

Factsheet Master Business Management (MBM)

Geschlechterverhältnisse und Genderaspekte im Studiengang

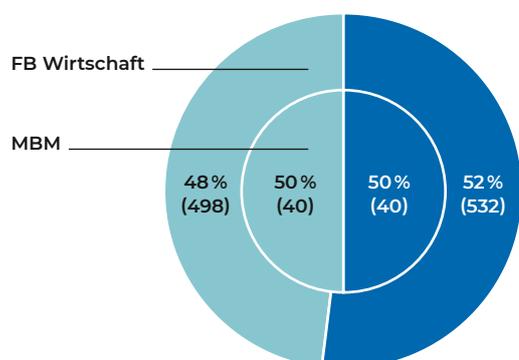
Letzte Akkreditierung: 1. August 2017

Geschlechterverhältnisse: Personal und Studierende 2015 und 2018*

		2015				2018			
		m	w	Gesamt	Anteil w	m	w	Gesamt	Anteil w
Fachbereich Wirtschaft	Professor*innen	14	5	19	26%	18	6	24	25%
	WiMis	9	17	26	65%	5	7	12	58%
	Lehrbeauftragte	11	7	18	39%	11	5	16	31%
	MTVs	0	3	3	100%	4	7	11	64%
	Summe Personal	34	32	66	48%	38	25	63	40%
	Studierende im FB	485	462	947	49%	532	498	1.030	48%
MBM	Studierende des Studiengangs	36	42	78	54%	40	40	80	50%

*Zweiter Gleichstellungsplan der Hochschule Emden/Leer und Genderbericht (2019)

Geschlechterverteilung der Studierenden im Fachbereich Wirtschaft und im Studiengang MBM im Jahr 2018



■ männlich ■ weiblich

Geschlechterverteilung im Fachbereich Wirtschaft im Jahr 2018

Professor*innen



Summe Personal



Studierende im Fachbereich



Kommen Genderaspekte im Modulhandbuch vor?

Modulhandbuch MBM, Stand 26. März 2021

Implizit

- strategisches Human Resource Management
- ethische Implikationen von Entscheidungen erkennen und bewerten
- Konflikte zwischen ethischen Überlegungen und kurzfristiger Gewinnmaximierung
- Nachhaltigkeit
- Gesetze, Richtlinien, Kodizes, Absichtserklärungen, Unternehmensleitbild und Gewohnheit der Unternehmensleitung und Unternehmensüberwachung
- Unternehmensethik, Corporate Social Responsibility sowie Unternehmenskultur
- Verhalten als Controller*in unter ethischen Gesichtspunkten reflektieren
- Work-Life-Balance
- mit Selbstoptimierung einhergehende Risiken

Module

Personalmanagement, Unternehmensethik, Corporate Governance, Selbstmanagement, Management Control Systems

Wie können (weitere) Genderaspekte berücksichtigt werden?

Explizit

- Geschlechtsspezifik von Unternehmensstrukturen und -kulturen (Gendered Organizations)
- Diversity Management, Antidiskriminierungsmaßnahmen und Familienfreundlichkeit von Unternehmen
- Care Ökonomie
- Zusammenhänge von Wirtschaftspolitik und geschlechtsspezifischer Ungleichheit
- Bedeutung von Emotions- und Beziehungsarbeit
- Gender Bias bei Finanzierungen
- geschlechtsspezifische Unterschiede bei Gründungen und Unternehmensführung
- Gendered Marketing und Geschlecht als Analysekategorie in der Marktforschung
- Gender Pay Gap

Implizit

- Schaffen einer diskriminierungsarmen und wertschätzenden Kultur
- Abbildung vielfältiger Lebensrealitäten ohne Reproduktion von Stereotypen in Bildern, Sprache und Arbeitsmaterialien
- Verwendung geschlechtersensibler Sprache
- Gewährleistung vielfältiger Lern- und Beteiligungsmöglichkeiten
- Berücksichtigung individueller Erfahrungen der Teilnehmenden
- Einbeziehen wissenschaftlicher Fachbeiträge von Wissenschaftlerinnen
- Reflexion des eigenen Denken und Handelns als Lehrkraft in Hinblick auf Genderaspekte (eigene Rollenvorstellungen, Wirkung meines Auftretens, Signalisierung von Anerkennung, Verteilung von Aufmerksamkeit, Annahmen/Erwartungen gegenüber Teilnehmenden) und Bereitschaft eigene stereotype Vorstellungen/Gender Bias zu hinterfragen

Für weitere Informationen QR-Codes scannen oder anklicken



Webseite des Projekts „Gender in Lehre und Forschung“ an der Hochschule Emden/Leer



Vorschläge zur Integration von Genderaspekten in die Curricula von Studienfächern



Materialien und Übungen zur Vermittlung von Genderkompetenz