

«Der MAS in Effective Leadership
überzeugt durch seine ausgewogene
Kombination aus wissenschaftlicher
Fundierung und Praxisnähe.
Das Programm eröffnet neue Perspekti-
ven und befähigt die Teilnehmenden
zu wirkungsvollem Leadership in einer
zunehmend komplexen,
volatilen Welt.»

CLAUDIA BUSER
Leiterin Studiendekanat
Medizinische Fakultät
Universität Bern





CAS in Information Management and Leadership

Der «CAS in Information Management and Leadership» befasst sich mit dem Informationsmanagement in anspruchsvollen und unübersichtlichen Lagen. Durch einen Mix aus praxisorientierten und wissenschaftlichen Modulen lernen die Teilnehmenden unter anderem, wie in Krisensituationen trotz begrenzten und unvollständigen Informationen gute Entscheidungen getroffen werden können. Zudem werden unter der Leitung des langjährigen Medienchefs der Stadtpolizei Zürich – Marco Cortesi – effiziente und nachhaltige Krisenkommunikationstechniken vermittelt und gelehrt. Nach Abschluss des Kurses sind die Teilnehmenden dadurch in der Lage, auch in von Unsicherheit, Krisen und Komplexität geprägten Kontexten ihrer Führungsfunktion gerecht zu werden.

WISSENSCHAFTLICHES MODUL 2 TAGE

COMPLEXITY, MENTAL MODELS AND SENSEGIVING

Lernziele

- Die grundlegenden Begriffe der Komplexität und der allgemeinen Modelltheorie verstehen.
- Methoden zur Umfeldanalyse und zur Komplexitätsreduktion verstehen, einordnen und anwenden.
- Den Sensemaking-Zyklus als Gegenentwurf zum Decision-Making-Zyklus verstehen und damit das eigene Führungsverhalten reflektieren.
- Mentale Modelle von Führung entwickeln, hinterfragen und anwenden.
- Grundzüge wissenschaftlichen Denkens verstehen und in Hinblick auf eigene wissenschaftliche Arbeiten (z.B. die MAS-Arbeit) anwenden können.

Inhalte

- Komplexität und Komplexitätsreduktion.
- Modelltheorie und mentale Modelle.
- Entwicklung und Nutzung von Führungskonzeptionen.
- Wissenschaftliches Arbeiten.



Dozent

Dr. oec. HSG LUCAS MIEHÉ
Senior Researcher, ETH Zürich

CAS in Information Management and Leadership

WISSENSCHAFTLICHES MODUL

2 TAGE

BEYOND LEADERSHIP – DEALING WITH UNCERTAINTY

Lernziele

- Signifikanz und Potential von interdisziplinären Kooperationsmodellen identifizieren, basierend auf dem Konzept «Beyond Leadership».
- Dimensionen und Auswirkungen von Motivation und Identifikation auf die Leistung verstehen.

Inhalte

- Möglichkeiten und Herausforderungen der Zusammenarbeit in modernen Organisationen.
- Konzept «Beyond Leadership».



Dozent

MATTHIAS MÖLLENEY
Leitung des Centers für Human Resources Management & Leadership an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

WISSENSCHAFTLICHES MODUL

2 TAGE

ADVANCED SOCIAL MEDIA & AI FOR LEADERS

Lernziele

- Strategischer Einsatz von Social Media als Kommunikations- und Branding-Tool, unter Berücksichtigung von Algorithmen für Reichweite und Sichtbarkeit.
- Gestaltung eines Corporate Advocacy-Programms zur Stärkung von Thought Leadership und Employee Advocacy.
- Optimierung von Social Media Profilen für Authentizität und mehr Sichtbarkeit, insbesondere auf LinkedIn.
- Entwicklung einer Content Strategie, die Engagement und Unternehmensbotschaften unterstützt.
- Praktische Anwendung von KI-Tools wie ChatGPT, Midjourney und HeyGen in der Kommunikation.

Inhalte

- Social Media als strategisches Instrument für Unternehmenskommunikation und Markenbildung.
- Corporate Advocacy zur Positionierung von Führungskräften und Experten.
- Optimierung von Profilen und digitalen Visitenkarten zur Erhöhung der Sichtbarkeit.
- Entwicklung von Content Strategien
- Einrichtung eines Newsrooms und Integration des Social Media Teams für kohärente Kommunikation.
- Praxisanwendung von KI-Tools für Content-Erstellung, visuelle Gestaltung und Video-Avatare.



Dozentin

FATHIMA IFTHIKAR
Ehemalige Leiterin Social Media AXA Schweiz und UBS Schweiz

ORGANIZATIONAL LEARNING IN HIGH-RELIABILITY ORGANIZATIONS AND BEYOND

Lernziele

- «Organisationales Lernen» und seine Wichtigkeit verstehen. Mittel anwenden, die «Organisationales Lernen» fördern.
- «High reliability organization (HRO)» erklären und beurteilen ob und wie das eigene berufliche Umfeld zu einer HRO werden könnte.
- «Just Culture», damit verbundene hinderliche und befähigende Faktoren und die Wichtigkeit von «Just Culture» für das Organisationale Lernen und die eigene Organisation verstehen.
- Mit Risiken in Organisationen umgehen, mit besonderem Fokus auf Digitalisierung und Automatisierung.
- Erlernen von Grundsätzen des Sicherheitsmanagement und Management von Unsicherheit, speziell im Hinblick auf automatisierte Systeme.

Inhalte

- Organisationales Lernen.
- High reliability organization (HRO).
- Just Culture.
- Fallbeispiele von organisationalem Lernen in HROs.
- Umgang mit Risiken in Organisationen.
- Umgang mit Risiken wie Digitalisierung und Automatisierung



Dozentin

PD Dr. Sc. ETH
NADINE BIENEFELD
Oberassistentin und Dozentin
an der ETH Zürich, Department of Management,
Technology and Economics

ASYMMETRIC INFORMATION

Lernziele

- Situationen mit unvollständiger und/oder mangelhafter Information unterscheiden können und diese Situationen als Spiele repräsentieren können.
- Daraus optimale Entscheide für Entscheidungsträgerinnen und -träger bestimmen und zuverlässige Ergebnisse voraussagen.
- Verstehen wie (i.) kostspielige Handlungen private Informationen aufdecken, (ii.) «Screening-Instrumente» die Herausgabe privater Informationen durch Selbstselektion ermöglichen und (iii.) Verträge mit Anreizsystemen zu einem gewünschten Verhalten anregen.
- Informationen interpretieren, unter Berücksichtigung strategischer Anreize und den Regeln gemeinsam gefällter Entscheide.

Inhalte

- Prinzipien der rationalen Entscheidungsfindung in einem Einzel- und Mehrpersonenumfeld.
- Strategische Situationen mit unvollständiger und mangelhafter Information: Typen, Repräsentation, Regeln für Informationsaktualisierung, Regeln der Entscheidungsfindung und Voraussetzungen für Gleichgewichtszustand.
- Negativauswahl.
- Subjektives Risiko.
- Unvoreingenommene Information in der direkten Kommunikation und die Nutzung privater Information in Auktionen und Jurys.



Dozent

Prof. Dr. SIMON LÜCHINGER
Professor für Ökonomie an der
Universität Luzern

DIGITALE KRISENKOMMUNIKATION

Lernziele

- Herausforderungen und Strategien der Kommunikation in digitalen Krisensituationen verstehen und meistern.
- Strategisches Denken, kommunikative Fähigkeiten und Resilienz in kritischen Situationen schärfen.
- Theoretische Grundlagen zur digitalen Krisenkommunikation, deren Wandel und Trends, sowie methodologische Instrumente kennen und anwenden.
- Chancen und Risiken von Plattformen und digitaler Kommunikationskanäle kennen (Dynamiken, Mechanismen und Skandalisierungswellen).
- Digitale Kommunikationskrisen und ihre Ursachen verstehen, Krisenkommunikation und Meinungsbildung im digitalen Raum anwenden können.

Inhalte

- Training mit dem Social-Media-Simulator, online Reputationsmanagement
- Interaktive Übungen: Strategische Vorbereitung, Überprüfung der eigenen Krisenresistenz und Umgang mit Deepfakes. Analyse von Videos, Screenshots und Voice-Content.
- Prävention & Frühwarnsysteme: Monitoringstrategien zur rechtzeitigen Erkennung von Krisen
- Intervention & De-Eskalation in akuten Krisensituationen



Dozierende

Dr. PASCAL KRAUTHAMMER
Inhaber Krauthammer & Partner, ehem. Bundeshauskorrespondenz und Journalist NZZ



VINCENZO RIBI, MA
Senior Consultant Krauthammer & Partner

MEDIENTRAINING**Lernziele**

- Grundsätze der Kommunikation erlernen und Auftritt vor den Medien trainieren.
- Botschaften auf den Punkt bringen, so dass sie beim Publikum ankommen.
- Aussagen adressatengerecht, verständlich und klar formulieren.
- Wirkungsvoll, authentisch und überzeugend kommunizieren.
- Ein Bewusstsein der persönlichen Wirkung entwickeln für sicheres und souveränes Auftreten vor der Kamera oder dem Mikrofon.
- Den richtigen Umgang mit Journalistenfragen üben und worauf bei einem Medienauftritt geachtet werden muss.
- Die Eigenheiten von Radio und TV und die Erwartungshaltung der Medienschaffenden kennen.

Inhalte

- Praxisorientiertes Training von Interviewtechniken und Auftrittskompetenz mit langjährigen Profis aus Radio und TV.
- Theoretische Grundlagen für eine erfolgreiche Kommunikation und einen gelungenen Medienauftritt.
- Interviews am Mikrofon, Telefon, Handy und vor der Kamera aufgezeichnet, live und vor Publikum.
- Analysen der Auftritte auf Rhetorik, Körpersprache sowie verbale und non-verbale Inhalte.
- Fallbeispiele aus der Krisenkommunikation mit praxisnahen Reporterfragen unter Zeitdruck.

Dozierende

NADIA FÄH
Ehem. Chefredaktorin
Radio Zürisee



RENÉ BIRRER
Reporter und Produzent
CH Media

**SITUATION MONITORING AND CONTROLLING CYCLE****Lernziele**

- Verschiedene Konzepte für ein Lagecontrolling sinnvoll und an einen Kontext angepasst anwenden.
- Die Verschiedenartigkeit und die Gemeinsamkeiten der entsprechenden Konzepte erkennen.
- Basierend auf realen Beispielen oder realen Situationen ein eigenes Lagecontrolling konzipieren.

Inhalte

- Stand der Forschung zu «Was ist 'Situational Awareness'?».
- Einführungsbeispiel «Business Interruption» und das dazugehörige Lagecontrolling.
- Lagecontrolling von Armee und Behörden am Beispiel «Naturkatastrophe».
- Lagecontrolling in einer komplexen Projektlandschaft der Privatwirtschaft anhand von Beispielen.

Dozierende

PATRICK F. KILCHMANN
Leiter Group Services der
Ammann Gruppe



Dr. RETO WEGMANN
Senior Advisor,
Swiss Ibex GmbH



Oberstleutnant im Generalstab
PATRICK FETZ
Generalstabsschule

