



**HOCH
SCHULE
OFFEN
BURG**

MODULHANDBUCH

Sustainable Business Development (SBD-M)

Stand: 17.06.2026

Studien- und Prüfungsordnung 2024/2

SBD-M 21 Technologie 2: Nachhaltige Werkstoffe

Modulname	Technologie 2: Nachhaltige Werkstoffe
Empf. Vorkenntnisse	Technologie 1: Erneuerbare Energie
Lehrform	Vorlesung und Labor
Lernziele	Nachhaltigkeit in der Werkstofftechnik mit ausgewählten Anwendungsbeispielen; Grundlagen der Werkstofftechnik
Dauer	1 Semester
SWS	4
Aufwand	Lehrveranstaltung: 60 h Selbststudium/Gruppenarbeit: 120 h Workload: 180 h
ECTS-Punkte	6
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Werkstofftechnik I (metallische Werkstoffe): Klausurarbeit, 90 Min.; Gewichtung Modulnote: 2/3 Werkstofftechnik II (nicht-metallische Werkstoffe): Klausurarbeit, 60Min.; Gewichtung Modulnote: 1/3
Modulverantwortung	Prof. Dr. Arie Hans Verkuil
Empf. Semester	SBD-M2
Häufigkeit	jedes Sommersemester
Verwendbarkeit	Master SBD-M

Werkstofftechnik I

Name	Werkstofftechnik I
Art	Vorlesung
Nr.	folgt
SWS	2
Lerninhalt	Grundlagen der Werkstofftechnik, nachhaltige Werkstoffauswahl, grünerStahl, Metallrecycling, nachhaltige Alternativen zur konventionellenWerkstofftechnik
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• W. Weißbach: Werkstoffkunde-Strukturen, Eigenschaften, Prüfung, Vieweg + Teubner Wiesbaden, 2010• M. Reuter: Methodik der Werkstoffauswahl, Carl Hanser Verlag München, 2007• H.-J. Bargel, G. Schulze: Werkstoffkunde, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2005

Werkstofftechnik II

Name	Werkstofftechnik II
Art	Vorlesung
Nr.	folgt
SWS	2
Lerninhalt	Grundlagen der Kunststofftechnik, nachwachsende Materialien und Baustoffe, Verarbeitung, Konstruktion und Materialprüfung (mit Labor).
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• G. Erhard: Konstruieren mit Kunststoffen, Carl Hanser Verlag München, 2008• M. Bonnet: Kunststoffe in der Ingenieur Anwendung, Vieweg+Teubner Wiesbaden, 2009• Brevier Technische Keramik, Verband der keramischen Industrie e.V. (Fahner Verlag, 2003)

SBD-M 22 Sustainability 2: Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Modulname	Sustainability 2: Verantwortungsvolle Unternehmensführung	
Empf. Vorkenntnisse	keine	
Lehrform	Vorlesung	
Lernziele	<p>Mit Abschluss des Kurses werden Studierende die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten erworben haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können den Unterschied zwischen „Flourishing“ und „Reducing Unsustainability“ erklären und POSIWID als Diagnoseinstrument auf digitale Geschäftsmodelle anwenden. • Die Studierenden vermögen lebenssfähige Systeme anhand des „Viable System Model (VSM)“ zu erklären und dessen fünf Funktionen (S1–S5) auf digitale Plattformen anzuwenden. • Die Studierenden verfügen über die Kompetenz, Herausforderungen und Chancen digital Transformation für mehr Nachhaltigkeit zu beurteilen und die Effectuation-Logik als Handlungsprinzip unter Unsicherheit anzuwenden. <p>Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte der Nachhaltigkeit, der digitalen Plattformökonomie und der Kybernetik zueinander in Beziehung zu setzen und daraus Gestaltungsempfehlungen für verantwortungsvolle Geschäftsmodelle abzuleiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, Merkmale einer vernetzten und dynamischen Welt zu beschreiben und daraus abzuleiten, was unter innovativem und verantwortungsbewusstem Handeln zu verstehen ist. • Die Studierenden vermögen die Leitfragen an der Wirtschaftsethik beteiligten Teildisziplinen “Ökonomie” und “Ethik” wieder zu geben, deren grundlegende Funktion zu ermitteln und beide Disziplinen in den wissenschaftlichen Fächerkanon einzuordnen. • Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Funktionen der Betriebswirtschaftslehre und der Ethik zueinander in Beziehung zu setzen. <p>Die Studierenden verfügen über die Kompetenz, das Konzept der ethischen Führung als Referenzpunkt der Wirtschaftsethik einzuordnen und dessen Relevanz für ihren Führungsalltag zu beurteilen.</p>	
Dauer	1 Semester	
SWS	4	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	35 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	145 h
	Workload:	180 h

ECTS-Punkte	6
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Mündliche Prüfung (Modulnote)
Modulverantwortung	Prof. Dr. Arie Hans Verkuil
Empf. Semester	SBD-M2
Häufigkeit	jedes Sommersemester
Verwendbarkeit	Master SBD-M

Ethik und Führung

Name	Ethik und Führung
Art	Vorlesung
Nr.	V51M00015
SWS	2
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Innovative Fach- und Führungskräfte in einer vernetzten und dynamischen Welt• „Ökonomie“ und „Ethik“ als Teildisziplinen der Wirtschaftsethik• Grundlegendes Dilemma der Führung• Ethische Führung als Referenzpunkt der Wirtschaftsethik
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Vorlesungsunterlagen folgen / werden 2024 in je einem Sammelband bei Springer Nature und Schäffer Poeschel veröffentlicht• Optional: Piper, A. (2017). Einführung in die Ethik (7. Ausg.). UTB GmbH

Digitale nachhaltige Geschäftsmodelle

Name	Digitale nachhaltige Geschäftsmodelle
Art	Vorlesung
Nr.	V51M00016
SWS	2
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nachhaltigkeit als Flourishing – Konzept und Diagnose• Lebenssfähige Systeme – das Viable System Model (VSM)• Transformation durch Lernen und Effectuation• Verantwortungsvolle Gestaltung digital-nachhaltiger Geschäftsmodelle
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Bateson, G. (1972). Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology. Chicago, The University of Chicago Press.• Ehrenfeld, J. (2008). Sustainability by Design: A Subversive Strategy for Transforming Our Consumer Culture. Yale University Press.• Gomez, P., Meynhardt, T. & Lambertz, M. (2019). Verantwortungsvolle Führung in einer komplexen Welt. Haupt Verlag.• Pfiffner, M. (2025). Die dritte Dimension des Organisierens: Steuerung und Kommunikation. Springer Nature 2025, Springer Gabler Wiesbaden.• von Kutzschenbach, M. (2020). Die Interdependenz von Digitalisierung und Nachhaltigkeit als Chance der unternehmerischen Transformation. In: Dahm, M., Thode, S. (eds) Digitale Transformation in der Unternehmenspraxis. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-28557-9_10

SBD-M 23 Business 2: Nachhaltiges Online-Marketing

Modulname	Nachhaltiges Online-Marketing						
Empf. Vorkenntnisse	Keine						
Lehrform	Vorlesung						
Lernziele	<p>Nach Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategische und organisatorische Faktoren zu analysieren, die Unternehmen ermöglichen, ihre Transformation und Digitalisierung zu beschleunigen. • Kritisch die Relevanz von Konzepten, Methoden und Werkzeugen des digitalen Marketings zu prüfen, die seit dem Aufkommen digitaler Technologien entwickelt wurden. • Digitale Marketingstrategien zu entwickeln und umzusetzen, unter Berücksichtigung organisationaler, technologischer und ökologischer Dynamiken. • Strategische Empfehlungen zu formulieren, um die Leistungsfähigkeit digitaler Marketingmaßnahmen zu verbessern. • Strategische Implikationen digitaler Technologien für Entscheidungsprozesse zu bewerten. • Effektiv in multikulturellen und interdisziplinären Teams zusammenzuarbeiten, um digitale Marketinglösungen zu entwickeln, die Innovation, organisatorische Anpassungsfähigkeit und den Übergang zu nachhaltigeren Geschäftsmodellen fördern. 						
Dauer	1 Semester						
SWS	2						
Aufwand	<table> <tr> <td>Lehrveranstaltung:</td> <td>30 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium/Gruppenarbeit:</td> <td>60 h</td> </tr> <tr> <td>Workload:</td> <td>90 h</td> </tr> </table>	Lehrveranstaltung:	30 h	Selbststudium/Gruppenarbeit:	60 h	Workload:	90 h
Lehrveranstaltung:	30 h						
Selbststudium/Gruppenarbeit:	60 h						
Workload:	90 h						
ECTS-Punkte	3						
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Klausurarbeit, 60 Min.						
Modulverantwortung	Coralie Haller (EM Strasbourg)						
Empf. Semester	SBD-M2						
Häufigkeit	jedes Sommersemester						
Verwendbarkeit	Master SBD-M						

Online-Marketing und neue Vertriebskanäle

Name	Online-Marketing und neue Vertriebskanäle
Art	Vorlesung
Nr.	V51M00017
SWS	2
Lerninhalt	<p>Die Lehrveranstaltung gliedert sich folgendermaßen</p> <p>Digitale Transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Herausforderungen und Perspektiven der digitalen Transformation • Beschleuniger digitaler Veränderung • Phasen digitaler Transformationsprozesse • Digitale, transaktionale Geschäfts- und Einnahmemodelle • Digitale Nachhaltigkeit im unternehmerischen Kontext <p>Digitales Marketing in nachhaltigen Lebensmittelsystemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Herausforderungen im nachhaltigen Ernährungssektor • Vergleich von Lebensmittelsystemen und Agrifood-Modellen • Digitale Wertschöpfung in nachhaltigen Food-Systemen • Marketingmix im digitalen Umfeld • Risiken und Grenzen digitalen Marketings • Fallstudien aus dem nachhaltigen Ernährungsbereich • Einsatz künstlicher Intelligenz im Lebensmittelmarketing <p>Customer Journey & digitales Konsumentenverhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Customer Journey für nachhaltige Produkte • Merkmale engagierten Konsumentenverhaltens • Mapping digitaler Customer Journeys • Touchpoints und Moments of Engagement • Storytelling und vertrauensbildende Maßnahmen • Optimierung der digitalen Kundenerfahrung <p>Entwicklung nachhaltiger Digitalstrategien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategische und nachhaltige Zieldefinition • Analyse von Zielgruppen, Stakeholdern und Ökosystemen • Nachhaltiges Positioning und Wertversprechen • Ökosystemstrategien und Kooperationen • Auswahl geeigneter digitaler Kanäle und Tools • Entwicklung einer glaubwürdigen Content-Strategie • Erstellung eines strategischen Maßnahmenplans
Literatur	folgt

SBD-M 24 Project Embedded Course 2

Modulname	Project Embedded Course 2	
Empf. Vorkenntnisse	Sprachkurs Deutsch (B2.2), Sprachkurs Französisch (B1.2)	
Lehrform	Vorlesung	
Lernziele	<p>Der Kurs hat zum Ziel, die Studierenden mit einigen theoretischen Ansätzen zum Funktionieren von Organisationen vertraut zu machen – von den Gründern bis hin zu neueren Paradigmen. Indem die Vielfalt der Konzepte und ihr Nutzen für Unternehmen aufgezeigt werden, stützt sich der Kurs auf praxisnahe Beispiele aus dem Management, während die Studierenden gleichzeitig zu einer reflektierenden und kritischen Haltung eingeladen werden, um diese Modelle mit den Realitäten der Berufswelt zu vergleichen.</p> <p>Immer häufiger hört man, dass es die Menschen sind, die den Unterschied in Unternehmen ausmachen. Dabei ist es wichtig zu verstehen, auf welche Weise sie zum Funktionieren und zur Leistungsfähigkeit einer Organisation beitragen.</p> <p>Der Kurs „Organisationstheorie“ verfolgt folgende Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung der notwendigen Kenntnisse zum Verständnis des Funktionierens von Organisationen • Perspektivische Betrachtung verschiedener theoretischer Ansätze zur Erklärung menschlicher und organisatorischer Phänomene in Unternehmen • Übung im Einsatz theoretischer Werkzeuge an realen Situationen, um deren Bedeutung und Dynamik zu verstehen • Entwicklung von Reflexion und Reflexivität über Managementenerfahrungen innerhalb von Organisationen, die Sie während Praktika und/oder im Vereinsleben gemacht haben. <p>Der Schwerpunkt liegt auf der mündlichen Kommunikation zu den Themenbereichen Gesellschaft, Wirtschaft, Arbeitswelt: Grafiken erläutern, Zusammenhänge finden und begründen, Prognosen aufstellen, mögliche Folgen nennen und bewerten, Widerspruch ausdrücken, in Kleinteams (zu dritt oder zu viert) Kompromisse schließen.</p>	
Dauer	1 Semester	
SWS	4	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	30 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	60 h
	Workload:	90 h

ECTS-Punkte	3
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Schlüsselkompetenzen für den beruflichen Erfolg: Hausarbeit; Gewichtung Modulnote: 2/3 Sprachkurs Französisch/Deutsch: mündliche Prüfung; Gewichtung Modulnote: 1/3
Modulverantwortung	Stéphano Vacher
Empf. Semester	SBD-M2
Häufigkeit	Jedes Sommersemester
Verwendbarkeit	Master SBD-M

Schlüsselkompetenzen für den beruflichen Erfolg

Name	Schlüsselkompetenzen für den beruflichen Erfolg
Art	Vorlesung
Nr.	V51M00018
SWS	2
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <p>Rationalistische Theorien von Weber bis Fayol</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Modell der Rationalisierung (Weber) • Die technizistische Organisation (Taylor) • Die Verwaltungstheorie (Fayol) <p>Die menschlichen Dimensionen der Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Bewegung der Human-Relations (Mayo) • Theorien zu Bedürfnissen und Motivation (Herzberg, McGregor, Maslow) • Relativierung des Rationalitätsgedankens (March, Simon) • Beiträge des organisationalen Lernens (Argyris & Schön, Takeuchi & Nonaka) Akteursspiele und strategisches Verhalten • Die Herausforderungen der Kooperation (Olson, Hirschman) • Dimensionen der strategischen Analyse (Crozier, Friedberg) • Absprachen, Konventionen und Netzwerke (Boltanski, Thévenot; Callon, Latour) Soziologische Exkurse zu einigen Organisationsformen • Organisation als Disziplin (Foucault) • Interaktionen und Face-to-Face-Beziehungen (Goffman) • Institutioneller Isomorphismus (DiMaggio, Powell) Leadership • Entstehung und Entwicklung des Konzepts • Typologien des Leaderships • Verantwortungsbewusstes Leadership • Kollektive Intelligenz
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Pourquier, C., & Igalens, J. (2020). Leadership responsable, un double alignement entre valeurs et engagement RSE. <i>Revue française de gestion</i>, 46(4), 11-34. / Pourquier, C., & Igalens, J. (2020). Responsible leadership: A double alignment between values and CSR commitment. <i>Revue Française de Gestion</i>, 46(289), 11-34. • Igalens, J., & Pourquier, C. (2019). Étude exploratoire sur le leadership responsable. Mise en perspective des modèles de Danone et d'Essilor. <i>Question (s) de management</i>, (1), 11-23. • Miska, C., & Mendenhall, M. E. (2018). Responsible leadership: A mapping of extant research and future directions. <i>Journal of business ethics</i>, 148, 117-134. • Siegel, D. S. (2014). Responsible leadership. <i>Academy of Management Perspectives</i>, 28(3), 221-223. • Waldman, D. A., & Balven, R. M. (2014). Responsible leadership: Theoretical issues and research directions. <i>Academy of Management Perspectives</i>, 28(3), 224-234.

- Pearce, C. L., Wassenaar, C. L., & Manz, C. C. (2014). Is shared leadership the key to responsible leadership?. *Academy of Management Perspectives*, 28(3), 275-288.
- Waldman, D. A., & Balven, R. M. (2014). Responsible leadership: Theoretical issues and research directions. *Academy of Management Perspectives*, 28(3), 224-234.
- Stone-Johnson, C. (2014). Responsible leadership. *Educational Administration Quarterly*, 50(4), 645-674.
- Gond, J. P., Igalens, J., Swaen, V., & El Akremi, A. (2012). The human resources contribution to responsible leadership: An exploration of the CSR–HR interface. *Responsible leadership*, 115-132.
- Maak, T., & Pless, N. M. (2006). Responsible leadership in a stakeholder society—a relational perspective. *Journal of business ethics*, 66, 99-115.
- Maak, T., & Pless, N. M. (2006). Responsible leadership: A relational approach. In *Responsible leadership* (pp. 33-53). Routledge.
- Ouvrages principaux
- Noguera, F., & Plane, J. M. (2016). *Le leadership: Recherches et pratiques*. Vuibert.
- Henri Amblard, Philippe Bernoux, Gilles Herreros, Yves-Frédéric Livian, *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*. Troisième édition augmentée, Paris, Seuil, 2005
- Chris Argyris, Donald A. Schön. 2002, *Apprentissage organisationnel: théorie, méthode, pratique*. Bruxelles, De Boeck Supérieur.
- Philippe Bernoux, *La sociologie des organisations*, Paris, Seuil, 2009.
- Luc Boltanski, Eve Chiapello E, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.
- Michel Crozier, *Le phénomène bureaucratique*, Paris Seuil, 1963
- Michel Crozier, *Lacteur et le système : les contraintes de l'action collective*, Paris, Seuil, 1977
- Albert O. Hirschman, 2011, *Exit, voice, loyalty. Défection et prise de parole*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles
- Nonaka, Ikujiro, & Takeuchi, Hirotaka, 1997, *La connaissance créatrice - La dynamique de l'entreprise apprenante*. Bruxelles, Belgique: De Boeck.

Sprachkurs Französisch

Name	Sprachkurs Französisch
Art	Vorlesung
Nr.	V51M00013
SWS	2
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen: Französisch: Aktuelle Texte, Audios und Videos ausgewählter Medien (TV5Monde, radiofrance.fr, Le Monde, L’Echo etc.), interaktive Wortschatz- und Grammatikübungen auf moodle</p> <p>Anwesenheitspflicht: Zweimal darf unentschuldigt gefehlt werden; Gründe für entschuldigtes Fehlen sind unverzüglich per E-Mail an den Dozenten/ die Dozentin nachzuweisen; nach mehr als zwei Mal unentschuldigtem Fehlen besteht kein Prüfungsanspruch mehr.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none">● Claire Miquel : Grammaire en dialogues : niveau avancé, B2-C1, CLE international, 2015● Beghelli Julie : FLE (Français langue étrangère). Stratégies pour communiquer en français en entreprise. B2-C1 - Lexique, grammaire, mises en situation, culture d'entreprise, conseils,● Ellipses, 2022 Lily Char: Français langue étrangère. Le FLE côté Pro ! B2-C1, Ellipses, 2022

Sprachkurs Deutsch

Name	Sprachkurs Deutsch
Art	Vorlesung
Nr.	V51M00014
SWS	2
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen: Aktuelle Texte, Audios und Videos ausgewählter Medien (deutsche Welle, Zeit online, Tagesschau, etc.), interaktive Wortschatz- und Grammatikübungen auf moodle</p> <p>Anwesenheitspflicht: Zweimal darf unentschuldig gefehlt werden; Gründe für entschuldigtes Fehlen sind unverzüglich per E-Mail an den Dozenten/ die Dozentin nachzuweisen; nach mehr als zwei Mal unentschuldigtem Fehlen besteht kein Prüfungsanspruch mehr.</p>
Literatur	

SBD-M 25 Impact Project 2: Entrepreneurship 2

Modulname	Impact Project 2: Entrepreneurship 2	
Empf. Vorkenntnisse	Impact Project 1: Entrepreneurship 1	
Lehrform	Seminar	
Lernziele	<p>Nach Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solides Wissen über die eigenständige Entwicklung und Realisierung von nachhaltigkeitsorientierten Innovationsideen, einschließlich der Grundlagen für erfolgreiches Unternehmertum und Intrapreneurship im Kontext der Nachhaltigkeit. • Gezielter Einsatz von Kenntnissen in der Analyse von Herausforderungen und Kontexten, der Analyse von Stakeholdern, kreativen Ideengenerieren und Prototyping-Techniken bis hin zu Marktanalysen, Branding, Finanzierungsstrategien, rechtlichen Rahmenbedingungen, Kommunikation und Führungsprinzipien für die umfassende Entwicklung von nachhaltigkeitsorientierten Innovationen. • Erwerb von Kenntnissen und der Fähigkeit, Nachhaltigkeitsherausforderungen zu erkennen, innovative Lösungen zu erforschen und zu bewerten und die Bedürfnisse der relevanten Interessengruppen effektiv einzubeziehen und zu verstehen. Dazu gehört auch die Entwicklung von Geschäftsideen und Geschäftsmodellen unter Verwendung geeigneter Methoden, Instrumente und Wirkungsmodelle. • Kooperative Arbeit in einem interdisziplinären Team von 4-5 Personen, bestehend aus mindestens je einer/m Studierenden aus F, D und CH. Die Fähigkeit, individuelle Stärken zu erkennen und zu nutzen und verschiedene Arbeitsmethoden, Meinungen und Perspektiven effektiv zu managen, um ein kollaboratives Umfeld zu schaffen, das den Erfolg innovativer Projekte fördert. • Fähigkeit, konstruktives Feedback von Expertinnen und Experten und Interessengruppen zu nutzen und in die Weiterentwicklung ihrer Projekte einfließen zu lassen. • Befähigung, Unterstützerinnen und Unterstützer für die Geschäftsidee zu finden und zu gewinnen, wie z. B. Investoren oder Beiratsmitglieder, was für die Umsetzung und den Erfolg von nachhaltigkeitsorientierten Projekten entscheidend ist. Dazu gehört auch, den Wert und die potenzielle Wirkung des Projekts einem breiten Publikum, einschließlich potenzieller Geldgeber und Partner, effektiv zu vermitteln 	
Dauer	1 Semester	
SWS	4	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	55 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	125 h
	Workload:	180 h
ECTS-Punkte	6	

Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Hausarbeit
Modulverantwortung	FHNW: Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub, Ananda Wyss, Prof. Dr. Michael von Kutzschenbach
Empf. Semester	SBD-M2
Häufigkeit	jedes Sommersemester
Verwendbarkeit	Master SBD-M

Entrepreneurship-Projekt 2

Name	Entrepreneurship-Projekt 2
Art	Seminar
Nr.	V54M00013
SWS	4
Lerninhalt	<p>In dem Projekt sollen Teams aus vier bis fünf Studierenden (mindestens je eine Person aus F, D und CH) gemeinsam eine nachhaltige Innovationsidee entwickeln. Die Studierenden haben die Möglichkeit, an einer selbst identifizierten oder von aktiven Social Entrepreneurs gestellten Herausforderung zu arbeiten und sich mit der Umsetzung der nachhaltigen Innovationsideen innerhalb eines strukturierten Prozesses zu beschäftigen. Die Studierenden lernen, Instrumente und Methoden anzuwenden, die bei der Entdeckung, Bewertung und Umsetzung nachhaltiger, explorativer Innovationsideen helfen. Außerdem werden sie im Umgang mit einem geeigneten Instrumentarium trainiert, das u.a. aus einem Sustainability Innovation Canvas und einem Sustainable Innovation Plan besteht. Die Teams werden bei jedem Schritt von den Kursleitenden und weiteren internen und externen Dozierenden, Mentor/innen und Coaches unterstützt, mit dem Ziel, eine anfänglich grobe Idee in ein überzeugendes nachhaltiges Innovationskonzept zu verwandeln.</p> <p>In der ersten Phase (Herbstsemester) werden die Studierenden mit den wichtigsten Konzepten und Instrumenten vertraut gemacht, um den Kontext einer Nachhaltigkeitsherausforderung kritisch zu untersuchen, die relevanten Stakeholder zu bestimmen und zu befragen, konkrete Auswirkungen zu definieren, die sie erreichen wollen, und ihre nachhaltige Innovationsidee gemeinsam mit einem ersten Prototyp zu entwickeln. In der zweiten Phase (Frühjahrssemester) bauen die Studierenden ihre Ideen zu einem Sustainable Innovation Plan aus. Sie beschäftigen sich mit Themen und Strategien, die es ihnen ermöglichen, ihre Ideen zu einem konkreten und überzeugenden nachhaltigkeitsorientierten Innovationskonzept und -plan zu entwickeln und ihr Projekt professionell zu präsentieren.</p>
Literatur	Wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

SBD-M 26 Impact Project 2: Consulting 2

Modulname	Impact Project 2: Consulting 2						
Empf. Vorkenntnisse	Impact Project 1: Consulting 1						
Lehrform	Seminar						
Lernziele	<p>Mit Abschluss des Kurses werden die Studierenden die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten erworben haben:</p> <p>In dieser Fallstudie lernen die Studierenden, wie beginnend von einer Lastenheftanforderung der erste Entwurf eines Nachhaltigkeitskonzeptes (i. d. R. aus den Bereichen Energie, Ressourcenwirtschaft oder Kreislaufwirtschaft) erfolgt. In einem „Ingenieurbüro“ entwickeln die Studierenden zunächst gemeinsam Anlagenkonzepte, eine Nachhaltigkeitsstrategie und/oder ein Digitalisierungskonzept für die Umsetzung nachhaltiger Geschäftsmodelle. Die Studierenden wenden ihr bisher erworbenes Wissen im Rahmen einer systemischen Aufgabe an und bewerten technische Systeme energie- und ressourcenwirtschaftlich, sozio-ökonomisch und ökologisch. Sie sind in der Lage fachliche Aussagen zu formulieren und vor einem kritischen Fachpublikum vorzutragen.</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Methoden des (agilen)Projektmanagements und sind in der Lage, diese für verschiedene Arten von Projekten auszuwählen. Die Studierenden können für ihreigenes Projekt begründet eine Methode des Projektmanagementsauswählen und diese für ihr Projekt anwenden.</p> <p>Lerninhalte:Grundlagen des Projektmanagement: Methoden, Werkzeuge undVorgehensweisen, z. B. Projektplanung und -controlling.</p>						
Dauer	1 Semester						
SWS	4						
Aufwand	<table> <tr> <td>Lehrveranstaltung:</td> <td>40 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium/Gruppenarbeit:</td> <td>140 h</td> </tr> <tr> <td>Workload:</td> <td>180 h</td> </tr> </table>	Lehrveranstaltung:	40 h	Selbststudium/Gruppenarbeit:	140 h	Workload:	180 h
Lehrveranstaltung:	40 h						
Selbststudium/Gruppenarbeit:	140 h						
Workload:	180 h						
ECTS-Punkte	6						
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Hausarbeit						
Modulverantwortung	Prof. Dr. Pavel Livotov						
Empf. Semester	SBD-M2						
Häufigkeit	jedes Sommersemester						
Verwendbarkeit	Master SBD-M						

Consulting Project 2

Name	Consulting Project 2
Art	Seminar
Nr.	V54M00011
SWS	4
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none">• Beratung eines Unternehmens• Machbarkeitsanalyse und Vorplanung.• Übersicht zu rechtlichen Rahmenbedingungen und zur Rolle von Auftragnehmer/Auftraggeber und Lastenheft / Pflichtenheft in Beratungs- und Planungsprozessen. Leistungsphasen eines Beratungsprojektes am Beispiel der (deutschen) Honorarordnung für Architekten und Ingenieure.• Praxisnahe energie- und ressourcenwirtschaftliche Bewertung auf Basis der Annuitätenmethode mit Analyse von Sensitivität und Unsicherheit
Literatur	Wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

Projektmanagement

Name	Projektmanagement
Art	Seminar
Nr.	V54M00012
SWS	2
Lerninhalt	Grundlagen des Projektmanagement: Methoden, Werkzeuge und Vorgehensweisen, z. B. Projektplanung und -controlling
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Timinger, H. (2017). Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg. John Wiley & Sons.• Badiru, A. B. (2012). Project management for research: a guide for engineering and science. Springer Science & Business Media.