

Marketing in Unternehmen der Sozialwirtschaft

(Modul: Unternehmensführung in der Sozialwirtschaft, WS 2016/2017)

Lehrveranstaltungsleiter:

Dr. Martin Dodenhoeft

Abteilungsleiter Kommunikation und Marketing, Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e. V.

Lehrveranstaltungsform:

Seminar, 2-stündig (3 ECTS-Punkte – 90 Arbeitsstunden)

Teilnahmevoraussetzung:

– keine –

Lerninhalte:

- Der Dritte Sektor in Deutschland in seinen verschiedenen Ausprägungen und seinem Verhältnis zum Ersten und zum Zweiten Sektor
- Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns im Dritten Sektor: Recht, Politik und Ethik
- Strukturen
- Formen und Praxis der Mittelbeschaffung in typischen Organisationen des Dritten Sektors
- Governance – Compliance – Ethik – Transparenz zwischen Norm und Alltag in Organisationen des Dritten Sektors

Qualifikationsziele (gem. Modulhandbuch):

- Kenntnisse über Ansätze, Methoden und Techniken des Marketings sowie des Marketing-Prozesses und -Mix in der Sozialwirtschaft
- Kenntnisse über Planungs- und Kontrollinstrumente zur Lösung von Entscheidungs- und Steuerungsaufgaben der Unternehmensführung in der Sozialwirtschaft
- Kenntnisse über die Bedeutung von Ethik im sozial- und betriebswirtschaftlichen Kontext
- Anwendung theoretischer Grundlagen und elementarer betriebswirtschaftlicher Modelle und Instrumente im Funktionsbereich Marketing
- Fähigkeit zur Beurteilung der Bedeutung ethischer Fragestellungen im Unternehmenskontext

Erwartete Leistungen:

- Vorbereitung auf das Seminar; Besuch der Veranstaltungen
- Erlernen des Seminarstoffs
- Aktive Mitarbeit bei den Veranstaltungen

Prüfungsleistung:

– nach Absprache gem. Studienordnung –

Literaturempfehlungen (weitere Hinweise ggf. im Seminarverlauf):

- Frank Adloff u.a. (Hg.), Prosoziales Verhalten. Spenden in interdisziplinärer Perspektive. Lucius Verlagsges., Stuttgart 2010;
- Judith Dittmer, Nonprofit Governance. Vergleich der Entwicklungstendenzen in Wissenschaft und Praxis. World Vision Institut für Forschung und Entwicklung, Friedrichsdorf 2009;
- Ansgar Klein u.a. (Hg.), Jahrbuch Engagementpolitik 2015. Engagement und Welfare-Mix – Trends und Herausforderungen. Wochenschau-Verlag, Schwalbach/Ts. 2015 (und weitere Jahrbücher der Reihe!);
- Holger Krimmer et al., Transparenz im Dritten Sektor. Eine wissenschaftliche Bestandsaufnahme. Hamburg, Bucerius Law School Press, 2014;
- Rupert Graf Strachwitz, Transparente Zivilgesellschaft? Accountability und Compliance in Non-profit-Organisationen. Wochenschau-Verlag, Schwalbach/Ts. 2015;
- Michael Vilain/Sebastian Wegner (Hg.), Social Talk 2014: Was kann Fundraising noch in einem modernen Finanzmanagement leisten? Institut für Zukunftsfragen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft der Evangelischen Hochschule Darmstadt, Darmstadt 2015;
- Michael Urselmann, Fundraising - Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen. Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, 6. Auflage, 2014.

Übersicht über die Termine und Themen der Lehrveranstaltung

(Jeweils am Mittwoch, 16-18 Uhr, Arnold-Bode 10, Raum 1102,

außer am 19.10.2016 in Arnold-Bode 10, Raum 0104)

Termin und Ort: MI 16-18 Uhr AB 2, R. 404		Thema der Veranstaltung: Marketing in Unternehmen der Sozialwirtschaft
1	19.10.16 42. KW 16	Inhaltliche Einführung, organisatorische Vorbereitung: Gemeinnütziges Arbeiten in Deutschland: Kenntnisse und Eindrücke – Wissenscheck Erwartungen an das Seminar, Aufgabenverteilung. Findet statt in AB 10, Raum 0104!!!
2	26.10.16 43. KW 16	Der Dritte Sektor: Daten und Fakten – Abgrenzung zum Ersten und Zweiten Sektor – Entwicklung, Rolle und Bedeutung – Typische Organisationen und Strukturen
3	2.11.16 44. KW 16	Finanzierung sozialer/gemeinnütziger Arbeit (1): Wandel in Identität und Selbstverständnis – Zum Verhältnis Staat und Zivilgesellschaft – Rahmenbedingungen (u. a. rechtlicher Art, Beispiel Compliance) – Notwendigkeit der Professionalisierung / Strukturwandel freiwilligen Engagements / Ökonomisierung gemeinwohlorientierten Handelns
4	9.11.16 45. KW 16	Finanzierung sozialer/gemeinnütziger Arbeit (2): Mittelbeschaffung im Dritten Sektor – Fundraising: Nur Beschaffungsmarketing? – Übersicht: Wichtigste Instrumente
5	16.11.16 46. KW 16	Finanzierung sozialer/gemeinnütziger Arbeit (3): Fundraising: Finanzierungsquellen von Mitgliedsbeiträgen bis staatlichen Zuwendun- gen (Fortsetzung Termin 4)
6	23.11.16 47. KW 16	Non-Profit-Governance – Verantwortungsvolles Handeln im Dritten Sektor (1): Der VENRO-Verhaltenskodex Transparenz, Organisationsführung und Kontrolle
7	30.11.16 48. KW 16	Non-Profit-Governance – Verantwortungsvolles Handeln im Dritten Sektor (2): Kontrolle und Selbstkontrolle (Vom Spendensiegel bis zum Transparenzpreis)
8-10	7.12.16 15.00-19.30 49. KW 16	Marketing/Fundraising in Organisationen des Dritten Sektors (1) Strategien und Methoden – Strukturen und Instrumente – Praxisbeispiel 1: Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e. V. Ort: Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge, Bundesgeschäftsstelle, Werner- Hilpert-Straße 2, 34117 Kassel
11	11.1.17 2. KW 17	Marketing/Fundraising in Organisationen des Dritten Sektors (2) Berufe und Qualifizierungswege
12	18.1.17 3. KW 17	Marketing/Fundraising in Organisationen des Dritten Sektors (3) Praxisbeispiel 2: N.N., örtliche Organisation aus dem „Wohlfahrtsbereich“ (Diakonie)
13	25.1.17 4. KW 17	Referate/Präsentationen der Studierenden zu verschiedenen Themen aus dem Seminar
14	1.2.17 5. KW 17	Zusammenfassung und Abschlussbesprechung Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns in Organisationen des Dritten Sektors Bewertung des Seminars, Anregungen zur Weiterentwicklung
15	8.2.17 6. KW 17	Ggf. Klausur