



## **Modulhandbuch**

# **Betrieb & Management**

Sommersemester 2017

Stand: 30. November 2016

---

---

## Inhaltsverzeichnis

---

---

Inhaltsverzeichnis	2
Modul M0523: Betrieb & Management	3
Lehrveranstaltung L1382: Arbeitsrecht	4
Lehrveranstaltung L1487: Corporate Entrepreneurship & Green Innovation	4
Lehrveranstaltung L1756: Empirical Business Research Methods	5
Lehrveranstaltung L0940: Innovationsmanagement	5
Lehrveranstaltung L1383: International Law	6
Lehrveranstaltung L0161: Internationalization Strategies	6
Lehrveranstaltung L1716: Kundenzentrierte Innovation - Ein projektbasiertes Praxisseminar	7
Lehrveranstaltung L1231: Management und Unternehmensführung	7
Lehrveranstaltung L1389: Schwerpunkte des Patentrechts	8
Lehrveranstaltung L1802: Strategien und Instrumente des Online Marketing	8
Lehrveranstaltung L1160: Umweltmanagement und Corporate Responsibility	9
Lehrveranstaltung L1351: Unternehmensberatung	10
Lehrveranstaltung L0536: Vertrauens- und Reputationsmanagement	11
Lehrveranstaltung L1381: Öffentliches- und Verfassungsrecht	12

Modul M0523: Betrieb & Management	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Matthias Meyer
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine
<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Keine
<b>Modulziele/ angestrebte Lernergebnisse</b>	Nach erfolgreicher Teilnahme haben die Studierenden die folgenden Lernergebnisse erreicht
<b>Fachkompetenz</b> <i>Wissen</i>  <i>Fertigkeiten</i>  <b>Personale Kompetenzen</b> <i>Sozialkompetenz</i> <i>Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte betriebswirtschaftliche Spezialgebiete innerhalb der Betriebswirtschaftslehre zu verorten.</li> <li>• Die Studierenden können in ausgewählten betriebswirtschaftlichen Teilbereichen grundlegende Theorien, Kategorien und Modelle erklären.</li> <li>• Die Studierenden können technisches und betriebswirtschaftliches Wissen miteinander in Beziehung setzen.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können in ausgewählten betriebswirtschaftlichen Teilbereichen grundlegende Methoden anwenden.</li> <li>• Die Studierenden können für praktische Fragestellungen in betriebswirtschaftlichen Teilbereichen Entscheidungsvorschläge begründen.</li> </ul> <p>--</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, sich notwendiges Wissen durch Recherchen und Aufbereitungen von Material selbstständig zu erschließen.</li> </ul>
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Abhängig von der Wahl der Lehrveranstaltungen
<b>Leistungspunkte</b>	6
<b>Zuordnung zu folgenden Curricula</b>	Bauingenieurwesen: Kernqualifikation: Pflicht Bioverfahrenstechnik: Kernqualifikation: Pflicht Chemical and Bioprocess Engineering: Kernqualifikation: Pflicht Computer Science: Kernqualifikation: Pflicht Elektrotechnik: Kernqualifikation: Pflicht Energie- und Umwelttechnik: Kernqualifikation: Pflicht Energietechnik: Kernqualifikation: Pflicht Environmental Engineering: Kernqualifikation: Pflicht Flugzeug-Systemtechnik: Kernqualifikation: Pflicht Informatik-Ingenieurwesen: Kernqualifikation: Pflicht Information and Communication Systems: Kernqualifikation: Pflicht Materialwissenschaft: Kernqualifikation: Pflicht Mechanical Engineering and Management: Kernqualifikation: Pflicht Mechatronics: Kernqualifikation: Pflicht Medizingenieurwesen: Kernqualifikation: Pflicht Microelectronics and Microsystems: Kernqualifikation: Pflicht Produktentwicklung, Werkstoffe und Produktion: Kernqualifikation: Pflicht  Regenerative Energien: Kernqualifikation: Pflicht Schiffbau und Meerestechnik: Kernqualifikation: Pflicht Theoretischer Maschinenbau: Kernqualifikation: Pflicht Verfahrenstechnik: Kernqualifikation: Pflicht Wasser- und Umweltingenieurwesen: Kernqualifikation: Pflicht

Lehrveranstaltung L1382: Arbeitsrecht	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Dr. Walter Wellinghausen
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	- Arbeitsvertrag - Arbeitsbedingungen - Arbeitsschutzrecht - Kündigung und Auflösung von Arbeitsverträgen - Rechtsschutz in Streitigkeiten - Schadensersatzregeln - Unfall- und Sozialversicherungsrecht - Betriebsverfassungsrecht - Streitrecht - europäisches Arbeitsrecht
<b>Literatur</b>	- Gesetzestexte zum Arbeitsrecht - Rechtsprechung zum Arbeitsrecht - Schaub: Arbeitsrechtshandbuch

Lehrveranstaltung L1487: Corporate Entrepreneurship & Green Innovation	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Dr. Michael Prange
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overview about Green Innovation</li> <li>• Introduction to Corporate Entrepreneurship</li> <li>• Entrepreneurial thinking in established companies</li> <li>• Entrepreneurs and managers</li> <li>• Strategic innovation processes</li> <li>• Corporate Venturing</li> <li>• Product Service Systems</li> <li>• Open Innovation</li> <li>• User Innovation</li> </ul> <p>Based on examples and case studies primarily in the field of green innovation, students learn the basics of corporate entrepreneurship and will be able to implement entrepreneurial thinking in established companies and to describe strategic innovation processes.</p>
<b>Literatur</b>	Präsentationsfolien, Beispiele und Fallstudien aus der Vorlesung Presentation slides, examples and case studies from the lecture

Lehrveranstaltung L1756: Empirical Business Research Methods	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	60 min
<b>Dozenten</b>	Dr. Katrin Reber
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	Understanding how research works is essential for both students and practitioner of management. The business research process comprises idea and theory development, problem definition, the search for information, collecting and analyzing data, interpreting and communicating outcomes and their implications. Information needs to be accurate, objective and reliable to become a foundation of managerial decision making.
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keller, G. Managerial Statistics 9th International Edition (hieraus würde ich auch die ein oder andere Übungsaufgabe nehmen)</li> <li>• ISBN10: 1111534632</li> <li>• Keller, G. Statistics for Management and Economics, 10th ed</li> <li>• ISBN10: 1285425456</li> <li>• allgemein für BRM: Cooper, D., Blumberg, B., Schindler, P. Business Research Methods, 4th Edition</li> </ul>

Lehrveranstaltung L0940: Innovationsmanagement	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Cornelius Herstatt
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<p>Innovationen sind die wichtigsten Quellen des Wachstums in industrialisierten Ländern. Die Frage, wie Innovationen herbeigeführt und erfolgreich gestaltet werden können, nimmt in der Betriebswirtschaftslehre einen immer größeren Raum ein. In der Lehrveranstaltung Innovationsmanagement behandelt Prof. Herstatt ausgewählte Aspekte und Themen im Zusammenhang mit strategischen, organisatorischen und Ressourcen-bezogenen Entscheidungen.</p> <p>Die Veranstaltung Innovationsmanagement findet im üblichen Vorlesungsformat statt, ergänzt durch studentische Präsentationen sowie Gruppen- und Einzelarbeiten.</p> <p>Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Rolle der Innovation</li> <li>• Die Entwicklung einer Innovationsstrategie</li> <li>• Ideen: Wie sich Kreativität und Wissen managen lassen</li> <li>• Priorisierung: Auswahl und Management des Portfolios</li> <li>• Implementierung neuer Produkte, Prozesse und Dienstleistungen</li> <li>• Menschen, Organisation und Innovation</li> <li>• Wie sich die Innovationsperformance steigern lässt</li> <li>• Die Zukunft des Innovationsmanagements</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Goffin, K., Herstatt, C. and Mitchell, R. (2009): Innovationsmanagement: Strategie und effektive Umsetzung von Innovationsprozessen mit dem Pentathlon-Prinzip, München: Finanzbuch Verlag</li> </ul> <p><b>Weiterführende Literatur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovationsmanagement Juergen Hauschildt</li> <li>• F + E Management Specht, G. / Beckmann, Chr.</li> <li>• Management der frühen Innovationsphasen Cornelius Herstatt, Birgit Verworn (im TUHH-Intranet auch als E-Book verfügbar)</li> <li>• Bringing Technology and Innovation Into the Boardroom</li> <li>• weitere Literaturempfehlungen auf Anfrage</li> </ul>

Lehrveranstaltung L1383: International Law	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Dr. Frederik Thiering
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• What is International Law?</li> <li>• Bidding on International Tenders</li> <li>• Drafting the International Project Contract</li> <li>• International Dispute Resolution</li> <li>• Mergers and Acquisitions</li> <li>• Obtaining worldwide protection for Intellectual Property</li> <li>• International product launch</li> <li>• International taxation</li> <li>• Import Restrictions and Antidumping</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Quellen und Materialien wird im Internet zur Verfügung gestellt

Lehrveranstaltung L0161: Internationalization Strategies	
<b>Typ</b>	Problemorientierte Lehrveranstaltung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Referat
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	20-30 Minuten Referat einschl. Diskussionsleitung plus schriftliche Ausarbeitung (ca. 10 Seiten)
<b>Dozenten</b>	Prof. Thomas Wrona
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction</li> <li>• Internationalization of markets</li> <li>• Measuring internationalization of firms</li> <li>• Target market strategies</li> <li>• Market entry strategies</li> <li>• Timing strategies</li> <li>• Allocation strategies</li> <li>• Working in small teams on close-to-reality problems based on presented theories</li> <li>• Paper writing on developed solution to the given problem/project e.g. market attractiveness analysis; development of market entry strategy for a hypothetical product in a given region</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bartlett/Ghoshal (2002): Managing Across Borders, The Transnational Solution, 2nd edition, Boston</li> <li>• Buckley, P.J./Ghauri, P.N. (1998), The Internationalization of the Firm, 2nd edition</li> <li>• Czinkota, Ronkainen, Moffett, Marinova, Marinov (2009), International Business, Hoboken</li> <li>• Dunning, J.H. (1993), The Globalization of Business: The Challenge of the 1990s, London</li> <li>• Ghoshal, S. (1987), Global Strategy: An Organizing Framework, Strategic Management Journal, p. 425-440</li> <li>• Praveen Parboteeah, K., Cullen, J.B. (2011), Strategic International Management, International 5th Edition</li> <li>• Rugman, A.M./Collinson, S. (2012): International Business, 6th Edition, Essex 2012</li> </ul>

Lehrveranstaltung L1716: Kundenzentrierte Innovation - Ein projektbasiertes Praxisseminar	
Typ	Seminar
SWS	3
LP	4
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 78, Präsenzstudium 42
Prüfungsform	Projektarbeit
Prüfungsdauer und -umfang	
Dozenten	Dr. Heinrich Schwarz
Sprachen	DE
Zeitraum	SoSe
Inhalt	<p>Viele Innovationen scheitern, weil sie für Menschen nicht wirklich relevant sind oder an ihren Bedürfnissen vorbeigehen. Die tatsächlichen Bedürfnisse von Menschen herauszufinden ist allerdings alles andere als einfach. Kundenzentrierte Innovation ist ein Ansatz um auf Basis eines <b>tieferen Verständnisses von Nutzern</b>, Kunden oder Konsumenten bessere und <b>neuartige Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsstrategien</b> zu entwickeln. Dabei werden Methoden aus Sozial- und Kulturwissenschaften und Design auf Geschäftsprobleme angewandt. So gefundene Ideen und Lösungen sollen damit nicht nur relevant, sondern auch neu und originär sein.</p> <p>Die Veranstaltung ist ein <b>Praxisseminar</b>, in dem die Teilnehmer ein <b>reales Projekt</b> für ein Partnerunternehmen bearbeiten, vom Briefing über Problemdefinition, Feldforschung, Datenanalyse bis hin zur Entwicklung von innovativen Lösungsvorschlägen. Das Seminar beantwortet dabei die folgenden Kernfragen: Was ist kundenzentrierte Innovation? Was macht den Ansatz interessant und erfolgreich? Wie wendet man ihn produktiv auf echte Problemstellungen an? Welche Ergebnisse kann man erzielen?</p> <p>Die Veranstaltung ist <b>arbeitsintensiv</b> - die Bereitschaft sich über das Lesen von Texten hinaus zu einem Thema zu engagieren ist dabei unerlässlich.</p> <p>Aufgrund der Anforderungen von Projektarbeit wird das Seminar in <b>sechs Blöcken</b> angeboten.</p>
Literatur	

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

Lehrveranstaltung L1389: Schwerpunkte des Patentrechts	
Typ	Seminar
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsform	Referat
Prüfungsdauer und -umfang	
Dozenten	Prof. Christian Rohnke
Sprachen	DE
Zeitraum	SoSe
Inhalt	<p>Das Seminar behandelt in vertiefter und komprimierter Form fünf wesentliche Schwerpunkte des Patentrechts, nämlich die Patentierungsvoraussetzungen, das Anmeldeverfahren, Fragen der Inhaberschaft unter besonderer Berücksichtigung von Arbeitnehmererfindern, den Verletzungsprozess sowie den Lizenzvertrag und die sonstige wirtschaftliche Verwertung von Patenten.</p> <p>Einer vorlesungsartigen Einführung in den Themenkreis durch den Referenten folgt eine vertiefte Auseinandersetzung der Teilnehmer mit dem Stoff durch die Anwendung im Rahmen von Gruppenarbeiten, die Vorstellung der Ergebnisse und anschließende Diskussion im Kreis der Seminarteilnehmer.</p>
Literatur	wird noch bekannt gegeben

Lehrveranstaltung L1802: Strategien und Instrumente des Online Marketing	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Arbeitsaufwand in Stunden	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
Prüfungsform	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	60 min
Dozenten	Prof. Michael Ceyp
Sprachen	DE
Zeitraum	SoSe
Inhalt	<p>Im Rahmen dieser 14-tägigen Vorlesung findet eine Einführung in die Strategien und Instrumente des Online Marketing statt. Ausgehend von einer umfänglichen Situationsanalyse werden zunächst Ziele und Strategien im Online Marketing vorgestellt und diskutiert. Anschließend werden die zentralen Instrumente des Online Marketing eingehender betrachtet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Display-Werbung</li> <li>• Suchmaschinen-Marketing (SEO/SEA)</li> <li>• Content Marketing</li> <li>• Social Media Marketing</li> <li>• Affiliate Marketing</li> <li>• E-Mail-Marketing</li> </ul> <p>Die Vorlesung schließt mit einer grundlegenden Einführung in das Online Marketing Controlling.</p>
Literatur	<p><b>Literatur (Auswahl):</b></p> <p>Von Bischofinck, Y., Ceyp, M., Suchmaschinenmarketing - Konzepte, Umsetzung und Controlling für SEO und SEM, 2. Auflage Heidelberg 2009</p> <p>Ceyp, M., Guhlke, T., Real-Time-Bidding und die Entwicklung des datengetriebenen Dialogmarketings, in: Dialogmarketing-Perspektiven 2011/2012, Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (Hrsg.), S. 183 - 192.</p> <p>Ceyp, M., Horn, Chr., Recommender systems in e-commerce - systemising, taking stock, and implementation, in: dm-compact, No 1/2005, pp. 32 - 36.</p> <p>Ceyp, M., Koch, K., Blacklists &amp; Whitelists im E-Mail-Marketing - Ein Beitrag zur Überwindung der E-Mail-Spam-Problematik mittels Positiv- und Negativlisten Norderstedt 2007.</p> <p>Ceyp, M., Scupin, J-P., Erfolgreiches Social Media Marketing - Konzepte und Maßnahmen, Wiesbaden 2013.</p> <p>Holland, H. (Hrsg.), Digitales Dialogmarketing, Wiesbaden 2014</p> <p>Kreutzer, R. Praxisorientiertes Online-Marketing , Wiesbaden 2012</p>



Lehrveranstaltung L1160: Umweltmanagement und Corporate Responsibility	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Schriftliche Ausarbeitung
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Heike Flämig
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung von Wissen über Standards (z. B. EMAS und ISO 14.001) als methodisch wichtige Ansätze für die Verankerung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen.</li> <li>• Erläuterung theoretischer Konzepte des unternehmerischen Nachhaltigkeitsmanagements</li> <li>• Vermittlung von Praxiswissen zum LV-Thema aus unterschiedlichen Stakeholder-Blickwinkeln: Beratungsunternehmen, Finanzmarktseite, Nichtregierungsorganisation, Handelsunternehmen</li> </ul>
<b>Literatur</b>	--

Lehrveranstaltung L1351: Unternehmensberatung	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Gerald Schwetje
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	Die Vorlesung "Unternehmensberatung" vermittelt dem Studierenden komplementäres Wissen zum technischen und betriebswirtschaftlichen Studium. Die Studierenden lernen die Grundlagen der Beratung sowie das Zusammenwirken der Akteure (Agent-Prinzipal-Theorie) kennen und erhalten einen Überblick zum Beratungsmarkt. Darüber hinaus wird aufgezeigt, wie eine Unternehmensberatung funktioniert und welche methodischen Bausteine (Prozesse) notwendig sind, um ein Anliegen eines Klienten zu bearbeiten und einen Beratungsprozess durchzuführen. Anhand von praxisnahen Anwendungsbeispielen sollen die Studierenden einen Einblick in das breite Leistungsangebot der Managementberatung als auch der funktionalen Beratung erhalten.
<b>Literatur</b>	<p>Bamberger, Ingolf (Hrsg.): Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen - Prozesse - Methoden, Gabler Verlag, Wiesbaden 2008</p> <p>Bansbach, Schübel, Brötzel &amp; Partner (Hrsg.): Consulting: Analyse - Konzepte - Gestaltung, Stofffuß Verlag, Bonn 2008</p> <p>Fink, Dietmar (Hrsg.): Strategische Unternehmensberatung, Vahlens Handbücher, München, Verlag Vahlen, 2009</p> <p>Heuermann, R./Herrmann, F.: Unternehmensberatung: Anatomie und Perspektiven einer Dienstleistungselite, Fakten und Meinungen für Kunden, Berater und Beobachter der Branche, Verlag Vahlen, München 2003</p> <p>Kubr, Milan: Management consulting: A guide to the profession, 3. Auflage, Geneva, International Labour Office, 1992</p> <p>Kütting, Karlheinz (Hrsg.): Saarbrücker Handbuch der Betriebswirtschaftlichen Beratung; 4. Aufl., NWB Verlag, Herne 2008</p> <p>Nagel, Kurt: 200 Strategien, Prinzipien und Systeme für den persönlichen und unternehmerischen Erfolg, 4. Aufl., Landsberg/Lech, mi-Verlag, 1991</p> <p>Niedereichholz, Christel: Unternehmensberatung: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, Band 1, 2. Aufl., Oldenburg Verlag, 1996</p> <p>Niedereichholz; Christel: Unternehmensberatung: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, Band 2, Oldenburg Verlag, 1997</p> <p>Quiring, Andreas: Rechtshandbuch für Unternehmensberater: Eine praxisorientierte Darstellung der typischen Risiken und der zweckmäßigen Strategien zum Risikomanagement mit Checklisten und Musterverträgen, Vahlen Verlag, München 2005</p> <p>Schwetje, Gerald: Ihr Weg zur effizienten Unternehmensberatung: Beratungserfolg durch eine qualifizierte Beratungsmethode, NWB Verlag, Herne 2013</p> <p>Schwetje, Gerald: Wer seine Nachfolge nicht regelt, vermindert seinen Unternehmenswert, in: NWB, Betriebswirtschaftliche Beratung, 03/2011 und: Sparkassen Firmenberatung aktuell, 05/2011</p> <p>Schwetje, Gerald: Strategie-Assessment mit Hilfe von Arbeitshilfen der NWB-Datenbank - Pragmatischer Beratungsansatz speziell für KMU: NWB, Betriebswirtschaftliche Beratung, 10/2011</p> <p>Schwetje, Gerald: Strategie-Werkzeugkasten für kleine Unternehmen, Fachbeiträge, Excel-Berechnungsprogramme, Checklisten/Muster und Mandanten-Merkblatt: NWB, Downloadprodukte, 11/2011</p> <p>Schwetje, Gerald: Die Unternehmensberatung als komplementäres Leistungsangebot der Steuerberatung - Zusätzliches Honorar bei bestehenden Klienten: NWB, Betriebswirtschaftliche Beratung, 02/2012</p> <p>Schwetje, Gerald: Die Mandanten-Berater-Beziehung: Erfolgsfaktor Beziehungsmanagement, in: NWB Betriebswirtschaftliche Beratung, 08/2012</p> <p>Schwetje, Gerald: Die Mandanten-Berater-Beziehung: Erfolgsfaktor Vertrauen, in: NWB Betriebswirtschaftliche Beratung, 09/2012</p> <p>Wohlgemuth, Andre C.: Unternehmensberatung (Management Consulting): Dokumentation zur Vorlesung „Unternehmensberatung“, vdf Hochschulverlag, Zürich 2010</p>

Lehrveranstaltung L0536: Vertrauens- und Reputationsmanagement	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Referat
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	20-30 Minuten und Thesenpapier
<b>Dozenten</b>	Dr. Michael Florian
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<p>Lehrveranstaltung im Block I Betrieb und Management</p> <p>Besonders in Krisenzeiten lässt sich die große wirtschaftliche Relevanz von Vertrauen und Reputation erkennen, wenn der Verlust dieser beiden immateriellen Handlungsressourcen im Marktaustausch, in der internen Organisation von Unternehmungen oder in der zwischenbetrieblichen Kooperation bemerkt und beklagt wird. Was aber bedeutet Vertrauen im Kontext wirtschaftlicher Aktivitäten und was ist unter Reputation zu verstehen? Inwieweit ist die Rede von einer "Investition" in Vertrauen oder von einem Vertrauens- und Reputations-"Management" überhaupt angemessen? Lassen sich Vertrauen und Reputation in Unternehmungen ohne weiteres durch das Management vorausschauend planen, steuern und kontrollieren - oder beruht der Versuch einer bewussten Gestaltung und gezielten Fremdsteuerung der Vertrauensbildung und des guten Rufes auf einem Missverständnis, das sogar kontraproduktive Effekte der Misstrauensbildung hervorrufen kann? Am Beispiel von ausgewählten Texten und vertiefenden Fallstudien befasst sich das Seminar mit theoretischen und methodischen Problemen sowie mit den praktischen Implikationen, den Einflusschancen und Grenzen des Vertrauens- und Reputationsmanagements bei der Koordination und Kontrolle wirtschaftlicher Aktivitäten.</p>
<b>Literatur</b>	<p>Allgäuer, Jörg E. (2009): Vertrauensmanagement: Kontrolle ist gut, Vertrauen ist besser. Ein Plädoyer für Vertrauensmanagement als zentrale Aufgabe integrierter Unternehmenskommunikation von Dienstleistungsunternehmen. München: brain script Behr.</p> <p>Beckert, Jens; Metzner, André; Roehl, Heiko (1998): Vertrauenserrosion als organisatorische Gefahr und wie ihr zu begegnen ist. In: Organisationsentwicklung 17 (4), S. 57-66.</p> <p>Eberl, Peter (2003): Vertrauen und Management. Studien zu einer theoretischen Fundierung des Vertrauenskonstruktes in der Managementlehre. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Eberl, Peter (2012): Vertrauen und Kontrolle in Organisationen. Das problematische Verhältnis der Betriebswirtschaftslehre zum Vertrauen. In: Möller, Heidi (Hg.): Vertrauen in Organisationen. Riskante Vorleistung oder hoffnungsvolle Erwartung? Wiesbaden: Springer VS, S. 93-110.</p> <p>Eisenegger, Mark (2005): Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution Issues Monitoring Issues Management. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Florian, Michael (2013): Paradoxien des Vertrauensmanagements. Risiken und Chancen einer widerspenstigen immateriellen Ressource. In: Personalführung 46, Heft 2/2013, S. 40-47.</p> <p>Grüninger, Stephan (2001): Vertrauensmanagement - Kooperation, Moral und Governance. Marburg: Metropolis.</p> <p>Grüninger, Stephan; John, Dieter (2004): Corporate Governance und Vertrauensmanagement. In: Josef Wieland (Hg.): Handbuch Wertemanagement. Erfolgsstrategien einer modernen Corporate Governance. Hamburg: Murmann, S. 149-177.</p> <p>Meifert, Matthias (2008): Ist Vertrauenskultur machbar? Vorbedingungen und Überforderungen betrieblicher Personalpolitik. In: Rainer Benthin und Ulrich Brinkmann (Hg.): Unternehmenskultur und Mitbestimmung. Betriebliche Integration zwischen Konsens und Konflikt. Frankfurt/Main, New York: Campus, S. 309-327.</p> <p>Neujahr, Elke; Merten, Klaus (2012): Reputationsmanagement. Zur Kommunikation von Wertschätzung. In: PR-Magazin 06/2012, S. 60-67.</p> <p>Osterloh, Margit; Weibel, Antoinette (2006): Investition Vertrauen. Prozesse der Vertrauensentwicklung in Organisationen. Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Osterloh, Margit; Weibel, Antoinette (2006): Vertrauen und Kontrolle. In: Robert J. Zaugg und Norbert Thom (Hg.): Handbuch Kompetenzmanagement. Durch Kompetenz nachhaltig Werte schaffen. Festschrift für Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Norbert Thom zum 60. Geburtstag. Bern [u.a.]: Haupt, S. 53-63.</p> <p>Osterloh, Margit; Weibel, Antoinette (2007): Vertrauensmanagement in Unternehmen: Grundlagen und Fallbeispiele. In: Manfred Piwinger und Ansgar Zerfuß (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler, S. 189-203.</p> <p>Schmidt, Matthias; Beschorner, Thomas (2005): Werte- und Reputationsmanagement. München und Mering: Hampp.</p> <p>Seifert, Matthias (2003): Vertrauensmanagement in Unternehmen. Eine empirische Studie über Vertrauen zwischen Angestellten und ihren Führungskräften. 2. Aufl. München und Mering: Hampp.</p> <p>Sprenger, Reinhard K. (2002): Vertrauen führt. Worauf es im Unternehmen wirklich ankommt, Frankfurt/Main, New York.</p> <p>Thiessen, Ansgar (2011): Organisationskommunikation in Krisen. Reputationsmanagement durch strategische, integrierte und situative Krisenkommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Walgenbach, Peter (2000): Das Konzept der Vertrauensorganisation. Eine theoriegeleitete Betrachtung. In: Die Betriebswirtschaft 60 (6), S. 707-720.</p> <p>Walgenbach, Peter (2006): Wieso ist Vertrauen in ökonomischen Transaktionsbeziehungen so wichtig, und wie lässt es sich generieren? In: Hans H. Bauer, Marcus M. Neumann und Anja Schüle (Hg.): Konsumentenvertrauen. Konzepte und Anwendungen für ein nachhaltiges Kundenbindungsmanagement. München: Vahlen, S. 17-26.</p> <p>Weibel, Antoinette (2004): Kooperation in strategischen Wissensnetzwerken. Vertrauen und Kontrolle zur Lösung des sozialen Dilemmas. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.</p> <p>Weinreich, Uwe (2003): Vertrauensmanagement. In: Deutscher Manager-Verband e.V. (Hg.): Die Zukunft des Managements. Perspektiven für die Unternehmensführung. Zürich: Vdf, Hochsch.-Verl. an der ETH, S. 193-201.</p>

Lehrveranstaltung L1381: Öffentliches- und Verfassungsrecht	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	Eigenstudium 32, Präsenzstudium 28
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	2 Stunden
<b>Dozenten</b>	Klaus-Ulrich Tempke
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	WiSe/SoSe
<b>Inhalt</b>	<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:</p> <p>Eigene Ausgabe des Grundgesetzes (kostenlos bei der Landeszentrale für politische Bildung erhältlich)</p>
<b>Literatur</b>	