliche Werkzeuge	keine Spezialwerkzeuge erforderlich
Einbindung von Interessengruppen	Nicht erforderlich
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	Nicht erforderlich
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	Nicht relevant
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	Keine
Bewertung	Quiz am Ende der Unterrichtsstunde, um das während der Stunde erworbene Wissen der Schüler zu testen

ZIEL

Diese Methodik wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung von Mehrfachkompetenzen untersucht, die wir bei den Studierenden unserer internationalen gemeinsamen Kurse entwickeln wollen:

- Kompetenz des **Social Media & Community Managers**;
- die Kompetenz **Digitales Marketing für internationale Märkte**;
- die Marketing-Management-Kompetenz.

Bitte lesen Sie das Kapitel "**FLIPPED CLASSROOM**" für Details zu diesen Kompetenzen.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Jigsaw-Peer-Teaching ist eine Methode, bei der Schüler in kleinen Gruppen zusammenarbeiten, um zu lernen und die Verantwortung dafür zu übernehmen, die gelernten Konzepte anderen Gleichaltrigen im Klassenzimmer beizubringen. Es ist ein geeignetes Instrument, um ein interaktiveres und gemeinschaftlicheres Lernumfeld für Schüler zu schaffen und sie gleichzeitig darauf vorzubereiten, sich besser an die Herausforderungen eines sich schnell entwickelnden Marktes anzupassen. Jigsaw kann in dieser Hinsicht von Vorteil sein, da es so konzipiert ist, dass die Schüler sich gegenseitig im Lernprozess zur Verantwortung ziehen. Es bietet eine kooperative und doch autonome Lernumgebung, die die Schüler dazu ermutigt, verschiedene von Arbeitgebern geschätzte Fähigkeiten zu entwickeln, während



sie üben, ein Gleichgewicht zwischen der gegenseitigen Abhängigkeit der Gruppe und der individuellen Verantwortung zu finden (Ye et al., 2020).

Bei dieser Methode werden die Klassen in kleine Gruppen eingeteilt, die so genannten Jigsaw-Gruppen (JG), deren Mitglieder für die Vermittlung eines bestimmten Themas an die anderen Mitglieder der Gruppe verantwortlich sind. Die Mitglieder einer JG wählen ein bestimmtes Thema aus, das sie unterrichten wollen, und gehen zu einer Expertengruppe (EG), die aus Schülern besteht, die für den Unterricht desselben Themas zuständig sind.

LEHRLEITFADEN

9. **Teilen Sie die Schüler in 5- oder 6-Personen-Puzzle-Gruppen ein.** (die Gruppen sollten in Bezug auf Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit, Rasse und Fähigkeiten unterschiedlich sein)
10. **Ernennen Sie einen Schüler aus jeder Gruppe zum Leiter.** (Anfangs sollte diese Person der reifste Schüler der Gruppe sein)
11. **Unterteilen Sie die Tageslektion in 5-6 Abschnitte.** (Wenn Sie z. B. möchten, dass die Geschichtsschüler etwas über Eleanor Roosevelt lernen, könnten Sie eine Kurzbiografie über sie in einzelne Abschnitte unterteilen: (1) ihre Kindheit, (2) ihr Familienleben mit Franklin und ihren Kindern, (3) ihr Leben nach Franklins Polio-Erkrankung, (4) ihre Arbeit im Weißen Haus als First Lady und (5) ihr Leben und ihre Arbeit nach Franklins Tod)
12. **Weisen Sie jedem Schüler ein Segment zu.** (Stellen Sie sicher, dass die Schüler nur direkten Zugang zu ihrem eigenen Segment haben)
13. **Geben Sie den Schülern Zeit, ihren Abschnitt mindestens zweimal durchzulesen und sich mit ihm vertraut zu machen.** (Sie brauchen ihn nicht auswendig zu lernen)
14. **Bilden Sie vorübergehend "Expertengruppen", indem Sie einen Schüler aus jeder Jigsaw-Gruppe zu anderen Schülern schicken, die demselben Segment zugeordnet sind.** (Geben Sie den Schülern in diesen Expertengruppen Zeit, um die Hauptpunkte ihres Abschnitts zu besprechen und die Präsentationen zu proben, die sie vor ihrer Jigsaw-Gruppe halten werden)
15. **Bringen Sie die Schüler wieder in ihre Puzzlegruppen zurück.**
16. **Bitten Sie jeden Schüler und jede Schülerin, seinen/ihren Beitrag vor der Gruppe zu präsentieren.** (ermutigen Sie die anderen in der Gruppe, Fragen zur Klärung zu stellen)
17. **Lassen Sie sich von Gruppe zu Gruppe treiben und beobachten Sie den Prozess.** (Wenn es in einer Gruppe Probleme gibt (z. B. wenn ein Mitglied dominiert oder stört), greifen Sie entsprechend ein. Letztendlich ist es am besten, wenn der Gruppenleiter diese Aufgabe übernimmt. Die Gruppenleiter können geschult werden, indem sie eine Anweisung zum Einschreiten flüstern, bis der Gruppenleiter den Dreh raus hat)
18. **Führen Sie am Ende der Lehrstunde ein Quiz über den Stoff durch.** (Die Schüler merken schnell, dass diese Lehreinheit nicht nur Spaß und Spiel sind, sondern wirklich zählen)



ZEIT

Die Dauer der Lehreinheit hängt hauptsächlich von der Menge des Materials ab, das die Schüler lernen müssen, und von der Gruppengröße (größere Gruppen brauchen mehr Zeit, weil es mehr Expertengruppen und Präsentationen innerhalb der Gruppen gibt). In der Regel reichen 3 bis 4 Stunden aus, um eine komplette Jigsaw-Klassenzimmer-Lehreinheit durchzuführen.

BENÖTIGTES MATERIAL

Jigsaw Classroom kann persönlich oder online durchgeführt werden. Im Falle von Online-Unterricht benötigen die Teilnehmer:

- PC mit Internetzugang,
- Online-Tool für Gruppen-Videoanrufe (z. B. Microsoft Teams, Zoom, Google Meet),
- Online-Tool für den Austausch von Material (z. B. Moodle, Microsoft Sharepoint ...).

Zu den Materialien für Studierende und Quellen können gehören:

- gedruckte Texte zu einem bestimmten Thema,
- Websites,
- Jahresberichte,
- Artikel,
- Videos,
- Medienberichte,
- Pressemeldungen,
- soziale Medien,
- Kundenrezensionen,
- einzelne Kontakte, und/oder
- Daten von Unternehmensverbänden.

DIE INNOVATION

Das Jigsaw-Klassenzimmer hat **im Vergleich zu traditionellen Unterrichtsmethoden** folgende **Vorteile**:

- leicht zu lernen
- Lehrer arbeiten gerne damit
- kann mit anderen Unterrichtsstrategien kombiniert werden
- funktioniert auch bei nur 1 Stunde Nutzung pro Tag
- frei zur Mitnahme

Die wichtigsten **Vorteile von** Jigsaw sind:

- sehr effiziente Art, den Stoff zu lernen
- Zuhören, Engagement und Einfühlungsvermögen fördern
- Rassenkonflikte unter Schulkindern verringern
- Besseres Lernen, bessere Prüfungsleistungen



- die Motivation der Schüler zu verbessern, Fehlzeiten zu reduzieren
- mehr Spaß am Lernen, mehr Freude an der Schule

Interdependenz ist erforderlich - sie ermutigt die Schüler, sich aktiv an ihrem Lernen zu beteiligen. Indem er eine Art Lehrer wird, wird jeder Schüler zu einer wertvollen Ressource für die anderen. Die Gruppenmitglieder müssen als Team zusammenarbeiten, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen; jeder ist von den anderen abhängig. Kein Schüler kann vollständig erfolgreich sein, wenn nicht alle gut im Team zusammenarbeiten. Diese "gewollte Zusammenarbeit" erleichtert die Interaktion zwischen allen Schülern in der Klasse und führt dazu, dass sie sich gegenseitig als Mitwirkende an ihrer gemeinsamen Aufgabe schätzen.

Einige Lehrerinnen und Lehrer haben vielleicht das Gefühl, dass sie den Ansatz des kooperativen Lernens bereits ausprobiert haben, weil sie ihre Schülerinnen und Schüler gelegentlich in kleine Gruppen eingeteilt und sie zur Zusammenarbeit angehalten haben. Kooperatives Lernen erfordert jedoch mehr, als Jugendliche an einen Tisch zu setzen und ihnen zu sagen, dass sie teilen, zusammenarbeiten und nett zueinander sein sollen. Solche lockeren, unstrukturierten Situationen enthalten nicht die entscheidenden Elemente und Sicherheitsvorkehrungen, die das Puzzlespiel und andere strukturierte kooperative Strategien so gut funktionieren lassen.

ONLINE-BEWERBUNG

Das Jigsaw-Klassenzimmer kann einfach online beantragt werden:

- Der Austausch von Material wird über Online-Plattformen erfolgen, ohne dass persönliche Treffen mit den Schülern erforderlich sind.
- Die Arbeit der Schüler ist autonom, und im Falle von Schülergruppen kann sie mit Hilfe von Tools erfolgen, die Videoanrufe und kooperatives Arbeiten ermöglichen.
- Gruppenpräsentationen und Abschlusstests können über Videoanrufe und andere Tools (z. B. Breakout Rooms in Zoom) organisiert werden.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSMITTEL

Es ist sehr wichtig, mit der Bewertung der Aktivitäten nicht bis zum Ende der Lehrinheit zu warten, da es sonst zu spät sein könnte, einige Wiederherstellungsmaßnahmen anzuwenden.

Bei der Beobachtung werden objektive Kriterien entwickelt, um die individuellen und gruppenbezogenen Leistungen der Schüler zu bewerten. Bei der Bewertung ist das Hauptziel die Entwicklung der Kompetenzen der Schüler zum Thema, nicht ihre pädagogischen Fähigkeiten.

Insgesamt wird dem Dozenten empfohlen, auf das Engagement und die Professionalität der Studierenden zu achten. Während der Präsentationen von Mitschülern können sich einige Studierende ablenken lassen oder nicht richtig aufpassen. In diesem Fall sollte der Dozent eingreifen und - falls nötig - eine vorübergehende Unterbrechung des Flipped Classroom in Betracht ziehen.

USER STORY

Dies ist die Geschichte des Schülers Carlos, der in den 1970er Jahren in den USA an einer der allerersten Anwendungen des Jigsaw Classroom teilnahm. Die Schüler wurden in kleine Gruppen eingeteilt, die nach Rasse, ethnischer Zugehörigkeit und Geschlecht gemischt waren, so dass jeder Schüler für einen



bestimmten Teil der Biografie Roosevelts verantwortlich war. Unnötig zu erwähnen, dass mindestens ein oder zwei der Schüler in jeder Gruppe von ihren Klassenkameraden bereits als "Verlierer" angesehen wurden.

Carlos war ein solcher Schüler. Carlos war sehr schüchtern und unsicher in seiner neuen Umgebung. Englisch war seine zweite Sprache. Er sprach es recht gut, aber mit einem leichten Akzent. Versuchen Sie, sich seine Erfahrungen vorzustellen: Nachdem er eine unzureichend finanzierte, unterdurchschnittliche Nachbarschaftsschule besucht hatte, die ausschließlich aus hispanischen Schülern wie ihm bestand, wurde er plötzlich mit dem Bus quer durch die Stadt in ein Mittelklassegebiet der Stadt gebracht und in eine Klasse mit englischen Schülern katapultiert, die fließend Englisch sprachen, anscheinend viel mehr wussten als er und die nicht zögerten, es ihm mitzuteilen.

Als das Klassenzimmer umstrukturiert wurde, so dass die Schüler nun in kleinen Gruppen zusammenarbeiteten, war dies für Carlos zunächst erschreckend. Jetzt konnte er sich nicht mehr auf seinem Stuhl verkriechen und sich im hinteren Teil des Raumes verstecken. Die Puzzlestruktur machte es notwendig, dass er sich zu Wort meldete, wenn er an der Reihe war, etwas vorzutragen. Obwohl er durch das gemeinsame Üben mit anderen, die sich ebenfalls mit Eleanor Roosevelts Arbeit für die Vereinten Nationen beschäftigten, ein wenig Selbstvertrauen gewonnen hatte, zögerte er noch immer, als er an der Reihe war, die Schüler seiner Jigsaw-Gruppe zu unterrichten. Er errötete, stotterte und hatte Schwierigkeiten, den gelernten Stoff zu vermitteln. Die anderen Schüler machten sich schnell über ihn lustig, da er sich mit den Gepflogenheiten im Klassenzimmer auskannte.

Einer der Forschungsassistenten hörte, wie einige Mitglieder von Carlos' Gruppe Bemerkungen machten wie: "Ihr seid dumm. Ihr wisst nicht, was ihr tut. Ihr könnt nicht einmal Englisch sprechen." Anstatt sie zu ermahnen, "nett zu sein" oder "zu versuchen, zu kooperieren", machte sie eine einfache, aber wirkungsvolle Aussage. Sie lautete etwa so: "Wenn ihr so mit Carlos redet, macht das vielleicht Spaß, aber es wird euch nicht helfen, etwas darüber zu lernen, was Eleanor Roosevelt bei den Vereinten Nationen erreicht hat - und die Prüfung wird in etwa 15 Minuten stattfinden." Mit anderen Worten: Sie erinnerte die Schüler daran, dass sich die Situation geändert hatte. Dasselbe Verhalten, das ihnen in der Vergangenheit, als sie gegeneinander antraten, nützlich gewesen sein mag, würde sie jetzt etwas sehr Wichtiges kosten: die Chance, in der Prüfung gut abzuschneiden.

Alte, dysfunktionale Gewohnheiten sterben nicht so leicht. Aber sie sterben doch. Nach ein paar Tagen der Arbeit mit Jigsaw wurde Carlos' Gruppenmitgliedern allmählich klar, dass sie ihre Taktik ändern mussten. Es lag nicht mehr in ihrem eigenen Interesse, Carlos zu verunsichern; sie brauchten seine gute Leistung, um selbst gut abzuschneiden. Sie mussten sich in die Lage von Carlos versetzen, um einen Weg zu finden, Fragen zu stellen, die seine Leistung nicht untergruben.

Nach ein oder zwei Wochen entwickelten sich die meisten von Carlos' Gruppenkameraden zu geschickten Interviewern, die ihm sachdienliche Fragen stellten und ihm halfen, klare Antworten zu formulieren. Und je erfolgreicher Carlos wurde, desto positiver sahen ihn seine Gruppenkollegen. Außerdem sah Carlos sich selbst in einem neuen Licht, nämlich als kompetentes Mitglied der Klasse, das mit anderen aus verschiedenen ethnischen Gruppen zusammenarbeiten konnte. Sein Selbstwertgefühl wuchs, und in dem Maße, in dem es wuchs, verbesserten sich seine Leistungen noch mehr. Darüber hinaus begann Carlos, seine Gruppenkameraden als freundlich und hilfsbereit zu erleben. Die ethnischen Stereotypen, die die angloamerikanischen Kinder über Carlos hatten und die Carlos über die angloamerikanischen Kinder hatte, änderten sich nun drastisch. Die Schule wurde zu einem menschlicheren, spannenderen Ort, und die Fehlzeiten gingen zurück.



REFERENZEN

- **Ye, C., H. Lee, C. Cavazos, J. Katrichis, und A. Wei Hao** (2020). Peer Teaching in digitalen Marketingkursen: A conceptual framework. *Marketing Education Review*, DOI: 10.1080/10528008.2020.1859388
- **Sozialpsychologisches Netzwerk (2021)**. DAS JIGSAW-KLASSENZIMMER. <https://www.jigsaw.org/>



FALLSTUDIE

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>Mindestens 6 - höchstens 30</i>
Persönlich / online	<i>Persönliche Gespräche sind wünschenswert</i>
Erforderliche Zeit	<i>2 -3 Stunden pro Sitzung / Mindestens 4 Wochen</i>
Erforderliche Werkzeuge	<i>Projektor, Computer und Internetanschluss</i>
Einbindung von Interessengruppen	<i>Nicht erforderlich</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	<i>Nicht erforderlich</i>
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>Normale Motivation</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>Keine</i>
Bewertung	<i>Aktivitäten während des Business Case und nach der Bewertung</i>

ZIEL

Diese Methode wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung von zwei Kompetenzen untersucht, die wir bei den Studierenden unserer internationalen gemeinsamen Kurse anstreben: das **fortgeschrittene Niveau von Excel oder Google Sheets** und die **Kompetenz des Wohlbefindens**. Beide Kompetenzen können in einem Business Case kombiniert und in einem Kurs gelehrt werden, so dass die Studierenden beide erwerben können.

Die Methodik **Business Case Study** wurde ebenfalls auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung von Kompetenzen im **Innovationsmanagement** untersucht.

Die Methodik kann auch auf eine Reihe anderer Kompetenzen angewandt werden und trägt zu einem **interdisziplinären Denken** bei.

EXCEL- ODER GOOGLE-SHEETS-KENNTNISSE AUF FORTGESCHRITTENEM NIVEAU

DEFINITION

Die Kompetenz von **Excel oder Google Sheets** ist definiert als die Fähigkeit, die wichtigsten Funktionen und Grafiken bei der Arbeit mit Excel oder Google Sheets zu nutzen.

Sie umfasst Kenntnisse über:

- Analyse der Daten;
- Erfassen und Aufzeichnen wichtiger Daten;
- Verwaltung des Seitenlayouts;
- Gestaltung von Berichten und Grafiken;



- Grundlegende und/oder fortgeschrittene mathematische Kenntnisse;
- Statistische Kenntnisse, die während des IMM-Kurses erworben wurden.

SKILLS

Ein fortgeschrittener Benutzer von Excel zu sein, setzt voraus, dass er:

- Analysieren von Daten in verschiedenen Formaten (Zeit, Prozentsatz, Währung, numerisch...);
- Datensortierung und Datenfilterung;
- Entwicklung einer analytischen und problemlösenden Mentalität;
- Beobachtungsfähigkeiten;
- Die Fähigkeit, Diagramme zu erstellen, in denen relevante Daten ausgewählt werden, um die Daten auf sinnvolle Weise zu erklären und zu interpretieren;
- Entwicklung eines analytischen und problemlösenden Blickwinkels;
- Entwicklung des logischen Denkens;
- Pivot-Tabelle verwenden.

HALTUNG

Dies sind die Voraussetzungen, um ein Meister der Kompetenz zu werden:

- Proaktivität
- Bereitschaft, neue Konzepte und Funktionen zu erlernen
- Bereitschaft zur ständigen Weiterbildung, um in diesem Bereich auf dem neuesten Stand zu sein
- Haltung bei der Lösung von Problemen
- Beharrlichkeit
- Persönlicher Zweck
- Aufgeschlossen
- Kommunikativ
- Strategische Vision.

INDIKATOREN

Die Indikatoren für die Excel-Kompetenz sind die folgenden:

- Verwendung der Funktionen IF, COUNT IF, SUM, SUM IF...
- Erstellen und Interpretieren von Grafiken aus einer Datenbank
- Dynamische Pivot-Tabelle erstellen und aktualisieren
- Importieren und Exportieren von Datendateien in verschiedenen Formaten
- Verwendung der Funktion VLOOKUP
- Überwachung und Anwendung von Verfahren zur Überprüfung der Ergebnisse bei spezifischen Problemen.

ANWENDUNGEN

Excel oder Google Sheet für Fortgeschrittene hilft auch bei der Entwicklung der folgenden Kompetenzen:

- Digitale Kompetenz, wie die Nutzung von Daten und die Interpretation von Daten;
- Wissensmanagement als Teil der Organisationsentwicklung, da es hilft, wichtige Informationsdaten und Wissen in einem Unternehmen zu interpretieren;
- Marketingmanagement, da es hilft, Trends auf dem globalen Markt zu analysieren und Strategien festzulegen;



- Statistik im Forschungsmarketing und verschiedene statistische Funktionen;
- Kenntnisse im Bereich soziale Medien und Community-Management

WOHLBEFINDEN KOMPETENZ

DEFINITION

Die Kompetenz Wohlbefinden (oder Organisationsglück) wird in Anlehnung an den Rahmen von Bakker et al. (2011) definiert, wobei davon ausgegangen wird, dass eine Fachkraft, die mit ihrer Arbeit zufrieden ist, häufig positive Emotionen wie Freude und Glück und seltener negative Emotionen wie Traurigkeit und Ärger erlebt.

Sie umfasst Kenntnisse über:

- Verwaltung der Humanressourcen;
- Führungsqualitäten;
- Organisatorisches Glück;
- Organisationskultur;
- Organisatorische Kommunikation;
- Internes Marketing;
- Diagnostik und Datenanalyse.

SKILLS

Die Anwendung der Kompetenz Organisatorisches Glück bedeutet:

- Wissen, wie man die Schaffung von Wohlbefinden und Gewinn in einer Organisation integriert;
- Wissen, wie man eine Kultur des Glücks im Unternehmen fördert;
- Wissen, wie man neue Produkte entwickelt, die die Bedürfnisse der Verbraucher befriedigen, das Wohlbefinden fördern und einen Mehrwert für die Beteiligten schaffen;
- Eine strategische Vision der Humanressourcen;
- Als Glücksmanager fungieren.

HALTUNG

Dies sind die Voraussetzungen, um die Kompetenz zu beherrschen:

- Proaktivität
- Bereitschaft, neue Konzepte und Funktionen zu erlernen
- Bereitschaft zur ständigen Weiterbildung, um in diesem Bereich auf dem neuesten Stand zu sein
- Haltung bei der Lösung von Problemen
- Beharrlichkeit
- Persönliches Engagement
- Weltoffenheit
- Strategische Vision.

INDIKATOREN

Die Indikatoren für die Kompetenz "Organisatorisches Glück" sind:



- Organizational Happiness-Diagnose, die in regelmäßigen Abständen angewandt wird, um eine Kultur des Glücks in der Organisation zu erreichen;
- Messung des Glücksniveaus von Unternehmen;
- Zusammenhang zwischen Unternehmensglück und Rentabilität.

KOMPETENZ IM INNOVATIONSMANAGEMENT

DEFINITION

Die Kompetenz des **Innovationsmanagements** ist die Fähigkeit, innovatives Wissen in die Praxis umzusetzen. Diese breit angelegte Kompetenz umfasst die Kenntnis und Anwendung strategischer Aspekte der Innovation, Elemente erfolgreicher innovativer Projekte, Risikomanagement, Strategien der Zusammenarbeit und offenen Innovation, F&E-Management und das Grundwissen über den Schutz des geistigen Eigentums.

Sie umfasst Kenntnisse über:

- Stufen des Aufbaus offener Innovation _____
- Zusammenarbeit und Netzwerke für Forschung und Entwicklung (F&E) _____
- Verschiedene Schattierungen von Offenheit _____
- Generierung von Einsichten und Ideen: Co-Kreation mit Kunden _____
- Innovation in offenen Unternehmensökosystemen/Gemeinschaften/Netzwerken
- Offene Online-Innovation auf Industrieplattformen
- Crowd Sourcing

SKILLS

Ein fortgeschrittenes Innovationsmanagement zu sein bedeutet:

- Verständnis und Umgang mit strategischen und operativen Aspekten der Innovation
- Verwaltung von Kooperations- und offenen Innovationsprozessen und fruchtbare Zusammenarbeit mit Interessengruppen
- Kenntnis der Grundlagen des Schutzes und der Verwaltung von geistigem Eigentum
- Know-how in die Unternehmenspraxis zu übertragen

Haltung

Entwicklung einer positiven Einstellung zur Innovation auf individueller Ebene, in der Wirtschaft, in der Gesellschaft und in der Umwelt.

- Kreatives vs. kritisches Denken
- Weltoffenheit
- Projekt- und geschäftsfallorientiert sein
- Neugierde
- Bereitschaft, Risiken einzugehen, und die Fähigkeit, beharrlich zu bleiben



INDIKATOREN

Die Indikatoren für die Management-Innovationskompetenz sind die folgenden:

- Innovationsfähigkeit aufbauen und in die Unternehmenskultur übertragen
- Entwicklung eines grundlegenden Plans zum Schutz des geistigen Eigentums
- Nutzung der wichtigsten Tools für Automatisierung, Zusammenarbeit und Transaktionsmanagement
- Mehrere Projekte auf einmal priorisieren
- Klare Entscheidungen treffen und Ziele für das Team aufstellen

ANDERE ANWENDUNGEN

Diese Methodik kann auch auf die folgenden Kompetenzen angewendet werden:

- Verkaufstechniken für internationale Märkte;
- Digitales Marketing für internationale Märkte;
- Kenntnisse in den Bereichen soziale Medien und Community Manager;
- Strategische soziale Verantwortung der Unternehmen;
- Wissensmanagement als Auslöser für organisatorische Entwicklung;
- Kreativität und Innovation;
- Marketing-Management;
- Logistische Verwaltung;
- Management und Planung in Non-Profit-Organisationen.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Die Fallstudie verlangt von den Schülern, den **Fall eines Unternehmens zu beschreiben und zu analysieren** und dabei eine Reihe von **Anliegen und Fragen zu** beantworten. Um die Fallstudie zu erleichtern, ist es gut, einen konkreten Geschäftsbereich oder ein konkretes Unternehmen auszuwählen, damit die Schüler es als Beispiel verwenden können (verbunden mit einer Zusammenarbeit mit dem Privatsektor). In diesem Zusammenhang werden einige Herausforderungen vorgestellt, die Schritt für Schritt durch die Analyse relevanter Daten im Zusammenhang mit dem ausgewählten Bereich gelöst werden können. Die **in der Fallstudie aufgeworfenen Fragen konzentrieren sich auf den Erwerb von Kompetenzen** und die **Entwicklung von Fähigkeiten**, die zuvor im Text definiert wurden, wie z. B. **Selbstständigkeit, Problemlösungsfähigkeit** oder analytischer Geist.

Das Produkt der Lernenden ist eine detaillierte Beschreibung des Problems eines Unternehmens. Im besten Fall wird es mit Unterstützung einer Person verfasst, die Erfahrung mit der Arbeit in einem privaten Unternehmen oder einer Organisation hat und die die Herausforderungen kennt, denen sich Unternehmen in diesem speziellen Bereich gegenübersehen.

Der Hauptzweck der Fallstudienmethodik besteht darin, ein gewisses Maß an Realismus in die Managementausbildung zu bringen. Im Gegensatz zu theoretischen Konzepten liegt der Schwerpunkt auf der Anwendung von Konzepten und der Entwicklung von Lösungen für reale Geschäftsprobleme. Der Student lernt, Konzepte in der Praxis anzuwenden.



Der einleitende Absatz des Produkts der Lernenden sollte deutlich machen, um welches Problem es sich handelt und wann der Fall stattgefunden hat (es können konkrete Daten angegeben werden). Der Hauptteil des Falles sollte die ganze Geschichte in chronologischer Reihenfolge erzählen und muss Informationen über das Geschäftsumfeld, den Hintergrund des Unternehmens und die Details in Bezug auf das spezifische Problem enthalten. Der abschließende Absatz sollte die wichtigsten Punkte zusammenfassen und sogar neue Fragen aufwerfen.

LEHRLEITFADEN

1. Zunächst muss die Lehrkraft eine **erste Einschätzung der Schüler vornehmen**, um sich ein **Bild von ihrem** Wissen und ihren einschlägigen Fähigkeiten zu machen. Außerdem ist es wichtig, die Motivation der Studierenden für die Arbeit an konkreten Geschäftsfällen zu verstehen, die ein hohes Maß an Selbstorganisation erfordert, insbesondere wenn konkrete Organisationen oder Unternehmen beteiligt sind.
2. **Ausarbeitung der Fallstudie.** Es wird empfohlen, allgemeine Daten von Unternehmen, die in die Fallstudie aufgenommen werden sollen, zu betrachten, die frei verfügbar sind, z. B. veröffentlichte Jahresabschlüsse eines Unternehmens, um einige wichtige Zahlen zu erhalten. Einige Teile können auch von der Lehrkraft selbst hinzugefügt/erstellt werden. Abhängig vom konkreten Thema und den Kompetenzen, die im Kurs vermittelt werden sollen, kann die Fallstudie folgende Bereiche und Informationen enthalten:
 - a) Die allgemeine Mission, Vision und Strategie oder ein Geschäftsplan eines Unternehmens, falls vorhanden;
 - b) Informationen über die Personalabteilung: Informationen über die Anzahl der Mitarbeiter, eventuelle Profile, usw.;
 - c) Investitions- oder Buchhaltungsinformationen;
 - d) **Informationen über den Bestand oder die Produkte**, wie z. B. die Mindestbestandsmenge;
 - e) **Verkaufs- oder Produktinformationen** nach Region, Land, Gebiet, Städten.

Um einen realistischen Business Case zu entwerfen, kann ein Treffen mit anderen Lehrkräften der Schule oder mit Vertretern von Unternehmen hilfreich sein, um gemeinsam zu besprechen, was in einem realen Unternehmen im Zusammenhang mit der Kompetenz, die Sie unterrichten möchten analysiert (Marktforschung, Statistik, Finanz- und Wirtschaftsmanagement sowie Vertriebsmanagement oder Innovationsmanagement).

3. Ohne es der Gruppe direkt zu sagen, teilen Sie die **Schüler** in 2 oder 3 Gruppen ein (z. B. A, B und C), je nach ihrem **geschätzten Wissensstand** und ihren Erfahrungen oder Fähigkeiten (z. B. Durchschnittsnote in anderen Fächern). **Bilden Sie** dann **zufällige Schülergruppen**, wobei Sie darauf achten, dass eine Person aus jeder Gruppe zusammenarbeitet. So können die fortgeschrittenen Schüler denjenigen helfen, die noch keine Vorkenntnisse haben.
4. Sie können jetzt mit dem Unterricht beginnen. Dieser sollte mindestens zwei Stunden, besser drei Stunden dauern. Die ersten 40 Minuten bestehen aus einer theoretischen Erläuterung der Kompetenz, die Sie vermitteln wollen, einer allgemeinen Einführung. Einige Hintergrundliteratur zum Thema soll für die Schüler zum Nachlesen vorbereitet werden. Vielleicht können einige grundlegende Konzepte anhand von Tabellen, Grafiken oder kleinen Arbeitsblättern erläutert werden.



5. In der zweiten Stunde führen Sie die Gruppe in den Business Case ein und stellen der Gruppe die verfügbaren Daten zur Verfügung. Ziel dieser Sitzung ist es, den Arbeitsgruppen die Aufgabe zu erklären und sie zu ermutigen, zusätzliche Daten zu sammeln. In dieser Phase beginnt die Datenanalyse, und es müssen die Regeln innerhalb und zwischen den Gruppen festgelegt werden. Es ist auch wichtig, die erwarteten Ergebnisse des Kurses in verschiedene Aufgaben/Herausforderungen aufzuteilen, die die Gruppen lösen müssen (durch Analyse der Daten, Zusammenfassung der Schlussfolgerungen, Diskussion und Aufschreiben der Schlussfolgerungen)
6. Jede Gruppe muss jede Woche ein Ergebnis der Wochenaufgabe/Herausforderung liefern. Die Verantwortung für die Organisation der Arbeiten innerhalb der Gruppe soll den Gruppen übertragen werden, so dass sie sich selbst organisieren können. Im Falle von Herausforderungen und Problemen kann der Lehrer Unterstützung leisten. Außerdem beginnt jede Gruppe mit dem Verfassen von Berichten über den Fall des Unternehmens, in denen die Interpretationen und Schlussfolgerungen aus der Datenanalyse festgehalten werden. Sie dokumentieren auch ihre Herausforderungen und ihren Lernprozess. Es wäre gut, im Vorfeld eine Vorlage für den Bericht mit konkreten Fragen zu entwickeln, die die Gruppe bei der Erstellung des Berichts anleitet.
7. Am Ende des Kurses laden die Schüler einen Abschlussbericht hoch, und die Schlussfolgerungen werden in der Klasse diskutiert.

ZEIT

Um eine beliebige Kompetenz anhand einer Fallstudie zu unterrichten, sind **mindestens 5 Lehreinheiten à drei Stunden oder 7 Lehreinheiten à zwei Stunden** erforderlich, damit die Schüler die Zeit haben, den Fall zu lesen, an den verschiedenen Teilen zu arbeiten und die oben erwähnten Fähigkeiten zu entwickeln. Natürlich hängt die Gesamtzahl der Stunden von den Kompetenzen und auch von dem konkreten Geschäftsfall ab, der gelöst werden soll. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass die ideale Dauer dieser Methodik etwa **30 Stunden** beträgt, **damit die Schüler das** geplante Wissen erwerben können.

BENÖTIGTES MATERIAL

- Ein PC oder Laptop pro Schüler*in
- Microsoft Office für Excel: <https://www.microsoft.com/es-es/microsoft-365/free-office-online-for-the-web> oder Open Office/Libre Office zum Schreiben des Berichts.
- Zugang zum Internet
- Acrobat Reader: <https://get.adobe.com/es/reader/>
- Zwei Lehrer im Klassenzimmer, je nach Größe der Gruppe. Es kann auch ein Lehrer sein. Ein echter Mehrwert wäre die Zusammenarbeit mit Partnern aus Unternehmen, die eingeladen werden, einen Business Case zu präsentieren. Die Person muss nicht jede Woche anwesend sein, aber regelmäßig (alle 3 Wochen) teilnehmen, um aktuelle Informationen über den Business Case zu erhalten und Feedback zu geben.

Material und Ressourcen für den Online-Unterricht

- Zoom, Google Meet oder Microsoft Team, um mit den Schülern in Verbindung zu treten: <https://meet.google.com/> oder jedes andere (auch quelloffene) Videokonferenzsystem.
- Digitaler Stift, digitales Whiteboard im Koffer für die Zusammenarbeit.
- Ein Mikro und eine Webcam für den Online-Unterricht



- Ein weiterer Bildschirm, um die angeschlossenen Schüler zu sehen.

DIE INNOVATION

Die Neuerungen bei dieser Methodik sind folgende Punkte:

1. Unterricht durch einen konkreten Business Case

Anstelle des traditionellen Unterrichts bietet dieser wirtschaftsorientierte Unterricht den Schülern **einen allgemeinen Überblick über die Probleme, mit denen ein Unternehmen konfrontiert werden kann**. Es hilft ihnen zu verstehen, **wie man das Personal eines Unternehmens, die Verkaufsziele, das Inventar usw. bewertet und kontrolliert**. Es handelt sich also um ein zusätzliches Instrument für das **Wissensmanagement und das Logistikmanagement**. Es ist sehr gut geeignet, um den Studenten zu zeigen, wie das theoretische Wissen in der Praxis genutzt wird oder genutzt werden kann.

2. Diese Methodik bietet einen bereichsübergreifenden Ansatz

Die Einbeziehung von Lehrplaninhalten, die fächerübergreifend (oder disziplinübergreifend) behandelt werden sollen, anstatt in einem bestimmten Fach gelehrt und gelernt zu werden, erleichtert **interdisziplinäres Denken und kooperatives Lernen**.

Sie können zum Beispiel entscheiden, welche Investition mit Hilfe der Excel-Funktion Kapitalwert ausgewählt werden muss, welcher Mitarbeiter aufgrund seiner Ergebnisse und Leistung einen Bonus verdient, welches Produkt auf den Markt gebracht werden muss und wie Marketingberichte dank visueller und klarer Grafiken verbessert werden können.

Es kann Lehrkräfte aus **verschiedenen Lernbereichen und auch Vertreter von Privatunternehmen** einbeziehen und ist eindeutig auf die Entwicklung von Soft Skills wie Selbstständigkeit, Problemlösung und Organisation ausgerichtet.

3. Diese Methode verfolgt einen schülerzentrierten Lernansatz und bindet begabte Schüler ein.

Durch Gruppenarbeit können die Schüler lernen, sich selbst zu organisieren und sich gegenseitig zu unterstützen, z.B. können Schüler mit **guten analytischen und logischen Fähigkeiten** die Gruppe unterstützen und voneinander lernen. Die Schüler **verbessern** auch **ihre Soft Skills** wie Kommunikation, Selbstwertgefühl und zwischenmenschliche Beziehungen. Die Mitschüler sind im Allgemeinen weniger kritisch und haben mehr Verständnis für ihre Mitschüler als für den Lehrer. Andererseits sind sie manchmal eher bereit, eine Lektion von jemandem aus der gleichen Klasse zu lernen als von einem Lehrer.

Schüler, denen es an analytischen und logischen Fähigkeiten mangelt, können anhand von realen Beispielen besser verstehen, was es mit den Grundprinzipien wie der logischen Entwicklung auf sich hat. Daher ist die Verwendung von Fallstudien eine wirksame Unterrichtstechnik, da sie bei der Beantwortung von Fragen wie "*Was würden Sie in einer solchen Situation tun?*" eine andere Sichtweise einnehmen können. "

4. Es hilft den Schülern, die nächste Entwicklungsstufe zu erreichen

Der Business Case wird so aufbereitet, dass das Erleben erfolgreicher Entscheidungen gefördert wird. Dies trägt zum Engagement und zur Motivation der Schüler in ihrem Lernprozess bei. Andererseits ermöglicht es dem Lehrer, die Lehr- und Lernstrategien an den Wissens- und Kompetenzzuwachs der Schüler anzupassen.

5. Gruppeneinteilung der Schüler, um ein gutes Gleichgewicht zu gewährleisten



Die Bildung von Gruppen unter Berücksichtigung bestimmter Kriterien wie Geschlecht, Wissens- und Erfahrungsstand, Soft Skills oder Hobbys kann die Fähigkeit zur Teamarbeit wirklich fördern. Die Lehrkraft stellt sicher, dass die Gruppen ausgewogen sind und dass die Schüler, die die meisten Probleme haben, von den anderen in der Gruppe unterstützt werden können.

ONLINE-ANWENDUNG

Diese Methodik **kann online angewendet werden**. Im Jahr 2021 wurde sie während der Pandemie Covid 19 erprobt.

Zunächst wird der Kalender der Lehreinheit mit Google Calendar oder anderen Anwendungen geteilt, ebenso wie der Link zur Sitzung.

Danach wird der Lehrer den Bildschirm teilen und die **Fallstudie** erklären, **die aus einer Beschreibung und einer Analyse eines Unternehmens** besteht, wobei eine Reihe von **Bedenken und Fragen in Bezug auf dieses Unternehmen zu beantworten sind**.

Die Lehrkraft wird auch den Bildschirm freigeben, während sie Excel erklärt, so dass die Schüler Schritt für Schritt folgen können.

Wenn die Schüler zusammenarbeiten müssen, erstellen sie auch einen Link für ein Treffen.

1. Für die Verbindung mit den Studenten werden wir Google Meet, Zoom oder eine andere kostenlose Plattform nutzen.
Der Nachteil dabei ist, dass alle Schüler einen Internetanschluss und einen Computer zu Hause benötigen, und leider gibt es immer noch einige, bei denen das nicht der Fall ist.
2. Moodle, das gemeinsame Google-Laufwerk oder ein anderes **kostenloses Tool** wird verwendet, um alle Informationen mit den Schülern zu teilen:
 - Fallstudie
 - Ressourcen wie Tutorials
 - Nützliche Links
 - Zusätzliche Übungen mit der Lösung
3. Ein digitaler Stift oder eine weiße Tafel kann verwendet werden, wenn dies zur Erläuterung des theoretischen Teils erforderlich ist.
4. Um die Zweifel und Probleme der Schüler zu lösen, können sie einerseits ihren Bildschirm freigeben und der Lehrer kann ihre Zweifel während der Online-Sitzungen leicht lösen. Andererseits wird ein Forum zur Verfügung stehen, um spezifische Fragen zu lösen.
5. Durch die Festlegung einer Verbindungszeit wäre eine Chat-Anwendung eine gute Lösung für eine schnelle Interaktion und die Beantwortung von Schülerfragen.

Schlussfolgerungen:

Die Anwendung dieser Methodik im Internet ist möglich und kann funktionieren.

Für die Schüler ist es jedoch möglicherweise nicht so bequem, Fragen zu stellen oder in Gruppen zu arbeiten und zwischenmenschliche Beziehungen zu pflegen.

Aus diesen Gründen ist es ratsam, ein Chat-Forum einzurichten, um Fragen zu klären und die Interaktion zwischen Lehrern und Schülern zu gewährleisten.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSTRUMENTE



Diese Methodik basiert auf **einer Fallstudie**. Dennoch ist es unerlässlich, die **Fortschritte des Schülers auf traditionelle Weise zu bewerten**, insbesondere um sicherzustellen, dass der Schüler in der Lage ist, die oben erwähnten Fähigkeiten wie **analytisches Denken und Problemlösung einerseits** und den Erwerb der spezifischen Kompetenz **andererseits zu** entwickeln. Aus all diesen Gründen ist es notwendig, dass die Bewertung regelmäßig, d. h. wöchentlich, und auf der Grundlage von zuvor entwickelten Indikatoren erfolgt:

Die Bewertung kann **mit verschiedenen Aufgaben** durchgeführt werden, **wobei sich jede Aufgabe auf einen Kompetenzindikator konzentriert**.

Dies kann in Moodle auf folgende Weise organisiert werden:

- Erste Bewertung, um das Niveau der Schüler zu ermitteln und festzustellen, ob es innerhalb der Schülergruppe Unterschiede gibt. Aufgabe 0
- Aufgabe 1: Bewertungsbögen mit Basiswissen zu den spezifischen Kompetenzen/theoretischem Wissen
- Aufgabe 2: Praktische Anwendung des theoretischen Wissens und dessen Anwendung auf den Geschäftsfall
- Aufgabe 3: Einübung der Interpretation der Daten, der Analyse und der Präsentation der Ergebnisse der Analyse.
- Aufgabe 4: Selbstorganisation, wie der Schüler die wöchentlichen Herausforderungen meistert, usw.

Jede Aufgabe kann mit einigen Problemen bewertet werden, die sich auf jeden Indikator konzentrieren. Die folgende Rubrik kann dem Schüler als Anhaltspunkt für die Durchführung der Aufgabe gegeben werden.

Bewertungsrubrik für Excel	Beginnend mit 1	Verbesserungsbedürftig 2	Annehmbar 3	Erfüllt 4	Exemplarisch 5
Versteht das Problem und die Anforderungen	Die Arbeit des Schülers zeigt ein unvollständiges Verständnis des Problems	Die Arbeit des Schülers zeigt ein geringes Verständnis des Problems und der Anforderungen	Die Arbeit des Schülers zeigt, dass er das Problem und die meisten Anforderungen verstanden hat.	Die Arbeit des Schülers zeigt, dass er das Problem und alle Anforderungen vollständig verstanden hat.	Der Schüler zeigt ein vollständiges Verständnis des Problems und aller Anforderungen und löst das Problem perfekt mit einer übersichtlichen und klaren Tabelle
Korrekte Auswahl der Daten	Falsche Auswahl der Daten	Teilweise falsche Auswahl der Daten	Korrekte Auswahl der Daten, mit einigen kleinen Fehlern	Perfekte Auswahl der Daten	Perfekte Auswahl der Daten und alle Probleme sind völlig korrekt
Entwürfe (Format, Linie, Layout, Farbe)	Sehr schlechtes Design	Schlechtes Design	Das Design ist akzeptabel, könnte aber verbessert werden	Gutes Design	Ausgezeichnetes Design



Andererseits werden *bei jeder Aufgabe auch die Soft Skills bewertet, vor allem die **Selbständigkeit**, die **Teamarbeit**, die **Einstellung zur Problemlösung**, die **Fähigkeit zur Argumentation** und die **positive Einstellung**.*

Diese Soft Skills können bewertet werden, indem man beobachtet, wie die Studierenden während der verschiedenen Sitzungen arbeiten, und indem man den Abschlussbericht der Fallstudie analysiert, der am Ende des Kurses vorgelegt wird.

10 % der Note können auf der Beobachtung der Schüler während des gesamten Prozesses basieren (positive Einstellung, Teilnahme, Autonomie, Einfühlungsvermögen und Ausdauer) und **90 % auf dem Abschlussbericht**.

BEISPIEL FÜR EINE BEOBACHTUNGSRUBRIK 1

RUBRIKEN ZUR BEOBACHTUNG VON SCHÜLERN (10% DES ABSCHLUSSBERICHTS)		
Soft Skills	BEWERTUNGSINDIKATOREN	SCALE
		1,2,3,4 (*)
Autonomie	Versuchen Sie, die folgenden Aufgaben selbst zu lösen	
	Bei Konflikten versuchen Sie, diese allein zu lösen.	
	Er ist sich seiner Ideen sicher	
Innovation	Zeigt Interesse am internationalen Zeitgeschehen	
	Sie ist sensibel und anpassungsfähig.	
	Neue Ideen ins Klassenzimmer bringen	
Organisation	Rechtzeitige Erledigung der Aufgaben	
	Die Aufgaben enthalten alle erforderlichen Elemente	
Verantwortung	Hält Rechtfertigungen für entschuldigte Abwesenheiten	
	Trägt das notwendige Material bei sich	
	Konzentration im Unterricht zeigen	
Zwischenmenschliche Beziehungen	Sie steht im Zusammenhang mit der Gruppe	
	Es ist einfach, mit allen zu kommunizieren.	
Teamarbeit	ist in der Lage, Konflikte zu lösen	
	Aktive Teilnahme	
	Er ist in der Lage, mit jedem zu arbeiten.	
Englisch	Antwort auf Englisch	
Kommunikation	Richtiges Sprechen mit Schülern und Lehrern	
Risikoprävention (Covid)	Wendet die geforderten Präventivmaßnahmen an.	
Qualität	Lieferung von Qualitätsarbeit	
Vielfalt	Die Vielfalt der Klasse respektieren	
	Verwendet repräsentative Präsentationen der Klasse	
	Sie verwendet eine universelle Sprache	
	Interesse für andere Kulturen haben	
Eingliederung	Individuelle Unterschiede respektieren	



	Versuchen Sie, die Barrieren, die im Klassenzimmer/Zentrum bestehen, abzubauen.	
	Er ist bereit, jedem zu helfen.	

Die **Bewertung des Abschlussberichts** kann auf folgender Grundlage erfolgen:

- Klare Darstellung und Gliederung des Abschlussberichts (maximal 3 Seiten);
- Richtiges Beantworten der Fragen;
- Unterbreitung innovativer und kreativer Vorschläge;
- Die Daten richtig analysieren und interpretieren;
- Gute strategische Antworten, aus der Sicht des Unternehmens.

Die Parameter der Bewertung und die Indikatoren müssen nach der Ausarbeitung des Business Case entwickelt werden.

Am Ende des Kurses wird von den Studenten ein **Zufriedenheitsfragebogen** ausgefüllt, um zukünftige Vorlesungen zu verbessern.

USER STORY

Diese Geschichte ist ein Beispiel für die Anwendung der Geschäftsmethodik auf die Kompetenz der fortgeschrittenen Excel- oder Google Sheet-Ebene.

Auf dem Weg zum Erwerb eines fortgeschrittenen Excel- oder Google Sheet-Niveaus (Perspektive der Schüler)

1. Grundlegende Informationen

WANN: Oktober 2021, Studenten sind im dritten Semester

WO: Vic, Katalonien

WER (Schüler): Olivia, eine äußerst motivierte italienische Studentin mit gutem Hintergrund, Pep, ein desillusionierter katalanischer Student, der aus dem mittleren Ausbildungszyklus kommt, und Omar, ein marokkanischer Student mit schlechten Englischkenntnissen

WER (Lehrer): Lara, eine hochqualifizierte Lehrerin, die ihre Schüler auf ein fortgeschrittenes Niveau von Excel oder Google Sheet bringen möchte, ohne sie zu stressen oder zu demotivieren.

WAS: Sie wollen unter anderem den Excel-Kurs bestehen, um ihr IMM-Diplom zu erhalten

WARUM: Sie wollen ihre Chancen auf einen Arbeitsplatz verbessern.

2. Einstellungen

2.1. ES WAR EINMAL...

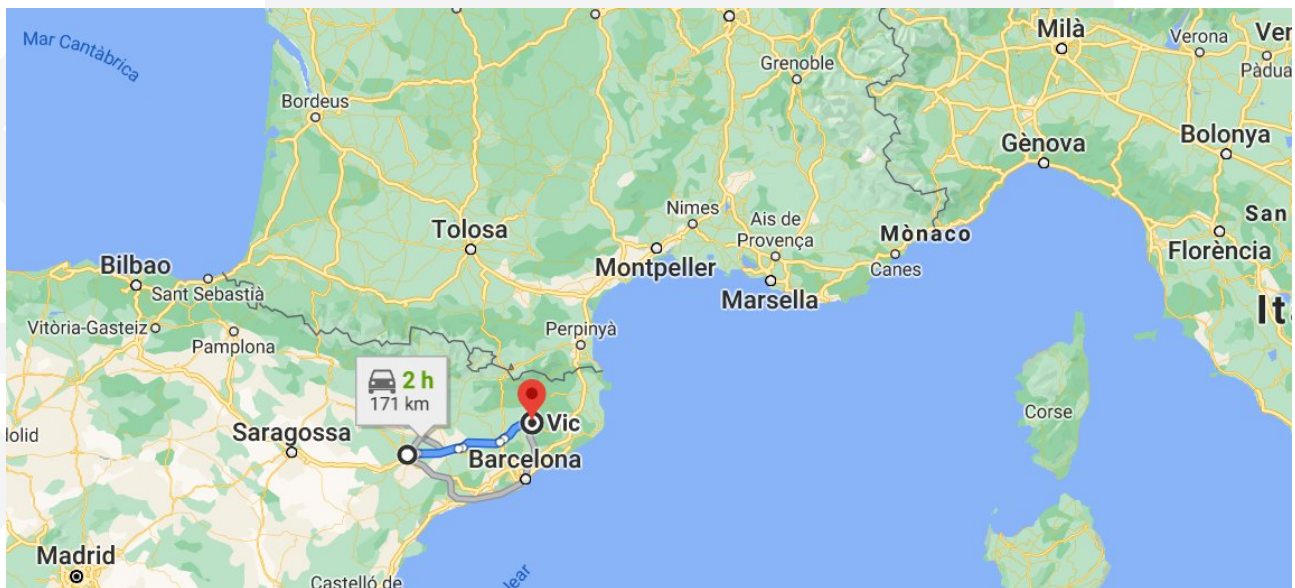
Olivia, Pep und Omar sind Studenten des Studiengangs International Marketing Management. Sie verbrachten ihr erstes Semester in Italien und ihr zweites in den Niederlanden. Jetzt sind sie in ihrem dritten Semester in Katalonien, bevor es in Portugal weitergeht. An den Nachmittagen belegen sie Kurse zu Finanzmanagement, Marktforschung und Unternehmertum. Zu diesen drei Fächern gehört auch ein Excel-Teil, damit die Studenten diese Kompetenz erwerben. Pep und Omar sind darüber ziemlich besorgt, da keiner von ihnen bisher mit Excel gearbeitet hat. Sie hoffen, dass dies nicht zu schwierig sein wird und den Erfolg dieser Kurse nicht beeinträchtigt. Sie sind besonders daran interessiert, praktische Arbeit zu leisten, anstatt sich auf die Theorie zu konzentrieren, die sie oft für nutzlos halten. Olivia hingegen hat bereits in einem Praktikum in Italien mit Excel gearbeitet und kennt die grundlegenden Werkzeuge dieser Anwendung. Sie würde ihr Wissen gerne nutzen, um ihren Mitschülern zu helfen, und



warum nicht auch einen Teil der Vorlesung halten, um Erfahrungen beim Sprechen in der Öffentlichkeit zu sammeln.

2.2. GEOGRAPHIE

Das dritte Semester in der IMM ist sowohl eine Herausforderung als auch eine Bereicherung, da die Studenten beide Kurse im Institut de Vic und in der Escola del Treball kennenlernen. Sie müssen sowohl in Vic als auch in Lleida eine Unterkunft finden, und die meisten von ihnen haben sich für eine Wohngemeinschaft mit ihren Mitschülern entschieden. Sie studieren in einer wunderschönen Umgebung.



Erasmus+ 2020-1-IT02-KA203-079561

2.3 ZIELE

Das Hauptziel von Rebecca, Pep und Omar ist es, ihren IMM-Abschluss zu machen. Sie wollen auch Inhalte lernen und Kompetenzen erwerben, die ihnen für die Zukunft dienen und ihnen helfen, einen guten Job zu finden.

2.4 EINIGE FRAGEN

Einige der Studenten haben darauf hingewiesen, dass das **Studium der Buchhaltung und des Finanzmanagements sinnlos ist**, weil sie in der Marketingabteilung eines Unternehmens arbeiten wollen. Sie verstehen nicht, warum sie lernen müssen, wie man Buchungen vornimmt, wenn sie nie in der Buchhaltung arbeiten werden. Außerdem hat man ihnen gesagt, dass sie eine praktische Fallstudie durchführen müssen, und sie befürchten, dass dies eine große Arbeitsbelastung sein wird. Sie verstehen nicht, warum sie Excel benutzen müssen, da es heutzutage Programme gibt, die alles automatisch erledigen. Auch der Arbeitsmarkt und die Berufsaussichten sind für sie eher negativ.

3. Der Plot

3.1 BESCHREIBUNG DER ERWARTETEN GESCHICHTE

Anfang Oktober sitzen Olivia, Omar und Pep in der Klasse und der Lehrer erklärt ihnen, dass sie zum Erlernen von Excel eine praktische Fallstudie eines großen Unternehmens analysieren und anschließend einige damit zusammenhängende Übungen machen werden. Schritt für Schritt werden sie auch einige Entscheidungen über das Personalwesen, die Produktpalette des Unternehmens, den Verkauf und das Marketing sowie die Logistik und die Marketingkosten treffen.



Vor der Erläuterung der Fallstudie führt der Dozent eine erste Bewertung durch, mit einem Quiz, um einen Eindruck von den Vorkenntnissen in Excel zu erhalten, sowie weiteren Fragen zu ihrem akademischen Hintergrund, ihren Englischkenntnissen und ihren Soft Skills. Der Lehrer, Marc, erklärt auch, wie die Moodle-Plattform organisiert ist, wo sie Informationen über den Kurs, die wöchentlich einzureichenden praktischen Übungen sowie unterstützende Tutorien zu den verschiedenen Funktionen und Anwendungen von Excel finden können. Olivia, Mohamed und Pep überprüfen, ob sie über die allgemeine Schul-E-Mail Zugang zu Moodle haben. Er gibt ihnen ein Dokument mit allen Informationen zur Fallstudie, wie z. B. eine Beschreibung des Unternehmens, Marktinformationen, Datentabellen und Zitate, sowie Links zu URLs und Videos. Olivia, Pep und Omar beginnen mit dem Lesen des Dokuments direkt auf der digitalen Plattform Moodle. Der Lehrer beginnt mit der Erläuterung einiger notwendiger Grundkonzepte, damit jeder Schüler mit dem Üben von Excel beginnen kann.

3,2 DANN EINES TAGES...

Seit heute, dem 23. Oktober, fällt es Olivia, Omar und Pep recht leicht, die verschiedenen Aufgaben zu lösen: Sie müssen lediglich die Daten formatieren, sortieren und Filter anwenden. Aber jetzt müssen sie entscheiden, ob Alibaba eine Tochtergesellschaft in Australien eröffnen soll oder nicht, und zwar auf der Grundlage der Verkaufsdaten in der Region Ostasien. Sie analysieren diese Situation, indem sie Pivot-Tabellen erstellen, haben aber noch nicht ganz herausgefunden, wie das funktioniert. Selbst als sie sich das im Moodle verfügbare Tutorial ansahen, konnten sie die komplexen Probleme nicht lösen. Omar ist analytischer als seine Freunde in der Gruppe, aber er versteht es auch nicht.

3.3 AUS DIESEM GRUND

Aus diesem Grund sind Olivia, Omar und Pep nervös, weil sie bei der Lösung dieser speziellen Aufgabe nicht weiterkommen. Sie sind auch mit Marc, dem Lehrer, unzufrieden, weil der Problemlösungsprozess in den Demonstrationen im Klassenzimmer relativ einfach zu sein schien, aber er gibt nicht genügend Beispiele, um das Werkzeug Pivot-Tabelle gut zu verstehen. Andererseits müssen sie einige Personal-, Finanz- und Marketingentscheidungen treffen, wofür sie die Excel-Tools benötigen. Sie sind es nicht gewohnt, dass man sie nach ihrer Meinung zu dieser Art von betrieblichen Entscheidungen fragt.

4. DIE KLIMAX

4.1 DER BESCHLUSS

In der nächsten Woche, am 30. Oktoberth, erklärte Marc erneut die Pivot-Tabelle, und Giorgio, ein Student, der seit zwei Jahren in einem Unternehmen in der Buchhaltung arbeitet, erklärte sich ebenfalls bereit, an dieser zusätzlichen Stunde mit einigen praktischen Beispielen der Pivot-Tabelle teilzunehmen. Dafür bekommt er eine zusätzliche Note, aber er ist auch gerne bereit, sein Wissen weiterzugeben und den anderen zu helfen. Olivia, Omar und Pep folgen den Anweisungen von Giorgio und Mark und beginnen allmählich, die Logik der dynamischen Tabellen zu verstehen. Schließlich sind sie in der Lage, die Kosten für die Verkäufe in der Region Ostasien zu schätzen und können eine strategische Entscheidung über die Niederlassung in Australien treffen. Für die nächsten Aufgaben fügt Marc weitere Tutorien für die verschiedenen Funktionen in Excel hinzu, und ein weiterer Lehrer begleitet ihn im Unterricht, wenn die Schüler Unterstützung bei der Bewältigung schwierigerer Aufgaben benötigen.

4.2 DIE MORAL...

Einige Schüler brauchen mehr Zeit, um Aufgaben eines bestimmten Schwierigkeitsgrades zu lösen, und die Lehrkraft muss bei Bedarf zusätzliche Unterstützung leisten. Wann immer es möglich ist, sollten zwei Lehrer in der Klasse sein. Ressourcen wie bereits gelöste Aufgaben und kurze Tutorials werden benötigt, damit Olivia, Pep und Omar dem Unterricht problemlos folgen können. Der Studienfall muss völlig klar



sein, und jede Aufgabe muss zu einer Entscheidung führen, die mit einem bestimmten Bereich des Unternehmens zusammenhängt. Auf diese Weise können die Schüler ihre Fortschritte im Kurs erkennen.

STUDIERENDENPROFIL

Mit einer Gruppe kann diese Methode funktionieren, aber wenn es mehrere Gruppen gibt, wird es schwieriger.

Für einen erfolgreichen Unterricht sollten die Schüler über folgende Voraussetzungen verfügen:

- Ein relativ gutes Englischniveau
- Gute Lerneinstellung
- Keine großen Unterschiede im Niveau und im Hintergrund der Schüler (leider ist diese Bedingung nicht immer erfüllt)
- Ein gewisses Maß an Selbstständigkeit und Lernbereitschaft, ohne dass eine ständige Kontrolle durch den Lehrer erforderlich ist
- Motivation

Ohne diese Bedingungen funktioniert die Methode nicht so gut.

VERBUNDENE METHODOLOGIEN

- **Design Thinking**

Business Case ist eine Methode, mit der die Studierenden Kompetenzen und Soft Skills auf praktische Weise erlernen können. Bei einigen Themen kann die Business-Case-Methodik mit Design Thinking angereichert werden, wenn ein konkretes Problem gelöst werden muss. Die Design Thinking-Methodik hilft dabei, eine Herausforderung zu entwickeln, um eine innovative Lösung zu finden. Weitere Informationen über die Design Thinking-Methode finden Sie im entsprechenden Abschnitt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Design Thinking-Methode den Studierenden hilft, **die Analyse des Geschäftsfalls zu organisieren**, sich auf die **Kreativität zu konzentrieren**, **um Lösungen zu finden** und innovative Werkzeuge zur Lösung der aufgeworfenen Probleme anzubieten. Innerhalb der Business Case-Methodik können auch einzelne Schritte des Design Thinking je nach Bedarf eingesetzt werden. Das bedeutet, dass der Lehrer die Methodik als Ganzes oder einzelne Elemente davon integrieren kann (eine detaillierte Beschreibung finden Sie in der Design Thinking Methodik in dieser Datei).

REFERENZEN

- <http://www.ibe.unesco.org/en/glossary-curriculum-terminology/c/cross-cutting-themes>
- <https://teach.com/what/teachers-know/teaching-methods/>
- <https://www.annualreports.com/Company/texas-roadhouse-inc>
- <https://www.thetechieteacher.net/2018/01/easy-ways-to-group-your-students.html>
- [https://www.researchgate.net/post/Why do the teachers prefer to stick to the regular methodology techniques while sometimes they need mixed methods or even new methods](https://www.researchgate.net/post/Why_do_the_teachers_prefer_to_stick_to_the_regular_methodology_techniques_while_sometimes_they_need_mixed_methods_or_even_new_methods)
- <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23752696.2020.1810096>
- <https://www.webnots.com/how-to-change-display-language-in-microsoft-office/>



- <https://pedagogie.uquebec.ca/le-tableau/tenir-compte-de-la-zone-proche-de-developpement-des-etudiants-dans-son-enseignement>
- <https://www.ozassignments.com/importance-of-case-study-in-education/>
- <https://www.emeraldgrouppublishing.com/how-to/authoring-editing-reviewing/write-a-teaching-case-study>
- <https://www.emeraldgrouppublishing.com/sites/default/files/2020-02/guide-writing-cases.pdf>



KONSTRUKTIONSDENKEN

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>min. 3 und max. 25</i>
Persönlich / online	<i>5 nicht relevant</i>
Erforderliche Zeit	<i>2 Std. / Lehreinheit / 5 Wochen</i>
Erforderliche Werkzeuge	<i>Projektor, Whiteboard</i>
Einbindung von Interessengruppen	<i>Ja. Es ist viel besser, wenn Unternehmen beteiligt sind.</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	<i>Ja</i>
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>Nicht relevant</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>Keine</i>
Bewertung	<i>Kontinuierliche Bewertung während des Prozesses und Abschlusstest</i>

ZIEL

Diese Methodik wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung der **Kreativitäts- und Innovationskompetenz** untersucht, die wir bei den Studierenden unserer internationalen gemeinsamen Studiengänge entwickeln wollen.

KREATIVITÄT UND INNOVATIONSKOMPETENZ

DEFINITION

Das Ziel ist die Beherrschung der Innovation als einer der Schlüsselfaktoren für eine sozial verantwortliche und nachhaltige Entwicklung. In einem turbulenten internationalen Umfeld werden die Studierenden in der Lage sein, innovative Chancen zu erkennen und innovative Lösungen zu entwickeln - von der Entwicklung kreativer Lösungen über deren Bewertung bis hin zur Entwicklung eines Lösungsprototyps und eines "proof of concept".

SKILLS

- Die Fähigkeit, Probleme/Herausforderungen und Chancen zu erkennen;
- Die Fähigkeit, originelle Ideen zu entwickeln;
- Die Fähigkeit, sie zu bewerten;
- Die Fähigkeit, die Erfindungen zu entwickeln/zu prototypisieren;
- Die Fähigkeit, einen Kunden in den Innovationsprozess einzubeziehen.

ATTITUDIEN



- Verständnis für die Notwendigkeit von Innovation in der modernen Gesellschaft;
- Einfühlungsvermögen gegenüber Kunden oder Nutzern;
- Ständiger Prozess der Suche nach Möglichkeiten und der Entwicklung von Neuerungen;
- Offene Innovation, Zusammenarbeit und Interaktion als Wert;
- Denkweise - Wechsel von der Routine zur Kreativität und Verbesserung;
- Vermittlung und Aneignung von Marketinggrundlagen;
- Entwicklung der Fähigkeit, Marketingpraktiken für die Unternehmensleistung zu nutzen;
- Aufbau von Selbstvertrauen bei der Erkennung, Planung, Durchführung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen;
- Vermittlung und Aneignung von Marketinggrundlagen;
- Entwicklung der Fähigkeit, Marketingpraktiken für die Unternehmensleistung zu nutzen;
- Aufbau von Selbstvertrauen bei der Erkennung, Planung, Durchführung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen.

INDIKATOREN

Der Lernende entwickelt sich:

- Die Fähigkeit, Probleme/Herausforderungen zu erkennen und/oder sie in Chancen umzuwandeln;
- Die Fähigkeit, originelle Ideen zu entwickeln, sie zu bewerten und auszuwählen;
- Die Fähigkeit, die Erfindungen zu entwickeln/zu prototypisieren;
- Die Fähigkeit, einen Kunden in den Innovationsprozess einzubeziehen.

ANDERE ANWENDUNGEN

Diese Methodik kann auch auf die folgenden Kompetenzen angewendet werden:

- Verkaufstechniken für internationale Märkte;
- Digitales Marketing für internationale Märkte;
- Kenntnisse in den Bereichen soziale Medien und Community Manager;
- Strategische soziale Verantwortung der Unternehmen;
- Wissensmanagement als Auslöser für organisatorische Entwicklung;
- Kreativität und Innovation;
- Marketing-Management;
- Innovationsmanagement;
- Logistische Verwaltung;
- Management und Planung in Non-Profit-Organisationen.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Um Kreativität und Innovation zu lehren, wird die Methodik einem angepassten Design Thinking-Ansatz folgen, der Teams (die jeweilige Schülergruppe) befähigt, Probleme zu analysieren und innovative Lösungen schnell und effizient mit kreativen Werkzeugen zu entwickeln. Zu Beginn wird reflektiert, was genau Innovation ist und was mit Kreativität gemeint ist. Dann durchlaufen die Teilnehmer einen Design Thinking Prozess, in dem sie ein identifiziertes Problem in der umgebenden Gesellschaft angehen. Da es



sich bei der Zielgruppe um Studierende der Betriebswirtschaftslehre handelt, wird vorgeschlagen, ein Thema rund um Sozialunternehmen zu wählen, bei dem der Privatsektor zur sozialen Gleichheit und zur Gleichberechtigung in der Gesellschaft beiträgt.

Der Design Thinking-Prozess umfasst sechs Phasen: Verstehen, Untersuchen, Synthetisieren, Ideenfindung, Prototyping und Testen. Auf diese Weise können sich die Mitglieder eines Innovationsteams Stück für Stück der Lösung eines Problems nähern. Die ersten drei Phasen des Prozesses konzentrieren sich auf die Erforschung der Frage und des dahinter stehenden Problems. In den folgenden Phasen werden Ideen für eine Lösung entwickelt und getestet.

Im Laufe des Kurses lernen die Studierenden Werkzeuge und Methoden der Design Thinking-Methodik kennen und wenden diese Schritt für Schritt bei der Umsetzung ihrer Projekte an. Regelmäßige Online- oder Offline-Seminare schaffen Raum für die Reflexion der Ideen, des Prozesses und des Fortschritts und bieten den Studierenden unter Anleitung eines Trainers/Lehrers Unterstützung.

LEHRLEITFADEN

In jedem Schritt lernen wir, uns mit der Herausforderung aus verschiedenen Perspektiven auseinanderzusetzen. Nachfolgend definieren wir die Schritte, die uns von der anfänglichen Frage zur endgültigen Lösung bringen, die in einem Geschäftsfall angewendet werden kann:

Lehreinheit 1 Einführung: Vorbereitung, Einführung in die Design Thinking-Methodik/ Identifizierung des Projekts (das zu lösende Problem). Der Trainer führt eine erste Einschätzung des Niveaus der Teilnehmer in der Klasse durch, um sie besser unterstützen zu können. Der Trainer stellt den allgemeinen Zeitrahmen für dieses Seminar vor. Die Schüler werden in Projektgruppen (2-4 Personen) eingeteilt. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Gruppen zu bilden. Wenn der Kurs beispielsweise in verschiedenen Ländern unterrichtet wird, können die Gruppen nach Ländern gebildet werden. Oder die Gruppen können nach den Interessen der Schüler eingeteilt werden. Es wäre gut, wenn die Lehrkraft nach der anfänglichen Bewertung die Gruppe so aufteilt, dass Schüler mit demselben Niveau in verschiedene Gruppen aufgeteilt werden können, damit die stärkeren Schüler den schwächeren helfen können. Nach der **ersten Sitzung** müssen die SchülerInnen ihre Projekte bestimmen, an denen sie in den nächsten 7 Wochen arbeiten wollen. Ziel ist es, dass bis zu den nächsten Sitzungen die Gruppen festgelegt sind und das Projektthema für jede Gruppe ausgewählt ist.

Lehreinheit 2 Verstehen: Das Team sollte so viele Informationen wie möglich über das Problem, das es lösen will, sammeln. Das Ziel für die Teammitglieder ist es, sich gegenseitig kennenzulernen und ein Verständnis für das Problem zu entwickeln. Nach dieser Phase beginnen die Teams mit Brainstorming-Übungen **unter Verwendung interaktiver Tools**. Es gibt verschiedene Methoden und Werkzeuge für die Organisation einer Brainstorming-Übung im Rahmen des Design Thinking-Prozesses, je nach Thema und Format der Unterrichtsstunde (online oder offline im selben Raum). Die Lehrkraft stellt verschiedene Werkzeuge für das Brainstorming vor (z. B. Mind Map) und die SchülerInnen verwenden eine ausgewählte Methode für das Brainstorming zu ihrem Thema. Nach dem Ende der Sitzung können sie das Brainstorming fortsetzen und ihr Problem bis zur nächsten Sitzung klären.

Lehreinheit 3 Untersuchen: Die Teams beginnen mit der Suche nach Wissen durch Internetrecherche, Interviews und kleine Umfragen. Die Interviews und Umfragen können online oder offline durchgeführt werden, auf der Straße mit zufälligen Personen oder mit einer ausgewählten Gruppe (andere SchülerInnen in der Schule, LehrerInnen, FreundInnen usw.). Das Ziel von Sitzung 3 ist es, die Ergebnisse von Schritt 2 zu präsentieren, sich gegenseitig Feedback zu geben und den Prozess des "Forschens" zu beginnen. Die Projektteams werden - unter Anleitung des Trainers - diskutieren und sich darauf einigen,



wie sie die benötigten Informationen sammeln wollen. Sie entwickeln einen Fragebogen für die Durchführung von Interviews und planen den Prozess der Befragung nach der Sitzung. Der Trainer unterstützt die Projektgruppen und gibt Empfehlungen, welche Maßnahmen für die Erhebung der benötigten Daten eingesetzt werden können. Nach der dritten Sitzung setzen die Schüler die geplanten und vereinbarten Maßnahmen um, indem sie sich selbst koordinieren und den interaktiven Raum ihres Projekts nutzen. Die Projektteams werden zu Beginn der Sitzung 4 über die Ergebnisse berichten.

Lehreinheit 4 Synthese: Bei der Synthese geht es nun darum, Ordnung in das Chaos der während und nach Sitzung 3 gesammelten Daten zu bringen. Die Schüler arbeiten - mit Unterstützung des Lehrers/Trainers - daran, die Informationen zu sortieren und ein konkreteres und gezielteres Problem zu formulieren. Dies ermöglicht es der Gruppe, auf der Grundlage der gesammelten Informationen eine Persona zu erstellen. Eine Persona ist eine detaillierte Beschreibung einer beispielhaften Zielgruppe, die von der Lösung des jeweiligen Problems profitieren würde. Ziel bzw. Ergebnis der Sitzung 4 ist es, die Persona zu entwickeln und sie am Ende der Sitzung 4 oder zu Beginn der Sitzung 5 dem Plenum vorzustellen.

Lehreinheit 5 Ideenfindung: In diesem Schritt gehen die Projektteams von der Problembeschreibung zum Schritt der Ideenfindung über. Während der Sitzung stellt der Trainer den Projektgruppen Werkzeuge und Methoden für das Brainstorming und die Ideengenerierung zur Verfügung und die Schüler wenden diese Methoden in ihrem Projekt an. Nach dem Ende der Sitzung setzen die Studierenden das Brainstorming asynchron nach einer vordefinierten Methode fort und präsentieren die Ergebnisse ihres Brainstormings zu Beginn der Sitzung 6.

Lehreinheit 6 Prototyping: Durch das Prototyping nehmen die ersten Ideen eine konkrete Form an. Der Mehrwert der angedachten Lösung besteht darin, sie durch den Bau und die Diskussion über einen möglichen Prototyp weiter zu schärfen. Hier geht es vor allem darum, den Prototyp mit Hilfe von Materialien wie Papier, Kunststoff oder Lego und Methoden wie Rollenspielen oder User Stories mit maximaler Kreativität greifbar zu machen. Mit Unterstützung des Trainers - der der Gruppe die Materialien, Werkzeuge und Methoden, die verwendet werden können, zur Verfügung stellt - beginnen die Projektteams mit der Arbeit an ihren Prototypen. Ziel ist es, die Prototypen während oder nach der Sitzung fertig zu stellen und sie in der Sitzung 7 der gesamten Gruppe zu präsentieren.

Lehreinheit 7 Test: In der letzten Phase wollen die Projektteams herausfinden, inwieweit der Prototyp von der ausgewählten Zielgruppe verstanden und akzeptiert wird. Das Ziel der letzten Sitzung ist es, die Sammlung von Feedback von der identifizierten Zielgruppe zu planen und zu starten. Das Feedback wird zur Bewertung und Weiterentwicklung des Prototyps und damit der Idee für die Entwicklung des Endprodukts genutzt. Während der Sitzung, nach der Präsentation der Prototypen im Plenum, können erste Rückmeldungen von den anderen Kursteilnehmern gesammelt und dokumentiert werden. Der Trainer wird die Projektgruppen in die Methoden und möglichen Werkzeuge der Feedbacksammlung einführen. Die Projektteams diskutieren und bestimmen, wie sie das externe Feedback einholen wollen. Sie werden den Prozess während der Sitzung beginnen und in kleinen Gruppen asynchron fortsetzen. Die Ergebnisse werden in der abschließenden Stunde 8 präsentiert.

Retrospektive: In dieser Sitzung sollen die Gesamtergebnisse der Projektgruppe vorgestellt und der gesamte Design Thinking-Prozess reflektiert werden.

ZEIT



Der Ansatz soll hybrid sein (online und offline), unterteilt in verschiedene Phasen, synchron während der Seminarsitzungen (à 2-4 Stunden pro Woche, abhängig von der Gruppengröße und der Anzahl der zu bildenden Projektgruppen) und asynchron während der Projektumsetzung. Das Ziel ist es, nach einer guten Einführung (4 Stunden) die wöchentlichen Lehrstunden so kurz wie möglich zu halten, sondern sie so zu gestalten, dass sie den Projektgruppen Raum bieten, sich zu treffen und den Fortschritt zu diskutieren. Mindestens 2 Stunden pro Woche werden noch für die Bereitstellung der Methodik und die Planung der nächsten Schritte benötigt.

BENÖTIGTES MATERIAL

- Whiteboards, Whiteboard-Marker und andere dicke und dünne Stifte in verschiedenen Farben und verschiedenfarbige Post-its, Klebepunkte in verschiedenen Farben und Größen (falls Offline-Sitzung).
- Wenn Online-Sitzungen geplant sind, ein Online-Whiteboard (Miro, Mural, oder eine Open-Source-Lösung?)
- Werkzeuge für die Zeiteinteilung. Da Menschen produktiv und kreativ werden, wenn die Abgabefristen und -termine näher rücken, arbeitet Design Thinking mit strengen Zeitvorgaben. Daher sollte die Möglichkeit zur Zeitmessung vorhanden sein.
- Für die Aufzeichnung von Rechercheisen eignen sich am besten Interviewrekorder, Kameras und Notizbücher, aber auch ein modernes Smartphone kann als praktische Alternative genutzt werden.
- Für die Herstellung von Prototypen eine bunte Mischung aus verschiedenen Materialien wie Pappe, Draht oder Knete, verschiedene Papierbögen in unterschiedlichen Farben, Klebestift, Gummiringe, Schnüre, Scheren, Draht, Bierdeckel, Lego und was man sonst noch so zum Basteln zur Hand hat.
- Bei Online-Sitzungen können die Prototypen online entwickelt werden (Photoshop oder eine andere Kreativsoftware) oder als greifbare Prototypen zu Hause hergestellt werden.

DIE INNOVATION

Die Methodik existiert und wird in vielen verschiedenen Bereichen eingesetzt. Die Innovation könnte hier darin bestehen, die Methodik in einem spezifischen Rahmen anzuwenden. Die Idee dabei ist, dass die Schüler die Aufgabe haben, Probleme zu identifizieren und Ideen zu entwickeln, die in einem sozialen Unternehmen umgesetzt werden können, um ein Problem in der Gesellschaft zu lösen.

Eine weitere innovative Idee wäre es, diesen Kurs mit einem anderen, parallel durchgeführten Kurs zu verbinden, um ihn für die Lösung eines konkreten Problems zu nutzen.

Auch Herausforderungen in der konkreten Bildungseinrichtung oder dem ITHEN-Netzwerk können als mögliches Thema der Umsetzung ins Auge gefasst werden.

Wir haben uns für diese Methode entschieden, weil sie sehr effektiv ist, um die oben beschriebenen Kompetenzen zu erreichen. Der Prozess ist langwierig, schafft aber den Raum für echtes Lernen und die Anwendung der Ideen in der Praxis. Er stärkt das Verständnis für die Herausforderungen in der Gesellschaft, die Kommunikation und Interaktion und fördert Lösungsorientierung und Kreativität.

ONLINE-ANWENDUNG



Diese Methodik kann auch online angewandt werden, indem ein Online-Whiteboard als Arbeitsfläche verwendet wird (Miro oder Mural oder andere Tools). Die wöchentlichen Sitzungen können über Videokonferenzen organisiert werden. Die einzige Herausforderung dabei ist das Prototyping. Kreative Lösungen für die Entwicklung greifbarer Prototypen sind erforderlich, um die Wirksamkeit der Prototyping-Phase zu gewährleisten. Es wäre auch ein Mehrwert für die Methodik, wenn die Mitglieder einer Gruppe in derselben Stadt wohnen würden, so dass sie sich nach dem Online-Kurs treffen und gemeinsam an den verschiedenen Schritten arbeiten könnten. Aber auch eine kreative Online-Zusammenarbeit könnte ins Auge gefasst und praktiziert werden. Die Online-Implementierung birgt einige Risiken, insbesondere wenn die Studierenden nicht an Online-Formate gewöhnt sind und sich vor Kursbeginn noch nicht gut kennen. In diesem Fall ist in der Einführungsphase ein größerer Aufwand erforderlich. Es ist wichtig, gute Projektgruppen zu bilden, die eine gute Basis für die Zusammenarbeit während der 7 Wochen schaffen.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Die formative Beurteilung sollte im Mittelpunkt dieser projektbasierten Methodik stehen. In jeder Phase werden die Schüler*innen gebeten, ihre unfertigen Produkte regelmäßig einzureichen und ein Feedback zu erhalten, das sie für die Fortsetzung ihrer Arbeit nutzen können. Es wäre wichtig, für jede Phase Beurteilungskriterien zu entwickeln, die zur Bewertung der Fortschritte der Schüler verwendet werden.

Die Bewertungskriterien können sich an der unten beschriebenen Bloomschen Taxonomie orientieren, die dem Lehrer helfen würde, die Arbeit der Schüler nach jeder Unterrichtsstunde zu bewerten.

- **Bewertung** der Kenntnisse der grundlegenden Terminologie, der Anwendung von Konzepten und Methoden in der Praxis: Hier kann ein Fragebogen (Test) verwendet werden, der sowohl online als auch offline durchgeführt werden kann. Um sicherzustellen, dass sich die Studierenden der Anwendung des Rahmens bewusst sind, sollte der Fragebogen hauptsächlich Fragen enthalten, die Theorie und Beispiele miteinander verbinden.
- **Präsentation** der Ergebnisse des Design-Thinking-Prozesses: Rückmeldungen zu den Präsentationen helfen zu überprüfen, ob die Studierenden wissen, wie sie die vorgestellten Werkzeuge und Methoden anwenden können. Die Feedback-Kriterien sollten für die Studierenden transparent sein und - wenn möglich - im Vorfeld gemeinsam erarbeitet werden.
- **Reflexion** über den Prozess: Die abschließende Reflexion des Prozesses erfolgt individuell mit jedem Projektteam in der letzten Sitzung, oder der Prozess kann durch das Verfassen eines Aufsatzes über die Arbeit in den Gruppen und die wichtigsten Lernerfahrungen abgeschlossen werden. Auf diese Weise wird ein tieferes Verständnis der Methode und ihrer Anwendung gewährleistet.

USER STORY

1. Grundlegende Informationen

WANN: Februar 2022 - Juli 2022

WO: Im virtuellen Raum,

WHO; (Studenten): 3 Studenten studieren derzeit in Spanien, 3 Studenten in Portugal und 3 Studenten sind in Slowenien angekommen? Slowenien bietet zum ersten Mal ein Semester für IMM-Studenten an. Alle Studenten studieren in verschiedenen Semestern und gehören drei verschiedenen Kursgruppen an, da der Kurs allen derzeitigen IMM-Studenten offen steht, unabhängig von einem bestimmten Semester.



Die Lehrerin ist Beril, eine Angestellte eines kleinen und innovativen KMU in der Türkei, ihr Unternehmen ist ein neues Mitglied des IThen-Netzwerks. Sie bietet diesen Lehrgang online an. Sie möchte die Kreativität in den Köpfen der Schüler fördern und sie ermutigen, über Lösungen nachzudenken.

WAS: Der Kurs zu Kreativität und Innovation ist neu für das IMM-Studium und soll die Soft Skills der IMM-Studenten stärken.

WARUM: Design Thinking gewinnt immer mehr an Bedeutung, insbesondere in der Dimension der KMU. Es stärkt die Kompetenzen der Schüler, die Lösungsorientierung und die Widerstandsfähigkeit. Und es macht Spaß.

2. Hintergrund

2.1. ES WAR EINMAL

Igor, Lena und Sophia sind 3 IMM-Studenten im 2. Semester. Es ist das erste Mal, dass die Studenten die Möglichkeit hatten zu wählen, wohin sie nach dem 1st Semester weiterziehen wollen. Nachdem sie das 1st Semester in Italien verbracht hatten, konnten sie sich entscheiden, in die Niederlande oder nach Slowenien zu gehen. Einige der Studenten entschieden sich für die Niederlande, aber für Igor, Lena und Sophia war Slowenien interessanter. Sie sind sehr an dem Kurs interessiert, da sie die internationale Atmosphäre des IMM-Studiums lieben. Auch die kleine Gruppe ist sehr international: Lena kommt aus Portugal, Sophia aus der Türkei und Igor aus Italien.

Eines der spannenden Elemente des Kurses ist, dass es auch andere IMM-Studenten aus anderen Semestern und anderen Ländern geben wird, die wahrscheinlich in höheren Semestern sind. Und sie sind auch sehr neugierig darauf, von ihnen zu erfahren, wie es ist, in Portugal zu studieren, das wahrscheinlich das nächste Ziel sein wird. Außerdem haben sie schon viel über die Design Thinking-Methode gehört, hatten aber noch nie die Gelegenheit, sie auszuprobieren. Die Lehrerin, Beril, kommt aus einem interessanten kleinen Unternehmen in der Türkei, das Design Thinking täglich anwendet. Vor allem Igor ist daran interessiert, für ein Semester nach Istanbul zu gehen, vielleicht für ein Praktikum, und er hofft, dass dieser Kurs ihm helfen könnte, Kontakte zu knüpfen.

2.2. GEOGRAPHIE

Der Kurs findet im virtuellen Raum statt, aber die Teams werden auch in den drei verschiedenen Städten zusammenarbeiten, in denen sie während des laufenden Semesters ansässig sind.

2.3 ZIELE

Das Hauptziel von Lena, Sophia und Igor ist es, ihre Leistungspunkte für ihren IMM-Abschluss zu bekommen. Sie wollen auch die Design Thinking-Methode testen, denn das Studium wird ziemlich intensiv, und sie haben gehört, dass diese Methode zur Problemlösung und Lösungsfindung nicht nur im beruflichen Bereich eingesetzt werden kann. Und eines der Hauptziele für alle ist auch, dass sie Inspiration für ein zukünftiges Unternehmen haben wollen. Lena und Igor denken bereits darüber nach, nach Abschluss ihres Studiums gemeinsam ein Startup zu gründen.

3. Der Plot

3.1 BESCHREIBUNG DER ERWARTETEN GESCHICHTE

Beril, der Trainer, bereitete für den Kurs ein digitales Whiteboard mit der Einführung in das Thema vor und sammelte einige interessante frühere Beispiele für erfolgreiche DT-Prozesse. Die erste Einführungsveranstaltung wurde online durchgeführt und 9 Studierende aus 3 Ländern entschieden sich, an dem Kurs teilzunehmen. Einige der SchülerInnen waren mit der Videokonferenzplattform etwas unzufrieden, aber mit der Unterstützung von Beril konnten sich alle einloggen und die digitalen



Herausforderungen bewältigen. Beril wusste, dass es wichtig ist, eine gute Einführungssitzung zu haben, damit die verschiedenen Teilnehmer, die sich noch nicht kannten, in Kontakt kommen und vor allem neugierig aufeinander werden. Zu diesem Zweck wurden 2 verschiedene Einführungs- und Aufwärmspiele mit Unterstützung des Whiteboards durchgeführt. Dies half den Teilnehmern auch, sich an die Arbeit mit dem digitalen Werkzeug zu gewöhnen.

Während der Teambildung und der Projektfindung wurde beschlossen, die Teams nach Ländern zu organisieren, da es aus methodischen Gründen besser ist, die Möglichkeit zu haben, zwischen den Sitzungen auch offline und von Angesicht zu Angesicht an dem Projekt zu arbeiten. Es wurden also 3 verschiedene Teams gebildet: Team Spanien, Team Slowenien und Team Portugal. Das slowenische Team wählte ein Problem aus, das sie direkt betraf. Sie stellten fest, dass es für sie nicht einfach ist, einen hochwertigen Praktikumsplatz zu finden, an dem sie lernen und einen Mehrwert für das Unternehmen schaffen können.

Das Problem ist oft, dass Praktikanten nicht ernst genommen werden und nur die Arbeit machen müssen, die keiner machen will. Das ist demotivierend für die Praktikanten, aber auch für die Unternehmen meist nicht hilfreich. Sie beschlossen, dieses Problem zu untersuchen und mit Hilfe des Design-Thinking-Prozesses nach Lösungen zu suchen. Auch die anderen Gruppen begannen mit einem enthusiastischen Brainstorming, um ihr "perfektes Problem" zu finden, an dem sie arbeiten werden. Nach dem ersten Tag (4 Stunden) der Einführung waren alle sehr müde, weil es eine ziemlich intensive Sitzung war, aber begeistert vom Nachdenken und Diskutieren über die von ihnen gewählten Probleme.

3,2 DANN EINES TAGES...

Für Lena, Sophia und Igor wurde der Kurs immer intensiver, aber auch spannender. Sie entwickelten einen Fragebogen und führten Interviews mit Studierenden und Unternehmensvertretern, um mit ihnen über Herausforderungen und Probleme bei Praktika zu sprechen. Während der **Ideensitzung wurden** viele verschiedene Ideen zur Überwindung der Herausforderungen vorgestellt, z. B. der Aufbau einer digitalen Plattform, die Organisation einer Messe, die Organisation eines Mentorenprogramms usw. Aber für die Gruppe war es schwierig, über einen Prototyp nachzudenken. Wie könnte ein Prototyp für eine Messe aussehen? Und wie kann man ihn anderen Studenten und Unternehmen kurz und verständlich präsentieren, um die Idee weiterzuentwickeln. Ein weiteres Problem war, dass sie drei verschiedene Ideen für die Lösung hatten, aber für einen Prototyp nur mit einer davon arbeiten mussten. Nach vielen Diskussionen waren sie immer noch nicht zu einem gemeinsamen Schluss und einer Entscheidung gekommen.

3.3 AUS DIESEM GRUND

Nach stundenlangem Brainstorming und Diskussionen wurde ihnen klar, dass sie sich komplett im Kreislauf befinden und ohne externe Unterstützung nicht aus dem Kreislauf aussteigen können. Sie beschlossen, die Teams in Portugal und Spanien zu kontaktieren und sie um ihre Meinung zu bitten. Eines Abends organisierten sie eine informelle Videokonferenz und diskutierten das Problem ausgiebig mit anderen Studenten, die sich deren Erfahrungen anhörten. Während dieses Telefonats wurde ihnen klar, dass dieses Problem so gut analysiert wurde und für alle IMM-Studenten so wichtig ist, dass sie beschlossen, Beril zu bitten, alle Kräfte zu bündeln und in allen drei Ländern gemeinsam an dieser Lösung weiterzuarbeiten. Außerdem hatten sie die Intuition, dass das kürzlich gegründete ITHEN-Netzwerk die Grundlage für eine umfassende Lösung bilden könnte.

4. DIE KLIMAX

4.1 DIE ENTSCHLIESSUNG



Nachdem die Gruppe die Idee mit Beril besprochen hatte, überzeugte sie sie davon, gemeinsam und intensiv an diesem Projekt weiterzuarbeiten. Sie bauen immer noch drei Prototypen, gehen aber dasselbe Problem an und suchen nach drei verschiedenen Lösungen, die Teil eines Projekts sein können, und sie beschlossen, die ITHEN-Netzwerkkoordinatoren einzubeziehen. Gemeinsam entwickeln sie eine Strategie für ein Forum, das Privatunternehmen und Studierende zusammenbringt und in dem Kriterien für Praktika diskutiert und gemeinsam unter dem Dach des ITHEN entwickelt werden. Es wurden einige Veranstaltungen (offline und online) und ein Mentoren- und Beratungsprogramm geplant, das Unternehmen Unterstützung bietet und die Einarbeitung von Praktikanten erleichtert. Sie stellten den Prototyp in ihren Einrichtungen vor und alle waren von der Idee begeistert.

4.2 DIE MORAL

Obwohl es das erste Mal war und der Kurs nicht die erwartete Richtung einschlug, war er sehr erfolgreich. Die Methodik hat es geschafft, die Kompetenzen aufzubauen. Und der Prototyp wurde durch ein Projekt realisiert. Es hat auch die Identität und die Zugehörigkeit der Studenten zum internationalen Kurs erhöht und die Identität des ITHEN-Netzwerks gestärkt.

REFERENZEN

- <https://hpi.de/en/studies/design-thinking.html>
- **Glitza, Conrad.** Hands on Design Thinking (German Edition)



PROJEKTBASIERTES LERNEN

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>mindestens 10 Studenten; maximal 20 Studenten</i>
Persönlich / online	<i>Persönliche Treffen / einige Online-Aktivitäten können durchgeführt werden</i>
Erforderliche Zeit	<i>5 Stunden wöchentliche Sitzungen über 7 Wochen</i>
Erforderliche Werkzeuge	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop mit Internetzugang; • Marker, Post-its, Stifte • Google-Klassenzimmer • Google-Laufwerk • Google-Treffen • Trello • Miro • GanttProjekt • Canva • Padlet
Einbindung von Interessengruppen	<i>Y; Unternehmen</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	-
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>Hohe Motivation</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>Gruppe konzentriert sich auf Projektarbeit</i>
Bewertung	<p><i>Während des Prozesses wird es verschiedene Kontrollpunkte geben, um die Arbeit regelmäßig zu überprüfen.</i></p> <p><i>Wenn das Projekt fertig ist, erstellen die Teams einen Bericht, den sie dem Rest der Klasse und den Unternehmen präsentieren.</i></p> <p><i>Die Bewertung erfolgt mit Hilfe von Rubriken.</i></p>

Erasmus+ 2020-1-IT02-KA203-079561

ZIEL

Diese Methodik wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung der Kompetenz **Innovationsmanagement** untersucht, die wir in unseren internationalen Kursen entwickeln wollen.

KOMPETENZ IM INNOVATIONSMANAGEMENT

DEFINITION

Die Kompetenz **Innovationsmanagement** befasst sich mit modernen Konzepten des Innovationsmanagements in einer Organisation. Nachhaltige Innovation ist jedoch am effektivsten, wenn sie mit der internationalen Innovation, dem unternehmerischen Umfeld und der Nutzung des



Konzepts der offenen Innovation verbunden ist. Natürlich sollte auch das geistige Eigentum angemessen berücksichtigt werden.

SKILLS

- Strategische Aspekte der Innovation;
- Elemente der erfolgreichen Umsetzung innovativer Projekte und des Umgangs mit Hindernissen;
- Strategien der Zusammenarbeit und der offenen Innovation;
- Management von F&E;
- Die Fähigkeit, geistiges Eigentum zu schützen;
- Vorstellung der innovativsten Unternehmen;
- Transfer von innovativem Wissen in die Praxis.

HALTUNG

- Entwicklung einer Einstellung zur Innovation im Bereich der nachhaltigen Entwicklung für den Einzelnen, die Wirtschaft, die Gesellschaft und die Umwelt;
- Einstellung zum geistigen Eigentum in der Praxis;
- Einstellung zur Bedeutung der FuE-Arbeit, des internationalen Innovationsökosystems und der offenen Innovation für die nachhaltige Entwicklung;
- Übertragung von Innovationsergebnissen in die Unternehmenspraxis und deren Umsetzung für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung von Unternehmen.

INDIKATOREN

Der Lernende entwickelt sich:

- Die Fähigkeit, strategische und operative Aspekte der Innovation zu verstehen und zu behandeln;
- Die Fähigkeit, Kooperationen zu managen, Innovationsprozesse zu öffnen und fruchtbar mit Interessengruppen zusammenzuarbeiten;
- Die Fähigkeit, ihre eigenen Ideen, Lösungen und andere Elemente des geistigen Eigentums zu verwalten;
- Die Fähigkeit, den Prozess des Transfers von Know-how in die Unternehmenspraxis zu steuern.

ANDERE ANWENDUNGEN

Die **Methodik des projektbasierten Lernens** kann auf jede der ITHEN-Kompetenzen angewendet werden. Sie wird als transversale Methodik betrachtet, die verschiedene Fächer des Lehrplans einbeziehen kann.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG



Projektbasiertes Lernen (PBL) ist eine Lehrmethode, bei der die Schüler über einen längeren Zeitraum an einem Projekt arbeiten, das sie mit der Lösung eines realen Problems oder der Beantwortung einer komplexen Frage befasst. Sie stellen ihr Wissen und ihre Fähigkeiten unter Beweis, indem sie ein öffentliches Produkt oder eine Präsentation für ein echtes Publikum erstellen. Auf diese Weise entwickeln die Schüler tiefgreifende inhaltliche Kenntnisse sowie Fähigkeiten in den Bereichen kritisches Denken, Zusammenarbeit, Kreativität und Kommunikation.

Bei PBL beginnt der Forschungsprozess mit einer Leitfrage und eignet sich für gemeinsame Projekte, die verschiedene Fächer in den Lehrplan integrieren können. Die Fragen werden so gestellt, dass die Schüler direkt mit den wichtigsten Elementen und Grundsätzen eines Fachs in Berührung kommen. Die Lehrkraft oder in diesem Fall ein Unternehmen stellt eine Leit- oder Kernfrage, die ihre Herausforderung darstellt: "Wie kann unser Unternehmen diesen Prozess verbessern?" Diese Frage/Herausforderung wird zur Grundlage für die Entwicklung des Projekts.

Die Grundpfeiler von PBL sind **Learning by Doing** und die SchülerInnen werden die LeiterInnen ihres Lernprozesses. Um **signifikantes Lernen** zu gewährleisten, müssen die SchülerInnen verstehen, dass sie nicht alles wissen müssen, sondern in der Lage sein müssen, das zu finden, was sie brauchen, wenn sie es brauchen.

Ein sehr wichtiger Aspekt, der berücksichtigt werden muss, ist das Klassenzimmer. Das Klassenzimmer ist ein Ort, an dem Menschen als Gemeinschaft von Lernenden eine erfüllende Erfahrung machen und Probleme besprechen können. Unterstützung, Ermutigung und Vorbilder können sowohl von Lehrern als auch von Gleichaltrigen geboten werden. Um diese Atmosphäre zu erreichen, ist es auch sehr wichtig, dass der Raum selbst komfortabel ist. Dies war die treibende Kraft im IET, einen neuen, modernen, beleuchteten Klassenraum zu schaffen.

LEHRLEITFADEN

- **Vorbereitung, Einführung** in die Methodik des projektbasierten Lernens. Erläuterung des Prozesses, den die SchülerInnen befolgen müssen, um ein Endergebnis in Form eines Produkts/einer Lösung zu erhalten, das/die eine Antwort auf die vorgeschlagene Herausforderung darstellt. Einige Unternehmen können in die Schule eingeladen werden, um die Innovation zu erläutern, die sie in ihrem Unternehmen benötigen. Dann werden die SchülerInnen gebeten, einen Vorschlag zu präsentieren, der dem Unternehmen hilft, sein Innovationsmanagement zu verbessern. Die SchülerInnen bilden Arbeitsteams von 4 Personen, die sich um eines der Projekte kümmern. Das Team wird in ständigem Kontakt mit dem Unternehmen stehen, um mehr über die internen Verfahren, die Interessengruppen und die Innovationsprozesse zu erfahren (falls sie bereits in diesem Bereich tätig sind).
- Nachdem das Team die Informationen über das Unternehmen gesammelt hat, wird es die **Aufgabe** in Absprache mit dem Unternehmen neu definieren,
- Sobald die Aufgabe genau definiert ist, muss ein **Plan** erstellt werden, in dem die wichtigsten zu behandelnden Themen (entsprechend dem vorgegebenen Lehrplan) sowie die Rolle der einzelnen Teammitglieder festgelegt werden.
- Die Lehrkraft fungiert als Leitfaden in einem PBL-Prozess. Er/sie bietet verschiedene Informationsquellen an, damit die SchülerInnen ihre eigenen **Nachforschungen** anstellen können, um die spezifischen Daten zu erhalten, die in dem Projekt verwendet werden sollen. In diesem Schritt



ist es sehr wichtig, eine lebhaft **Debatte zu** führen, Meinungen auszutauschen, eine gute **Synthese zu** erstellen und eine Entscheidung über den endgültigen **Ansatz und die Antwort** auf die Herausforderung zu treffen. Das gesamte erworbene Wissen wird für das **Produktdesign** zur Verfügung gestellt.

- Die Teams werden eine **Präsentation des Projekts** erstellen, die den Bedürfnissen und Anforderungen der Unternehmen entspricht. Ein strukturiertes Präsentationskript, eine klare Erklärung und die Unterstützung der Informationen mit einer Vielzahl von Ressourcen sind wichtige Aspekte, die berücksichtigt werden müssen. Die Unternehmen werden bei der Präsentation anwesend sein.
- Nach Abschluss der Präsentation ist es wichtig, dass die verschiedenen Teams eine **kritische Reflexion** über die gewonnenen Schlussfolgerungen, die Erfahrungen bei der Arbeit mit dieser Methodik und das Feedback der Unternehmen durchführen.
- Jedes Team erhält eine **Bewertung** des Projekts anhand einer **Rubrik** und wird außerdem aufgefordert, eine Selbstbewertung vorzunehmen; dieser Prozess wird den Studierenden helfen, ihre Fähigkeiten zur Selbstkritik zu verbessern.

ZEIT

5 Stunden wöchentliche Sitzungen über 7 Wochen.
Es wären etwa 25 Stunden eigenständige Arbeit erforderlich.

BENÖTIGTES MATERIAL

- Laptop mit Internetzugang;
- Marker, Post-its, Stifte
- Google-Klassenzimmer
- Google-Laufwerk
- Google-Treffen
- Trello
- Miro
- GanttProjekt
- Canva
- Padlet

Wie bereits erwähnt, ist ein wichtiger Faktor für die Entwicklung dieser Methodik die Atmosphäre, die durch die Umgebung gegeben ist. Wenn möglich, wird ein angepasstes Klassenzimmer der Schlüsselpunkt für die Materialien sein.

DIE INNOVATION

Die Methodik selbst stellt eine Innovation dar. Das projektbasierte Lernen gibt den Schülern die Möglichkeit, so zu arbeiten, als ob sie in einem echten Unternehmen mit echten Projekten arbeiten würden. Die Tatsache, dass das Projekt auf der Grundlage einer realen Unternehmensherausforderung durchgeführt wird, macht es noch interessanter.



Neben den Fähigkeiten, die mit dem Innovationsmanagement selbst zusammenhängen, erwerben die Studierenden auch persönliche Soft Skills wie persönliche und soziale Verantwortung, Planung, kritisches Denken, Argumentation, Kreativität, Kommunikation, Entscheidungsfindung und Nutzung von Technologie.

Während der Projektarbeit werden einige innovative Techniken wie die 6 Hüte, die Innovationsmatrix oder das Moodboard eingesetzt.

ONLINE-ANWENDUNG

Diese Methode ist für die Online-Anwendung geeignet. Eines der erwähnten Materialien ist Miro, das ein nützliches Werkzeug für die Online-Zusammenarbeit darstellt.

Dank der Videokonferenzen, die z. B. mit Google Meets abgehalten werden, dürfte die Organisation der wöchentlichen Sitzungen kein Problem sein.

Mit dem kollaborativen Tool Trello können die Teams ihre Projekte organisieren und verwalten. Ganttproject wird ebenfalls helfen; die Aufgaben werden online geplant und verwaltet.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Während des Prozesses wird es verschiedene Kontrollpunkte geben, an denen die Arbeit regelmäßig überprüft wird. Dies hilft den Schülern, sich auf jede neue Phase ihres Projekts zu konzentrieren, da sie wissen, dass die vorherige Arbeit korrekt ist.

Gemäß den Indikatoren müssen die Schüler während der gesamten Entwicklung des Fachs Fortschritte erzielen. Das Bewertungsinstrument, das ihre Fortschritte am besten zeigt, ist die **Rubrik**.

Wenn das Projekt fertig ist, erstellen die Teams einen Bericht, den sie dem Rest der Klasse und den Unternehmen präsentieren. Die Rubrik besteht aus zwei Teilen: technisch-wissenschaftlich und kommunikativ.

USER STORY

1. Grundlegende Informationen

WANN: November 2021, die Studierenden befinden sich dann im dritten Semester

WO: Institut Escola del Treball de Lleida

WER (Studenten): Maria, Francesco, Alex und Laura

WER (Lehrer): Jordi, Gemma, Pilar und Cristina sind die Mitglieder des Lehrerteams, die die IMM-Schülergruppe begleiten werden.

WAS: Der Kurs über Innovationsmanagement wird Teil des IMM-Studienplans sein.

WARUM: Die Studenten werden alle Aspekte des Innovationsmanagements anhand eines realen Unternehmensbeispiels und einer Projektentwicklung entdecken.

2. Hintergrund



2.1. ES WAR EINMAL...

Maria, Francesco, Alex und Laura sind Studierende des Studiengangs Internationales Marketing-Management. Sie verbrachten ihr erstes Semester in Italien und ihr zweites in den Niederlanden. Jetzt befinden sie sich in ihrem dritten Semester in Katalonien, bevor sie ihr Studium in Portugal fortsetzen. Der zweite Teil dieses dritten Semesters findet in der Escola del Treball de Lleida statt, und eines der relevanten Fächer im Lehrplan ist Innovationsmanagement. Das Lehrerteam hat geplant, die Methodik des projektbasierten Lernens anzuwenden, um die verschiedenen IMM-Lektionen zu entwickeln.

2.2. GEOGRAPHIE

Der Kurs findet in der Escola del Treball de Lleida in einem Klassenzimmer statt, das speziell dafür konzipiert wurde, die Schüler zum konzentrierten Arbeiten an Projekten zu inspirieren.

2.3 ZIELE

Das Hauptziel von Maria, Francesco, Alex und Laura ist es, ihren IMM-Abschluss zu machen. Sie sind auch daran interessiert, die Methodik des projektbasierten Lernens kennenzulernen, da sie gehört haben, dass diese Methode echte Unternehmensfälle einführt und es ihnen ermöglicht, so zu lernen, als wären sie Teil des echten Unternehmens.

3. Der Plot

3.1 BESCHREIBUNG DER ERWARTETEN GESCHICHTE

Das Ausbilderteam hat ein Dokument vorbereitet, das im Google-Klassenzimmer zur Verfügung steht und in dem die Themen des Innovationsmanagements erläutert werden. Sie erklären der gesamten Gruppe von 30 IMM-Schülern, dass sich das Projekt auf verschiedene Themen konzentrieren wird. Sie haben das Glück, dass die Schule auf die Zusammenarbeit mit einigen lokalen Unternehmen zählen kann. Das Projekt wird also auf einer realen Situation beruhen, in der es um die Bedürfnisse der einzelnen Unternehmen in Bezug auf ihr Innovationsmanagement geht. Vor dem eigentlichen Projekt finden einige Vorbereitungssitzungen statt (in der ersten und einem Teil der zweiten Woche), damit die SchülerInnen die Unternehmen anhand ihrer Websites und anderer verfügbarer Informationen kennen lernen können. Die LehrerInnen werden die Gruppen auffordern, Teams von 4 Personen zu bilden, die das Projekt durchführen. Maria, Francesco, Alex und Laura bilden eines dieser Teams.

3.2 DANN EINES TAGES

Am Ende der zweiten Woche kommen die Unternehmen in die Klasse, um zu erläutern, worum es bei ihren Aktivitäten geht, welche Bedürfnisse und Probleme sie im Zusammenhang mit dem Innovationsmanagement zu haben glauben. Außerdem klären sie, bei welchen Aspekten sie die Hilfe der SchülerInnen in Anspruch nehmen möchten. Die gesamte Klasse hört sich die Präsentationen der einzelnen Unternehmen an und entscheidet anschließend im Plenum, welche Gruppe welches Unternehmen und welche Herausforderung annimmt. Die Projektstruktur wird für alle gleich sein. Für Maria, Francesco, Alex und Laura wird der Kurs sehr interessant und spannend. Sie sind froh, dass sie die Hilfe des ausgewählten Unternehmens erhalten und sich auf einen echten Fall konzentrieren können. Zuvor haben sie sich mit Kreativität und Innovation beschäftigt. Jetzt können sie das Unternehmen bei beiden Aspekten, der Produktinnovation und dem Management dieses Prozesses, unterstützen.

Sobald jedes Team sein Unternehmen zugewiesen hat, hält es Kontakt zu dessen Vertretern, spricht mit ihnen über die Herausforderungen und informiert sie über den Fortschritt ihres Projekts. Das Team erstellt einen Fragebogen, um die notwendigen Daten über die Innovationsstrategie des Unternehmens



zu erhalten, und führt eine Analyse durch. Parallel dazu finden allgemeine Workshops zu Kreativitätstechniken und Innovationsstrategien statt.

3.3 AUS DIESEM GRUND

Maria, Francesco, Alex und Laura erwerben gute Fähigkeiten sowohl in der Zusammenarbeit als auch im Innovationsmanagement. Sie fühlen sich mit ihrem Team identifiziert, konnten gute Diskussionsrunden einrichten und kommen mit dem Projekt voran. Die Gruppenstunden waren auch sehr nützlich, um Ideen mit den anderen Teams auszutauschen.

4. Die Schlussfolgerung

4.1 DAS ERGEBNIS

Maria, Francesco, Alex, Laura und die anderen Teams haben ihre Projekte vor der Klasse und den Vertretern der jeweiligen Unternehmen präsentiert. Die Ergebnisse waren sehr gut. Die Unternehmen waren sehr dankbar und freuen sich darauf, die Lösungen in die Praxis umzusetzen.

4.2 DIE MORAL

Die Methodik hat sich bewährt. Die Projekte haben zu guten Ergebnissen geführt. Die Schüler sind mit dieser Methode zufrieden, da sie es ihnen ermöglicht, durch eigenes Tun zu lernen.

VERBUNDENE METHODOLOGIEN

- **Anforderungsorientiertes Lernen (CBL)**

Diese Methodik bietet allgemeine Konzepte, die für Herausforderungen genutzt werden können. In ähnlicher Weise hilft die Methodik des projektbasierten Lernens den Unternehmen, ihre aktuellen Probleme zu lösen und ihr Innovationsmanagement zu verbessern. Die Kombination von CBL und PBL bedeutet, dass die Unternehmen den Studierenden ihre allgemeine Tätigkeit erklären und einige Innovationsaspekte aufzeigen, aber nicht direkt nach einem Vorschlag oder einer Lösung in diesem Bereich fragen. Anhand der Erläuterungen müssen die Schüler eine Liste von Fragen erstellen, die ihnen hilft, sich für ihre Aufgabe zu entscheiden, und die später an das Unternehmen geschickt wird, um dessen Verfahren zu verbessern.

Durch die Herausforderung "Verbesserung des Innovationsmanagements" werden viele Fragen aufgeworfen, und die Beantwortung all dieser Fragen wird ein Projekt begründen und schaffen.

- **Problemorientiertes Lernen**

Wir können das problembasierte Lernen als eine besondere Form des projektbasierten Lernens betrachten. Bei problembasierten Aktivitäten müssen die SchülerInnen eine Lösung für ein Problem entwickeln, bei dem es sich um ein Artefakt - wie beim projektbasierten Lernen - oder nur um ein Konzept und neues Wissen handeln kann.

- **Wirtschaftsspiel**

Es besteht eine enge Verbindung zwischen der Methodik des projektbasierten Lernens (PBL) und dem Planspiel. In der Tat kann das Planspiel als "Unternehmensprojekt" beschrieben werden, das den Schülern zugewiesen wird. Wie beim PBL werden die SchülerInnen beim Planspiel aufgefordert, ein reales Problem zu lösen und ein Ergebnis zu erarbeiten, das sie dem beteiligten Unternehmen vorschlagen. Dennoch weisen die beiden Methoden einige Unterschiede auf.



Die Planspielmethodik kann ohne ein Unternehmen nicht existieren. Stattdessen erfordert das projektbasierte Lernen nicht unbedingt die Beteiligung eines Unternehmens. Die Lehrkräfte können den Schülern eine Aufgabe vorschlagen, die keine geschäftliche Grundlage hat. Die Phasen des Planspiels werden vor dem Beginn der Aktivitäten festgelegt. Dies hängt davon ab, dass die Schüler in den Prozess der Erstellung eines echten Produkts für das Unternehmen eingeführt werden. Aus diesem Grund sind einige Schritte erforderlich (u. a. Marktforschung, Entwurf einer Lösung, Erstellung eines Budgets und eines Kommunikationsplans...). Außerdem beinhaltet das Planspiel eine Spielmodalität, die die Schüler dazu anregt, sich wirklich anzustrengen, um einen Wettbewerb zu gewinnen.

REFERENZEN

- **Garcia, Olga.** <https://ocastillacorsa.wixsite.com/projectes>
- **George Lucas Bildungstiftung.** Edutopia.
- **Aula Planeta.** <https://www.aulaplaneta.com/>
- **Universität von Plymouth.** <https://www.plymouth.ac.uk/about-us/teaching-and-learning/guidance-and-resources/group-work>



PROBLEMORIENTIERTES LERNEN

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>Mindestens 4 und höchstens 25</i>
Persönlich / online	<i>Wählen Sie: von Angesicht zu Angesicht</i>
Erforderliche Zeit	<i>Mindestens 3 Stunden pro Woche</i>
Erforderliche Werkzeuge	<i>Projektor, interaktives Whiteboard und interaktive Hilfsmittel wie Magnet.</i>
Einbindung von Interessengruppen	<i>Ja, Unternehmen</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	<i>Nein</i>
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>Nicht relevant, aber nützlich bei geringer Motivation</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>Andere Eigenschaften: Wirksam für verschiedene Gruppen</i>
Bewertung	<i>Nachbewertung und Selbstbewertung</i>

ZIEL

Diese Methodik wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung der Marketingkompetenzen **Logistikmanagement** und **Statistik in der Forschung** untersucht, die wir bei den Studenten unserer internationalen gemeinsamen Studiengänge entwickeln wollen.

LOGISTISCHE MANAGEMENTKOMPETENZ

DEFINITION

Die Kompetenzen im Bereich Logistikmanagement bieten eine Einführung in das taktische Logistikmanagement mit Schwerpunkt auf den verschiedenen Managementebenen; die funktionalen Aktivitäten in der Lieferkette, die durch das taktische Logistikmanagement umgesetzt und organisiert werden; die wichtigsten taktischen Managementziele in einer Lieferkette; die Planungssysteme, die im Warenfluss vom Ursprungsort zum Verbrauchsort verwendet werden, sowie Push-, Pull- und Push-Pull-Lieferprozesse.

Sie umfasst Kenntnisse über:

- Aktuelle Fragen der Logistik;
- Aktuelle Fragen des Lieferkettenmanagements;
- Aufbau eines logistischen Vertriebssystems;
- Evaluierung der Methoden zur Berechnung der Logistikkosten.

SKILLS

- Aktuelle Themen in der Logistik kennen;



- Kenntnis der aktuellen Probleme im Bereich des Lieferkettenmanagements;
- Die Fähigkeit, ein logistisches Vertriebssystem aufzubauen;
- Die Fähigkeit, die Methoden zur Berechnung der Logistikkosten zu kennen;
- Die Fähigkeit, die Methoden zur Berechnung der Logistikkosten zu bewerten.

HALTUNG

- Kennenlernen und Aneignen von Grundprinzipien und Trends in der Logistik;
- Erlernen und Aneignung von Grundlagen und Prinzipien des Lieferkettenmanagements;
- Entwicklung der Fähigkeit, logistische Managementpraktiken für die Unternehmensleistung zu nutzen;
- Entwicklung der Fähigkeit, die Methoden zur Berechnung der Logistikkosten zu bewerten;
- Neugierde auf neue Trends in der Logistik.

INDIKATOREN

Der Lernende entwickelt sich:

- Die Fähigkeit, zeitgenössische Probleme in der Logistik zu verstehen und zu bewältigen;
- Die Fähigkeit, zeitgenössische Probleme im Bereich des Lieferkettenmanagements zu verstehen und zu bewältigen;
- Die Fähigkeit, ein logistisches Vertriebssystem aufzubauen;
- Die Fähigkeit, die Methoden zur Berechnung der Logistikkosten zu kennen;
- Die Fähigkeit, die Methoden zur Berechnung der Logistikkosten zu bewerten.

STATISTIK IN DER FORSCHUNG MARKETINGKOMPETENZ

DEFINITION

Statistik in der Marktforschung ist die Anwendung statistischer Instrumente zur Messung, Analyse und Verknüpfung der Variablen, die in der quantitativen Forschung auf einem Markt eine Rolle spielen. Sie umfasst Kenntnisse über:

- Statistische Zentralisierung, Streuung und Korrelationsparameter;
- Zielsetzung einer kommerziellen Untersuchung;
- Primäre und sekundäre Informationen;
- Akzeptanz von Hypothesen aus der Normalverteilung;
- Geschäftsbericht;
- Infografik;
- Englische Sprache.

SKILLS

Durch die Beherrschung dieser Kompetenz werden die Studierenden in der Lage sein:

- Die Konzepte und die Anwendung einer Auswahl von univariaten und bivariaten quantitativen deskriptiven und inferentiellen Forschungstechniken zu verstehen, um sie in geeigneten Situationen anwenden zu können;



- Interpretation der Ergebnisse einer quantitativen Untersuchung unter Verwendung der erworbenen Konzepte (Zentralisierungs-, Streuungs- und Korrelationsmaße);
- Verwaltung von Anwendungen zur Entwicklung von Daten, Erstellung von Infografiken und Organisation von Aufgaben;
- Entwickeln Sie eine Hypothese und akzeptieren oder verwerfen Sie sie auf der Grundlage der Normalverteilung;
- Anwendung statistischer Methoden für die Entscheidungsfindung in der kommerziellen Forschung;
- Stellen Sie die Ergebnisse grafisch, geordnet und übersichtlich dar.

HALTUNG

Ein Handelsforscher im internationalen Marketing sollte (haben):

- Arbeiten Sie in Teams;
- Kommunikative Haltung;
- Finden Sie offene Lösungen.

INDIKATOREN

Die Indikatoren für diese Kompetenz sind die folgenden:

- Die Indikatoren Zentralisierung, Streuung und Korrelation anwenden und interpretieren können;
- Entwicklung einer Strategie, um auf eine Hypothese zu reagieren (normaler Standard);
- Identifizieren Sie den Kunden, den das Unternehmen erreichen muss;
- Verfassen Sie einen Bericht, in dem die angewandte Methodik und die Schlussfolgerungen dargelegt werden;
- Erstellen Sie eine Infografik.

ANDERE ANWENDUNGEN

Die Methodik des problembasierten Lernens kann auf die folgenden ITHEN-Kompetenzen angewendet werden:

- Kenntnisse im Bereich soziale Medien und Community Manager
- Verkaufstechniken für internationale Märkte
- Strategische soziale Verantwortung der Unternehmen
- Marketing-Management
- Digitales Marketing für internationale Märkte
- Logistik und IT-Struktur in einer Non-Profit-Organisation

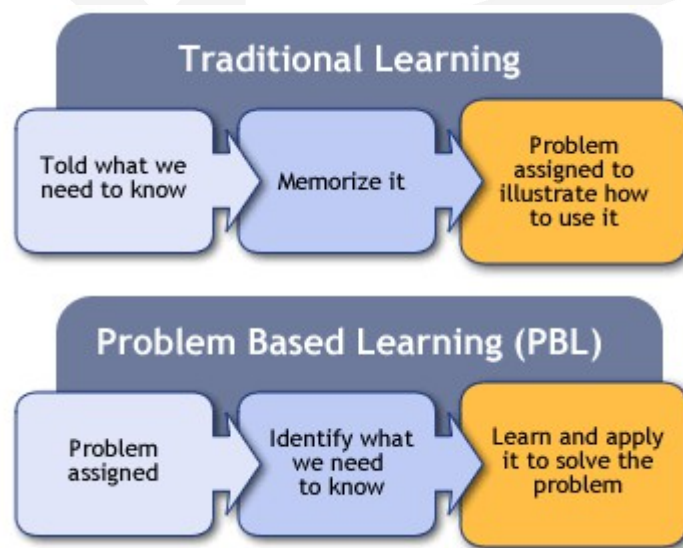
DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Problemorientiertes Lernen (PBL) ist eine Lehrmethode, bei der komplexe reale Probleme als Vehikel genutzt werden, um das Lernen von Konzepten und Prinzipien zu fördern, im Gegensatz zur direkten Präsentation von Fakten und Konzepten. Zusätzlich zu den Kursinhalten kann PBL die Entwicklung von

kritischem Denken, Problemlösungsfähigkeiten und Kommunikationsfähigkeiten fördern. Es kann auch Möglichkeiten für die Arbeit in Gruppen, die Suche und Bewertung von Forschungsmaterialien und lebenslanges Lernen bieten (Duch et al., 2001). PBL kann in jede Lernsituation integriert werden. Bei der engsten Definition von PBL wird der Ansatz während des gesamten Semesters als primäre Lehrmethode eingesetzt. Weiter gefasste Definitionen und Verwendungsmöglichkeiten reichen jedoch von der Einbeziehung von PBL in Labor- und Konstruktionsklassen bis hin zur Verwendung von PBL zur Einleitung einer einzelnen Diskussion. PBL kann auch zur Erstellung von Prüfungsaufgaben verwendet werden. Der rote Faden, der diese verschiedenen Anwendungen verbindet, ist das reale Problem.

Der Vergleich zwischen problemorientiertem Lernen und traditionellem Lernen lässt sich in der folgenden Abbildung zusammenfassen.



Jedes Fachgebiet kann mit ein wenig Kreativität an PBL angepasst werden. Während die Kernprobleme von Fach zu Fach variieren, gibt es einige Merkmale guter PBL-Probleme, die fächerübergreifend sind:

- Das Problem muss die Schüler dazu motivieren, ein tieferes Verständnis der Konzepte zu erlangen;
- Das Problem sollte von den Schülern verlangen, begründete Entscheidungen zu treffen und diese zu verteidigen;
- Die Aufgabenstellung sollte die inhaltlichen Ziele so einbeziehen, dass sie an frühere Kurse/Wissen anknüpft;
- Bei einem Gruppenprojekt muss das Problem so komplex sein, dass die Schüler bei der Lösung zusammenarbeiten müssen;
- Bei einem mehrstufigen Projekt sollten die ersten Schritte des Problems offen und ansprechend sein, um die Schüler in das Problem hineinzuziehen.

Dieses Modell lässt sich wie folgt zusammenfassen: "Die Schüler haben zuvor keine formale Unterweisung in den erforderlichen Hintergrundmaterialien erhalten, und der Lösungsprozess ist wichtiger als das Endprodukt."

LEHRLEITFADEN

Im PBL-Prozess können die Probleme aus einer Vielzahl von Quellen stammen: Zeitungen, Zeitschriften, Journale, Bücher, Lehrbücher und Fernsehen/Filme. Einige sind so beschaffen, dass sie mit wenig



Bearbeitung verwendet werden können; andere müssen jedoch umgeschrieben werden, um von Nutzen zu sein. Die folgenden Richtlinien können bei einfacheren Anwendungen von PBL angewendet werden:

- Wählen Sie eine zentrale Idee, ein Konzept oder ein Prinzip aus, das in einer bestimmten Lehrveranstaltung immer gelehrt wird, und überlegen Sie sich dann eine typische Aufgabe am Ende des Kapitels, die den Schülern normalerweise zugewiesen wird, um ihnen zu helfen, dieses Konzept zu lernen. Listen Sie die Lernziele auf, die die Studierenden bei der Bearbeitung der Aufgabe erreichen sollten.
- Überlegen Sie sich einen realen Kontext für das zu untersuchende Konzept. Entwickeln Sie einen erzählerischen Aspekt für ein Problem am Ende des Kapitels oder recherchieren Sie einen realen Fall, der angepasst werden kann, um die Schüler zur Lösung des Problems zu motivieren. Komplexere Probleme fordern die Schülerinnen und Schüler heraus, über einfaches Einstecken und Tauschen hinauszugehen, um sie zu lösen. Schauen Sie sich Zeitschriften, Zeitungen und Artikel an, um Ideen für die Storyline zu finden. Einige PBL-Praktiker sprechen mit Fachleuten aus der Praxis und suchen nach Ideen für realistische Anwendungen des unterrichteten Konzepts.
- Das Problem muss schrittweise eingeführt werden, damit die Schülerinnen und Schüler in der Lage sind, Lernfragen zu identifizieren, die sie dazu bringen, die angestrebten Konzepte zu erforschen. Im Folgenden finden Sie einige Fragen, die Ihnen bei diesem Prozess helfen können:
 - Wie wird die erste Seite (oder Bühne) aussehen?
 - Welche offenen Fragen können gestellt werden?
 - Welche Lernprobleme werden ermittelt?
 - Wie wird das Problem strukturiert sein?
 - Wie lange wird das Problem andauern?
 - Wie viele Unterrichtsstunden wird es dauern, bis es fertig ist?
 - Erhalten die Schüler während der Bearbeitung der Aufgabe Informationen auf den folgenden Seiten (oder in den folgenden Phasen)?
 - Welche Ressourcen werden die Schüler benötigen?
 - Welches Endprodukt werden die Schülerinnen und Schüler bei der Lösung der Aufgabe erstellen?
- Verfassen Sie einen Leitfaden für die Lehrkraft, in dem die Pläne für die Verwendung des Problems in der Lehrveranstaltung detailliert beschrieben werden.
- Der letzte Schritt besteht darin, die wichtigsten Ressourcen für die Schüler zu ermitteln. Die Schüler müssen lernen, selbständig Lernressourcen zu finden und zu nutzen, aber es kann hilfreich sein, wenn der Ausbilder ihnen einige gute Quellen für den Anfang nennt. Viele Schüler werden sich bei ihren Recherchen auf das Internet beschränken wollen, daher ist es wichtig, sie auch auf die Bibliothek hinzuweisen.

ZEIT

Die Mindestdauer einer Lerneinheit mit dieser Methode beträgt 3 Stunden für Aktivitäten im Unterricht.

BENÖTIGTES MATERIAL

- PC mit Internetzugang;



- Online-Tool für Gruppen-Videokonferenzen (z. B. Microsoft Teams, Zoom, Google Meet...);
- Online-Tool für die gemeinsame Nutzung von Materialien (z. B. Moodle, Microsoft Sharepoint...)
- Online-Tool zur Erstellung sozialer Inhalte und zur Schulung der Kreativität, wie z. B.:
 - o Werkzeuge zur Erstellung von Storyboards;
 - o Tools zum Erstellen und Bearbeiten von Videos .

DIE INNOVATION

Diese Methodik ist innovativ, da die Methode zur Verteilung eines PBL-Problems unter drei eng miteinander verbundene Lehrtechniken fällt: Fallstudien, Rollenspiele und Simulationen. Die Fallstudien werden den Schülern in schriftlicher Form vorgelegt. Bei Rollenspielen improvisieren die Schüler Szenen auf der Grundlage vorgegebener Charakterbeschreibungen. Bei Simulationen kommen häufig computergestützte Programme zum Einsatz. Unabhängig davon, welche Technik verwendet wird, bleibt der Kern der Methode derselbe: das reale Problem.

ONLINE-ANWENDUNG

Die Methode des problemorientierten Lernens umfasst vier Schritte, die von Lehrkräften und Lernenden befolgt werden müssen:

Schritt 1: Wählen Sie eine zentrale Idee, ein Konzept oder ein Prinzip, das in einer bestimmten Lehrveranstaltung immer gelehrt wird, und überlegen Sie sich dann eine typische Aufgabe am Ende des Kapitels, eine Hausaufgabe oder einen Auftrag, die bzw. der den Schülerinnen und Schülern normalerweise zugewiesen wird, damit sie dieses Konzept lernen.

Schritt 2: Überlegen Sie sich einen realen Kontext für das betrachtete Konzept. Entwickeln Sie einen Erzählaspekt für ein Problem am Ende des Kapitels oder recherchieren Sie einen realen Fall, der angepasst werden kann, um die Schüler zur Lösung des Problems zu motivieren.

Schritt 3: Das Problem muss schrittweise eingeführt werden, damit die Schülerinnen und Schüler in der Lage sind, Lernfragen zu identifizieren, die sie dazu bringen, die angestrebten Konzepte zu erforschen.

Schritt 4: Der letzte Schritt besteht darin, die wichtigsten Ressourcen für die Schüler zu ermitteln. Die Schüler müssen lernen, selbständig Lernressourcen zu finden und zu nutzen, aber es kann hilfreich sein, wenn der Ausbilder ihnen einige gute Quellen für den Anfang nennt.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSTRUMENTE

Der Lernende entwickelt sich:

- Die Fähigkeit, aktuelle Themen der Logistik zu verstehen und zu behandeln;
- Die Fähigkeit, zeitgenössische Probleme im Bereich des Lieferkettenmanagements zu verstehen und zu bewältigen;
- Die Fähigkeit, ein logistisches Vertriebssystem aufzubauen;
- Die Fähigkeit, die Methoden zur Berechnung der Logistikkosten zu kennen;
- Die Fähigkeit, die Methoden zur Berechnung der Logistikkosten zu bewerten.

Die folgenden Bewertungsinstrumente werden für jeden Kompetenzindikator verwendet:

- Quiz
- Auswahl der Bewertungsinstrumente.
- Problem-Diagramm.
- Zielsetzungen und Wirkungsdiagramme.



- Entscheidungsdiagramm.
- Fragebogen zur Umfrage.
- Kontextbezogene Indikatoren.
- Interview.
- Schwerpunktgruppe.

BENUTZERGESCHICHTE

Der Studiengang Logistikmanagement an der Muğla Sıtkı Koçman Universität wurde im Fachbereich Internationaler Handel und Finanzen durchgeführt. Die Studenten der Abteilung für internationalen Handel und Finanzen befassen sich mit dem Problem der Gestaltung eines Logistiknetzes für internationale Unternehmen. Die Gestaltung von Logistiknetzwerken ist eines der wichtigsten Probleme im Bereich des Lieferkettenmanagements. Daher lernen die Studierenden die Gestaltung von Logistiknetzwerken und die Lösung des Problems auf den drei Ebenen: Lieferant, Großhändler und Einzelhändler. In dem Netzwerk präsentieren die Schüler ihre Ansichten und Lösungen auf den drei Ebenen. Außerdem sind sich die Schüler der vielen Faktoren bewusst, die die Auswahl der Fahrzeuge für den Transport von Produkten beeinflussen.

Nach der Umsetzung dieses Modells in diesem Kurs kann gesagt werden, dass problemorientiertes Lernen (PBL) eine nützliche Lehrmethode ist, bei der komplexe reale Probleme als Werkzeug verwendet werden, um das Lernen von Konzepten durch die Studierenden zu fördern, im Gegensatz zur direkten Präsentation von Fakten und Konzepten.

REFERENZEN

- **Alvarstein, V., & Johannesen, L. K. (2001).** Problembasierter Lernansatz für den Unterricht der Unterstufe in Logistik und Transport. Internationale Zeitschrift für physischen Vertrieb und Logistikmanagement.
- **Duch, B. J., Groh, S. E. & Allen, D. E. (Eds.). (2001).** Die Macht des problemorientierten Lernens. Sterling, VA: Stylus.
- **Savery, J. R. (2015).** Überblick über problembasiertes Lernen: Definitions and distinctions. Essential readings in problem-based learning: Exploring and extending the legacy of Howard S. Barrows, 9, 5-15.
- **Schmidt, H. G. (1983).** Problemorientiertes Lernen: Rationale und Beschreibung. Medizinische Ausbildung, 17(1), 11-16.



BUSINESS GAME

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>5 - 50</i>
Persönlich / online	<i>nicht relevant</i>
Erforderliche Zeit	<i>mindestens 4 Sitzungen</i>
Erforderliche Werkzeuge	<i>Projektor</i>
Einbindung von Interessengruppen	<i>Y: in der Regel ein Unternehmen</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	<i>Y: einige Grundkenntnisse in Betriebswirtschaft und Innovation</i>
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>hohe Motivation</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>keine</i>
Bewertung	<i>Ex-ante- und Ex-post-Bewertungstests, Ex-ante-Befragungen</i>

ZIEL

Diese Methodik wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung der **Verkaufstechniken für internationale Märkte** untersucht, die wir bei den Studenten unserer internationalen gemeinsamen Kurse entwickeln wollen.

VERKAUFSTECHNIKEN FÜR INTERNATIONALE MÄRKTE KOMPETENZ

DEFINITION

Die Kompetenz "**Verkaufstechniken für internationale Märkte**" ist definiert als die Fähigkeit, Vereinbarungen mit dem Kunden abzuschließen.

Sie umfasst Kenntnisse über:

- Verkaufsstrategien;
- Verkaufstechniken;
- Techniken der Kundensegmentierungsanalyse;
- Vertragliche Elemente;
- Englische Sprache;
- Elemente des internationalen Zahlungsverkehrs;
- Elemente des kulturellen Bewusstseins;
- Elemente des internationalen Handelsrechts.

SKILLS

Die Beherrschung dieser Kompetenz bedeutet, in der Lage zu sein:



- Anwendung wirksamer Kommunikationstechniken;
- Anwendung von Verhandlungstechniken;
- Anwendung von Verkaufstechniken im Dienstleistungsbereich;
- Motivationsmethoden anwenden;
- Anwendung von Techniken zur Kundensegmentierung;
- Techniken der zwischenmenschlichen Kommunikation anwenden;
- Anwendung interkultureller Kommunikationstechniken;
- Anwendung von Techniken des aktiven Zuhörens;
- Anwendung von Techniken zur Kundeninteraktion;
- Verwendung der englischen Sprache für den normalen geschäftlichen Austausch, einschließlich des technischen Austauschs.

HALTUNG

Der perfekte Verkäufer auf den internationalen Märkten sollte über diese Eigenschaften verfügen:

- eine offene Haltung gegenüber anderen Kulturen;
- kommunikative Haltung;
- pro-aktivität.

INDIKATOREN

Bei der Entwicklung dieser Kompetenz sollte der Lernende in der Lage sein:

- verschiedene Arten von Kunden zu identifizieren;
- eine fruchtbare Verhandlung zu simulieren;
- verschiedene Sprachregister erkennen, die in unterschiedlichen Situationen verwendet werden können;
- Identifizieren Sie die Hauptmerkmale der am Verkaufsprozess beteiligten Kulturen;
- die relevanten internationalen Handelsgesetze für jeden Verkaufsprozess zu ermitteln.

ANDERE ANWENDUNGEN

- Kreativität und Innovation;
- Innovationsmanagement;
- Marketing-Management;
- Management und Planung in Non-Profit-Organisationen;
- Digitales Marketing für internationale Märkte.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Das Planspiel ist ein Wettbewerb, bei dem Schülerteams gegeneinander antreten, um eine Lösung für eine von einem Unternehmen ihres Sektors gestellte "Herausforderung" zu entwickeln.

Die Unternehmen schlagen Fälle vor, die Folgendes beachten müssen:

1. Sie muss in den Bezugsbereich der Kurse fallen.
2. Sie muss als Bitte um Unterstützung/Hilfe vom Unternehmer an die Schülerteams formuliert werden (z. B. "Ich möchte ein neues Produkt in den Katalog aufnehmen, aber ich weiß nicht,



- welches", "Ich möchte eine von mir angebotene Dienstleistung verbessern", "Ich möchte in einen Markt eintreten, auf dem ich noch nicht präsent bin, helfen Sie mir zu verstehen, wie").
3. Es muss sich um ein echtes Problem handeln (das im Unternehmen auftritt oder aufgetreten ist).
 4. Sie muss für die jeweiligen Projektphasen geeignet sein:
 - o Eine erste Markt-/Produkt-/Dienstleistungsstudie
 - o Der erste Entwurf der Basislösung
 - o Ein fortschrittliches technisches Design der Lösung
 - o Ein Budget und ein Kommunikationsplan
 - o Ein Elevator Pitch mit einer Abschlusspräsentation.

Die Teams, die aus 5 Schülern bestehen, entwickeln ein Projekt mit verschiedenen Phasen. Gleichzeitig erhalten die Schüler eine Ausbildung in Hard- und Soft Skills. Es ist eine Spielstrategie enthalten, die einen Wettbewerb zwischen den Schülerteams auslöst. Das Spiel beinhaltet regelmäßige Kontrollpunkte, an denen die Bewertung des Projektfortschritts und die Rangfolge der Teams aktualisiert werden. Im letzten Schritt präsentieren die Teams ihr komplettes Projekt vor einer Jury, die sich aus Unternehmensreferenten und Moderatoren zusammensetzt, mit dem Ziel, ihre Lösung zu "verkaufen". Die Gewinner des Wettbewerbs werden prämiert.

LEHRLEITFADEN

1. Definieren Sie die Kompetenzen, die Sie entwickeln wollen;
2. Ermitteln Sie den Arbeitsbereich, in dem Sie die Kompetenzen entwickeln können;
3. Identifizieren Sie innerhalb (oder außerhalb) Ihres Netzwerks die Unternehmen, die in dem oben definierten Sektor tätig sind;
4. Legen Sie gemeinsam mit dem Unternehmen die Einzelheiten der Tätigkeit fest:
 - a. Inhalt (welche Art von Projekt soll den Schülern vorgeschlagen werden)
 - b. Timing
 - c. Einbindung des Unternehmens (Teilnahme an Sitzungen und Bewertung der Ergebnisse, mögliche Teilnahme an der Schulung von Hard Skills)
 - d. Nutzen für das Unternehmen (z. B. die Möglichkeit, dass qualifizierte Studenten an einem realen Unternehmensproblem arbeiten; die Möglichkeit, Praktikanten unter den teilnehmenden Studenten auszuwählen)
5. Legen Sie die Inhalte der Ausbildung fest, die den Studenten und Professoren vermittelt werden sollen;
6. Planen Sie die Treffen und Kontrollpunkte mit Studenten und Unternehmensvertretern;
7. Bereiten Sie die Bewertungskriterien und -bögen für die Projekte der Schüler vor.
8. Finde eine Trophäe für das Siegerteam.
9. Start!

ZEIT

Es wird empfohlen, mindestens zwei Wochen lang aktiv zu sein, mit:

- ein Kick-off-Meeting (2 Stunden)
- mindestens einen Zwischenkontrollpunkt (2 Stunden)
- Abschlussitzung zur Bewertung und Preisverleihung (2 Stunden).

Parallel dazu sollten Sie mit den Schülern Schulungen zu Hard- und Soft Skills organisieren.

BENÖTIGTES MATERIAL

- PC mit Internetzugang;



- Online-Tool für Gruppen-Videogespräche (z. B. Microsoft Teams, Zoom, Google Meet);
- Unternehmen!

DIE INNOVATION

Das Planspiel ist eine innovative Methode zum Lernen durch Handeln und Spielen. Es fördert das Engagement und die Kreativität der Schüler. In diesem Fall kann eine zusätzliche Innovation durch die Einbeziehung von **internationalen Unternehmen** ausgelöst werden, die sich immer durch ihre Dynamik oder kulturelle Unterschiede auszeichnen. Bei der Zusammenarbeit mit ihnen müssen die Schüler auf die Besonderheiten ihrer Märkte und Kunden sowie auf die internationalen und lokalen Vorschriften achten. Darüber hinaus müssen sie in englischer Sprache arbeiten und für jede Situation das am besten geeignete Sprachregister wählen.

Diese Methodik kann gut für die Entwicklung der **Verkaufstechniken für internationale Märkte** genutzt werden. Die Fähigkeit des Verkaufens wird insbesondere in der Abschlussrede eingesetzt, in der die Schüler ihre Lösung an das Unternehmen "verkaufen" müssen, indem sie ihren Vorschlag gegenüber den Vorschlägen der anderen Teams begründen und unterstützen.

ONLINE-ANWENDUNG

Für eine Online-Anwendung dieser Methodik gibt es keine Grenzen.

Alle Aktivitäten können online durchgeführt werden, dank der Möglichkeit, Gruppen und Untergruppen für Videoanrufe und Chats zu erstellen. Hier finden Sie ein Beispiel für die Verwendung von Gruppen und Untergruppen zur Durchführung von Online-Aktivitäten mit Microsoft Teams und Zoom:

	WERKZEUG	LIVE-TREFFEN
PLENARTAGUNG	Vergrößern	Ausbildung in Hard Skills
STUDENTENGRUPPEN	Microsoft Teams	- Treffen der autonomen Gruppe - Vom Facilitator organisierte Treffen - Beratungstisch mit dem Vermittler/Unternehmen (auf Anfrage)
KLASSENKANAL	Microsoft Teams	- Anpfeiff - Schulung von Soft Skills - Kontrollpunkte

Wenn möglich, ist es wünschenswert, die Auftaktveranstaltung offline abzuhalten, da dies die Schaffung von Engagement besser gewährleistet. Auch die Abschlusspräsentation und die Preisverleihungszeremonie können als Gelegenheit zum Netzwerken und Feiern offline abgehalten werden.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSTRUMENTE

An jedem Kontrollpunkt präsentieren die Schüler ihre Arbeit ihren Betreuern, die ihre Fortschritte und die Entwicklung der Kompetenzen bewerten. Darüber hinaus stellen die Moderatoren an jedem Kontrollpunkt eine neue kleine Aufgabe für die Schüler (z. B. die Verwendung eines bestimmten Werkzeugs für die folgende Phase).

Es werden vier Kontrollpunkte vorgeschlagen, die zu bewerten sind:

- 1) die Projektidee der Gruppe (Idee, Logo, Claim, Vision, Mission, Marktanalyse, Entwurf eines Geschäftsmodells, usw.)



- 2) Konkrete Entwicklung der Geschäftsidee (z. B. im Falle einer Website oder einer App, Analyse ihrer Erstellung und mögliches Prototyping)
- 3) Vorläufige Dokumente über den Wirtschafts- und Kommunikationsbereich (Kommunikationsstrategien und -instrumente, Geschäftsplan)
- 4) Präsentation der endgültigen Projektideen.

Die Moderatoren erhalten ein gemeinsames Referenzblatt für ihre Bewertung. Die letzte Präsentation wird direkt vom Unternehmen zusammen mit dem Moderator bewertet.

USER STORY

Federico ist der Mentor einer Gruppe von Studenten der Fondazione ITS JobsAcademy. Im Gespräch mit Monica, der Koordinatorin des Kurses für *internationales Marketingmanagement*, stellt er fest, dass die Studenten nur über begrenzte Verkaufskompetenzen verfügen. Da diese Kompetenz eines der Hauptziele des Kurses ist, kommen Federico und Monica überein, eine zusätzliche Aktivität mit den Studenten zu organisieren, bei der die Methodik des Planspiels zum Einsatz kommt.

Woche 0: Monica identifiziert sofort das Unternehmen, das sie einbeziehen will: Tebby spa, das im Automobilssektor tätig ist und einen großen Exportfluss nach Spanien hat. Gemeinsam mit dem Unternehmen finden sie das richtige Projekt, das sie den Studierenden vorschlagen können: den Verkauf eines neuen Bremsentyps auf dem spanischen Markt, der sich von der Konkurrenz der lokalen Unternehmen abhebt.

Woche 1: Federico organisiert das Kick-off-Meeting mit den Studenten und dem Unternehmen, bei dem er die Aktivität erklärt und der Exportmanager von Tebby spa seine Anfrage vorstellt. Die Schüler werden in sechs 5er-Gruppen eingeteilt, und am Ende des Treffens weist Federico den Schülern die erste Aufgabe zu: die Ausarbeitung ihrer ersten Idee, die beim ersten Checkpoint nach einer Woche präsentiert werden soll. Die Gruppen beginnen sofort mit ihrer eigenständigen Arbeit, und gleichzeitig beginnt Monica mit einigen Schulungen zur Entwicklung einer Geschäftsidee.

Woche 2: Dank der Schulung und einiger von Federico organisierter Beratungsgespräche kommen die Gruppen mit einigen guten Ideen zum ersten Kontrollpunkt. Federico bewertet sie und erstellt eine erste Rangliste. Dann weist Federico den Gruppen die nächste Aufgabe zu: Sie sollen ihre Geschäftsidee detailliert ausarbeiten und eine Kommunikationsstrategie entwerfen. All dies muss dem Unternehmen bei der Abschlusssitzung in der folgenden Woche direkt präsentiert werden.

Woche 3: Federico organisiert das Abschlusstreffen mit Monica und dem Unternehmen. Hier stellen die sechs Gruppen ihre Ideen dem Exportmanager von Tebby spa vor. Sie stellen ihre Projekte vor, als wären sie externe Berater, die versuchen, ihre Idee dem Unternehmen zu verkaufen. Schließlich schätzt der Exportmanager alle Projekte, aber eines von ihnen überzeugt ihn mehr, weil es die Besonderheiten des spanischen Marktes berücksichtigt.

Dieses Projekt gewinnt das Spiel und alle Schüler dieser Gruppe erhalten ein Referenzschreiben des Unternehmens.

REFERENZEN

- <https://jac-its.it/jac-business-game/>



SIMULATION EINER WISSENSMANAGEMENT-ANALYSE

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>5-25, Arbeit in kleinen Gruppen, bis zu 5 Schüler/Gruppe</i>
Persönlich / online	<i>Persönlich und online ist möglich, aber von Angesicht zu Angesicht ist besser</i>
Erforderliche Zeit	<i>Mindestens 4 Wochen/ besser 8 Wochen für den gesamte Lehrplan: zu Beginn wird ein 1-2-tägiger Workshop empfohlen, um den Schülern die Themen näher zu bringen. Danach arbeiten sie 3 Wochen lang in Gruppen (1 Seminar pro Woche zur Berichterstattung über den Prozess) und in der vierten Woche (Ende des Projekts) wird ein Tagesseminar zur Präsentation der Ergebnisse abgehalten.</i>
Erforderliche Werkzeuge	<i>Während der persönlichen Sitzungen: Projektor, Whiteboard mit Karten und Stiften für jede Gruppe. Online: interaktives Online-Whiteboard, z. B. Miro, Computer, Internetverbindung.</i>
Einbindung von Interessengruppen	<i>N/ falls vorhanden, könnte ein Unternehmen als Beispiel herangezogen werden.</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	<i>Y / Der Lehrer sollte mit dem Konzept des Wissensmanagements vertraut sein und die Methoden des projektbasierten Lernens kennen, die auch in der Simulationsmethodik angewendet werden können.</i>
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>Auswählen: Hohe Motivation / Interesse an der Analyse und Reflexion von Arbeitswelten, Interesse und Grundkenntnisse in Betriebswirtschaftslehre</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>Sonstige Merkmale: Berufserfahrung in einem Unternehmen wäre hilfreich (z. B. Praktikum oder Studentenjob)</i>
Bewertung	<i>Tests vor und nach der Bewertung, Interviews, Präsentation der Abschlussarbeit</i>

Erasmus+ 2020-1-IT02-KA203-079561

ZIEL

Diese Methodik wurde auf ihre Anwendbarkeit für die Entwicklung der Kompetenz **"Wissensmanagement als Auslöser für die Organisationsentwicklung"** untersucht, die wir mit den Studenten unserer internationalen gemeinsamen Kurse entwickeln wollen.

WISSENSMANAGEMENT ALS TRIGGER FÜR ORGANISATIONSENTWICKLUNG

DEFINITION

Wissensmanagementkompetenz beinhaltet die Fähigkeit, Schlüsselinformationen, Wissen und Daten zu identifizieren, über die eine Organisation verfügen muss, um ihre Ziele zu erreichen. Auf der Seite der Organisationsentwicklung umfasst die Kompetenz erstens die Fähigkeit, den Status quo zu analysieren, einschließlich der Schlüsselpersonen, der relevanten Technologien, der Prozesse und der Führung. Zweitens bezieht sich das Wissensmanagement auf die Fähigkeit, die notwendigen Schritte zur



Verbesserung des Wissensmanagements einer Organisation zu planen und zu unternehmen.

SKILLS

- Kenntnis der einschlägigen technischen Hilfsmittel für das Informations- und Datenmanagement und ein allgemeines Verständnis für deren Funktionsweise, Zulassung und Anwendung
- ein grundlegendes Verständnis der Prozesse und des menschlichen Faktors in Organisationen auf der Grundlage einschlägiger Modelle zu besitzen
- Methoden zur Organisationsanalyse kennen und anwenden (Datenerhebungsmethoden wie Umfragen oder Fokusgruppeninterviews sowie Datenanalyse und Visualisierung)
- Veränderungsprozesse in Organisationen durch die Anwendung von Kommunikationsfähigkeiten, die Moderation von Workshops oder die Präsentation von Ergebnissen begleiten zu können.

HALTUNG

- die Verbindung zwischen technischem und nichttechnischem Personal verstehen und überbrücken
- hohe Wertschätzung und kulturelle Sensibilität nicht nur für die Menschen, sondern auch für das Umfeld, in dem sie tätig sind
- Lösungs- und Ressourcenorientierung; die Fähigkeit, Herausforderungen ressourcenorientiert wahrzunehmen und zu bearbeiten
- Kooperations- und Beziehungsorientierung
- konstruktivistisch-relativistische Einstellung zu unserem eigenen Wissen und unserer Sprache

INDIKATOREN

- Der Schüler kennt den Unterschied zwischen Daten, Informationen und Wissen in einer Organisation/einem Unternehmen.
- Der Schüler kennt verschiedene Arten von Wissen, die für die Führung eines Unternehmens oder die Vermarktung eines Unternehmens erforderlich sind.
- Die Studierenden kennen und nutzen Instrumente zur Analyse von Daten, Informationen und Wissen in einer Organisation/einem Unternehmen.
- Die Studierenden kennen Instrumente und Methoden für die Entwicklung und Umsetzung einer KM-Strategie und können diese anwenden.

ANDERE ANWENDUNGEN

Die Methodik kann auf alle vom ITHEN-Netz ermittelten Kompetenzen angewendet werden.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

In Gruppen übernehmen die Studierenden die Rolle eines Beraterteams und führen eine Wissensmanagementanalyse durch. Auf diese Weise erweitern die Studierenden ihre Fähigkeiten in der Organisationsanalyse, im Projektmanagement in Teams und in der partizipativen, qualitativen

Forschung. Die professionelle Referenz, die angewandt und untersucht wird, ist der KM-Rahmen.

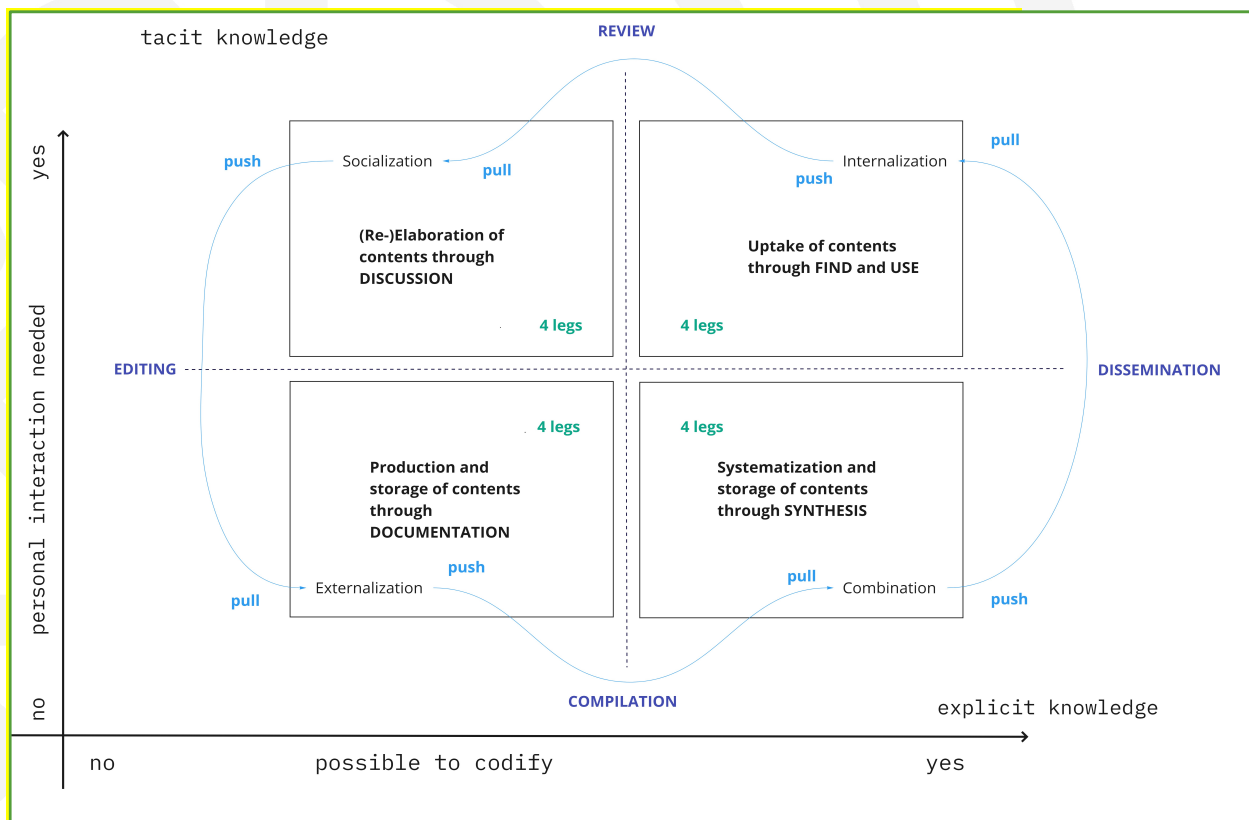


Abbildung 1: Der KM-Rahmen hilft, Prozesse in Organisationen zu verstehen.

Das pädagogische Produkt der Methodik ist eine visuelle Darstellung der Wissens- und Informationsflüsse zwischen Institutionen und Menschen. Um sie zu erstellen, führen die Schüler kleine Interviews durch, bei denen sie von ihren Lehrern begleitet werden.

Zu Motivationszwecken wenden die Schüler die Methodik auf ihr konkretes Umfeld an, indem sie eines von zwei Szenarien wählen, das ihren Bedürfnissen entspricht:

1. das Wissensmanagement innerhalb ihrer Schule / ihres Kurses usw. zu analysieren oder
2. das Wissensmanagement eines Unternehmens zu analysieren, mit dem sie z. B. im Rahmen eines Praktikums zusammenarbeiten.

LEHRLEITFADEN

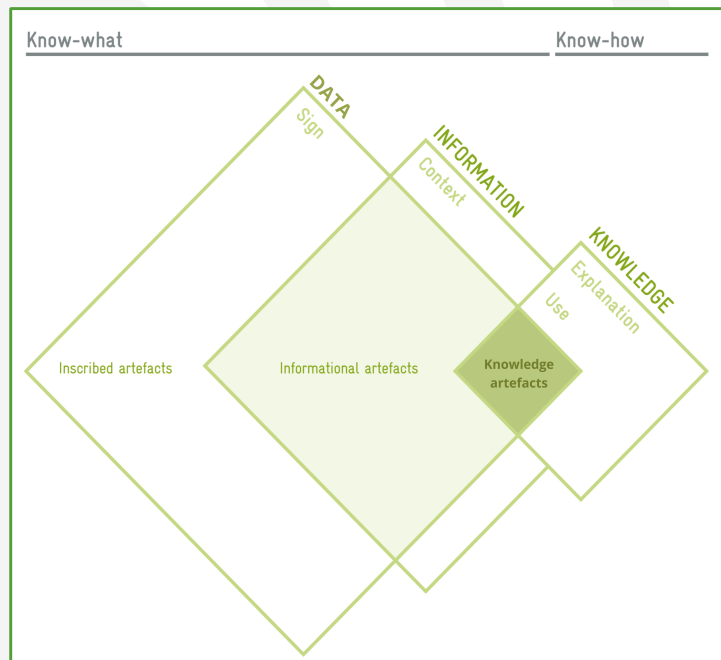
Rolle des Lehrers: Moderator, der den Rahmen für die unabhängige Arbeit der Schüler schafft. Der Ansatz ist hybrid (online und offline) und in Phase 2 asynchron.

Phase 1: Vorbereitung (1-2 Tage)

In dieser Phase werden die erforderlichen Fachkenntnisse erworben, die Rollen festgelegt und die Aufgaben geplant:

- (1) Hintergrundwissen: Einführung in das KM-Framework (sehen Sie sich Beispielvisualisierungen an, um die Methodik zu verstehen); Produkt: Entwerfen Sie ein Quiz zum KM-Framework

- (2) Planung I: Aufteilung der Klasse in Teams; Planung der Analyse; Festlegung des Forschungsbereichs; Produkt: Arbeitsplan
- (3) Planung II: Entwurf des Fragebogens; Pilotprojekt mit Gruppenmitgliedern; Überarbeitung des Produkts: Fragebogen.



Grafik 2: Die Schüler lernen, Daten, Informationen und Wissen zu unterscheiden.

Phase 2: Verwirklichung (flexibel: 4-8 Wochen)

Die Teams arbeiten selbstständig an der Analyse. Die Lehrer leiten sie an und treffen sich alle zwei Wochen.

Woche 1 und 2: Durchführung von Interviews, Dokumentation

Woche 3: Visualisierung der Ergebnisse / Entwurf einer Präsentation

Produkt: Visualisierung(en) und deren Präsentation

Phase 3: Präsentation der Ergebnisse (1 Tag)

Die Gruppen kehren an ihren Hauptsitz zurück, präsentieren ihre Ergebnisse und erhalten Feedback von den Kunden (anderen Teams). Die Schüler reflektieren den Prozess individuell (in schriftlicher Form).

ZEIT

Zwei Workshops zu je 3 Stunden + 2 Arbeiten in Eigenregie.

Der größte Teil der Arbeit erfolgt unabhängig.

BENÖTIGTES MATERIAL

- Wissensmanagement-Rahmen
- Beispiel für eine Visualisierung einer Analyse (siehe z. B. Source on Community Mapping)
- Rollenkarten zur Festlegung der Rollen im Team



DIE INNOVATION

Eine detaillierte Analyse des Wissensmanagements kann nur in einem praktischen Umfeld erlernt werden. Außerdem braucht es Zeit, um ein tieferes Verständnis zu erlangen. Daher wurde beschlossen, eine Methodik zu entwickeln, die sich eng an der realen Arbeit von Beratern orientiert, die Organisationen im Wissensmanagement unterstützen, jedoch auf einer didaktischen Vereinfachung basiert.

Die Methodik ist innovativ, da die Lehrkraft von Anfang an die Rolle eines Moderators oder - in den Worten des agilen Projektmanagements - des Scrum Masters¹ übernimmt. Sie oder er sorgt dafür, dass die Schülerteams über das notwendige Material und Wissen verfügen, um ihre Arbeit selbständig zu organisieren, und unterstützt jeden in seinen individuellen Bedürfnissen. Dieser realistische Rahmen wird durch den hybriden Ansatz in Phase 2, der dem modernen Projektmanagementansatz Scrum folgt, weiter unterstützt. Schließlich werden die Kompetenzen, die die Studierenden erwerben, für das digitale Zeitalter relevant sein (Quelle), da sie sowohl Aspekte des IT-Wissens als auch der Organisationsentwicklung in einem systemischen Ansatz verbinden. Auf diese Weise wird nicht nur das interdisziplinäre Denken gefördert, sondern die Studierenden zeichnen sich auch durch praxisnahe Tools aus.

ONLINE-ANWENDUNG

Die vorgeschlagene Simulation kann sehr gut online oder in einer hybriden Umgebung implementiert werden.

Bei einer Online-Bewerbung sollte die erste Phase in zwei Schritte unterteilt werden:

1. Nach dem "Flipped Classroom"-Ansatz können die Studierenden den Rahmen für das Wissensmanagement und die Entwicklung von Fragebögen unabhängig und in ihrem eigenen Tempo studieren. Quizze oder Fragen (z. B. mit Kahoot oder sogar auf interaktivere Weise mit einem Miro-Board) können zur Verbesserung des Lernens eingesetzt werden.
2. Für die konkrete Planung der Phase 2 sollte die Lehrkraft mit jedem Team eine Videokonferenz zur Planung einrichten.

Die zweite Phase wird von den Schülern selbständig durchgeführt. Zwei mögliche Werkzeuge können empfohlen werden:

- Für die Organisation des Projektmanagements im Team kann der Lehrer entweder in Trello oder Miro Boards einrichten.
- Eine empfehlenswerte kostenlose Videokonferenzplattform für die Durchführung der Interviews ist Jitsi.

Je nach Größe der Klasse gibt es zwei Möglichkeiten, die Präsentationen online zu realisieren:

- Für kleinere Klassen können Sie eine Videokonferenz einrichten, in der Präsentationen gehalten werden.
- Bei größeren Klassen kann es effektiver sein, die Schüler zu bitten, ihre Ergebnisse aufzuzeichnen, z. B. in einem Video. Es ist auch möglich, eine Diskussion in einem World-Café-Format anzustoßen. Schließlich wird auch eine sehr motivierende interaktive Plattform, nämlich gather.town, vorgeschlagen.

¹Eine Einführung in SCRUM finden Sie unter <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-US.pdf>



Das abschließende Feedback und die Reflexion des Prozesses können über ein Padlet erfolgen, das von der Lehrkraft vorbereitet wurde.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSINSTRUMENTE

Die formative Beurteilung sollte im Mittelpunkt dieser projektbasierten Methodik stehen. Vor allem in Phase 2 werden die Schüler aufgefordert, ihre unfertigen Produkte regelmäßig abzugeben und ein Feedback für ihre weitere Arbeit zu erhalten. Um eine Bewertung zu erreichen, die mehrere Ebenen der Bloom'schen Taxonomie berücksichtigt, können die folgenden Ansätze verwendet werden:

- **Test** der Kenntnisse der grundlegenden Terminologie, Konzepte und Methoden des OneOffTech Knowledge Management Frameworks: Hier wird ein Fragebogen (Test) empfohlen, der sowohl on- als auch offline durchgeführt werden kann. Um sicherzustellen, dass sich die Studierenden der Anwendung des Rahmens bewusst sind, sollte der Fragebogen hauptsächlich Fragen enthalten, die Theorie und Beispiele miteinander verbinden.
- **Präsentation der Ergebnisse der Analyse:** Das Feedback zu den Präsentationen hilft den Studierenden zu verstehen, wie sie den Einsatz von Instrumenten zur Analyse von Wissensflüssen in Organisationen verbessern können. Die Feedback-Kriterien sollten für die Studierenden transparent sein und - wenn möglich - im Vorfeld gemeinsam erarbeitet werden.
- **Reflexion über den Prozess:** Die abschließende Reflexion des Prozesses findet individuell statt, indem jeder Schüler einen Aufsatz über die Gruppenarbeit und die wichtigsten gelernten Konzepte schreibt. Auf diese Weise wird ein tieferes Verständnis gewährleistet.

USER STORY

Die hier vorgeschlagene Methodik kann sehr gut zur Förderung praxisorientierter Elemente in einem Lehrplan verwendet werden. Es wird daher nicht nur vorgeschlagen, sondern auch empfohlen, die Umsetzung mit Praktika der Studierenden zu verbinden.

Es gibt zwei Möglichkeiten, wie Studierende die Methodik in ihrem Praktikum anwenden können:

1. Lassen Sie die Studierenden während ihres Praktikums an der Analyse arbeiten. In diesem Fall findet Phase 1 statt, bevor die Schüler ihre Arbeit in einem Unternehmen/einer Organisation aufnehmen. Phase 2 wird dann von der Lehrkraft während des Praktikums begleitet. Die regelmäßigen Besprechungen können sehr hilfreich sein, um den regelmäßigen Kontakt zwischen Betreuer und Schüler zu verbessern. Phase 3 schließlich findet zurück in der Klasse statt.
2. Die Studierenden führen die Analyse nach ihren Praktika durch. In diesem Fall wählt jedes Team ein Unternehmen / eine Organisation aus, bei dem/der eines der Teammitglieder sein Praktikum absolviert hat. Die Auswahl sollte auf den Interessen des Teams und auf der Zuverlässigkeit des Kontakts basieren.

Wir empfehlen die Version (1), da sie den Studierenden eine tiefer gehende Analyse ermöglicht. Bei beiden Versionen ist es jedoch wichtig, die Anwendung vorher mit allen betroffenen Unternehmen/Organisationen zu besprechen. Außerdem müssen die Lehrkräfte sicherstellen, dass die Schülerinnen und Schüler über die Datenschutzgesetze und die Unternehmensvorschriften informiert sind, die beachtet werden müssen.

REFERENZEN



- **Armstrong, Patricia.** Bloom's taxonomy. Vanderbilt University Center for Teaching, 2010. <https://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/blooms-taxonomy/> (letzter Zugriff: 20. März 2021)
- **Colombo, Gianluca:** Wissensmanagement: vom Engpass zum Erfolgsfaktor. Berlin, 2020. <https://oneofftech.xyz/assets/km-f.pdf> (letzter Zugriff: 20. März 2021)
- **eduScrum Team:** Der eduScrum-Leitfaden. Niederlande, 2020. https://www.eduscrum.nl/img/The_eduScrum_guide_English_2.pdf (letzter Zugriff: 20. März 2021)
- **Große Schulpartnerschaft:** "Formative assessment." in: The Glossary of Education Reform. 2014. [https://www.edglossary.org/formative-assessment/#:~:text=Formative %20Beurteilung%20bezieht%20sich%20auf%20eine,Lektion%20C%20Einheit%20oder%20Kurs](https://www.edglossary.org/formative-assessment/#:~:text=Formative%20Beurteilung%20bezieht%20sich%20auf%20eine,Lektion%20C%20Einheit%20oder%20Kurs) (letzter Zugriff: 20. März 2021)
- **Vereint für die Jugend. The Community Mapping Toolkit.** https://www.unitedforyouth.org/sites/default/files/2020-08/Community%20Mapping%20Toolkit_A%20Guide%20to%20Community%20Assessment.pdf (letzter Zugriff: 20. März 2021)



METHODIK DES RECHNERGESTÜTZTEN DENKENS

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>Min. 6 und max. 20</i>
Persönlich / online	<i>Am besten von Angesicht zu Angesicht eingesetzt</i>
Erforderliche Zeit	<i>4 Stunden pro Sitzung; die Anzahl der Sitzungen hängt vom Lehrplan ab</i>
Erforderliche Werkzeuge	<i>Wi-fi, ein Computer für jede Gruppe, Online-Ressourcen</i>
Einbindung von Interessengruppen	<i>Nicht erforderlich</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	<i>Eine spezielle Ausbildung kann hilfreich sein, ist aber nicht zwingend erforderlich, vor allem, wenn die Lehrkraft ein naturwissenschaftliches Studium absolviert hat.</i>
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>Hohe Motivation</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>Die Schüler müssen über mathematische Grundkenntnisse verfügen</i>
Bewertung	<i>Nicht relevant (Lehrer können ihre üblichen Methoden anwenden)</i>

ZIEL

Diese Methodik wurde für die Entwicklung der **Logistik- und IT-Strukturen in Non-Profit-Organisationen** (als ein spezifischer Teil der Logistikmanagement-Kompetenz) untersucht, die wir bei den Studenten unserer internationalen gemeinsamen Kurse entwickeln wollen. Folglich bieten wir ihnen einen praktischen und analytischen Ansatz, der ihnen helfen wird, erfolgreich in den Arbeitsmarkt einzutreten und starke Problemlösungs- und Analysefähigkeiten zu entwickeln.

LOGISTIK UND IT-STRUKTUR IN NON-PROFIT-ORGANISATIONEN KOMPETENZ

DEFINITION

Der Erfolg einer gemeinnützigen Organisation hängt in hohem Maße von der Effizienz ihrer logistischen Leistungen ab. In den meisten Fällen verfügen gemeinnützige Organisationen über begrenzte personelle und finanzielle Ressourcen. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, dass die vorhandenen Ressourcen kosteneffizient eingesetzt werden. Die Logistik umfasst mehrere komplexe Prozesse wie Transport/Lieferung, Lagerung, Verpackung, Frachturnschlag, Vertriebsabwicklung und Informationsverarbeitung. Non-Profit-Organisationen haben oft auch mit IT-Tools zu tun, die teuer und schwierig zu bedienen sein können.

Ziel dieser Kompetenz ist es, den Studierenden wirksame Instrumente an die Hand zu geben, die sie in die Lage versetzen, eine Stelle in lokalen und ausländischen gemeinnützigen Organisationen zu finden. Außerdem vermittelt diese Kompetenz den Studierenden die Fähigkeit, Probleme zu lösen und vorherzusehen sowie kreative Lösungen zur Optimierung von Ressourcen zu finden.



Die Kompetenz **Logistik und IT-Strukturen in Non-Profit-Organisationen** vermittelt den Studierenden die wichtigsten Aspekte der Supply Chain und der logistischen Abläufe, der Vertriebsnetzstrategie und der Lagerhaltung unter Verwendung von IT-Tools in Non-Profit-Organisationen mit Hilfe der Computational Thinking-Methode, die auf einem maschinellen Lernansatz basiert.

ZU ENTWICKELNDE FÄHIGKEITEN

Die Lernenden werden sich weiterentwickeln:

- Problemlösung
- Analytisches Denken
- Fähigkeit, zwischen größeren und kleineren Problemen zu unterscheiden
- Kommunikation mit Fachkollegen und Kunden
- Präsentationsfähigkeiten

HALTUNG

Um die Kompetenz erfolgreich anzuwenden, ist sie erforderlich:

- Neugierde auf logistische Trends
- Kreativität bei der Problemlösung
- Brainstorming
- Kommunikationsfähigkeit

INDIKATOREN

Dank der vorgeschlagenen Methodik wird der Student sich weiterentwickeln:

- Die Fähigkeit, Probleme schnell und kosteneffizient zu lösen
- Die Fähigkeit, begrenzte Ressourcen effizient zu nutzen
- Die Fähigkeit, ein effizientes logistisches Vertriebssystem zu implementieren
- Die Fähigkeit, Probleme vorherzusehen und frühere ineffiziente Lösungen zu vermeiden

ANDERE ANWENDUNGEN

Die "Methodik des rechnergestützten Denkens" kann auf die folgenden Kompetenzen des ITHEN angewandt werden:

- Verkaufstechniken für internationale Märkte
- Marketing-Management
- Digitales Marketing für internationale Märkte
- Logistische Verwaltung

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Computergestütztes Denken ist eine innovative Methodik, die vor allem im Bereich der Mathematik und der Naturwissenschaften eingesetzt wird. Jeannette Wing definiert Computational Thinking als "eine Art, Probleme zu lösen, Systeme zu entwerfen und menschliches Verhalten zu verstehen, indem man sich auf die Konzepte der Informatik stützt".



Computergestütztes Denken umfasst die folgenden Schritte:

- 1) Dekomposition: Zerlegung großer Probleme in kleinere Probleme;
- 2) Erkennen von Mustern: Erkennen, wie diese mit Problemen zusammenhängen, die in der Vergangenheit gelöst wurden;
- 3) Abstraktion: Weglassen unwichtiger Details;
- 4) Algorithmen: Identifizierung und Entwicklung der Schritte, die notwendig sind, um eine Lösung zu finden;
- 5) Debugging: Verfeinerung dieser Schritte.

In unserem Ansatz beinhaltet Computational Thinking Konzepte des maschinellen Lernens, um statistische Analysen und IT zu nutzen, um zukünftige Probleme vorherzusagen und Lösungen auf kosteneffiziente Weise zu finden. Die Herausforderung dieser Methodik liegt in der erfolgreichen Anwendung in einem nicht-traditionellen Kontext wie **Logistik und IT-Struktur in gemeinnützigen Organisationen**.

LEHRLEITFADEN

Die Teilnehmer arbeiten in Kleingruppen und bekommen einen fiktiven Fall präsentiert, der auf den häufigsten Problemen und Herausforderungen basiert, mit denen gemeinnützige Organisationen bei Logistikoperationen konfrontiert sind (z. B. wie man Lieferungen in abgelegene Dörfer in Entwicklungsländern mit schlechter Infrastruktur in Bezug auf Flughäfen/Häfen/Straßen transportiert).

Die Schüler werden ermutigt, die verschiedenen Probleme, die der Fall aufwirft, zu "zerlegen", indem sie verschiedene IT-Tools und/oder traditionellere Methoden wie grafische Darstellungen auf Papier verwenden.

Unter Berücksichtigung früherer Erfahrungen und Probleme, mit denen die Non-Profit-Organisation in früheren Sendungen konfrontiert war, werden die Studierenden dazu ermutigt, analytisches Denken anzuwenden, um ähnliche/unterschiedliche Muster aufzuzeigen. Außerdem werden die Studierenden aufgefordert, kreative Lösungen zu finden, indem sie entweder die gleichen oder geeignetere Lösungen wie in der Vergangenheit verwenden. Dieser Schritt kann mit dem Ansatz des "maschinellen Lernens" kombiniert werden, mit dem es möglich ist, analytisch "aus vergangenen Fehlern zu lernen" und "zukünftige bekannte Probleme durch die Annahme geeigneter Lösungen im Voraus zu verhindern". Der Einsatz von IT-Tools wird stark gefördert.

Der dritte Schritt besteht darin, die Schüler zu motivieren, das "große Ganze" zu sehen, sich auf die wichtigsten zu lösenden Probleme zu konzentrieren und die unwichtigen Details, die für den Kern des Problems weniger wichtig sind, beiseite zu lassen.

Um Probleme zu vermeiden und fundierte Entscheidungen über die Ressourcen, das Geld und die Zeit der Organisation zu treffen, werden die Schüler "Algorithmen" verwenden. In unserem Ansatz werden die Schüler gebeten, rechnergestützte Grafiken oder einfache Algorithmen zu verwenden, um mögliche Situationen und sowohl negative als auch positive Ergebnisse darzustellen (d.h. wenn XXX passiert, kann die Organisation Y oder Z handeln).

Die Schüler müssen dann Fehler aus den vorangegangenen Schritten identifizieren und beseitigen, um Ressourcen, Geld und Zeit zu optimieren.



Schließlich wird jede Gruppe von Studierenden die oben beschriebene Methodik den anderen Gruppen vorstellen, wobei ein Austausch und eine Diskussion angeregt werden.

ZEIT

Die Mindestdauer einer Lehreinheit mit dieser Methode beträgt 4 Stunden für Aktivitäten im Unterricht.

BENÖTIGTES MATERIAL

- PC mit Internetzugang
- Online-Tool für den Austausch von Material (z. B. Moodle, Microsoft Sharepoint usw.)
- Software wie Power Point, Excel, Word
- Plakate
- Online-Meeting-Plattformen (z. B. Zoom, Skype, Google Meets, Microsoft Teams).

DIE INNOVATION

Diese Methode ist innovativ, weil sie die Anwendung einer auf Mathematik/Computertechnik basierenden Methodik in einem völlig anderen Bereich unter Verwendung einfacher und kostengünstiger Werkzeuge beinhaltet. In den meisten Fällen fehlt es gemeinnützigen Organisationen an der Fähigkeit und den Ressourcen, ausgefeilte Computerprogramme zu nutzen, die maschinelles Lernen und Data Mining beinhalten, daher wendet diese Methode dieselben analytischen Konzepte auf einfache und gleichzeitig kostengünstigere Weise an.

ONLINE-ANWENDUNG

Die vorgeschlagene Methodik lässt sich mit Hilfe der zahlreichen auf dem Markt erhältlichen Software (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet usw.) problemlos online anwenden:

- 1) Der Trainer erklärt, wie die Methode funktioniert, und gibt den Teilnehmern einen praktischen Fall, den sie mit der vorgeschlagenen Methode lösen sollen.
- 2) Die Schüler werden in Gruppen eingeteilt (in Gruppenräumen) und diskutieren über den Fall und dessen Lösung.
- 3) Die Schülerinnen und Schüler bereiten eine Präsentation vor (mit Microsoft Power Point, Google Slides, Canvas usw.), um die vorgeschlagenen Lösungen für das Problem darzustellen und zu erklären, wie die Lösungen zustande gekommen sind.
- 4) Ein Vertreter der Gruppe wird die Folien den anderen Gruppen vorstellen.
- 5) Die Schüler werden ermutigt, Fragen zu stellen und gegebenenfalls Einwände gegen die vorgeschlagenen Lösungen zu erheben.
- 6) Der Trainer schließt die Sitzung ab und bittet die Teilnehmer um Feedback zur Methode: i) Hilft die vorgeschlagene Methode bei der Lösung des Problems und wie? ii) Wenn nicht, warum? iii) Wie kann die vorgeschlagene Methode verbessert werden? usw.).
- 7) Sowohl der Ausbilder als auch die Schüler werden Schlussfolgerungen über die praktische Anwendung der vorgeschlagenen Methodik ziehen.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSTRUMENTE



Im Falle eines traditionellen Unterrichts geht der Ausbilder um die Schülergruppe herum und beantwortet Fragen zu dem vorliegenden Fall. Wenn der Trainer merkt, dass die Gruppe Schwierigkeiten hat, die geforderte Aufgabe zu erfüllen, wird er/sie Fragen an die SchülerInnen vorbereiten, um das Selbstlernen zu fördern. Im Falle von Online-Settings geht der Trainer in die verschiedenen Breakout-Räume und regt die Schüler an, ebenso wie in einer physischen Klasse.

Für jeden Kompetenzindikator werden unterschiedliche Bewertungsinstrumente verwendet, z. B.:

- Multiple-Choice-Fragen
- Grafische Darstellungen
- Fragebogen zur Umfrage
- Kontextbezogene Indikatoren
- Interview
- Schwerpunktgruppe.

BENUTZERGESCHICHTE

"Aiuta Argentina", eine neu gegründete gemeinnützige Organisation, die von einer Gruppe in Italien ausgewanderter Argentinier ins Leben gerufen wurde, um Hilfsgüter (Lebensmittel, Kleidung, Schulsachen usw.) in die ärmsten Regionen Argentiniens zu schicken, stieß auf mehrere Probleme bei der Lagerung und dem Versand. Diese Probleme haben die Organisatoren sehr enttäuscht und sie haben überlegt, ihre Aktivitäten einzustellen. "Aiuta Argentina" bittet "I Due Mondi" um Hilfe, eine gemeinnützige Organisation mit Sitz in Italien, die über langjährige Erfahrung im Bereich der Logistik verfügt und auch mit lateinamerikanischen Partnern zusammenarbeitet. Vertreter von "Aiuta Argentina" und "I Due Mondi" treffen sich, und "I Due Mondi" bietet an, die Mitarbeiter von "Aiuta Argentina" in den logistischen Abläufen zu schulen und ihnen zu zeigen, wie sie häufige und wiederkehrende Probleme im Zusammenhang mit dem nichtkommerziellen Export von Waren aus Italien nach Lateinamerika vermeiden können.

Vertreter von "I Due Mondi" organisieren einen einwöchigen Intensivkurs in den Räumlichkeiten von "Aiuta Argentina", um Erfahrungen aus der Vergangenheit mit der Organisation zu teilen und eine Methode zur erfolgreichen Lösung künftiger Probleme zu entwickeln. Die Vertreter von "I Due Mondi" erklären, dass sie eine Methode ("Computational Thinking") anwenden, die ihnen bei der Lösung komplexer und vielschichtiger Probleme geholfen hat und bei der analytisches und logisches Denken auf der Grundlage früherer Erfahrungen und Fehler angewandt wird. Am ersten Tag des Kurses erklärt "I Due Mondi" die Schritte der Methodik (Zerlegung, Mustererkennung, Abstraktion, Algorithmen und Fehlersuche) anhand von Präsentationen, um die Aufmerksamkeit der SchülerInnen zu wecken und sie zu ermutigen, sich in einer interaktiven Unterrichtsumgebung zu engagieren.

In den verbleibenden vier Tagen des Kurses stellt "I Due Mondi" den Studierenden mehrere reale Fälle vor und hilft ihnen, geeignete Lösungen zu finden und die vorgeschlagenen Methoden zu entwickeln. Die Studierenden werden ermutigt, miteinander zu diskutieren, Brainstorming zu betreiben, Querdenken anzuwenden und Präsentationen über die Probleme, die Lösung und die zur Lösung der Probleme verwendeten "Algorithmen" zu erstellen.

"Aiuta Argentina" und "I Due Mondi" vereinbaren, ein Jahr lang alle zwei/drei Monate Folgetreffen abzuhalten, um die Fortschritte zu überwachen. Vier Monate nach dem Kurs hat "Aiuta Argentina" seine Leistung im Bereich Logistik und IT stark verbessert, und nach einem Jahr erfolgreicher Umsetzung der vorgeschlagenen Methodik in diesem Bereich benötigt die Organisation keine weitere Unterstützung von "I Due Mondi" zur Durchführung ihrer Aktivitäten.

REFERENZEN



- **Alibegovic Sandara und Persson Anika**, Logistics Sources Strategies in Non profit-Point based organizations [https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/33391/1/gupea_2077_33391_1.pdf]
- **McLachlin Ron**, Not-For-Profit Supply Chains In Interrupted Environments: The Case Of A Faith-Based Humanitarian Relief Organisation [https://www.researchgate.net/publication/241984840_Not-for-profit_supply_chains_in_interrupted_environments_The_case_of_a_faith-based_humanitarian_relief_organisation]
- **Wing Jeannete**, Computergestütztes Denken [<https://www.cs.cmu.edu/~15110-s13/Wing06-ct.pdf>]
- **Kale, U., Akcaoglu, M., Cullen, T. et al.** Computational What? Computational Thinking in der Lehre. TechTrends 62, 574-58 [<https://doi.org/10.1007/s11528-018-0290-9>]
- **Yadav Aman**, Einführung des rechnergestützten Denkens in Bildungskurse [<https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/1953163.1953297>]



CROSSOVER-METHODIK

GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR METHODIK

Anzahl der beteiligten Studenten	<i>Min. 5 und max. 30</i>
Persönlich / online	<i>Von Angesicht zu Angesicht</i>
Erforderliche Zeit	<i>Gesamtdauer je nach Kurs - jede Unterrichtseinheit dauert 4 Stunden</i>
Erforderliche Werkzeuge	<i>Variabel</i>
Einbindung von Interessengruppen	<i>Nicht notwendig, kann aber in manchen Fällen nützlich sein</i>
Benötigt die Lehrkraft eine spezielle Ausbildung, um diese Methodik anzuwenden?	<i>Nicht erforderlich</i>
Grad der Motivation der Klasse erforderlich	<i>Nicht relevant</i>
Besondere Merkmale der Klassengemeinschaft	<i>Keine</i>
Bewertung	<i>Die Lehrkräfte können ihre üblichen Bewertungsmethoden anwenden</i>

ZIEL

Diese Methodik wurde untersucht, um für die Entwicklung von Kompetenzen im Bereich der **Personalentwicklung und des Managements in Non-Profit-Organisationen** anwendbar zu sein.

KOMPETENZ IM BEREICH PERSONALENTWICKLUNG UND -MANAGEMENT IN NON-PROFIT-ORGANISATIONEN

DEFINITION

Personalentwicklung kann als Rahmen für die Unterstützung der Mitarbeiter bei der Entwicklung ihrer Fähigkeiten, Kenntnisse und Fertigkeiten definiert werden, was wiederum die Effektivität einer Organisation verbessert. **Management in Non-Profit-Organisationen** kann als die Fähigkeit definiert werden, lang- und kurzfristige Strategien zu planen, um Einnahmeziele zu erreichen, Kontakte zu Interessengruppen zu knüpfen und das Wohlbefinden in der Gemeinschaft zu fördern, indem man eine starke Führung innerhalb und außerhalb der Organisation übernimmt und den Fortschritt der Organisation in Richtung ihrer erklärten Ziele überwacht. Wir haben beide Konzepte in einem Gesamtkonzept zusammengefasst, das die Rolle der menschlichen Komponente der Non-Profit-Organisationen und die Notwendigkeit, die Fähigkeiten und Fertigkeiten der Mitarbeiter zu fördern, hervorhebt. Dieser gesunde und produktive Ansatz wird zum Erfolg der Organisation und ihrem positiven Beitrag zur Gesellschaft führen.

SKILLS

Diese Kompetenz zielt auf die Entwicklung der folgenden Fähigkeiten ab:



- Leiterschaft
- Aktives Zuhören
- Lösung von Problemen
- Fähigkeit zu verhandeln
- Fähigkeit, solide kurz- und langfristige Pläne zu erstellen
- Fähigkeit zur Überwachung des Fortschritts der Aktivitäten der Organisation
- Projektleitung
- Fundierte Entscheidungsfindung, Optimierung der Ressourcen der Organisation.

HALTUNG

Um ein perfekter Manager in einer gemeinnützigen Organisation zu werden, müssen die Studenten organisiert, flexibel, verantwortungsbewusst, empathisch, visionär, positiv und einflussreich sein.

INDIKATOREN

Von den Lernenden wird erwartet, dass sie diese Kompetenz entwickeln:

- Werden Sie eine positive und effiziente Führungskraft in einer gemeinnützigen Organisation;
- Erfolgreiche Planung, Umsetzung und Überwachung der Aktivitäten einer gemeinnützigen Organisation;
- In der Lage sein, die Fähigkeiten der Mitarbeiter einer gemeinnützigen Organisation zu fördern, wodurch die Organisation effizienter arbeiten und bessere Ergebnisse erzielen kann.

ANDERE ANWENDUNGEN

Die Methodik kann auch für die Entwicklung der folgenden Kompetenzen eingesetzt werden:

- Soziales Unternehmertum
- Unternehmensführung
- Startup-Management
- Coaching von Führungskräften.

DIE METHODIK

KURZBESCHREIBUNG

Die Crossover-Methode kombiniert sowohl formelle als auch informelle Lernumgebungen und zielt darauf ab, den Studierenden das Beste aus beiden Welten zu bieten, um den Wert der Lernerfahrung zu erhöhen. Es wird erwartet, dass der Einsatz einer Vielzahl von Methoden sowohl im formellen als auch im informellen Rahmen den Studierenden Spaß am Lernen vermittelt. Dies wird zu einem schnelleren und produktiveren Verständnis der theoretischen Konzepte und ihrer praktischen Anwendungen führen. Der Einsatz verschiedener traditioneller und nicht-traditioneller Methoden soll auch die Neugierde und den Lerneifer der Lernenden anregen.



LEHRLEITFADEN

Die Methodik umfasst sowohl formelle als auch informelle Bildung. In jeder Umgebung wird der Ausbilder ermutigt, eine Vielzahl von Lernansätzen anzuwenden.

Wir schlagen vor, dass der Kursleiter den Kurs mit einer Einführung in die zu verwendende Methodik beginnt, um die Studierenden auf ein nicht-traditionelles Lernen vorzubereiten und ihre Neugier und ihr Engagement für den Prozess zu steigern. Dann beginnt der Dozent damit, den Studierenden die Konzepte des Kurses vorzustellen. Es wird empfohlen, dass der Dozent visuelle Präsentationen einsetzt, um die Lehr- und Lernerfahrung zu verbessern (formaler Rahmen).

Der Ausbilder kann den Schülern dann eine Reihe von informellen Methoden vorschlagen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf:

- Die Klasse wird in Gruppen aufgeteilt und jede Gruppe nimmt eine Rollenspielsituation auf, die von der Lehrkraft vorgegeben wird. Anschließend sieht sich jede Gruppe das Video der anderen Gruppen an und führt eine gemeinsame Diskussion und Feedback durch.
- Die Schüler führen Interviews mit den Personen, die an den Prozessen beteiligt sind, über die sie im Unterricht lernen (z. B. interviewt die Klasse einen Manager einer gemeinnützigen Organisation).
- Die Schülerinnen und Schüler werden gebeten, ein kurzes Video zu einem bestimmten Thema zu drehen (z. B. Wie wird man ein effektiver Manager?) und es dann dem Rest der Klasse zu präsentieren.
- Nachdem die Klasse in Gruppen aufgeteilt wurde, besucht jede Gruppe die Räumlichkeiten einer gemeinnützigen Organisation und erstellt einen Bericht, der dem Rest der Klasse präsentiert wird.

Die Lehrkraft wird ermutigt, formelle und informelle Methoden in regelmäßigen Abständen zu mischen (d. h. eine Unterrichtsstunde in einem formellen Rahmen, gefolgt von der Anwendung einer der oben erläuterten informellen Methoden).

ZEIT

Die Methodik kann in formellen Lehreinheiten von je 4 Stunden und informellen Sitzungen außerhalb des Klassenzimmers von unterschiedlicher Dauer (zwischen zwei und vier Stunden) durchgeführt werden. Die Dauer des Kurses hängt von der Länge der Lehrpläne ab.

BENÖTIGTES MATERIAL

- Akademische Bücher und Handbücher
- PC mit Internetzugang
- Online-Tools für den Austausch von Material (z. B. Moodle, Microsoft Sharepoint usw.)
- Software wie Power Point, Excel, Word
- Online-Meeting-Plattformen (z. B. Zoom, Skype, Google Meets, Microsoft Teams)
- Foto- und Videokameras



- Gemeinnützige Organisationen, die die Studenten aufnehmen.

DIE INNOVATION

Mehrere Wissenschaftler haben "Crossover-Lernen" als eine von zehn Innovationen definiert, die kurz davor stehen, einen tiefgreifenden Einfluss auf die Bildung zu haben (Sharples et al., 2015) und die formale und informelle Bildung miteinander verbinden. Während "Crossover-Lernen" mit dem Lernen in informellen Umgebungen wie Museen und Clubs nach der Schule in Verbindung gebracht wurde, schlagen wir vor, den Einsatz von Technologien wie Virtual Reality, Online-Tagungsplattformen, Videos sowie Besuche in den Räumlichkeiten von gemeinnützigen Organisationen und Interviews mit deren Leitern und Mitarbeitern einzubeziehen.

ONLINE-ANWENDUNG

Die vorgeschlagene Methodik lässt sich leicht online anwenden, indem man die zahlreichen auf dem Markt erhältlichen Programme (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet usw.) sowohl in gemeinsamen Sitzungen als auch in Nebenräumen einsetzt.

EVALUATIONS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Um den Fortschritt der Klasse zu überwachen, sollte der Ausbilder zu Beginn jeder Unterrichtsstunde den Schülern Fragen zum Lernstoff stellen und bei Bedarf ein bestimmtes Argument wiederholen und zusätzliche Lektüre vorschlagen.

Der Kurs wird in verschiedene Abschnitte unterteilt, nach denen die Schüler anhand ihrer Leistungen in den informellen Unterrichtssituationen (Analyse ihres Engagements, ihrer Kreativität und ihrer Innovation) sowie anhand traditioneller Tests (z. B. Multiple-Choice-Fragen und Aufsatzschreiben) und nicht-traditioneller Tests (z. B. Verfassen eines Artikels, eines Beratungsbriefs oder eines Videos) bewertet werden.

USER STORY

Maria unterrichtet seit mehreren Jahren an einer lokalen Hochschuleinrichtung Personalentwicklung und -management in gemeinnützigen Organisationen. Maria ist ständig bemüht, ihre Lehrfähigkeiten zu verbessern und innovative Methoden in ihre Klasse einzuführen. Maria liest mehrere Artikel und Bücher über "Crossover-Lernen" und beschließt, diese Methodik in ihrer Klasse einzuführen.

Zu Beginn des nächsten Studienjahres führt Maria die Methode ein, und ihre neuen Studenten sind begeistert davon. Maria kombiniert traditionellen Unterricht (z. B. traditionelle Vorlesungen, Fallstudien und die sokratische Methode, d. h. Unterricht durch Fragen an die Studierenden). Nach jeder "traditionellen Unterrichtsstunde" bittet Maria die Studierenden, verschiedene Aktivitäten durchzuführen (z. B. Rollenspiele und Fallanalysen mit Aufzeichnung der Ergebnisse, Besuche vor Ort bei verschiedenen gemeinnützigen Organisationen, Interviews, Umfragen usw.).

Am Ende des Kurses erzielen die Schüler hervorragende Ergebnisse, und die durchschnittliche Punktzahl ist höher als in den vorherigen Klassen. Maria bittet die Schüler um ein Feedback über ihre Erfahrungen



und die neue Methodik. Fast alle Schüler erklären, dass sie begeistert sind, die Konzepte schneller verinnerlichen und Spaß am Unterrichtsprozess haben.

REFERENZEN

- **Heathfield Susan**, Was ist Humanressourcenentwicklung? [<https://www.thebalancecareers.com/what-is-human-resource-development-hrd-1918142>]
- **Bradley Jeremy**, Die vier Funktionen des Managements in Nonprofit-Organisationen [<https://smallbusiness.chron.com/four-functions-management-nonprofit-organizations-59885.html>]
- **Revathi G**, Innovative Methoden des Lehrens und Lernens für die Bildung [https://www.researchgate.net/publication/340051856_INNOVATIVE_METHODS_OF_TEACHING_AND_LEARNING_FOR_EDUCATION]
- **Panke Stefanie**, Crossover Learning [www.aace.org/review/crossover-learning/]
- **Gilliam Brian**, Digital Enhanced Crossover Learning Strategies: Die Verbindung von formalen und informellen Lernumgebungen [www.jgbm.org/page/1%20Brian%20Gilliam.pdf]



SCHLUSSFOLGERUNGEN

FEEDBACK VON KMU

Die Partner haben **Rückmeldungen von KMU-Vertretern** eingeholt, um die tatsächlichen Auswirkungen der ausgewählten Methoden zu bewerten und die Kompetenzen zu ermitteln, die den Studierenden helfen, sich auf internationalen Arbeitsmärkten zu behaupten. Das Feedback der KMU wurde mit Hilfe von Fragebögen eingeholt, die entwickelt wurden, um die auf dem Arbeitsmarkt benötigten Fähigkeiten zu verstehen, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf den aktuellen Trends und der zukünftigen Dynamik des Arbeitsmarktes lag.

Die Ergebnisse der Umfrage bestätigten im Allgemeinen die Ergebnisse der ersten Analyse der Partner, in der hervorgehoben wurde, dass es den Studierenden an den wichtigsten Kompetenzen und Fähigkeiten mangelt, die von Absolventen des internationalen Marketings und der Unternehmensführung erwartet werden. Darüber hinaus haben die Unternehmen einige zusätzliche Methoden aufgeführt, die sie in ihren **innerbetrieblichen Schulungen** eingesetzt haben.

Die angegebenen Methoden sind:

- **Whiteboard-Vorträge:** Mit Hilfe eines Whiteboards und Stiften halten die Schüler eine kurze (sieben Minuten oder weniger) informelle Präsentation über ein Forschungsthema, ein Konzept, eine Theorie usw.² Whiteboard-Präsentationen sind ideal für Konferenzen, Seminare, Schulungen und Firmenveranstaltungen.
- **Agile Methoden:** Als weniger strukturierte Form der Softwareentwicklungsmethoden konzentrieren sich agile Methoden auf das Ziel, dem Kunden schnell und häufig funktionierende und qualitativ hochwertige Software zu liefern. Obwohl jede der agilen Methoden in ihrem spezifischen Ansatz einzigartig ist, haben sie alle eine gemeinsame Vision und eine Reihe von Grundwerten. In der Tat beinhalten alle Methoden das Konzept der Iteration und des kontinuierlichen Feedbacks, um ein Softwaresystem freizugeben und anschließend zu verfeinern. Alle Methoden beinhalten Planungs-, Test- und kontinuierliche Integrationsaktivitäten zusammen mit anderen Formen der Evolution, um jeden Aspekt des Projekts und der Software zu verbessern. Alle Methoden gelten als einfacher (vor allem im Vergleich zum traditionellen Wasserfallprozess) und dennoch von Natur aus anpassungsfähig. Schließlich bieten alle Methoden einen wichtigen Anreiz für die Menschen, zusammenzuarbeiten und gemeinsam schnell und effektiv Entscheidungen zu treffen.
- **Scrum:** ein agiler Ansatz, der auf der Theorie der empirischen Prozesskontrolle basiert. Entscheidungen werden auf der Grundlage von Erfahrungen getroffen. Die Arbeit wird von einem Team geleitet, das das Produkt während der Entwicklung häufig überprüft und gegebenenfalls anpasst. Scrum ist ein Rahmenwerk für die Verwaltung des Softwareentwicklungszyklus in einer iterativen und inkrementellen Weise unter Verwendung einer Reihe von Techniken und Prozessen. Die Methode wurde 1995 offiziell der Öffentlichkeit vorgestellt, geht aber auf den so genannten "holistischen" oder "Rugby"-Ansatz zurück, der bereits in der Automobilindustrie und bei Druckerherstellern erprobt wurde. Der gesamte Prozess wird von einer interdisziplinären Gruppe von Personen durchgeführt, die schrittweise an einem gemeinsamen Projekt arbeiten, wobei der Ball ständig weitergegeben wird und sie als eine Einheit agieren. Der Begriff "Scrum" ist in der Tat dem Rugby entlehnt und bezeichnet das

² <https://brocku.ca/esrc/whiteboard-talks/>



"Gedränge" als Metapher für das Team von Entwicklern, das synergetisch auf das Ziel zusteuert und dabei die anderen Beteiligten mitzieht.

- Lean Startup: ein kontinuierlicher Entwurfs-, Überprüfungs- und Änderungsprozess mit umfassender Nutzung des Internets, der darauf abzielt, das Produkt Schritt für Schritt an die Bedürfnisse der Kunden anzupassen und die Kosten unter Kontrolle zu halten. Lean Startup ist eine Methodik für die Entwicklung von Unternehmen und Produkten, die darauf abzielt, die Produktentwicklungszyklen zu verkürzen und schnell herauszufinden, ob ein vorgeschlagenes Geschäftsmodell lebensfähig ist. Erreicht wird dies durch eine Kombination aus geschäftshypothesengesteuerten Experimenten, iterativen Produktfreigaben und validiertem Lernen. Bei Lean Startup wird das Kundenfeedback über die Intuition und die Flexibilität über die Planung gestellt. Diese Methodik ermöglicht es, sich von Fehlern häufiger zu erholen als herkömmliche Methoden der Produktentwicklung. Im Mittelpunkt der Lean-Startup-Methode steht die Annahme, dass Startup-Unternehmen, die ihre Zeit in den iterativen Aufbau von Produkten oder Dienstleistungen investieren, um die Bedürfnisse der ersten Kunden zu erfüllen, die Marktrisiken verringern und die Notwendigkeit einer hohen Anfangsfinanzierung des Projekts sowie teure Produkteinführungen und finanzielle Misserfolge umgehen können.
- 5S-Methode: Sie basiert auf der Organisation des Arbeitsplatzes im Hinblick auf Effizienz und Effektivität, indem die verwendeten Gegenstände identifiziert und gelagert, der Bereich und die Gegenstände gepflegt und das neue Organisationssystem aufrechterhalten werden. 5S ist eine Methode zur Organisation des Arbeitsplatzes, die sich auf eine Liste von fünf japanischen Wörtern stützt, die mit "sortieren", "in Ordnung bringen", "glänzen", "standardisieren" und "aufrechterhalten" übersetzt werden. Die Liste beschreibt, wie man einen Arbeitsplatz so organisiert, dass er effizient und effektiv ist, indem man die verwendeten Gegenstände identifiziert und lagert, den Bereich und die Gegenstände pflegt und das neue Organisationssystem aufrechterhält. Der Entscheidungsfindungsprozess geht in der Regel auf einen Dialog über Standardisierung zurück, der bei den Mitarbeitern ein Verständnis dafür schafft, wie sie die Arbeit erledigen sollten.

ANWENDUNG DER METHODEN

Diese Methoden werden zunächst im Rahmen von **Pilotaktivitäten** erprobt, an der Studierende von ITHEN-Partner-Schulen und -Universitäten teilnehmen. Die Versuche werden zwischen Oktober 2021 und Mai 2022 in Italien, Portugal, Slowenien, Spanien und der Türkei stattfinden. Jeder ITHEN-Partner wird einige der Methoden in seinem regulären Unterricht anwenden und testen. Es werden Evaluierungsinstrumente zur Messung des Erfolgs der Pilote ausgearbeitet und kurze Videointerviews mit Studierenden geführt, die am Pilotprojekt teilgenommen haben.

Nach diesem Pilotprojekt wird das Netzwerk Leitlinien für die Einführung neuer Methoden in neue oder bestehende Kurse veröffentlichen. Die Leitlinien werden allen Interessierten Akteuren (vor allem Berufs- und Hochschulen sowie deren Lehrkräften) zur **Verfügung stehen**, um ihre Kurse in den Bereichen Marketing und internationale Unternehmensführung zu verbessern. Außerdem enthalten die Leitlinien Standards und Anweisungen, die von allen neuen TVETs und Universitäten, die dem I-THEN-Netzwerk beitreten, befolgt werden sollten, um die ausgewählten Methoden in ihren eigenen Modulen zu standardisieren.