

02.02.2012

Prof. Dr. Evi Hartmann, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

Logistik – Eine Stütze der Gesellschaft

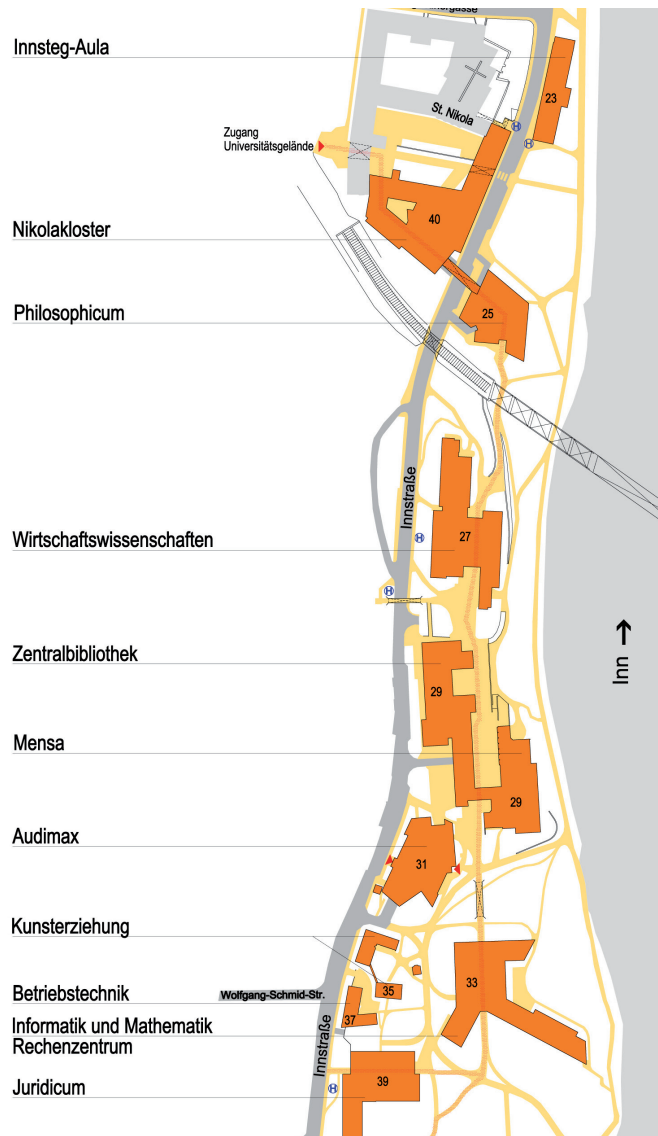
Die Globalisierung nahm in den letzten Jahren und nimmt auch heute noch rasant zu und bringt, neben neuen Herausforderungen für Gesellschaft und Umwelt, vor allem viele Bereicherungen für unser Leben mit sich. Es ist die Logistik, die diese Bereicherungen bei uns ankommen lässt. Obwohl sie für unser heutiges Leben und unsere Gesellschaft von entscheidender Bedeutung ist, führt die Logistik bis jetzt immer noch ein ‚Mauerblümchendasein‘ im Vergleich zu anderen Disziplinen. Es ist an der Zeit, die Logistik in das richtige Licht zu rücken und die wahre Bedeutung für unsere Gesellschaft aufzuzeigen.

09.02.2012

Prof. Dr. Carola Jungwirth, Universität Passau

Gleichstellung: Von der Hochschulpolitik zur Hochschulstrategie

Der Beruf „Wissenschaftlerin“ ist mit zahlreichen Aufgaben verknüpft. Dazu zählt die akademische Selbstverwaltung, innerhalb derer die Frauenbeauftragten die Aufgabe wahrnehmen, die Gleichstellung der männlichen und weiblichen Studierenden, sowie des männlichen und weiblichen wissenschaftlichen Personals zu monitorieren. Da ein Trade-off zwischen der Gleichstellungsaufgabe und anderen Anforderungen an eine Universität bestehen kann, muss die Verankerung und Durchsetzung von Gleichstellung strategisch konzipiert und in die Qualitätssicherung der Universität eingebunden sein. Fakt ist, dass eine Eliteförderung für die Universität Passau ohne eine sehr gute Positionierung in der forschungsorientierten Gleichstellung keine Chance hat. Nicht nur aus diesem Grund lohnt es sich für alle Universitätsmitglieder, sich mit der Gleichstellungsfrage aktiv auseinanderzusetzen.



Frauenbeauftragte der Universität Passau

Prof. Dr. Carola Jungwirth in Kooperation mit Prof. Dr. Fiedler,
Prof. Dr. Dr. habil Häussler, Prof. Dr. Moosmüller,
Prof. Dr. Möller
Innstraße 27, 94032 Passau
Fon: 0851 509-3257
www.uni-passau.de/frauenbeauftragte.html



Frauenbeauftragte der Universität Passau



RINGVORLESUNG

Wissenschaft ist ein Beruf für Frauen Ein Beispiel: Managementforscherin

Donnerstags, 18.15 bis 19.45 Uhr,
HS 6 (WiWi)

Wintersemester 2011/2012 – Übersicht

Vortragsreihe „Wissenschaft ist ein Beruf für Frauen. Ein Beispiel: Managementforscherin“

- 12.01.2012** **Professorin Dr. Petra Moog**
Life Scientists zwischen Wissenschaftstradition und Entrepreneurial Academia
- 19.01.2012** **Professorin Dr. Alwine Mohnen**
Präsentation von Arbeitgebern auf Jobmessen – Rückschlüsse für Bewerber?
- 26.01.2012** **Professorin Dr. Isabell Welp**
Zwei Arten, Team-Beziehungen zu organisieren: Wie Kommunal- und Marktstrukturen die Leistung beeinflussen
- 02.02.2012** **Professorin Dr. Evi Hartmann**
Logistik – Eine Stütze der Gesellschaft
- 09.02.2012** **Professorin Dr. Carola Jungwirth**
Gleichstellung: Von der Hochschulpolitik zur Hochschulstrategie

12.01.2012

Prof. Dr. Petra Moog, Universität Siegen

Life Scientists zwischen Wissenschaftstradition und Entrepreneurial Academia

Wissenschaftler an Hochschulen stehen heute unter dem Druck, ihre Forschung zu rechtfertigen und sind aufgefordert, ihre Ergebnisse stärker einem Transfer in die Praxis zu öffnen oder gar selbst den Schritt aus der Hochschule in die Wirtschaft zu gehen – neben ihren Aufgaben der Forschung und Lehre. Industrienationen und deren politische Systeme versuchen durch Anreizsysteme Wissenschaftler zu dieser zusätzlichen, unternehmerischen Aufgabe zu bewegen; Hochschulen entwickeln neue Governancesysteme, um dem sich wandelnden Anspruch und den hieraus erwachsenden Herausforderungen gerecht zu werden.

Wie kann die Ökonomie helfen, diese Sachverhalte zu verstehen und zu modellieren? Kann man die Einstellung von Wissenschaftlern zu diesen Themen als Motivation messen? Was sind Anreizsysteme und wie wirken sie in diesem Kontext? Wie ist wissenschaftlicher Output zu operationalisieren? Dies sind typische ökonomische Fragestellungen, die auf Basis entsprechender Theorien und angewandter empirischer Forschung beantwortet, und deren Implikationen für die Praxis aufgezeigt werden sollen/ zu Implikationen für die Praxis führen können.

19.01.2012

**Prof. Dr. Alwine Mohnen,
Technische Universität München**

Präsentation von Arbeitgebern auf Jobmessen – Rückschlüsse für Bewerber?

Können Arbeitgeber durch die gewählte Präsentation auf Jobmessen nicht-beobachtbare Unternehmenscharakteristika wie bspw. die Unternehmenskultur oder Arbeitsatmosphäre vermitteln? Mittels eines selbst erhobenen Datensatzes wird die Wahrnehmung potentieller Bewerber auf der einen Seite und Unternehmenscharakteristika auf der anderen Seite untersucht. Wir finden Belege, dass Arbeitgeber-Signaling existiert. Beispielsweise wird das Verhalten von Mitarbeitern auf einer Jobmesse als Signal für die Arbeitsatmosphäre gewertet. Attraktive Messestände und Geschenke signalisieren hochwertige Nebenleistungen. Interessant ist, dass High Potentials einige Signale anders bewerten als „Non-High Potentials“.

26.01.2012

**Prof. Dr. Isabell Welp,
Technische Universität München**

Zwei Arten, Team-Beziehungen zu organisieren: Wie Kommunal- und Marktstrukturen die Leistung beeinflussen

Nach der Relational-Models-Theory (Fiske, 1992) werden alle sozialen Interaktionen von vier elementaren Beziehungsmodellen gesteuert: communal sharing, authority ranking, equality matching und market pricing. Der zentrale – von zahlreichen empirischen Forschungen unterstützte – Grundsatz dieser Theorie lautet, dass Individuen und Gruppen diese vier Modelle nutzen, um soziale Beziehungen zu organisieren. Die Konsequenzen, die sich aus einer Implementierung dieser Modelle in Arbeitsgruppen ergeben, sind bislang weitestgehend unerforscht. Ziel der Studie ist es, den Einfluss zweier gegensätzlicher Beziehungsmodelle (communal sharing und market pricing) auf die Teamperformance zu untersuchen. Wir behaupten, dass communal sharing einen positiven und market pricing einen negativen Einfluss auf die Leistung haben. Außerdem argumentieren wir, dass beide Beziehungsmodelle ihren Einfluss auf die Teamperformance indirekt ausüben, indem sie das Vertrauen in das Team und die Identifikation mit diesem beeinflussen. Um diese Hypothesen zu überprüfen, wurden Befragungen und objektive Leistungsdaten eines interkulturellen Längsschnittdatensatzes, welcher Daten von 2734 Individuen aus 425 Teams umfasst und aus einem real-time strategy MMO (Massively Multiplayer Online Game) generiert wurde, verwendet. Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Implementierung „rationaler“ Marktnormen in Arbeitsgruppen nachteilige Konsequenzen für die Performance haben kann.