



Modulhandbuch

Betrieb & Management

Wintersemester 2024

Stand: 26. September 2024

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Modul M0523: Betrieb & Management	3
Lehrveranstaltung L2993: Current issues in behavioral economics	4
Lehrveranstaltung L3247: Behavioral Science in Business: Research Methods for Organizations	5
Lehrveranstaltung L3193: Future Trends	6
Lehrveranstaltung L1711: Innovation Debates	6
Lehrveranstaltung L3298: Costing and Business Negotiations for Engineers	7
Lehrveranstaltung L1231: Management und Unternehmensführung	7
Lehrveranstaltung L0863: Marketing	7
Lehrveranstaltung L3140: Nachhaltige Unternehmensführung in der Praxis	9
Lehrveranstaltung L3251: Patentrecht als Teil des Gewerblichen Rechtsschutzes	9
Lehrveranstaltung L0709: Project Management	10
Lehrveranstaltung L3194: Prototype & Pitch	11
Lehrveranstaltung L2349: Rechnungswesen und Jahresabschluss	11
Lehrveranstaltung L1133: Recht für Ingenieure	12
Lehrveranstaltung L2669: Negotiation Management	12
Lehrveranstaltung L1381: Öffentliches- und Verfassungsrecht	14



Modulhandbuch

Betrieb & Management

Wintersemester 2024

Stand: 26. September 2024

Modul M0523: Betrieb & Management	
Modulverantwortlicher	Prof. Matthias Meyer
Zulassungsvoraussetzungen	Keine
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Modulziele/ angestrebte Lernergebnisse	Nach erfolgreicher Teilnahme haben die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht
Fachkompetenz <i>Wissen</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte betriebswirtschaftliche Spezialgebiete innerhalb der Betriebswirtschaftslehre zu verorten. Die Studierenden können in ausgewählten betriebswirtschaftlichen Teilbereichen grundlegende Theorien, Kategorien und Modelle erklären. Die Studierenden können technisches und betriebswirtschaftliches Wissen miteinander in Beziehung setzen.
<i>Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können in ausgewählten betriebswirtschaftlichen Teilbereichen grundlegende Methoden anwenden. Die Studierenden können für praktische Fragestellungen in betriebswirtschaftlichen Teilbereichen Entscheidungsvorschläge begründen.

Lehrveranstaltung L3247: Behavioral Science in Business: Research Methods for Organizations	
Typ	Projekt-/problembasierte Lehrveranstaltung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Fachtheoretisch-fachpraktische Arbeit
Prüfungsdauer und -umfang	Ausarbeitung und Präsentation in Kleingruppen, Peer Review anderer Präsentationen
Dozenten	Prof. Tim Schweisfurth, Harold Gamero Maldonado
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<p>Description: This course is designed to equip master students with advanced research skills and tools, tailored for the dynamic landscapes of organizational behaviour and decision sciences, in times of distributed organizations and open innovation. Relying on a research-based approach, students will have the opportunity to apply the theoretical foundations and gain expertise from a hands-on project.</p> <p>Grading: The overall grade will be based on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 40%: Weekly deliverables regarding the research project • 60% Final research report: <ul style="list-style-type: none"> ◦ 50% written report. ◦ 50% verbal exposition. <p>Tentative structure:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to organisational behaviour and decision sciences 2. Overview of the research process 3. Multivocal literature review 4. Research designs and sampling approaches 5. Data collection 1: Inductive techniques 6. Qualitative analysis 7. Data collection 2: Deductive techniques 8. Measurement and scaling 9. Quantitative analysis 1: Descriptive statistics 10. Quantitative analysis 2: Inferential statistics 11. Research report for executives 12. Final presentation
Literatur	<p>Cooper, D. R., & Schindler, P. (2014). Business research methods. Mcgraw-hill.</p> <p>Hair Jr, J., Page, M., & Brunsveld, N. (2019). Essentials of business research methods. Routledge.</p> <p>Hine, D., & Carson, D. (Eds.). (2007). Innovative methodologies in enterprise research. Edward Elgar Publishing.</p> <p>Lee, N., & Lings, I. (2008). Doing business research: a guide to theory and practice. Sage</p>

Lehrveranstaltung L3193: Future Trends	
Typ	Seminar
SWS	2
LP	3
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 62, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Schriftliche Ausarbeitung
Prüfungsdauer und -umfang	Abgabe eines Portfolios am Semesterende
Dozenten	Prof. Christian Lüthje
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<p>The Future Trends Seminar is part of the inter-university two-semester INTIE program (Interdisciplinary Innovation and Entrepreneurship). In this seminar, students from different disciplines and universities work together. The focus of the seminar is the analysis of trends and markets with the aim to identify promising areas for innovative, future-compatible and sustainable business ideas. Students learn to evaluate trends of different levels and areas (e.g. megatrends, societal trends, technological trends) and to relate them to each other. They also engage with the basic approach of user/customer-centered innovation and gain experience in conducting interviews. Furthermore, they learn how to evaluate the potential of markets. In addition to these professional topics, another goal of this seminar is personal development and reflection. Thus, students are asked to look at personal resources and goals regarding the founding of an innovative startup in an interdisciplinary team. The seminar includes phases of group work as well as input from experts from practice and science and presentations by the participants.</p> <p>You can only participate in the seminar if you have been admitted to the INTIE program. For this, an application via the website intie.de is necessary. Participants should be enthusiastic about innovation and entrepreneurship.</p>
Literatur	Wird im Seminar bekanntgegeben.

Lehrveranstaltung L1711: Innovation Debates	
Typ	Projekt-/problembasierte Lehrveranstaltung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Fachtheoretisch-fachpraktische Arbeit
Prüfungsdauer und -umfang	3 Präsentationen der schriftlichen Ausarbeitung à 20 Minuten
Dozenten	Prof. Daniel Heiner Ehls
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<p>Scientific knowledge grows continuously but also experiences certain alignments over time. For example, early cultures had the believe of a flat earth while latest research has a spherical earth model. Also in social science and business management, from time to time certain concepts that have even been the predominant paradigm are challenged by new observations and models. Consequently, certain controversies emerge and build the base for advancing theory and managerial practice. With this lecture, we put ourselves in the middle of heated debates for informed academics and practitioners of the day after tomorrow.</p> <p>The lecture targets several controversies in the domain of technology strategy and innovation management. By the classical academic method and the novel problem based learning format of a structured discussion, a given controversy is scrutinized. On selected topics, students will discuss a dispute and gain a thorough understanding. Specifically, based on a brief introduction of a motion, a affirmative constructive as well as a negative constructive is presented by two different student groups. Each presentation is followed by a response of the other group and questions from the class. Topics range from latest theories and concepts for value capture, to the importance of operating within a global marketplace, to cutting edge approaches for innovation stimulation and technology management. Consequently, this lecture deepens the knowledge in technology strategy and innovation management (TIM), enables a critical thinking and thought leadership.</p>
Literatur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Course notes and materials provided before the lecture 2. Leiblein/ Ziedonis (2011): Technology Strategy and innovation management. Edward Elgar Publishing Ltd (optional)

Lehrveranstaltung L3298: Costing and Business Negotiations for Engineers	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Fachtheoretisch-fachpraktische Arbeit
Prüfungsdauer und -umfang	folgt
Dozenten	Asaduzzaman Kagozi
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	1) To provide students with a comprehensive understanding of costing needs for business it's process, principles and techniques. 2) To develop students' skills in analyzing project costs, estimating budgets, and managing project finances effectively. 3) To equip students with negotiation strategies and techniques for successful business interactions and contract management.
Literatur	

Lehrveranstaltung L1231: Management und Unternehmensführung	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	60 Minuten
Dozenten	Prof. Christian Ringle, Janna Ehrlich
Sprachen	DE
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffe und Grundlagen des Strategischen Managements • Strategische Zielplanung • Strategische Analyse und Prognose • Schaffung strategischer Optionen • Strategiebewertung, Implementierung und strategische Kontrolle
Literatur	- Bea, F.X.; Haas, J.: Strategisches Management, 5. Auflage, Stuttgart 2009. - Dess, G. G.; Lumpkin, G. T.; Eisner, A. B.: Strategic management: Creating competitive advantages, Boston 2010 - Hahn, D.; Taylor, B.: Strategische Unternehmensplanung: Strategische Unternehmensführung, 9. Auflage, Heidelberg 2006. - Hinterhuber, H.H.: Strategische Unternehmensführung Bd. 1: Strategisches Denken, 7. Aufl., Berlin u. a. 2004 - Hinterhuber, H.H.: Strategische Unternehmensführung Bd. 2: Strategisches Handeln, 7. Aufl., Berlin u. a. 2004 - Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 6. Auflage, Wiesbaden 2011 - Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R.: Strategisches Management. Eine Einführung, 9. Auflage, München 2011 - Macharzina, K.: Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, 7. Auflage, Wiesbaden 2010. - Porter, M.E.: Competitive strategy, New York 1980 (deutsche Ausgabe: Wettbewerbsstrategie, 10. Aufl., Frankfurt am Main 1999) - Welge, M. K.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, 5. Auflage, Wiesbaden 2008.

Lehrveranstaltung L0863: Marketing	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	
Dozenten	Prof. Christian Lüthje
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	Contents Basics of Marketing The philosophy and fundamental aims of marketing. Contrasting different marketing fields (e.g. business-to-consumer versus business-to-business marketing). The process of marketing planning, implementation and controlling Strategic Marketing Planning How to find profit opportunities? How to develop cooperation, internationalization, timing, differentiation and cost leadership

	<p>strategies?</p> <p>Market-oriented Design of products and services</p> <p>How can companies get valuable customer input on product design and development? What is a service? How can companies design innovative services supporting the products?</p> <p>Pricing</p> <p>What are the underlying determinants of pricing decision? Which pricing strategies should companies choose over the life cycle of products? What are special forms of pricing on business-to-business markets (e.g. competitive bidding, auctions)?</p> <p>Marketing Communication</p> <p>What is the role of communication and advertising in business-to-business markets? Why advertise? How can companies manage communication over advertisement, exhibitions and public relations?</p> <p>Sales and Distribution</p> <p>How to build customer relationship? What are the major requirements of industrial selling? What is a distribution channel? How to design and manage a channel strategy on business-to-business markets?</p> <p>Knowledge</p> <p>Students will gain an introduction and good overview of</p> <ul style="list-style-type: none"> • Specific challenges in the marketing of innovative goods and services • Key strategic areas in strategic marketing planning (cooperation, internationalization, timing) • Tools for information gathering about future customer needs and requirements • Fundamental pricing theories and pricing methods • Main communication instruments • Marketing channels and main organizational issues in sales management • Basic approaches for managing customer relationship <p>Skills</p> <p>Based on the acquired knowledge students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design market timing decisions • Make decisions for marketing-related cooperation and internationalization activities • Manage the challenges of market-oriented development of new products and services • Translate customer needs into concepts, prototypes and marketable offers • Determine the perceived quality of an existing product or service using advanced elicitation and measurement techniques that fit the given situation • Analyze the pricing alternatives for products and services • Make strategic sales decisions for products and services (i.e. selection of sales channels) • Analyze the value of customers and apply customer relationship management tools <p>Social Competence</p> <p>The students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • have fruitful discussions and exchange arguments • present results in a clear and concise way • carry out respectful team work <p>Self-reliance</p> <p>The students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquire knowledge independently in the specific context and to map this knowledge on other new complex problem fields. • Consider proposed business actions in the field of marketing and reflect on them.
<p>Literatur</p>	<p>Homburg, C., Kuester, S., Krohmer, H. (2009). Marketing Management, McGraw-Hill Education, Berkshire, extracts p. 31-32, p. 38-53, 406-414, 427-431</p> <p>Bingham, F. G., Gomes, R., Knowles, P. A. (2005). Business Marketing, McGraw-Hill Higher Education, 3rd edition, 2004, p. 106-110</p> <p>Besanke, D., Dranove, D., Shanley, M., Schaefer, S. (2007), Economics of strategy, Wiley, 3rd edition, 2007, p. 149-155</p> <p>Hutt, M. D., Speh, T.W. (2010), Business Marketing Management, 10th edition, South Western, Lengage Learning, p. 112-116</p>

Lehrveranstaltung L3140: Nachhaltige Unternehmensführung in der Praxis	
Typ	Projekt-/problembasierte Lehrveranstaltung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Fachtheoretisch-fachpraktische Arbeit
Prüfungsdauer und -umfang	60 Minuten
Dozenten	Stefan Klebert
Sprachen	DE
Zeitraum	WiSe/SoSe
Inhalt	Die universelle Herausforderung für Studenten ist es, das im Studium erlernte Wissen in einen praktischen Kontext zu übertragen. Management ist, mehr als jedes einzelne Fach für sich, die Kunst, aus den verschiedenen Themenfeldern eine holistische Entscheidung zu formen. Grundsätzlich ist dieses Prinzip in jeder Art von Management unverändert, sei es in einem Start-up, in einem mittelständischen oder einem börsennotierten Unternehmen. Dem Management liegt also die folgende Frage zu Grunde: Welche Kombination von Handlungen führt zu einem nachhaltigen Wettbewerbsvorteil für die eigene Organisation. Um bei der Beantwortung dieser Frage behilflich zu sein, möchte dieser Kurs Einsichten in die zurückliegenden und künftig benötigten Veränderungen innerhalb der GEA geben. Um dies zu erreichen, wird eine Kombination theoretischer und praktischer Elemente mit Fallstudien, einem Managementspiel und Diskussionen angeboten. Das Ziel ist, diese Vorlesung so weit wie möglich an der Managementrealität anzulehnen. Die Vorlesung gestaltet sich über drei Tage in täglichen Blöcken á sechs Stunden, weitere Details folgen.
Literatur	Es wird kein Lehrbuch benötigt. Fallstudien (verpflichtend) <ul style="list-style-type: none"> • Notwendig, um die theoretisch erlernten und praktisch veranschaulichten Konzepte in einen Anwendungsrahmen zu bringen. • Müssen gelesen und, wo erwähnt, zur gemeinsamen Besprechung vorbereitet werden. • Die vorzubereitenden Fragen werden mit den Vorbereitungsmaterialien verteilt.

Lehrveranstaltung L3251: Patentrecht als Teil des Gewerblichen Rechtsschutzes	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	90 min
Dozenten	Dr. Klaus Oppermann
Sprachen	DE
Zeitraum	WiSe/SoSe
Inhalt	Gibt es eine Alternative für mich in der Berufswelt neben der Forschung und der Industrie ? Ja, die gibt es, und zwar in Gestalt des Berufsbildes: Patentanwalt. In der Veranstaltung werden erste Ein- und Ausblicke unter rechtlichen Gesichtspunkten auf dieses faszinierende Betätigungsfeld gegeben. Dabei wird sowohl die Entstehung als auch die Durchsetzung des Rechts beleuchtet.
Literatur	

Lehrveranstaltung L0709: Project Management	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	
Dozenten	Prof. Carlos Jahn
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<p>The lecture “project management” aims at characterizing typical phases of projects. Important contents are: possible tasks, organization, techniques and tools for initiation, definition, planning, management and finalization of projects. This will also be deepened by exercises within the framework of the event.</p> <p>The following topics will be covered in the lecture:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SMART, Work Breakdown Structure, Operationalization, Goals relation matrix • Metra-Potential Method (MPM), Critical-Path Method (CPM), Program evaluation and review technique (PERT) • Milestone Analysis, Earned Value Analysis (EVA) • Progress reporting, Tracing of project goals, deadlines and costs, Project Management Control Loop, Maturity Level Assurance (MLA) • Risk Management, Failure Mode and Effects Analysis (FMEA), Risk Matrix
Literatur	<p>Project Management Institute (2017): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) 6. Aufl. Newtown Square, PA, USA: Project Management Institute.</p> <p>DeMarco, Tom (1997). The Deadline: A Novel About Project Management.</p> <p>DIN Deutsches Institut für Normung e.V. (2009). Projektmanagement - Projektmanagementsysteme - Teil 5: Begriffe. (DIN 69901-5)</p> <p>Frigenti, Enzo and Comminos, Dennis (2002). The Practice of Project Management.</p> <p>Haberfellner, Reinhard (2015). Systems Engineering: Grundlagen und Anwendung</p> <p>Harrison, Frederick and Lock, Dennis (2004). Advanced Project Management: A Structured Approach.</p> <p>Heyworth, Frank (2002). A Guide to Project Management.</p> <p>ISO - International Organization for Standardization (2012). Guidance on Project Management. (21500:2012(E))</p> <p>Kerzner, Harold (2013). Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling.</p> <p>Lock, Dennis (2018). Project Management.</p> <p>Martinelli, Russ J. and Milošević, Dragan (2016). Project Management Toolbox: Tools and Techniques for the Practicing Project Manager.</p> <p>Murch, Richard (2011). Project Management: Best Practices for IT Professionals.</p> <p>Patzak, Gerold and Rattay, Günter (2009). Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios, Programmen und projektorientierten Unternehmen.</p>

Lehrveranstaltung L3194: Prototype & Pitch	
Typ	Seminar
SWS	2
LP	3
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 62, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Fachtheoretisch-fachpraktische Arbeit
Prüfungsdauer und -umfang	Bewertung der Teamleistung anhand mehrerer Pitches und des erzielten Fortschritts
Dozenten	Prof. Christian Lühje
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<p>The Prototype & Pitch Seminar is part of the inter-university two-semester INTIE program (Interdisciplinary Innovation and Entrepreneurship). In this seminar, students develop a business idea to start a company in an interdisciplinary team. An iterative approach based on design thinking is taught. In this way, students learn methods for developing business ideas. Experts from practice and academia provide expertise in startup-relevant areas such as market validation, startup law, negotiations and marketing/sales. The central topic of the semester is the structure and execution of a convincing pitch. Each team pitches their project several times during the semester. Experts from academia and practice are on hand at all pitches to provide students with constructive feedback. In addition, students receive pitch training. Students also develop initial prototypes or mock-up prototypes of their start-up ideas to illustrate the solution and gather feedback from potential customers. Professors and experts from the field are also available for individual coaching of the teams. In addition, successful collaboration in the interdisciplinary start-up team will be revisited and deepened as a topic from the first semester (Future Trends Seminar).</p> <p>You can only participate in the seminar if you have been admitted to the INTIE program. For this, an application via the website intie.de is necessary. Participants should be enthusiastic about innovation and entrepreneurship.</p>
Literatur	Wird im Seminar bekanntgegeben.

Lehrveranstaltung L2349: Rechnungswesen und Jahresabschluss	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	60 min
Dozenten	Prof. Matthias Meyer
Sprachen	DE
Zeitraum	WiSe/SoSe
Inhalt	<p>Inhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bedeutung des externen Rechnungswesens und erster Überblick 2. Systematik und Technik der doppelten Buchführung 3. Von der Inventur zur Bilanz 4. Bilanzierungsgrundsätze und -regelungen: Allgemeine Ansatzvorschriften, Bewertungs- und Ausweissvorschriften HGB/ IFRS 5. Bilanzpolitik
Literatur	<p>Unterlagen:</p> <p>Die Inhalte werden hauptsächlich über entsprechend zur Verfügung gestellte Lernvideos vermittelt.</p> <p>Ergänzende Literatur:</p> <p>Ausgewählte Bücher:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weber, J./Weißberger, B. (2015): Einführung in das Rechnungswesen, 9. Aufl., Stuttgart • Eilenberger, G./ Toebe, M./ Scherer, F. (2014): Betriebliches Rechnungswesen, 8. Auflage, München • Coenenberg, A./Haller, A./Mattner, G./Schultze, W. (2009): Einführung in das Rechnungswesen, 3. Aufl., Stuttgart. • Döring, U./Buchholz, R. (2009): Buchhaltung und Jahresabschluss, 11. Aufl., Berlin.

Lehrveranstaltung L1133: Recht für Ingenieure	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	90 Minuten
Dozenten	Markus A. Meyer-Chory
Sprachen	DE
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Auffrischung: Grundlagen des Rechts • Fälle rechtlich relevanten Ingenieurshandels: Vertragsrecht, Haftungsrecht - auch Produkthaftung, Arbeitsrecht, Patentrecht, Gesellschaftsrecht
Literatur	<p>Notwendiger Gesetzestext (in Klausur erlaubt):</p> <p>Bürgerliches Gesetzbuch 72. Auflage , 2013 , dtv Beck-Texte 5001, ISBN 978-3-406-65707-8</p> <p>Empfohlene Gesetzestexte:Arbeitsgesetze 83. Auflage, 2013 dtv Beck-Texte 5006 ISBN 978-3-406-65689-7</p> <p>Handelsgesetzbuch 54. Auflage, 2013 dtv Beck Texte 5002 ISBN 978-3-406-65083-3</p> <p>Gesellschaftsrecht, 13. Auflage , 2013 dtv Beck Texte 5585 ISBN 978-3-406-64502-0</p> <p>Wettbewerbsrecht, Markenrecht und Kartellrecht , 33. Auflage, 2013 dtv Beck Texte ISBN 978-3-406-65212-7</p> <p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Vock, Willi, Recht der Ingenieure, 1. Auflage 2012, Boorberg Verlag , ISBN-10:3-415-04535-8 --- EAN:9783415045354</p> <p>Meurer Rechtshandbuch für Architekten und Ingenieure 1...Auflage -- erscheint Anfg 2014 Werner Verlag ISBN 978-3-8041-4342-5</p> <p>Eisenberg / Gildeggen / Reuter / Willburger Produkthaftung 2. Auflage - erscheint Anfg 2014 Oldenbourg Verlag - ISBN 978-3-486-71324-4</p> <p>ENDERS/HETGER, Grundzüge der betrieblichen Rechtsfragen, 4. Auflage, 2008 Richard Boorberg Verlag - ISBN 978-3-415-04005-2</p> <p>Müssig, Peter, Wirtschaftsprivatrecht, 15. Auflage, 2012 , C.F. Müller UTB - ISBN 978-3-81149476-3</p> <p>Schade, Friedrich, Wirtschaftsprivatrecht, 2. Auflage 2009, Kohlhammer - ISBN 978-3-17-021087-5</p>

Lehrveranstaltung L2669: Negotiation Management	
Typ	Projekt-/problembasierte Lehrveranstaltung
SWS	3
LP	3
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 48, Präsenzstudium 42
Prüfungsart	Fachtheoretisch-fachpraktische Arbeit
Prüfungsdauer und -umfang	Vorbereitung, Durchführung und Selbstreflektion zu einer simulierten Verhandlungssituation. Die fiktive Verhandlung hat einen Umfang von 4 ½ Präsenzstunden und erfordert ausführliche Vor- und Nachbereitung im Umfang von ca. 3 x 2 Stunden. Zum Abschluss ist ein Reflektionsbericht einzureichen. Weitere Prüfungsleistungen werden im Rahmen von Lernfortschrittsabfragen entlang der Vorlesung erbracht.
Dozenten	Prof. Christian Lüthje
Sprachen	EN
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<p>General description of course content and course goals</p> <p>We negotiate everyday in private and professional contexts. Leading negotiations successfully has a significant impact on future careers. Yet, we tend to have limited knowledge about the theory and empirical evidence regarding successful negotiating. Many people approach negotiations in a rather intuitive and unplanned way which often results in sub-optimal negotiation outcomes.</p> <p>The purpose of this interactive and problem-based course is to theoretically understand the strategies and process of negotiation as practiced in a variety of business-related settings (e.g. negotiations about working conditions, negotiations with customers and suppliers). The course will highlight the components of an effective negotiation (strategy, preparation, execution, evaluation) and offer the students the opportunity to analyze their own behavior in negotiations in order to improve.</p> <p>The course structure is experiential and problem-based, combining lectures, class discussion, mini-cases and small exercises, and more comprehensive negotiation practices in longer sessions. Through participation in negotiation exercises, students will have the opportunity to practice their communication and persuasion skills and to experiment with a variety of negotiating strategies and tactics. Students will apply the lessons learned to ongoing, real-world negotiations.</p>

	<p>Content:</p> <p>The students will find answers to the following fundamental questions of negotiation strategies in theory and practice:</p> <ul style="list-style-type: none"> • How do negotiations influence everyday life and business processes? • What are key features of negotiations? • What are different forms of negotiations? What kinds of negotiation can be distinguished? • Which theoretical approaches to a theory of negotiation can be distinguished? • How can game theory be applied to negotiation? • What makes an effective negotiator? • Which factors should be considered when planning negotiations? • What steps must be followed to reach a deal? • Are there specific negotiation tactics? • What are the typical barriers to an agreement and how to deal with them? • What are possible cognitive (mental) errors and how to correct them? <p>Knowledge</p> <p>Students know...</p> <ul style="list-style-type: none"> • the theory basics of negotiations (e.g. game theory, behavioral theories) • the types and the pros and cons of different negotiation strategies • the process of negotiation, including goal formulation, preparation/planning, execution and evaluation • about some key issues impacting negotiations (e.g. team building and roles, barriers to reaching a deal, cognitive biases, multi-phase negotiations) <p>Skills</p> <p>Students are capable of...</p> <ul style="list-style-type: none"> • simultaneously considering multiple factors in negotiation situations and taking reasoned actions when preparing and conducting negotiations. • Analyzing and handling the key challenges of uncertainty, risk, intercultural differences, and time pressure in realistic negotiation situations. • assessing the typical barriers to an agreement (e.g. lack of trust), dealing with hardball tactics (e.g. good cop, bad cop; lowball, highball; intimidation), and avoiding cognitive traps (e.g. unchecked emotions, overconfidence). • reflecting on their decision-making in uncertain negotiation situations and derive actions for future decisions. <p>Social Competence</p> <p>Students can...</p> <ul style="list-style-type: none"> • provide appropriate feedback and handle feedback on their own performance constructively. • constructively interact with their team members in role playing in negotiations sessions • develop joint solutions in mixed teams and present them to others in real-world negotiation situations <p>Self-Reliance</p> <p>Students are able to...</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ assess possible consequences of their own negotiation behavior ◦ define own positions and tasks in the negotiation preparation process. ◦ justify and make elaborated decisions in authentic negotiation situations.
<p>Literatur</p>	<p>R.J. Lewicki / B. Barry / D.M. Saunders: Negotiation. Sixth Edition, McGraw-Hill, Boston, 2010.</p> <p>H. Raiffa: Negotiation analysis. Belknap Press of Harvard Univ. Press, Cambridge, Mass, 2007.</p> <p>R. Fisher / W. Ury: Getting to yes. Third edition. Penguin, New York, 2011.</p> <p>M. Voeth / U. Herbst: Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse. Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2009.</p>

Lehrveranstaltung L1381: Öffentliches- und Verfassungsrecht	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsart	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	90 min
Dozenten	Klaus-Ulrich Tempke
Sprachen	DE
Zeitraum	WiSe/SoSe
Inhalt	<p>Die Materien des öffentlichen Rechts sowie Verfahrensgang, Instanzenzug und Gerichtsbesetzung der Verwaltungsgerichtsbarkeit. Unterschiedliche Gewalten, Organe und Handlungsformen der Gewalten</p> <p>Grundbegriffe und Grundstrukturen der Grundrechte, grundrechtsgleiche Rechte</p> <p>Grundrechtsfähigkeit, objektive Funktionen und subjektiver Gewährleistungsgehalt von Grundrechten</p> <p>Die Menschenwürde als Leitprinzip der Verfassung</p> <p>Das allgemeine Persönlichkeitsrecht</p> <p>Die allgemeine Handlungsfreiheit</p> <p>Vorrausgesetzt: Eigene Ausgabe des Grundgesetzes (kostenlos bei der Landeszentrale für politische Bildung erhältlich)</p>
Literatur	Grundgesetz