

6. Sem. Bachelor

SS 2012

**Fächerbeschreibung:**

Es stehen folgende FWPF-Fächer zur Verfügung, von denen 1 gewählt werden muss

**Mediation**

**Prof. Dr. Speidel**

Ziel des Faches Mediation ist es, Studenten/innen zu befähigen, Mediationen in verschiedenen Organisationskontexten durchführen zu können. Ein/e Mediator/in ist ein/e Experte/in, der/die in außergerichtlichen Konfliktlösungsverfahren als neutrale/r Dritte/r mit den Konfliktbeteiligten eine nachhaltige Win-Win-Konfliktlösung erarbeitet.

Die Studenten/innen lernen:

- Konflikte im Vorfeld zu erkennen
- bei Konflikten professionell und konstruktiv zu vermitteln
- Deeskalationsstrategien anzuwenden
- und Konfliktbeteiligte zu führen, um tragfähige Konfliktlösungen zu entwickeln.

**Inhalte:**

Grundlagen der Mediation

Definition, Phasen und Prinzipien der Mediation; Rolle und Haltung des Mediators/der Mediatorin; Konflikte erkennen und verstehen; Konfliktstile und Eskalationsstufen; persönliches Konfliktverhalten (Konfliktbiografie)

**Mediation als Kommunikationsprozess**

Gesprächsführungstechniken in der Mediation (Aktives Zuhören, Fragetechniken, Harvard-Konzept); Zuordnen der Gesprächsführungstechniken zu den einzelnen Mediationsphasen; Analyse von Interessen und Bedürfnissen im Verlauf der Mediation

**Organisationen und Konflikte**

Aufbau und Hierarchien in Organisationen; Veränderungen in Organisationen und damit verbundene Konflikte; praktische Übungen der Mediationsphasen unterstützt durch Kreativitäts- und Visualisierungstechniken

**Mediation im Organisationskontext**

Besonderheiten der Teammediation; Mediation und Führung (Rolle von Führungskräften in der Mediation) Auftragsklärung; arbeitsrechtliche Grundlagen / Grenzen der Mediation aus rechtlicher Sicht; Mediationsvereinbarungen als Abschluss der Mediation

**Mediation in der Praxis**

Üben von Mediationen im Rahmen von Rollenspielen; Analyse und Feedback zum Rollenspiel

## **Innovationsmarketing**

**Prof. Dr. Schuster**

Inhalte:

Die Studierenden kennen unterschiedliche Formen, sektorale Besonderheiten und Erfolgsfaktoren von Innovationen.

Ihnen sind sowohl traditionelle Ansätze als auch neuere Internet-Tools im Rahmen der strategischen Marktforschung vertraut.

Die Studierenden sind in der Lage, zentrale Methoden des Innovationsprozesses situationsspezifisch anzuwenden.

Sie können Ziele, Strategien und Marketing-Mix-Maßnahmen für die Markteinführungsphase entwickeln, um neue Angebote bzw. Unternehmen erfolgreich zu platzieren.

Ziele:

- Grundlagen des Innovationsmarketing
- Schlüsselrolle der strategischen Marktforschung
- Ausgewählte Methoden des Innovationsprozesses
- Markteinführung neuer Angebote
- Spezialfall Unternehmensgründung
- Fallstudien und Projekte

## **Internationale Finanzierung „English Practice“**

**Prof. Dr. Fischer**

Die Studierenden erarbeiten sich wichtige Themen aus dem Bereich Finanzierung durch Referate selbst. Die Referate werden anschliessend diskutiert und durch einen Studierenden moderiert.

**Die Veranstaltung findet in englischer Sprache statt.**

## **Integrierte Regionalpolitik**

**Frau Eberl, Dipl.-BW (FH)**

"Aufgezeigt werden verschiedene Aspekte der Arbeitsmarktpolitik in Zusammenhang mit den Herausforderungen des Demografischen Wandels sowie der Wirtschaftspolitik mit den Bereichen Wirtschaftsförderung,

Clusteroffensive und Innovationsförderung. Abschließend wird die EU-Strukturpolitik an praktischen Beispielen erläutert. Eine Exkursion zum Landtag oder - bei Interesse - eine zwei- bis dreitägige Brüsselfahrt ergänzen die praxisnahen Vorlesungen."

## **Personalcontrolling**

**Prof. Dr. Jaeger**

Zielsetzung des Wahlpflichtkurses ist der Erwerb von Grundlagen im Kontext einer ökonomischen Steuerung der Personalarbeit. Es werden unternehmensrelevante Kennzahlen erarbeitet und bewertet. Darüber hinaus werden die wesentlichen Instrumente des Personal Controlling vorgestellt und im Hinblick auf ihre Praxisrelevanz überprüft.

Die Veranstaltung wird seminaristisch gestaltet.

Inhalte:

- Allgemeine Grundlagen des Controllings
- Personalspezifische Kennzahlen
- Strategische Instrumente des Personalcontrollings
- Wertschöpfung im Personalmanagement
- Praxisbeispiele

## **Sanierungsmanagement**

**Prof. Dr. Jaeger**

Zielsetzung des Kurses ist die Vermittlung von betriebswirtschaftlichen sowie rechtlichen Grundlagen im Rahmen eines modernen Sanierungsmanagements.

Zudem erfolgt eine umfassende Darstellung der Symptome von Unternehmen in der Krise nach IDW S 6 Standard und Optionen für eine Beseitigung der Krisenursachen.

Inhalte:

- Die Unternehmenskrise
- Inhalte eines Sanierungsgutachten
- Projektorganisation einer Sanierung
- Arbeitsrechtliche Sanierungsmaßnahmen
- Case Study