

Modulbezeichnung (eng.)	Corporate Social Responsibility ()
Semester	WPM
ECTS-Punkte (Dauer)	6 (1 Semester)
Art	Wahlpflicht
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MaMC
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit
Lehr- und Lernmethoden	
Modulverantwortlicher	Hoppmann

Qualifikationsziele

Kompetenzziele Die Studierenden sollen... - grundlegende Begriffe, Instrumente und Theorien im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung und Nachhaltigkeit von Unternehmen kennen und verstehen - in der Lage sein, unter Anwendung konzeptioneller Frameworks die Nachhaltigkeit von Unternehmen zu analysieren und kritisch zu hinterfragen - eigenständig Optionen für die Verbesserung von Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext entwickeln und Empfehlungen für deren Umsetzung ableiten

Lehrinhalte

Inhalte Das Modul "CSR" bietet einen Überblick über die Debatten um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Nach einer kurzen Einführung in die historische Debatte zu Corporate Social Responsibility und Corporate Sustainability und einer Abgrenzung wichtiger Begriffe, werden in einzelnen Veranstaltungen jeweils anhand konkreter Unternehmensfallstudien zentrale Fragen im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung und Nachhaltigkeit von Unternehmen diskutiert. Fragen, die in diesem Zusammenhang behandelt werden, sind unter anderem: - Wie lässt sich bestimmen, ob ein Unternehmen sozial und ökologisch nachhaltig handelt? - Welche Faktoren treiben und behindern die Diffusion sozial und ökologisch vorteilhafter Lösungen und Unternehmen im Markt? - Inwiefern besteht ein Konflikt zwischen Unternehmens- und Marktwachstum auf der einen und Nachhaltigkeit auf der anderen Seite? - Welche Möglichkeiten gibt es, mit Konflikten zwischen sozialen/ökologischen und ökonomischen Zielen umzugehen? - Wie lassen sich bestehende Unternehmen und Wertschöpfungsketten hin zu Nachhaltigkeit transformieren? - Welche Rolle spielen Führungskräfte und Aufsichtsräte für organisatorischen Wandel hin zu Nachhaltigkeit? - Wie beeinflusst die Finanzierung von Unternehmen deren Strategie hinsichtlich Nachhaltigkeit? - Inwiefern können Kooperationen und Partnerschaften zwischen Organisationen dazu beitragen, soziale und ökologische Aspekte in Unternehmen zu integrieren? Zusätzlich zur praktischen Diskussion dieser Fragen anhand von Unternehmensfallstudien werden die Studierenden jeweils mit wichtigen theoretischen Konzepten und Frameworks aus der akademischen Literatur vertraut gemacht. Des Weiteren erhalten die Studierenden die Möglichkeit, im Rahmen einer Simulation verschiedene Strategien für Umsetzung von Nachhaltigkeit in Unternehmen zu erproben und einen Einblick in die dabei entstehenden Herausforderungen zu erhalten. Abgeschlossen wird die Veranstaltung mit einer Hausarbeit, welche die gelernten Inhalte anwendet und vertieft.

Literatur

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012): What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4): 932-968. Bansal, P., & DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12(1), 70-78. Geels, F. W. (2014). Regime resistance against low-carbon transitions: Introducing politics and power into the multi-level perspective. *Theory, Culture & Society*, 31(5), 21-40. Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, 11-32. Hahn, T., Pinkse, J., Preuss, L., & Figge, F. (2015): Tensions in corporate sustainability: Towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 127(2): 297-316. Hoppmann, J., Richert, M. & Busch, T. (2018): Not my business: How individuals' cognitive frames and role identities influence corporate sustainability. *Academy of Management Best Paper Proceedings 2017*,