

code of conduct

- 1. EINFÜHRUNG**
- 2. GRUNDLAGEN UND GÜLTIGKEIT**
- 3. SOZIALES MITEINANDER**
- 4. ROLLENVERTEILUNG UND INTERESSENSKONFLIKTE**
- 5. UMWELTSCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT**
- 6. DATENSCHUTZ UND UMGANG MIT INTERNA**
- 7. KONTAKTINFORMATION**



1. EINFÜHRUNG

Zur Regelung eines kooperativen, gerechten und sozialen Umgangs zwischen den Studierenden und mit durch das Studium in Kontakt tretenden Unternehmen führt der Studiengang MBA 14 der Münchner Marketing Akademie einen sog. Code of Conduct / Verhaltenskodex ein. Ziel dieses Kodex ist die Festlegung und Sicherstellung einer einheitlichen und sinnvollen Vorgehensweise bei Meinungsverschiedenheiten, sowie vor allem einem fairen, respektvollen Umgang untereinander.

Dieser Code of Conduct ist durch die Studierenden des MBA 14 an der Münchner Marketing Akademie beschlossen und durch die Studienleitung genehmigt.

2. GRUNDLAGEN UND GÜLTIGKEITEN

Die Einhaltung und Vorgehensweise nach diesem Kodex ist wünschenswert, jedoch fakultativ und unterliegt somit der freiwilligen Entscheidung jedes Teilnehmers.

Für alle im Rahmen des Studiums relevanten Entscheidungen und Handlungen sind die allgemein gültigen Gesetze und Bestimmungen im In- und Ausland zu beachten. Für etwaige Verstöße haftet jeder Teilnehmer im Einzelnen.

Ziel des MBA-Studiengangs ist unter anderem die Entwicklung und Festigung von Führungskompetenzen. Führungskräfte stehen in besonderem Fokus und füllen Vorbildfunktionen aus. Im Rahmen des Auslandsmoduls beschäftigen sich die Studierenden intensiv mit den Themen Business Ethics und Corporate Social Responsibility (CSR).

Aus diesen Gründen liegt eine besondere Verantwortung jedes Studierenden darin, auf einen respektvollen Umgang mit Mensch und Umwelt zu achten. Dies sollte zu jedem Zeitpunkt Priorität haben und ausgelebt werden.

3. SOZIALES MITEINANDER

Im Umgang miteinander, d.h. zwischen den Kommilitonen, den Dozenten und Studienleitern sowie Dritten (Unternehmen, Dienstleistern, Öffentlichkeit), gilt der praktische Grundsatz der goldenen Regel: „Behandle andere so, wie du von ihnen behandelt werden willst“. Zur konkreten Berücksichtigung stehen darüber hinaus nachfolgende Prinzipien:

3.1. Meinungsfreiheit

Jeder hat das Recht und ist dazu gebeten seine Meinung und seinen Standpunkt mitzuteilen, ohne mit negativen Konsequenzen rechnen zu müssen.

3.2. Kritik ausdrücken

Kritische Anmerkungen und Meinungen werden respektvoll und sachlich geäußert. Diese dienen der Gruppendynamik und Persönlichkeitsentwicklung.

3.3. Fördern von Ideen

Ideen dürfen jederzeit mit der Gruppe diskutiert werden. Kreative Denkstrategien und Methoden sollen angewandt und miteinander geteilt werden.

3.4. Gruppendynamik

Entscheidungen und Kommunikation erfolgen in der Gruppe und nur situativ in Kleingruppen. So wird sichergestellt, dass alle Teilnehmer auf einem Level agieren und einbezogen sind.

3.5. Zu verfolgende Ziele

Übergeordnetes Ziel des Studiengangs ist der erfolgreiche Abschluss jedes Teilnehmers in Eigenverantwortung. Jeder Teilnehmer hat das Recht auf ein mögliches Erreichen dieses Ziels. Eine Ellenbogengesellschaft ohne Rücksicht auf andere ist dabei nicht erwünscht. Persönliche Ziele gilt es zudem einzubeziehen.

3.6. Gegenseitige Unterstützung

Gibt es ein Problem oder hat ein Teilnehmer fachliche oder persönliche Schwierigkeiten, erhält dieser die Unterstützung der Gruppe und Dozenten. Er kann dies jederzeit kundtun, ohne negative Reaktionen zu erhalten. Dabei beachtet werden soll der Ablauf für Interessenskonflikte (siehe 4.2.).

3.7. Aufgabenverteilung

Individuell zugewiesene Aufgaben und Arbeiten (z.B. Buchbesprechung) erfolgen in Eigenverantwortung und sollen nicht in der Gruppe bearbeitet werden. Bei der Einteilung in Gruppen gilt zu beachten, dass das Arbeitsvolumen im Rahmen der Möglichkeiten und mit gleicher Gewichtung auf die Teilnehmer verteilt wird.

3.8. Beleidigungen und Diskriminierung

Beleidigungen und rechtswidrige Diskriminierung sind zu jedem Zeitpunkt zu unterlassen. Bei Nichtbeachtung können Maßnahmen ergriffen werden. Dabei beachtet werden soll der Ablauf für Interessenskonflikte (siehe 4.2.).

3.9. Korruptionsverbot

Korruption, d.h. Bestechung, Vorteilsannahme oder das zwanghafte Verlangen einer Gegenleistung, die gegen allgemein gültige Rechte verstößt, ist untersagt und kann mit Maßnahmen geahndet werden. Dabei beachtet werden soll der Ablauf für Interessenskonflikte (siehe 4.2.).

3.10. Arbeitsumfeld

Pünktliches Erscheinen zu Lehrveranstaltungen, um Störungen zu vermeiden, sowie zu vereinbarten Terminen sind einzuhalten. Kann dies nicht gewährleistet werden, ist mindestens 15 Minuten vor Beginn allen Teilnehmern via What's App Gruppe „MBA 14“ Bescheid zu geben. Um die Teilnehmer während den Lehrveranstaltungen nicht zu stören, sind Mobiltelefone und andere elektronische Geräte, während der Lehrveranstaltung auf lautlos zu stellen.

4. ROLLENVERTEILUNG UND INTERESSENSKONFLIKTE

4.1. Gruppensprecher und Rollen

Die Studiengruppe des MBA 14 besteht aus acht bzw. neun Studierenden. Die Studierenden werden durch Studienleiter und Ansprechpartner auf Seiten der Münchner Marketing Akademie geschult und unterstützt.

Zur Entwicklung einer Gruppenstruktur und Regelung interner Abläufe erfolgt die Wahl eines Gruppensprechers sowie dessen Vertreters durch jeweils einen Wahlgang. Die Wahl erfolgt nach den Grundsätzen der freien, geheimen, gleichen und unmittelbaren Wahl und wird nach dem Mehrheitsprinzip durchgeführt. Jeweilige Staatsbürgerschaften sind nicht von Bedeutung.

4.2. Ablauf für Interessenskonflikte

Für die Klärung von Meinungsverschiedenheiten und Konflikten gelten die nachfolgenden Instanzen und Vorgehensweisen:

4.2.1. Erste Instanz – Interne und direkte Schlichtung der Beteiligten

In erster Instanz versuchen die beteiligten Parteien den Konflikt direkt und ohne Mitwirkung Dritter beizulegen. Dies sollte damit enden, dass alle Parteien einverstanden sind und eine akzeptable Lösung vereinbart wird.

4.2.2. Zweite Instanz – Interne und indirekte Schlichtung durch dritte Partei

Ist der Schlichtungsversuch in erster Instanz erfolglos und wird keine Lösung gefunden, die für alle Beteiligten akzeptabel ist, erfolgt der Zuzug eines neutralen Streitschlichters. Der Streitschlichter wird durch den Gruppensprecher, oder falls dieser beteiligt oder verhindert ist, durch dessen Vertreter bestimmt. Voraussetzung für die Position des Streitschlichters ist dessen Neutralität im Konflikt. Der gewählte Streitschlichter hat die Möglichkeit, seine Aufgabe ohne Begründung abzulehnen. Die Ablehnung dieser Aufgabe muss sofort erfolgen, um einen neuen Streitschlichter zeitnah zu bestimmen. Sollte kein gewählter Streitschlichter diese Aufgabe annehmen, tritt Punkt 4.2.3 ein.

4.2.3. Dritte Instanz – Externe Schlichtung durch Studienleitung

Konnte auch in zweiter Instanz kein Ergebnis erzielt werden, wird der Studienleiter der Münchner Marketing Akademie in die Auseinandersetzung einbezogen und erhält die Entscheidungshoheit.

5. UMWELTSCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT

Jeder Teilnehmer des Studiengangs verfügt über ein entsprechendes Bildungsniveau und Verständnis für einen verantwortungsbewussten Umgang mit unserer Umwelt. Dieses Verständnis wollen wir einsetzen um bewusst ressourcenschonend und nachhaltig in der Gruppe, sowie im Einzelnen zu agieren. Beachtet werden sollen unter anderem nachfolgende Handlungsempfehlungen:

5.1. Umgang mit Arbeitsmaterial

„Digital first!“ – Wir vermeiden Ausdrucke soweit möglich und kommunizieren auf digitalem Weg. Dass physische Gegenstände mit entsprechender Sorgfalt behandelt werden ist für uns selbstverständlich.

5.2. Mobilität

Deutschland und Europa kann auf eine hervorragende Infrastruktur zurückgreifen. Wenn sich die Möglichkeit bietet, nutzen wir dies, beispielsweise durch Fahrgemeinschaften oder öffentliche Verkehrsmittel. Durch die Digitalisierung werden zudem mit Telefon- und Onlinekonferenzen Optionen zur umweltschonenden Kommunikation geboten.

5.3. Gegenseitige Hilfestellungen

Die Studierenden unterstützen sich gegenseitig bei einem bewussten Lebensstil und informieren einander bei Optimierungsansätzen.

6. DATENSCHUTZ UND UMGANG MIT INTERNA

Informationen, die im Rahmen des Studiengangs von den Teilnehmern herausgegeben werden (z.B. Praxisbeispiele), sind, soweit nicht anders kommuniziert, vertraulich und werden nicht an Dritte außerhalb der Gruppe weitergegeben. Dies gilt ebenso für ausgearbeitete Konzepte, Ideen, Konflikte oder Ansichten, die selbständig oder in Partnerschaft mit Unternehmen erarbeitet wurden. Die datenschutzrechtlichen Inhalte sind laut Studienvertrag der Teilnehmer geregelt und werden berücksichtigt. Bei Veröffentlichungen im Rahmen sozialer Netzwerke wie Facebook, Instagram, etc. muss jeder Teilnehmer aktiv die Zustimmung verweigern sowie bei eingeschränkter Zustimmung diese entsprechend mitteilen.

7. KONTAKTINFORMATION

Ansprechpartner und verantwortlich für Änderungen ist Sebastian Binder. Kooperationspartner und Interessenten, die Fragen über den Code of Conduct des MBA 14 haben oder Feedback geben möchten, können dies per E-Mail an se.bi@mail.de tun. Jegliches Feedback wird vertraulich und mit entsprechender Sorgfalt behandelt.

MBA 14 CODE OF CONDUCT
KENNTNISNAHME DER BETEILIGTEN 1/2

Hiermit bestätigen die Teilnehmer und Studienleitung, dass sie
den MBA 14 Code of Conduct gelesen und verstanden haben.

SEBASTIAN BINDER

Name des Studierenden

Unterschrift

MATTHIAS DEUERLING

Name des Studierenden

Unterschrift

GEORG KUGELE

Name des Studierenden

Unterschrift

NORZ DIANA

Name des Studierenden

Unterschrift

SABRINA SCHLISCH-HOFFMANN

Name des Studierenden

Unterschrift

4.5.2019

Datum

MBA 14 CODE OF CONDUCT
KENNTNISNAHME DER BETEILIGTEN 2/2

Hiermit bestätigen die Teilnehmer und Studienleitung, dass sie
den MBA 14 Code of Conduct gelesen und verstanden haben.

DZEMIL SPAHIC

Name des Studierenden

Unterschrift

MAIK JOHNKE

Name des Studierenden

Unterschrift

SANTENA NEUFERT

Name des Studierenden

Unterschrift

MICHAEL RUHE

Name der Studienleitung

Unterschrift

4.5.2019

Datum