



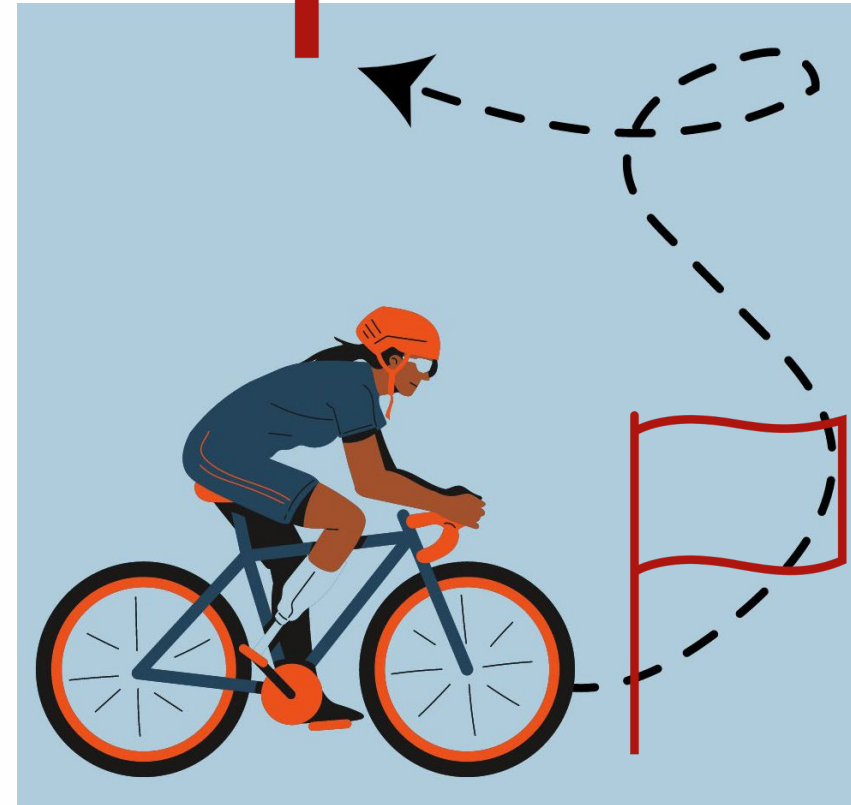
WHZ Westsächsische
Hochschule Zwickau
Hochschule für Mobilität



11. Thementag „Gute Lehre“ am 13.03.2024

Flipped Classroom meets Workshop

V. - Prof. Dr. Manuela Sachse
Fachgruppe Marketing
Fakultät Wirtschaftswissenschaften



Einordnung des Moduls



WHZ Westsächsische
Hochschule Zwickau
Hochschule für Mobilität

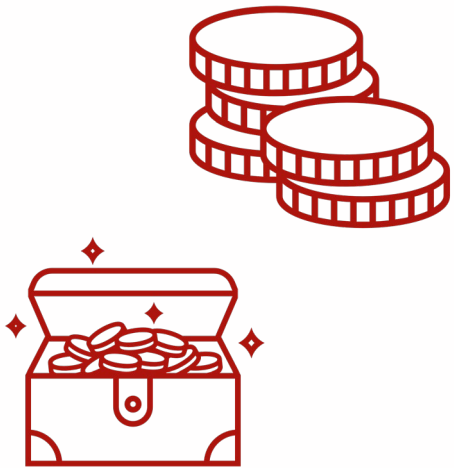
„Wertorientiertes Kundenbeziehungsmanagement“

Masterstudium FACT (Finance Accounting Controlling Tax)

einziges verhaltenswissenschaftlich ausgerichtetes Modul

„klassisches“ Lehrformat = Vorlesung, 4 SWS

Prüfungsleistung: schriftliche Prüfung oder aPI



Kundenbeziehungsmanagement



WHZ Westsächsische
Hochschule Zwickau
Hochschule für Mobilität

Gliederung

1. Evolution des Beziehungsmarketings
2. Kundenzufriedenheitsmanagement
3. Beschwerdemanagement
4. Kundenbindungsmanagement
5. Customer Relationship Management
6. Beziehungscontrolling



- 6 „große“ Kapitel
- 65 Inhaltsseiten Umfang

Neustrukturierung



WHZ Westsächsische
Hochschule Zwickau
Hochschule für Mobilität



Ziel:

Motivation für alle | Vermittlung von Lehrinhalten | Vorbereitung auf die Praxis

Herausforderung:

mangelndes Vorwissen | falsche Erwartungshaltung | „andere“ Denkweise | wechselnde Teilnehmerzahl

Überlegung:

Was könnte aus dem „Baukasten“ funktionieren?

(Neu)Definition der Lehr-/Lernziele



Sensibilisierung für verhaltenswissenschaftliche
(Marketing)Themen
und
interdisziplinäres Denken



Heranführung Studierender an das
eigenständige Forschen (in neuen Gebieten)
sowie
an Möglichkeiten des Wissenstransfers

motivierte (!) Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen des
Marketings

Organisation | Durchführung eines Beratungsworkshops

“Gutachterrolle” – kritische Auseinandersetzung mit
Anforderungen und Bewertungskriterien

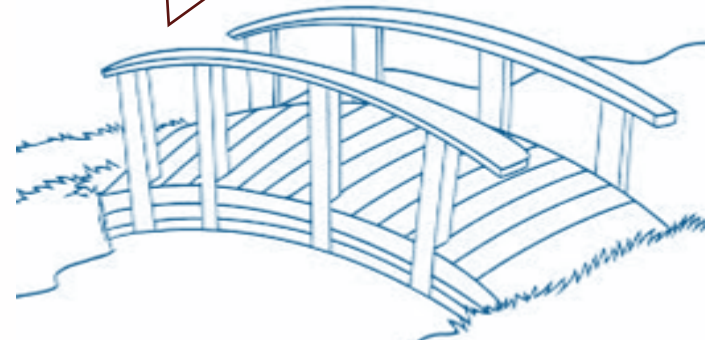
Neustrukturierung



WHZ Westsächsische
Hochschule Zwickau
Hochschule für Mobilität



**WERT(E)ORIENTIERTES
Kundenbeziehungs-
management**



Neustrukturierung



Kick-off



Vorlesungskomplex



Flipped Classroom



Portfolio

Gestaltung des Lernprozesses I



Kick-off als interaktive Kennenlerneinheit

- Diskussion provozierender Thesen zum Thema Wert- vs. Wert(e)Orientierung im FACT-Umfeld
- Gemeinsamkeiten verhaltenswissenschaftlicher und kennzahlenorientierter Facetten
- Aufbrechen von Denkmustern
- Gestaltung der Erwartungshaltung | Ziele des Moduls



Vorlesungskomplex

(12 Einheiten Überblick über wesentliche Inhalte der Themenkomplexe)

Ziel:

- Gesamtzusammenhang der im Kick-off erarbeiteten Zusammenhänge verdeutlichen
- wissenschaftliche Breite veranschaulichen

Vorteil: Interaktion durch spätere Vertiefung im Workshop | Portfolio

Herausforderung: Balance des Inputs



Flipped Classroom

Gestaltung des Lernprozesses II



individualisiertes & selbstständiges Lernen mit neuen Medien

- selbstständige Erarbeitung der Marketingzusammenhänge aus einem übergeordneten Themengebiet* und Adaption auf die Bedeutung für das Controlling
- Auswahl, Zusammenstellung und Strukturierung möglicher Lehrinhalte

Ziel:

selbstständige Erarbeitung komplexer wissenschaftlicher Themen, die auf den ersten Blick nicht in Bezug zur Denkweise des Controllings stehen



Präsentation im rollenspielbasierten Workshop

- Auswahl/ Umsetzung passfähiger/lernfördernder Lehrformate
- Entwicklung kreativer Ideen zur Wissensvermittlung und in der Ausübung der Rollen

Ziel:

Generierung von Lehrinhalten aus umfangreichen Themenkomplexen, die nicht der inhaltlichen Studenausrichtung entsprechen

Herausforderung: Zeitmanagement | Kreativität vs. lernfördernder/nachhaltiger Input



Reflexion



Gestaltung des Lernprozesses III



Lernzielüberprüfung



Lernportfolio (aPI)

Inhalt:

- pro Thema max. 2 Seiten nach klarer Struktur (Definition, Umfang, wesentliche Erkenntnisse, Bedeutung für das Controlling, Literatur)
- Reflexion des eigenen Vorgehens, Vergleich KI vs. „klassische Literatur“
- Reflexion des Vortrages
- 360 Grad-Feedback zum Gesamtmodul

Ziele:

- Lerninhalte aus den Workshops zu strukturieren, zusammenzufassen, verschriftlichen
- „Handbuch“ für die spätere Praxis vor
- Formulierung mündlicher Reflexion und Selbstreflexion

Wirksamkeit

Inhaltstiefe



WHZ Westsächsische
Hochschule Zwickau
Hochschule für Mobilität

**individuelle Erarbeitung
eigenes Tempo**

**Durchlaufen des
Forschungsprozesses
(Fragestellung bis
Ergebnispräsentation)**

**Verbesserung der Qualität |
Kreativität
der Vorstellungen**

Selbstvertrauen | Mut

**Steigerung der Güte
der Portfolios**

**Sensibilisierung
(Interesse)**

**mehrstufige, vielseitige
Reflexion**

**Rückfallebene
Coaching**



Herausforderungen aus Lehr-/Lernsicht



**hoher Arbeitsaufwand |
Anspruch für Studierende**

**Bereitstellung Lesematerial
(paper, Videos etc.)**

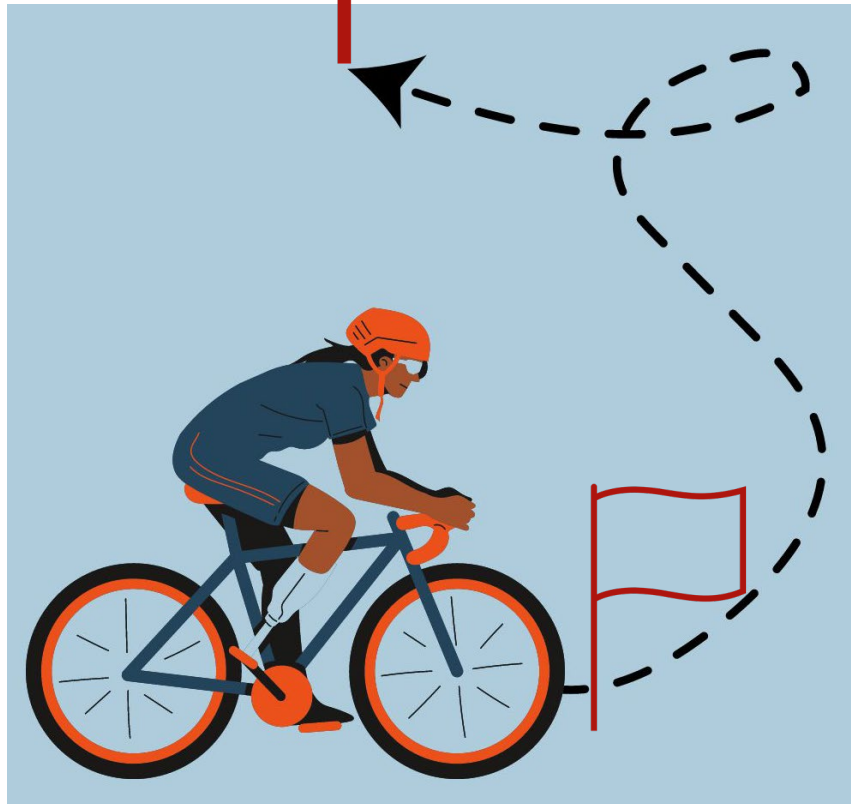
**Theoretische Ergänzungen
nach Workshop**

**Anpassung der Lehrinhalte
auf Gruppengröße**

Konsultationsaufwand

**Betreuung Lernplattform
(moodle)**





**WERT(E)ORIENTIERTES
Kundenbeziehungs-
management**

Fragen?