



Innovation

Studium generale SS 2018

www.htwg-konstanz.de/studium/ergaenzende-studienangebote/studium-generale/

Liebe Studierende,

wir möchten Ihnen das neue Angebot des Studium generale für das Sommersemester 2018 vorstellen.

Um Ihnen einen besseren Überblick über das Angebot zu ermöglichen, ist das Programm in sieben Themenbereiche aufgeteilt:

- Ethik & Nachhaltigkeit
- Fremdsprachen & Interkulturelles
- Innovation
- Projekte
- Soft Skills & Schlüsselqualifikationen
- Theater, Musik, Medien, Kunst
- Wissenschaftliches Arbeiten

Die Programme der einzelnen Themenbereiche sind alphabetisch nach Veranstaltungstitel geordnet.

Sofern auf „besondere Aushänge“ verwiesen wird, so finden Sie diese am Aushang „Studium generale“ neben dem Raum C106, an den Aushängen der entsprechenden Fakultäten oder auf den Homepages der Fakultäten!

Sollten in der Auflistung nur die anzurechnenden SWS aufgeführt sein, können die zu erwerbenden ECTS-Punkte bei der Leitung der jeweiligen Veranstaltung erfragt werden.

Wenn Sie für Ihren Studiengang einen Leistungsnachweis erwerben möchten, ist es ratsam vorab im Studiengang zu klären, ob die Studium generale Veranstaltung im Studiengang angerechnet wird.

Wie immer finden Sie weitere Informationen unter:

www.htwg-konstanz.de/studium/ergaenzende-studienangebote/studium-generale/

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Teilnahme an interessanten Veranstaltungen.

Ihr Team Studium generale

Leitung Studium generale:

Prof. Peter Franklin, HTWG Konstanz, franklin@htwg-konstanz.de

Referentin Studium generale:

Katja Schuler, HTWG Konstanz, kschuler@htwg-konstanz.de

STUDIUM GENERALE Sommersemester 2018

Themenbereich

Innovation

Inhalt

Bootcamp.....	4
Einführung in das Marketingrecht.....	5
EXIST priMe-Cup Unternehmensplanspiel.....	6
International Human Resource Management	7
Forum M Allgemein interessierende, aktuelle Themen rund um den Maschinenbau	8
loX OPEN INNOVATION + STARTUP	9
hochschulöffentliche Ringvorlesung Digital Duesday: „Meine Zukunft in der digitalen Welt“	11
Wissens- und Technologietransfer – Thema: Marken.....	12

Bootcamp

Lehrende/r	Oliver Fritz, Klaus König, Tobias Erb
Kontakt	Prof. Oliver Fritz
Termine	2 Wochen in den Sommersemesterferien
Beginn	Wird noch bekanntgegeben
Zeit	Wird noch bekanntgegeben
Raum	Open Innovation Lab
Prüfungsart	L: benotete Leistung
ECTS / SWS	3 CP
Anmeldung	Mail an oil@htwg-konstanz.de mit dem Betreff „Bootcamp“ – Sie erhalten in den kommenden Wochen genauere Informationen zu Anmeldung und dem Ablauf
Max. Teilnehmendenzahl	30

Beschreibung	Das Bootcamp richtet sich hierbei an alle Studierenden, die eine Idee für ein Produkt haben oder aber einfach nur den Willen zur Existenzgründung mitbringen. Neben den geplanten Workshops und Impulsvorträgen aus dem Gründernetzwerk der HTWG, sollen die Studierenden in den zwei Wochen die Möglichkeit erhalten, das OIL zur Herstellung von Prototypen nutzen zu können, um so den Grundstein für eine eventuelle Ausgründung zu legen.
Lernziele	Die Erlernung der notwendigen Skills für ein Spinn-off
Inhalte	Innovationsworkshops, Markenworkshop, technische Einführung in die Geräte des OILs
Methoden	Individuelle Gespräche, Impulsvorträge und Workshops

[zurück](#)

Einführung in das Marketingrecht

Lehrende/r	Prof. Dr. Thomas Zerres
Kontakt	Thomas.zerres@htwg-konstanz.de
Termine	Dienstags 17.30 – 19.00 Uhr
Zeit	17.30 – 19.00 Uhr
Raum	M003
Prüfungsart	L: benotete Leistung
ECTS / SWS	3
Anmeldung	Thomas.zerres@htwg-konstanz.de
Max. Teilnehmendenzahl	15

Beschreibung	Wir alle werden tagtäglich fast ununterbrochen mit den Marketingmaßnahmen der Unternehmen, sei es mit deren Produktangebot oder auch deren Werbung, konfrontiert. Welchem rechtlichen Rahmen unterliegen nun all diese Maßnahmen? Ziel dieser Veranstaltung ist es, die rechtlichen Rahmenbedingungen im Gesamtkontext einer marktorientierten Unternehmensführung und im Hinblick auf Ihre praktische Relevanz fallbezogen und damit anwendungsorientiert kennenzulernen.
Lernziele	Schaffung von Verständnis dafür, unter welchen rechtlichen Rahmenbedingungen Unternehmen ihr Marketing gestalten. Weiterhin sollen die Präsentationsfähigkeiten gefördert werden.
Inhalte	Rechtliche Aspekte, die das Marketing betreffen.
Methoden	Vorlesungsteile, Gastvorträge, Selbststudium, Fallstudien.
Sonstiges	In der Veranstaltung werden keine speziellen juristischen und wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse vorausgesetzt.

[zurück](#)

EXIST priMe-Cup Unternehmensplanspiel

Lehrende/r	Prof. Dr. Werner Volz
Kontakt	volz@htwg-konstanz.de
Termine	Einführung: 20.04.2018: 11.30 bis 13.00, 15. und 16.06. jeweils von 9.00 Uhr bis 17.30 Uhr
Beginn	20.04.2018: 11.30 Uhr
Zeit	15. und 16.06. jeweils 9.00 Uhr bis 17.30 Uhr
Raum	Thurgausaal
Prüfungsart	S: unbenotete Leistung
ECTS / SWS	5
Anmeldung	Prof. Dr. Werner Volz
Max. Teilnehmendenzahl	30

Beschreibung	Das Unternehmensplanspiel hat die Aufgabe, die Beschäftigungsalternative „Selbständige Existenz“ ins Bewusstsein der Studierenden zu rücken und Gründerinitiative unter den Studierenden zu entwickeln und zu fördern. Die Veranstaltung kann als breit angelegtes Managementtraining verstanden werden.
Lernziele	Die Studierenden werden befähigt einen Business-Plan in einem wettbewerbsorientierten Umfeld zu erarbeiten und üben unternehmerische Entscheidungen zu treffen. Weiterhin sammeln die Studierenden auf spielerische Weise wirtschaftliche und unternehmerische Erfahrungen.
Inhalte	Integrierte Bilanz-, Erfolgs- Investitions- und Finanzplanung. Beschaffungs- Produktions- und Absatzplanung in einem wettbewerbsorientierten Umfeld. Managementtraining.
Methoden	Einführungsvorlesung und Unternehmensplanspiel, Gruppenarbeit.
Sonstiges	Die Gewinner des Campus-Cups nehmen an einem weiteren Planspiel im Wettbewerb mit Hochschulen aus der Region teil. Die Sieger des regionalen Wettbewerbs nehmen am Professional Cup teil. Dabei treffen bundesweit Teams aufeinander, um hier Siegerteams zu ermitteln.

[zurück](#)

International Human Resource Management

Lecturer	Prof. Sandra Fisher, PhD
Contact	sfisher@clarkson.edu; sfisher@htwg-konstanz.de
Time	Introductory lecture on 12 March, 10:00-11:15 in P210 April 13 (Fr.) 09.00-13.00 and 14 (Sa.) 09.00-13.00 May 4 (Fr.) 09.00-13.00 and 5 (Sa.) 09.00-13.00 June 15 (Fr.) 09.00-13.00 and 16 (Sa.) 09.00-13.00
Starts on	13 April, 2018
Room	P004
Examination	Short presentation
Credits / SWS	S & L: un- und benotete Leistung
Content	2 SWS / 3 ECTS
Application	Register for the course by sending the professor an email.
Max. number of participants	20

Brief description	This course will examine how firms can effectively manage human resources in the global business environment. The course will address firm-level strategies and models for managing human resources, implementing global concepts such as talent management and employee engagement across a global workforce, and differences across countries in specific human resource management practices.
Learning objectives	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe the primary types of international human resource strategies and HR practices associated with each. 2. Identify differences among cultures and how national culture affects human resource management practices. 3. Describe the purpose of using expatriates as part of a global HR system and identify appropriate techniques for selecting, training, compensating, and repatriating these managers. 4. Discuss the benefits and challenges in using human resource information systems (HRIS) as a tool for managing a global workforce. 5. Develop a plan for working with a global, virtual team. 6. Compare German employment and labor law to such laws in other countries, identifying similarities and differences. 7. Evaluate multinational companies' use of various HR strategies and practices.
Content	Readings for the course will primarily be short articles, in English, from a variety of business publications. We will also use some freely available case studies and other publications from the Society of Human Resource Management. All readings will be posted on the Moodle page for the course.
Methods	Lecture, discussion, in-class exercises, student presentations

[zurück](#)

Forum M Allgemein interessierende, aktuelle Themen rund um den Maschinenbau

Lehrende/r	diverse Expertinnen und Experten
Kontakt	Prof. Dr. Roland Nägele roland.naegele@htwg-konstanz.de
Termine	mittwochs
Uhrzeit	11.30 bis ca. 13.00 Uhr
Raum	Aula
Prüfungsart	S: unbenotete Leistung
ECTS / SWS	1 ECTS für Teilnahme an insg. 15 Vorträgen über mehrere Semester
Anmeldung	Keine Anmeldung erforderlich

	Referentin/Referent, Firma	Einladung durch	Thema
11.4.	Hochschultag Maschinenbau: Intelligente Maschinen – Funktionsentwicklung und Simulation		
8:30	Dipl.-Ing. Ruben Cüppers, ZF Friedrichshafen AG	Nägele	Strukturierter Software-Entwurf für Getriebesteuergeräte
11:30	Alexander Buschle, MEng, Andreas Stihl AG & Co. KG, Waiblingen	Nägele	Modellbasierte Software-Entwicklung für Kettensägen und andere Gartengeräte
18.4.	Dipl.-Ing. Uwe Wachter, Manufacturing Strategy, ZF Friedrichshafen AG	Domm	ZF Roboter Strategie im Hinblick auf I4.0, u.a. Mensch-Roboter-Kollaboration
25.4.	Dipl.-Ing. Hauke Thamm, AIRBUS GmbH, Immenstaad	Butsch	Thermische Auslegung und Analyse von Satelliten
2.5.	Markus Altmann, ZF TRW, Radolfzell	Butsch	Ergonomie von Bedienelementen in Fahrzeugen
9.5.	Dr. Alexander Tomandl, Hilti Corporation, Schaan, Liechtenstein	Nägele / Gumpel	Moderne Befestigungselemente für extreme Anforderungen – Sicherheit und Korrosionsschutz
6.6.	Dr. Christian Nied, Bühler AG, Uzwil, Schweiz	Schwechten	Kontinuierliche Mischen von Elektrodenlurries für Li-Ionen-Batterien

Eine Übersicht über das Programm finden Sie unter www.htwg-konstanz.de/hochschule/fakultaeten/maschinenbau/veranstaltungen/forum-m/

[zurück](#)

IoX OPEN INNOVATION + STARTUP

Lehrende/r	Prof. Dr. D. Ihlenburg; Dipl.-Ing. W. Heisel; Prof. Dr. U.J. Behnen + Team
Kontakt	behnen@htwg-konstanz.de
Termine	(1) Einführung am 21.03., 17:30 (G147); (2) eigene Vorbereitungsphase (3) Open Innovation + Startup Weekend am Fr/Sa 04/05.05.; (4) Nachbearbeitungsphase; zwei alternative Termine zur Abschlusspräsentation im Juni (werden zusammen festgelegt); vgl. zur Terminübersicht www.campus-startup.org/iox
Beginn	Mi., 21.03.2018, 17:30 Uhr in G147 (IoX Lab)
Zeit	Siehe www.campus-startup.org/iox
Raum	G-147 (weitere Räume werden in der Einführung genannt)
Prüfungsart	S & L: un- und benotete Leistung
ECTS / SWS	3 ECTS / 2 SWS
Anmeldung	www.campus-startup.org/iox Das Anmeldetool wird zu Vorlesungsbeginn freigeschaltet
Max. Teilnehmendenzahl	15 im Studium generale

Beschreibung	Nahezu sämtliche Industrien (Produkte, Prozesse, Ressourcen) und Lebensbereiche (soziale Innovationen bzw. Plattformen) werden durch Internettechnologien maßgeblich berührt bzw. dominiert; diese werden zunehmend Teil der Realität (Real-World Internet; Cyber-physische Systeme). Die Veranstaltung zielt auf die Entwicklung von Ideen, Innovationen und Geschäftsmodellen im Bereich des Internet of Everything (IoX): Darunter sind alle Felder zu verstehen, die direkt oder indirekt auf Internettechnologien basieren – vom Internet of People (Social Web etc.) über Semantic eSciences, Internet of Vehicles, Healthcare IoT, Internet of Data (Big Data etc.), Apps, E-Commerce bis hin zum Internet of Things (Smart Factory/Industrie 4.0, Smart Home, Smart City etc.). Die Ideen können digitaler oder cyber-physischer Natur sein (z.B. 3D-/4D-Printing); sie können auch interdisziplinär sein (z.B. Nachhaltigkeit + Internet; Internet of Social Things usw.). Zur Entwicklung der Ideen muss man kein Internetprofi sein; in dieser ersten Stufe reicht der studentische Alltagsverstand. Es können eigene Ideen entwickelt, an Open Innovation Fällen der Unternehmenspraxis oder am Thema digitale Mobilität gearbeitet werden. In der Veranstaltung kann zwischen beiden Alternativen (Open Innovation Lösungskonzepte / Startup Ideen) gewechselt werden. Die Teams bilden sich je nach thematischem Interesse im Verlauf des IoX Weekends auf selbstorganisatorische Weise
Lernziele	Einstieg/Weiterentwicklung der Digitalisierungskompetenz aller teilnehmenden Studierenden als primäres Ziel; Entwicklung digitaler bzw. cyber-physischer Konzepte und Geschäftsmodelle als sekundäres Ziel; dabei wahlweise (a) Kennenlernen von Open Innovation Prozessen oder (b) Erarbeitung eines Business Models und Business Plans; Förderung des reflexiven vernetzten Denkens sowie interdisziplinärer kreativer Problemlösungskompetenz

Inhalte	Open Innovation bzw. Startup Konzepte im digitalen bzw. cyber-physischen Spektrum des Internet of Everything (IoX)
Methoden	(a) Open Innovation Methodik (b) Business Modeling Tools, Business Planning Tools, diverse Startup Methoden
Sonstiges	Keine Vorkenntnisse erforderlich; die Veranstaltung ist genauso zum Einstieg gedacht wie für fortgeschrittene Computerexperten oder Internetprofis; in den frei wählbaren Vorbereitungskursen werden wesentliche Grundlagen vermittelt (z.B. zu Internetrends, Sensorik, 3D-Druck, Know-how-Schutz/Schutzrechte); die Teams werden bei der Ausarbeitung der Konzepte unterstützt; alle organisatorischen Fragen werden in der Einführung am 21.03. geklärt; eine interdisziplinäre, fakultätsübergreifende Gruppenarbeit ist eine erwünschte Option

[zurück](#)

hochschulöffentliche Ringvorlesung Digital Tuesday: „Meine Zukunft in der digitalen Welt“

Lehrende/r	Prof. Dr. Michael C. Hadamitzky Prof. Dr. Clotilde Rohleder Prof. Dr.-Ing. Stefan Schweiger
Termine	Detaillierte Termine werden im Rahmen des Digital Tuesdays gesondert bekannt gegeben auf www.vcm-blog.com und per Plakataushang
Zeit	Dienstags, 17.30 Uhr – 19.00 Uhr
Raum	P001, L007 bzw. F022/F023
Prüfungsart	S & L: un- und benotete Leistung
ECTS / SWS	Die Prüfungsleistung beinhaltet: die Teilnahme an der Pecha Kucha Studierenden-Konferenz „Total Digital“ (2 ECTS/2 SWS) und die Durchführung eines „DIGITALXNANO-Projekts in Teamarbeit (3 ECTS/2SWS). Ein gesondertes Zertifikat „Studium Digitale Basic“ kann bei aktiver Teilnahme an den Veranstaltungen erhalten werden. Bei wiederholter Teilnahme und Durchführung eines DIGITALX-Projekts kann ein Zertifikat „Studium Digitale Plus“ erreicht werden.
Anmeldung	per Mail: digitaltuesday@htwg-konstanz.de oder über Moodle unter Studium Generale --> Digital Tuesday oder bei der Auftaktveranstaltung und Einführung am 20.03.2018

Beschreibung	Die Digitalisierung verändert Produkte, Geschäftsmodelle, Wertschöpfungssysteme und unser Arbeitsleben. Unternehmen und Mitarbeiter werden vor fundamental neue Herausforderungen gestellt. In einer Welt mit geringer werdenden Halbwertszeiten des Wissens und zunehmender Wettbewerbsdynamik sind neue Fähigkeiten und Kompetenzen gefordert. Zu der Ringvorlesung sind Studierende aller Semester und Fakultäten herzlich eingeladen. Kolleginnen und Kollegen sowie Studierende aus dem Netzwerk der Internationalen Bodenseehochschule sind ebenso willkommen wie interessierte Bürgerinnen und Bürger sowie Wirtschaftsvertreter aus der Region Bodensee.
Lernziele	Im Rahmen der Ringvorlesung wird die Zielsetzung verfolgt, die technologischen, ökonomischen, rechtlichen und kulturellen Herausforderungen und Disruptionen, die die Welt verändern werden, gemeinsam zu diskutieren und besser zu verstehen. Wir wollen (er-)lernen, was kleine und große Unternehmen, Hochschulen, Verwaltungen, Startups und wir alle tun können, um werthaltige und gesellschaftlich nachhaltige Veränderungen voranzutreiben.
Inhalte	Genaue Termine, Vortragstitel und Referenten finden Sie auf vcm-blog.com sowie den HTWG Social Media-Kanälen
Methoden	Vorträge, Workshops, Pecha Kucha, Panel Diskussion; Projektarbeit in Gruppen mit digitalem Bezug

[zurück](#)

Wissens- und Technologietransfer – Thema: Marken

Lehrende/r Kontakt	Dipl.-Ing. Wolfgang Heisel, Patent- und Markenanwalt wheisel@htwg-konstanz.de
Termine	mittwochs
Beginn	14.03.2018 Einführungsveranstaltung
Zeit	8:00-9:30 Uhr
Raum	P 106
Prüfungsart	S: unbenotete Leistung
ECTS / SWS	2 SWS / 2 ECTS
Anmeldung	wheisel@htwg-konstanz.de
Max. Teilnehmendenzahl	15

Beschreibung	<p>„Spaß am Durchdrehen in der Markenwelt?“ Ein auffälliges, neues Flaschendesign soll insbesondere junge bzw. jugendliche Käufer ansprechen. Fanta führt einen neuen Markenrelaunch durch. Doch welche Markenstrategie kann man erkennen, welche innovativen Schritte hat das Unternehmen vor? In einer Welt voller Unsicherheit sind Marken als Innovationsinstrument wichtige Anker für Konsumententscheidungen. Aber es werden neue Marken erfolgreich sein, die mit bisherigen Wertvorstellungen aufbrechen, weil es viele Marken nicht schaffen, sich dem Zeitgeist anzupassen. Welche Marken sind das? Verliert das Unternehmen dabei an Wert? Wirkt sich das auf die Bilanz des Unternehmens aus? Welche Strategie müsste das Unternehmen umsetzen, damit eine Werterhaltung bleibt? Wie werden Marken registriert, wie werden Marken verteidigt? Können Werte durch „made in Germany“ oder „Swiss Made“ vermittelt werden? Wie ein Zeichen eine Marke wird, was es zu beachten gilt, ob ein Firmenname eine Marke ist, wie Unternehmen Marken aufbauen, wie eine Marke zu entwickeln und zu schützen ist, wie diese zu bewerten sind und wie Marken auf den Kunden wirken. Auf diese Fragen finden Sie hier mit einer Vielzahl von Praxisbeispielen Antworten. Durch gezielte Vorbereitungen (Flipped Classroom/Inverted Teaching), Impulsvorträge, StudentInnen-Vorträge und gemeinsame Diskussionsrunden werden die einzelnen Themenblöcke erarbeitet. Die Vorlesung wird interdisziplinär angeboten und ist daher für jeden Fachbereich geeignet.</p>
Lernziele	Kompetenzen im Bereich der Markenentwicklung, des Markenschutzes und der Markenrecherche sowie der Markenwirkung
Inhalte	Aus der Praxis für die Praxis
Methoden	Inverted Teaching
Sonstiges	10 Unterrichtseinheiten (für Studium generale); Anmeldung bitte per Email; Leistungsnachweise: regelmäßige Teilnahme, Prüfung mündlich (30min);

[zurück](#)