

**TUHH**

*Technische Universität Hamburg-Harburg*

## **Modulhandbuch**

# **Betrieb & Management**

Wintersemester 2014

Stand: 31. Mai 2017

---

---

## Inhaltsverzeichnis

---

---

Inhaltsverzeichnis	2
Modul M0523: Betrieb & Management	3
Lehrveranstaltung L1382: Arbeitsrecht	3
Lehrveranstaltung L1486: Business Model Generation & Green Technologies	4
Lehrveranstaltung L1487: Corporate Entrepreneurship & Green Innovation	4
Lehrveranstaltung L1370: E-Commerce	5
Lehrveranstaltung L0859: Entrepreneurship & Green Technologies	5
Lehrveranstaltung L1384: Gewerblicher Rechtsschutz	6
Lehrveranstaltung L0940: Innovationsmanagement	6
Lehrveranstaltung L1383: International Law	7
Lehrveranstaltung L0161: Internationalization Strategies	7
Lehrveranstaltung L1231: Management und Unternehmensführung	8
Lehrveranstaltung L1491: Entrepreneurial Management	9
Lehrveranstaltung L0863: Marketing	9
Lehrveranstaltung L0709: Project Management	11
Lehrveranstaltung L1385: Projektmanagement in der industriellen Praxis	11
Lehrveranstaltung L1293: Risikomanagement	12
Lehrveranstaltung L1389: Schwerpunkte des Patentrechts	13
Lehrveranstaltung L1160: Umweltmanagement und Corporate Responsibility	13
Lehrveranstaltung L1351: Unternehmensberatung	14
Lehrveranstaltung L1492: Entrepreneurial Business Creation	15
Lehrveranstaltung L0536: Vertrauens- und Reputationsmanagement	16
Lehrveranstaltung L1350: Werkzeuge zur methodischen Produktentwicklung	17
Lehrveranstaltung L1381: Öffentliches- und Verfassungsrecht	17

Modul M0523: Betrieb & Management	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Matthias Meyer
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	
<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<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> <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 Environmental Engineering: Kernqualifikation: Pflicht Informatik-Ingenieurwesen: Kernqualifikation: Pflicht Information and Communication Systems: Kernqualifikation: Pflicht Microelectronics and Microsystems: Kernqualifikation: Pflicht Regenerative Energien: 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>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 L1486: Business Model Generation & Green Technologies	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Dr. Michael Prange
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	WiSe
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overview about Green Technologies</li> <li>• Introduction to Business Model Generation</li> <li>• Business model patterns</li> <li>• Design techniques for business ideas</li> <li>• Strategy development</li> <li>• Value proposition architecture</li> <li>• Business plan and financing</li> <li>• Component based foundations</li> <li>• Lean Entrepreneurship</li> </ul> <p>Based on examples and case studies primarily in the field of green technologies, students learn the basics of Business Model Generation and will be able to develop business models and to evaluate start up projects.</p>
<b>Literatur</b>	Präsentationsfolien, Beispiele und Fallstudien aus der Vorlesung Presentation slides, examples and case studies from the lecture

Lehrveranstaltung L1487: Corporate Entrepreneurship & Green Innovation	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<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 L1370: E-Commerce	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Michael Ceyp
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	Diese Veranstaltung führt zunächst grundlegend in den Bereich „E-Commerce“ ein. Nach einem ersten Überblick werden den Studierenden dann die Systeme, die Prozessschritte und das Management beim elektronischen Verkauf vorgestellt. Darauf aufbauend werden die unterschiedlichen Möglichkeiten zu Kundengewinnung und –bindung mittels Online-Marketing vertieft. Den abschließenden Bereich bildet die E-Commerce-Implementierung.
<b>Literatur</b>	<p>Ceyp, M., Scupin, J-P. (2013), Erfolgreiches Social Media Marketing - Konzepte und Maßnahmen, Wiesbaden.</p> <p>Fritz, W. (2004): Internet-Marketing und Electronic Commerce - Grundlagen-Rahmenbedingungen-Instrumente. 3. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Heinemann, G. (2014), Der neue Online-Handel - Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im E-Commerce, 5. Aufl, Wiesbaden.</p> <p>Heinemann, G., (2012) Der neue Mobile-Commerce – Erfolgsfaktoren und Best Practices, Wiesbaden.</p> <p>Kollmann, T. (2013): E-Business, 5. Aufl., Berlin.</p> <p>Kreutzer, R. (2012), Praxisorientiertes Online-Marketing , Wiesbaden.</p> <p>Meier, A./ Stormer, H.(2012): eBusiness &amp;eCommerce - Management der digitalen Wertschöpfungskette, 3. Aufl., Berlin / Heidelberg.</p> <p>Schwarze, J. (Hrsg) (2002): Electronic Commerce - Grundlagen und praktische Umsetzung, Herne /Berlin.</p> <p>Wirtz, B.W.(2013): Electronic Business, 4. Aufl., Wiesbaden.</p>

Lehrveranstaltung L0859: Entrepreneurship & Green Technologies	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Dr. Michael Prange
<b>Sprachen</b>	DE/EN
<b>Zeitraum</b>	WiSe/SoSe
<b>Inhalt</b>	<p>Die Vorlesung "Entrepreneurship &amp; Green Technologies" wird als Wahlpflichtfach für alle Master-Studiengänge der TUHH angeboten.</p> <p>Anhand von Beispielen und Fallstudien primär aus dem Bereich Green Technologies sollen die Studierenden die Grundlagen des Unternehmertums kennenlernen sowie Geschäftsmodelle entwickeln und Gründungsvorhaben beurteilen können.</p>
<b>Literatur</b>	<p>Präsentationsfolien, Beispiele und Fallstudien aus der Vorlesung</p> <p>Presentation slides, examples and case studies from the lecture</p>

Lehrveranstaltung L1384: Gewerblicher Rechtsschutz	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Prüfungsform	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	
Dozenten	Dr. Frederik Thiering
Sprachen	DE
Zeitraum	WiSe
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Markenrecht</li> <li>• Urheberrecht</li> <li>• Patentrecht</li> <li>• Know-how, ergänzender Leistungsschutz u.a.</li> <li>• Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums</li> <li>• Lizenzierung von Rechten des geistigen Eigentums</li> <li>• Verpfändung und Sicherungsübertragung sowie Bewertung von Rechten des geistigen Eigentums</li> </ul>
Literatur	Quellen und Materialien wird im Internet zur Verfügung gestellt

Lehrveranstaltung L0940: Innovationsmanagement	
Typ	Vorlesung
SWS	2
LP	2
Prüfungsform	Klausur
Prüfungsdauer und -umfang	
Dozenten	Prof. Cornelius Herstatt
Sprachen	DE
Zeitraum	SoSe
Inhalt	<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>
Literatur	<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>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>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<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>• Case Studies</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Bartlett/Ghoshal (2002): Managing Across Borders, The Transnational Solution, 2nd edition, Boston · Buckley, P.J./Ghauri, P.N. (1998), The Internationalization of the Firm, 2nd edition · Czinkota, Ronkainen, Moffett, Marinova, Marinov (2009), International Business, Hoboken · Dunning, J.H. (1993), The Globalization of Business: The Challenge of the 1990s, London · Ghoshal, S. (1987), Global Strategy: An Organizing Framework, Strategic Management Journal, p. 425-440 · Praveen Parboteeah, K., Cullen, J.B. (2011), Strategic International Management, International 5th Edition · Rugman, A.M./Collinson, S. (2012): International Business, 6th Edition, Essex 2012

Lehrveranstaltung L1231: Management und Unternehmensführung	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Christian Ringle
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<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>
<b>Literatur</b>	- 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 L1491: Entrepreneurial Management	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Schriftliche Ausarbeitung
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Christoph Ihl
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	WiSe
<b>Inhalt</b>	<p>This course introduces the fundamentals of technology entrepreneurship including its economic and cultural underpinnings. It highlights the differences between mere business ideas and scalable and repeatable business opportunities. It is designed to familiarize students with the process and all relevant entrepreneurial tools and concepts that technology entrepreneurs use to create business opportunities and to start companies. It involves taking a technology idea and finding a high-potential commercial opportunity, gathering resources such as talent and capital, figuring out how to sell and market the idea, and managing rapid growth. The course also discusses relevant concepts and tools from entrepreneurial strategy, such as disruptive innovations, technology adoption cycles and intellectual property, as well as from entrepreneurial marketing, such as product positioning and differentiation, distribution, promotion and pricing. Particular emphasis will be put on business model design and customer development proposed in the lean startup approach. Participants will learn a systematic process that technology entrepreneurs use to identify, create and exploit business opportunities. The students will also achieve knowledge and skills in the activities related with the start and the growth of new companies. All in all, the course is supposed to create the entrepreneurial mindset of looking for technology opportunities and business solutions, where others see insurmountable problems. This mindset of turning problems into opportunities can well be generalized from startups to larger companies and other settings.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Develop a working knowledge and understanding of the entrepreneurial perspective</li> <li>• Understand the difference between a good idea and scalable business opportunity</li> <li>• Understand the process of taking a technology idea and finding a high-potential commercial opportunity</li> <li>• Develop understanding of major elements of business models and how they are interrelated</li> <li>• Understand the components of business opportunity assessment and business plans</li> <li>• Develop understanding of major elements of business models and how they are interrelated</li> <li>• Knowledge about appropriate evaluation criteria for business ideas</li> <li>• Understanding of the basic building blocks of promising business models</li> <li>• Knowledge about the key aspects of business models and planning:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>value proposition and target customer analysis</li> <li>market and competitive analysis, IP protection</li> <li>production, sourcing and partners</li> <li>legal form, cooperation contracts, liability issues</li> <li>financial planning</li> </ul> </li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Byers, T.H.; Dorf, R.C.; Nelson, A.J. (2011). Technology Ventures: From Idea to Enterprise. 3rd ed. McGraw-Hill, 2011.</p> <p>Hisrich, P.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2009). Entrepreneurship, 8th ed., McGraw-Hill, 2009.</p> <p>Osterwalder, A.; Yves, P. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley &amp; Sons, 2010.</p>

Lehrveranstaltung L0863: Marketing	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Christian Lühje
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	WiSe
<b>Inhalt</b>	Contents

	<p><b>Basics of Marketing</b></p> <p>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</p> <p><b>Strategic Marketing Planning</b></p> <p>How to find profit opportunities? How to develop cooperation, internationalization, timing, differentiation and cost leadership strategies?</p> <p><b>Market-oriented Design of products and services</b></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><b>Pricing</b></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><b>Marketing Communication</b></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><b>Sales and Distribution</b></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><b>Knowledge</b></p> <p>Students will gain an introduction and good overview of</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Specific challenges in the marketing of innovative goods and services</li> <li>• Key strategic areas in strategic marketing planning (cooperation, internationalization, timing)</li> <li>• Tools for information gathering about future customer needs and requirements</li> <li>• Fundamental pricing theories and pricing methods</li> <li>• Main communication instruments</li> <li>• Marketing channels and main organizational issues in sales management</li> <li>• Basic approaches for managing customer relationship</li> </ul> <p><b>Skills</b></p> <p>Based on the acquired knowledge students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Design market timing decisions</li> <li>• Make decisions for marketing-related cooperation and internationalization activities</li> <li>• Manage the challenges of market-oriented development of new products and services</li> <li>• Translate customer needs into concepts, prototypes and marketable offers</li> <li>• Determine the perceived quality of an existing product or service using advanced elicitation and measurement techniques that fit the given situation</li> <li>• Analyze the pricing alternatives for products and services</li> <li>• Make strategic sales decisions for products and services (i.e. selection of sales channels)</li> <li>• Analyze the value of customers and apply customer relationship management tools</li> </ul> <p><b>Social Competence</b></p> <p>The students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• have fruitful discussions and exchange arguments</li> <li>• present results in a clear and concise way</li> <li>• carry out respectful team work</li> </ul> <p><b>Self-reliance</b></p> <p>The students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquire knowledge independently in the specific context and to map this knowledge on other new complex problem fields.</li> <li>• Consider proposed business actions in the field of marketing and reflect on them.</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<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>

	Hutt, M. D., Speh, T.W. (2010), Business Marketing Management, 10th edition, South Western, Lengage Learning, p. 112-116
--	--

**Lehrveranstaltung L0709: Project Management**

<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Carlos Jahn
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	WiSe
<b>Inhalt</b>	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.
<b>Literatur</b>	Project Management Institute (2008): A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® Guide). 4. Aufl. Newtown Square, Pa: Project Management Institute.

**Lehrveranstaltung L1385: Projektmanagement in der industriellen Praxis**

<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Wilhelm Radomsky
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	WiSe
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektmanagement im Unternehmen</li> <li>• Projektlebenszyklus / Projektumfeld</li> <li>• Projektstrukturierung / Projektplanung</li> <li>• Methodeneinsatz / Teamentwicklung</li> <li>• Vertrags- / Risiko- / Änderungsmanagement</li> <li>• Multiprojektmanagement / Qualitätsmanagement</li> <li>• Projektcontrolling / Berichtswesen</li> <li>• Projektorganisation / Projektabschluss</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brown (1998): Erfolgreiches Projektmanagement in 7 Tagen</li> <li>• Burghardt (2002): Einführung in Projektmanagement</li> <li>• Cleland / King (1997): Project Management Handbook</li> <li>• Hemmrich, Harrant (2002): Projektmanagement, In 7 Schritten zum Erfolg</li> <li>• Kerzner (2003): Projektmanagement</li> <li>• Litke (2004): Projektmanagement</li> <li>• Madauss (2005): Handbuch Projektmanagement</li> <li>• Patzak / Rattay (2004): Projektmanagement</li> <li>• PMI (2004): A Guide to the Project Management Body of Knowledge</li> <li>• RKW / GPM: Projektmanagement Fachmann</li> <li>• Schelle / Ottmann / Pfeiffer (2005): ProjektManager</li> </ul>

Lehrveranstaltung L1293: Risikomanagement	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Dr. Meike Schröder
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	WiSe
<b>Inhalt</b>	<p>Risiken sind in der heutigen Geschäftswelt allgegenwärtig. Daher stellt die Fähigkeit Risiken zu managen, einen der wichtigsten Aspekte dar, der erfolgreiche Unternehmer von anderen unterscheidet. Es existieren verschiedene Risikokategorien wie Kredit-, Länder-, Markt-, Liquiditäts-, operationelle, Supply Chain- oder Reputationsrisiken. Unternehmen sind dabei anfällig für die verschiedensten Risiken. Was den Umgang mit Risiken noch komplexer und herausfordernder gestaltet ist, dass sich Risiken häufig der direkten Kontrolle durch das Unternehmen entziehen, denn sie können ihren Ursprung auch außerhalb der Unternehmensgrenzen haben. Dennoch kann der damit verbundene (negative) Einfluss auf das Unternehmen erheblich sein. Das Bewusstsein sowie die Fachkenntnis, verschiedene Risiken zu managen, gewinnen daher in Zukunft weiter an Bedeutung.</p> <p>Im Rahmen der Vorlesung werden unter anderem folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziele und rechtliche Grundlagen des Risikomanagements</li> <li>• Risiken und ihre Auswirkungen</li> <li>• Risikoarten (Klassifikation)</li> <li>• Risikomanagement und Personal</li> <li>• Prozessschritte des Risikomanagements und ihre Instrumente</li> <li>• Methoden der Risikobeurteilung</li> <li>• Implementierung eines ganzheitlichen Risikomanagement</li> <li>• Management spezifischer Risiken</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Brühwiler, B., Romeike, F. (2010), Praxisleitfaden Risikomanagement. ISO 31000 und ONR 49000 sicher anwenden, Berlin: Erich Schmidt.</p> <p>Cottin, C., Döhler, S. (2013), Risikoanalyse. Modellierung, Beurteilung und Management von Risiken mit Praxisbeispielen, 2. überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden: Springer.</p> <p>Eller, R., Heinrich, M., Perrot, R., Reif, M. (2010), Kompaktwissen Risikomanagement. Nachschlagen, verstehen und erfolgreich umsetzen, Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Fiege, S. (2006), Risikomanagement- und Überwachungssystem nach KonTraG. Prozess, Instrumente, Träger, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.</p> <p>Frame, D. (2003), Managing Risk in organizations. A guide for managers, San Francisco: Wiley.</p> <p>Götze, U., Henselmann, K., Mikus, B. (2001), Risikomanagement, Heidelberg: Physica-Verlag.</p> <p>Müller, K. (2010), Handbuch Unternehmenssicherheit. Umfassendes Sicherheits-, Kontinuitäts- und Risikomanagement mit System, 2., neu bearbeitete Auflage, Wiesbaden: Springer.</p> <p>Rosenkranz, F., Missler-Behr, M. (2005), Unternehmensrisiken erkennen und managen. Einführung in die quantitative Planung, Berlin u.a.: Springer.</p> <p>Wengert, H., Schittenhelm F. A. (2013), Coporate Risk Mangement, Berlin: Springer.</p>

Lehrveranstaltung L1389: Schwerpunkte des Patentrechts	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Referat
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Christian Rohnke
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<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>
<b>Literatur</b>	wird noch bekannt gegeben

Lehrveranstaltung L1160: Umweltmanagement und Corporate Responsibility	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<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 bezüglich 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>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Gerald Schwejze
<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, Stollfuß 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>Schwejze, Gerald: Ihr Weg zur effizienten Unternehmensberatung: Beratungserfolg durch eine qualifizierte Beratungsmethode, NWB Verlag, Herne 2013</p> <p>Schwejze, Gerald: Wer seine Nachfolge nicht regelt, vermindert seinen Unternehmenswert, in: NWB, Betriebswirtschaftliche Beratung, 03/2011 und: Sparkassen Firmenberatung aktuell, 05/2011</p> <p>Schwejze, Gerald: Strategie-Assessment mit Hilfe von Arbeitshilfen der NWB-Datenbank – Pragmatischer Beratungsansatz speziell für KMU: NWB, Betriebswirtschaftliche Beratung, 10/2011</p> <p>Schwejze, Gerald: Strategie-Werkzeugkasten für kleine Unternehmen, Fachbeiträge, Excel-Berechnungsprogramme, Checklisten/Muster und Mandanten-Merkblatt: NWB, Downloadprodukte, 11/2011</p> <p>Schwejze, Gerald: Die Unternehmensberatung als komplementäres Leistungsangebot der Steuerberatung - Zusätzliches Honorar bei bestehenden Klienten: NWB, Betriebswirtschaftliche Beratung, 02/2012</p> <p>Schwejze, Gerald: Die Mandanten-Berater-Beziehung: Erfolgsfaktor Beziehungsmanagement, in: NWB Betriebswirtschaftliche Beratung, 08/2012</p> <p>Schwejze, 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 L1492: Entrepreneurial Business Creation	
<b>Typ</b>	Problemorientierte Lehrveranstaltung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Schriftliche Ausarbeitung
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Prof. Christoph Ihl
<b>Sprachen</b>	EN
<b>Zeitraum</b>	WiSe
<b>Inhalt</b>	<p>This course is supposed to provide intense hands-on experiences with the entrepreneurial process, tools and concepts discussed in the lecture "Entrepreneurship Management" and additional online material. At the beginning of the class, students form teams to search for and create a scalable and repeatable business opportunity. Rather than writing a comprehensive business plan or designing the perfect product, both of which are highly difficult and risky investments in the uncertain front end of any business idea, we follow a lean startup approach. Student teams will have to think about all the parts of building a business and apply the tools of business model design and customer &amp; agile development in order to optimize the search for and creation of a business opportunity. Students will start by mapping the assumptions regarding each of the part in their business model and then devote significant time on testing these hypotheses with customers and partners outside in the field (customer development). Based on the gathered information, students should realize which of their assumptions were wrong, and figure out ways how to fix it (learning events called "pivots"). The goal is to proceed in an iterative and incremental way (agile development) to build prototypes and (minimum viable) products. Throughout the course, student teams will present their lessons-learned (pivots) and how their business models have evolved based on their most important pivots. The course provides intense hands-on experience with the objective to develop the entrepreneurial mindset. This mindset of turning problems into opportunities can well be generalized from startups to innovative challenges in established companies and other innovative settings.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• assess and validate entrepreneurial opportunities, either for new venture creation or in the context of established corporations</li> <li>• create and verify a business models to exploit entrepreneurial opportunities</li> <li>• create and verify plans for gathering required resources such as talent and capital (startup) or employees and budgets (established firms)</li> <li>• prepare comprehensive business plans</li> <li>• identify and define business opportunities</li> <li>• assess and validate entrepreneurial opportunities</li> <li>• create and verify a business model of how to sell and market an entrepreneurial opportunity</li> <li>• formulate and test business model assumptions and hypotheses</li> <li>• conduct customer and expert interviews regarding business opportunities</li> <li>• prepare business opportunity assessment</li> <li>• create and verify a plan for gathering resources such as talent and capital</li> <li>• pitch a business opportunity to your classmates and the teaching team</li> <li>• team work</li> <li>• communication and presentation</li> <li>• give and take critical comments</li> <li>• engaging in fruitful discussions</li> <li>• autonomous work and time management</li> <li>• project management</li> <li>• analytical skills</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Blank, Steve (2013). Why the lean start-up changes everything. Harvard Business Review 91.5 (2013): 63-72.</p> <p>Blank, Steven Gary, and Bob Dorf. The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company. K&amp;S Ranch, Incorporated, 2012.</p> <p>Ries, Eric (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Random House LLC, 2011.</p>

Lehrveranstaltung L0536: Vertrauens- und Reputationsmanagement	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Hausarbeit
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<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 Zerfaß (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 L1350: Werkzeuge zur methodischen Produktentwicklung	
<b>Typ</b>	Seminar
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Projektarbeit
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Solveigh Hieber
<b>Sprachen</b>	DE/EN
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<p>Das Seminar vermittelt die Grundlagen und Basismethoden von TRIZ und einiger ergänzender Kreativitätstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einleitung und Rahmenbedingungen bei der Anwendung von TRIZ/ Kreativitätstechniken</li> <li>- Geschichtlicher Hintergrund und Entstehung von TRIZ</li> </ul> <p>TRIZ-Basismethoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovationscheckliste ( Ressourcencheckliste)</li> <li>• Ideales Produkt</li> <li>• Objekt- und Funktionsmodellierung</li> <li>• Widerspruchsmatrix und die 40 Innovationsprinzipien</li> <li>• Physikalische Widersprüche und Separationsprinzipien</li> <li>• Effektedatenbank</li> <li>• Zwergenmodellierung</li> <li>• Evolutionsprinzipien</li> </ul> <p>Das kleine 1x1 der Moderation als Enabler zur Anwendung der Methoden</p> <p>Einblick in die TRIZ-Community heute</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ergänzende Kreativitätstechniken</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Altschuller, S. (1984): Erfinden – Wege zur Lösung technischer Probleme. Limitierter Nachdruck 1998. VEB Verlag Technik</p> <p>Koltze, K. &amp; Souchkov, V. (2010): Systematische Innovation: TRIZ-Anwendung in der Produkt- und Prozessentwicklung. Carl Hanser Verlag</p> <p>Orloff, M. A. (2006): Grundlagen der klassischen TRIZ. 3. Auflage. Springer Verlag</p>

Lehrveranstaltung L1381: Öffentliches- und Verfassungsrecht	
<b>Typ</b>	Vorlesung
<b>SWS</b>	2
<b>LP</b>	2
<b>Prüfungsform</b>	Klausur
<b>Prüfungsdauer und -umfang</b>	
<b>Dozenten</b>	Klaus-Ulrich Tempke
<b>Sprachen</b>	DE
<b>Zeitraum</b>	SoSe
<b>Inhalt</b>	<p>Die Materien des öffentlichen Rechts sowie Verfahrensgang, Instanzenzug und Gerichtsbesetzung der Verwaltungsgerichtsbarkeit.</p> <p>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>	

