

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Modulhandbuch

Entrepreneurshipsemester

Gemäß der Ordnung zur Durchführung eines Entrepreneurship-
semesters am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften vom 16.03.2022

Hochschule Harz

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Stand: 15.10.2024

Änderungen vorbehalten

Entrepreneurshipsemester

Arbeit in Gründerteams.....	3
Persönlichkeits- und Teamentwicklung	5
Agiles Projektmanagement	7
Kreativitätstechniken und Workshopgestaltung	10
Gründungskonzeption.....	12
Pitching and Presentation	14
Design Thinking und Business Model Development	16
Lean Startup und Social Entrepreneurship	18
Gründungsmanagement	20
Gründungsfinanzierung, Fundraising und Startup Besteuerung	22
E-Business und digitale Geschäftsmodelle	25
Entrepreneurial Marketing	27
Businessplan Mentoring	29

Modul		Arbeit in Gründerteams
Modulnummer	7815	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester	
Dauer	1 Semester (geblockt innerhalb der ersten 4 Wochen des Semesters)	
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Persönlichkeits- und Teamentwicklung - Unit 2: Agiles Projektmanagement - Unit 3: Kreativitätstechniken und Workshopgestaltung 	
Semesterwochenstunden	6	
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 4 SWS Übungen	
ECTS-Leistungspunkte	7	
Arbeitsaufwand	175 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 Stunden - Selbststudium: 91 Stunden 	
Modulverantwortung	Entrepreneurshipsemesterbeauftragter	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Kompetenzziele	<p>In diesem Modul schaffen sich die Studierenden die Voraussetzung dafür, sich als Individuum produktiv in ein Gründungsteam einbringen zu können. Dazu kennen sie die Grundlagen produktiven Arbeitens als Team und können diese reflektieren und verbessern. Sie sind zudem in der Lage, ihre individuelle Entwicklung zu reflektieren und kennen Möglichkeiten, diese zielgerichtet zu fördern.</p> <p>Die Teilnehmenden kennen zeitgemäße Formen des Projektmanagements und können diese im Rahmen eines Gründungsteams praktisch anwenden. Sie sind zudem in der Lage, die Ideengenerierung im Prozess der Unternehmensentwicklung durch den selbständigen Einsatz von passenden Kreativitätstechniken zu unterstützen.</p>	

Modul	Arbeit in Gründerteams
	<p>Die Studierenden kennen überdies die wichtigsten Variablen der Workshopgestaltung und können Workshops mit unterschiedlichsten Zielsetzungen entlang des Gründungsprozesses effektiv designen und durchführen.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 0 %- Unit 2: 50 %- Unit 3: 50%

Unit 1		Persönlichkeits- und Teamentwicklung
Unitnummer	7816	
Prüfungsnummer	7816	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Persönlichkeitsentwicklung: Theorien der Persönlichkeitspsychologie, Methoden zur Selbstreflexion und -bewertung, und die Bedeutung der emotionalen Intelligenz.</p> <p>Teamentwicklung: Phasen der Teamentwicklung, Rollen in Teams, und Strategien zur Konfliktlösung und Förderung von Teamharmonie.</p> <p>Leadership und Motivation: Führungsstile, Motivationstechniken, und die Rolle des Leaders in der Persönlichkeits- und Teamentwicklung.</p> <p>Kulturelle und digitale Aspekte: Einfluss der Unternehmenskultur und digitaler Technologien auf die Teamentwicklung und persönliche Arbeitseffizienz.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Erwerb von Wissen über Theorien und Modelle der Persönlichkeits- und Teamentwicklung.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Fähigkeit, erworbene Kenntnisse zur Förderung der eigenen Entwicklung und der Entwicklung eines Teams anzuwenden.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten und der Fähigkeit zur effektiven Zusammenarbeit in diversen Teams.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Entwicklung einer kritischen Denkweise und eines professionellen Verständnisses für die kontinuierliche persönliche und teambezogene Entwicklung.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Unit 1	Persönlichkeits- und Teamentwicklung
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	<p>The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty von Dennis Brooke (2020)</p> <p>Dieses Buch untersucht die Schlüsselkompetenzen und Denkweisen, die erfolgreiche Entrepreneurre auszeichnen - wie Kreativität, kritisches Denken, Risikobereitschaft und Anpassungsfähigkeit. Es bietet Strategien, um diese unternehmerische Mentalität in einer unsicheren und sich schnell verändernden Welt zu entwickeln.</p> <p>The Five Dysfunctions of a Team von Patrick Lencioni (2002)</p> <p>Lencioni identifiziert die fünf Hauptschwierigkeiten, die Teamarbeit behindern, und zeigt, wie diese überwunden werden können. Das Buch bietet einen praktischen Leitfaden für die Entwicklung effektiver und vertrauensvoller Teams - essentiell für Unternehmensgründer.</p> <p>Founders at Work: Stories of Startups' Early Days von Jessica Livingston (2007)</p> <p>Dieses Buch porträtiert Gründerteams erfolgreicher Technologie-Startups und beleuchtet die Herausforderungen und Lernkurven bei Teambildung, Persönlichkeitsentwicklung und Unternehmensaufbau aus erster Hand.</p> <p>Creativity, Inc.: Overcoming the Unseen Forces That Stand in the Way of True Inspiration von Ed Catmull (2014)</p> <p>Der Mitbegründer von Pixar beschreibt, wie man eine Kultur der Kreativität, des Vertrauens und des Teams aufbaut, in der Menschen ihre Ideen frei äußern und Fehler zulässig sind - wichtige Erfolgsfaktoren für Startups.</p>

Unit 2		Agiles Projektmanagement
Unitnummer	7817	
Prüfungsnummer	7817	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Einführung in agiles Projektmanagement: Grundlagen und Prinzipien des agilen Projektmanagements, Unterschiede zu traditionellen Projektmanagementmethoden.</p> <p>Agile Methoden und Frameworks: Detaillierte Behandlung von Scrum, Kanban, Lean Startup und anderen agilen Frameworks, mit besonderem Fokus auf ihre Anwendung in Start-ups und dynamischen Unternehmensumgebungen.</p> <p>Rollen und Verantwortlichkeiten in agilen Teams: Vertiefung in die verschiedenen Rollen innerhalb eines agilen Teams (z.B. Product Owner, Scrum Master) und wie diese zur Projektentwicklung beitragen.</p> <p>Planung und Durchführung agiler Projekte: Techniken zur Planung und Überwachung agiler Projekte, einschließlich Backlog-Management, Sprint-Planung und Retrospektiven.</p> <p>Anwendung agiler Methoden in der Praxis: Analyse von Fallstudien und best practices, um zu zeigen, wie agile Methoden erfolgreich in Start-ups und bei der Produktentwicklung eingesetzt werden können.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden entwickeln ein tiefes Verständnis für die Grundlagen und die verschiedenen Methoden des agilen Projektmanagements und ihre Relevanz für die Entwicklung von Start-ups.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Fähigkeit, agile Projektmanagementmethoden effektiv in eigenen Projekten anzuwenden, Teams zu führen und agile Projekte zu planen und zu steuern.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Verbesserung der Fähigkeit zur effektiven Kommunikation und Zusammenarbeit innerhalb agiler Teams, einschließlich der Fähigkeit, Feedback zu geben und zu empfangen und Konflikte konstruktiv zu lösen.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Entwicklung eines kritischen Verständnisses für die Stärken und</p>	

Unit 2	Agiles Projektmanagement
	<p>Schwächen agiler Methoden und die Fähigkeit, diese Methoden ethisch und unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten einzusetzen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	<p>The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses von Eric Ries (2011 und aktualisierte Auflage 2017)</p> <p>Dieses bahnbrechende Buch prägte den Lean Startup-Ansatz und zeigt, wie Entrepreneurure durch kontinuierliche Innovation, Experimente und kundenorientierte Produktentwicklung mittels agiler Methoden erfolgreich sein können. Es ist ein Standardwerk für agiles Projektmanagement in Startups und der Entrepreneurship-Domäne.</p> <p>Agile Estimating and Planning von Mike Cohn (2005)</p> <p>Cohn's Standardwerk behandelt agile Schätzungs- und Planungstechniken wie User Stories, Velocity, Release-Planung etc. Es bietet einen praktischen Rahmen für iteratives, inkrementelles Projektmanagement in agilen Umgebungen.</p> <p>Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time von Jeff Sutherland (2014)</p> <p>Einer der Mitbegründer von Scrum erklärt die Kernprinzipien und Praktiken dieser agilen Projektmanagement-Methode und wie sie die Produktivität und Kreativität von Teams steigern kann - relevant für Startups und Entrepreneurship.</p> <p>Coaching Agile Teams: A Companion for ScrumMasters, Agile Coaches, and Project Managers in Transition von Lyssa Adkins (2010)</p> <p>Dieses Buch behandelt, wie Agile Coaches und Scrum Master Teams effektiv beim Übergang zu agilen Methoden unterstützen und deren Leistungsfähigkeit steigern können. Es ist besonders für Führungskräfte in Organisationen relevant, die agile Ansätze einführen.</p> <p>The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company von Steve Blank und Bob Dorf (2012)</p>

Unit 2

Agiles Projektmanagement

Dieses Handbuch kombiniert Lean Startup mit dem Customer Development Prozess und bietet einen detaillierten Leitfaden für die Gründung und das Wachstum erfolgreicher Startups mittels agiler Methoden.

Unit 3		Kreativitätstechniken und Workshopgestaltung
Unitnummer	7818	
Prüfungsnummer	7818	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Kreativität im Entrepreneurship: Einblick in die Bedeutung von Kreativität für die Entwicklung neuer Geschäftsideen, Produkte und Dienstleistungen.</p> <p>Kreativitätstechniken: Vorstellung verschiedener Kreativitätstechniken wie Brainstorming, SCAMPER, Design Thinking und Mind Mapping, mit einem Fokus darauf, wie diese Techniken zur Ideengenerierung und Problemlösung in Startups angewendet werden können.</p> <p>Workshopgestaltung für Entrepreneurere: Anleitung zur Planung und Durchführung von Workshops, die auf die spezifischen Bedürfnisse von Startups zugeschnitten sind, einschließlich der Vermittlung von Kreativitätstechniken und der Förderung eines innovativen Mindsets im Team.</p> <p>Anwendungsfälle und Best Practices: Analyse von Fallstudien, die zeigen, wie erfolgreiche Startups Kreativitätstechniken genutzt haben, um innovative Lösungen zu entwickeln und Herausforderungen zu überwinden.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Studierende erlangen ein tiefgehendes Verständnis dafür, wie Kreativitätstechniken effektiv im Kontext von Entrepreneurship angewendet werden können.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Fähigkeit, Kreativitätstechniken praktisch anzuwenden und angepasste Workshops für Startups und Innovationsteams zu gestalten.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Entwicklung von Kompetenzen in der effektiven Kommunikation und Zusammenarbeit innerhalb von Teams, um ein kreatives und innovatives Umfeld zu fördern.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Kritisches Denken in Bezug auf die Anwendung von Kreativitätstechniken und die Gestaltung von Workshops, unter Berücksichtigung ethischer Überlegungen und der Nachhaltigkeit von Geschäftsmodellen.</p>	

Unit 3	Kreativitätstechniken und Workshopgestaltung
	<p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	<p>Design Thinking Schnellstart von Lewrick et al. (2020)</p> <p>Hier werden Design Thinking Methoden wie Brainstorming, Personas etc. beschrieben, die sich gut für kreative Workshops zur Entwicklung von Geschäftsideen und -modellen eignen.</p> <p>Kreativität, Innovation, Entrepreneurship von Faltin (2013) Dieses Buch behandelt die Rolle von Kreativität und Innovation im Entrepreneurship-Prozess. Es stellt verschiedene Kreativitätstechniken wie Brainstorming, Mindmapping etc. vor und zeigt, wie diese in Workshops zur Ideengenerierung eingesetzt werden können.</p> <p>Creativity and Entrepreneurship von Naiman (2019)</p> <p>Dieses Buch untersucht die Rolle von Kreativität im Entrepreneurship-Prozess und stellt Techniken wie Brainstorming, Mind-Mapping etc. zur Ideengenerierung und Problemlösung vor.</p> <p>The Art of Game Design: A Book of Lenses von Schell (2019)</p> <p>Obwohl für Spieledesign geschrieben, enthält dieses Buch viele kreative Übungen und Denkansätze, die sich auf Workshops zur Geschäftsmodellinnovation übertragen lassen.</p> <p>Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers von Gray et al. (2010)</p> <p>Ein Praxisbuch mit über 80 "Spielen" und Kreativitätstechniken, die in Workshops zur Ideenfindung, Teambuilding etc. eingesetzt werden können.</p>

Modul		Gründungskonzeption	
Modulnummer	7819		
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester		
Dauer	1 Semester (geblockt bis zur Mitte des Semesters, bspw. zwischen der 4. und 7. Semesterwoche)		
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Pitching and Presentation - Unit 2: Design Thinking und Business Model Development - Unit 3: Lean Startup und Social Entrepreneurship 		
Semesterwochenstunden	6		
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 2 SWS Übungen 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien		
ECTS-Leistungspunkte	7		
Arbeitsaufwand	175 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 Stunden - Selbststudium: 91 Stunden 		
Modulverantwortung	Entrepreneurshipsemesterbeauftragter		
Sprache	Deutsch und Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.		
Kompetenzziele	<p>In diesem Modul erlangen die Studierenden das nötige Wissen und die Fähigkeiten, eine Geschäftsidee zu einem tragfähigen Gesamtkonzept zu erweitern und dieses nach außen hin überzeugend zu vertreten. Dazu können die Studierenden Inhalte, insbesondere Geschäftsideen, zielgruppengerecht in englischer Sprache präsentieren. Dabei beherrschen sie insbesondere die Techniken der überzeugenden Kurzrede (Pitch).</p> <p>Geschäftsideen können sie in einem strukturierten Prozess kundenorientiert weiterentwickeln. Im Rahmen eines Gründerteams sind sie zudem in der Lage, ein detailliertes Geschäftsmodell auf Basis vorhandener Gründungsideen zu entwickeln.</p>		

Modul	Gründungskonzeption
	<p>Die Teilnehmenden kennen zudem Möglichkeiten, Geschäftsmodelle effizient und mit geringem Kapitalbedarf iterativ umzusetzen. Darüber hinaus sind sie mit den Besonderheiten von Non-Profit-Gründungen vertraut.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unitenebene erbracht. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 0 %- Unit 2: 50 %- Unit 3: 50 %

Unit 1		Pitching and Presentation	
Unit Number	7820		
Exam Number	7820		
Contact Hours per Week	2		
Teaching and Learning Forms	Exercises, work in teams during practice sessions (block seminar)		
Language	English		
Prerequisites for Participation	English Language Level B2		
Content	<p>Introduction to business pitching</p> <p>Analysis of real-world examples</p> <p>The role of pitching in entrepreneurship and startup success</p> <p>Tailoring the pitch to different types of audiences (investors, customers, partners, etc.)</p> <p>Crafting the pitch using storytelling techniques (Hero's Journey, ABT-structure)</p> <p>Recording the pitch and post-pitch follow-up</p>		
Target Competencies	<p>In this class, students</p> <ul style="list-style-type: none"> - gain knowledge in the field of self-promotion and personal branding - understand the importance of storytelling and create compelling narratives - further develop their presentation skills - apply public speaking and thus become more self-confident in presenting - are confident in the creation and delivery of a business pitch with and without visuals - appreciate peer feedback and continuous improvement <p>This unit thus imparts competences at level 1 of the Qualifications Framework for German Higher Education Qualifications (HQF) at Bachelor level. This applies in particular to the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knowledge and understanding - Use, application and creation of knowledge - Communication and cooperation 		
Examination and Course Achievement	The primary form of examination is the project work.		

Unit 1

Pitching and Presentation

Basic Literature

Haunts, Stephen (2022): Powerful Presentations. Selling Your Story on Stage or In The Boardroom. 1st ed. 2022. Berkeley, CA: Apress.

Kajdas, Bartosz (2023): Überzeugende Start-up-Pitches. Wie junge Gründer*innen jeden Wettbewerb gewinnen können. Wiesbaden, Heidelberg: Springer Gabler.

Olson, Randy: Houston, We Have a Narrative : Why Science Needs a Story. The University of Chicago Press.

Olson, Randy (2018): Don't Be Such a Scientist, Second Edition. Talking Substance in an Age of Style: Island Press.

Powell, Mark (2011): Dynamic Presentations. Cambridge University Press

Shapira, Allison (2022): Speak With Impact. How to command the room and influence others. AMACOM.

Unit 2		Design Thinking und Business Model Development
Unitnummer	7821	
Prüfungsnummer	7821	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Design Thinking und der darauf aufbauenden Kreation von erfolgsversprechenden Geschäftsmodellen.</p> <p>Bezüglich der Business Model Generation lernen sie den Begriff der Nachhaltigkeit aus zwei verschiedenen Perspektiven kennen. Dem Gründungsgegenstand betreffend werden beispielhaft sinnstiftende, ökologisch wertvolle und gesellschaftlich zuträgliche Geschäftsmodelle in Gruppen- bzw. Fallstudienarbeit entwickelt.</p> <p>Zusätzlich wird aus strategischer, organisationaler Managementperspektive der Begriff des nachhaltigen Wettbewerbsvorteils gemeinsam beleuchtet.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden erlangen ein grundlegendes Verständnis des nachhaltigen Wettbewerbsvorteils aus strategischer Managementperspektive. Diesbezüglich sind sie in der Lage, den Zusammenhang zwischen User-Centricity, Human-Centered Design und Innovationserfolg nachzuvollziehen. Darüber hinaus beherrschen sie den Design Thinking-Ansatz sowie Digitalisierungstendenzen als Möglichkeiten zur Überwindung von Innovationsbarrieren.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden verstehen anhand eines gescheiterten Startups die Thematik der Geschäftsmodellentwicklung auf Grundlage von Innovationsbarrieren. Dieses gescheiterte digitale Startup dient als praktischer Einstiegs-Case und veranschaulicht den Studierenden die grundlegenden Herausforderungen des Business Model Developments. Im Anschluss werden die Studierenden anhand eines Startups aus der Circular Economy durch einen beispielhaften Innovationsprozess geführt. Beim Durchlaufen der einzelnen Stationen des Innovationsprozesses erwerben sie die Fähigkeit, grundlegende Methoden und Werkzeuge des Design Thinkings auf die Geschäftsmodellentwicklung anzuwenden. Dabei</p>	

Unit 2	Design Thinking und Business Model Development
	<p>erstellen sie Customer Empathy Maps, entwickeln Video-Prototypes und erlernen die Anwendung des Sustainable Business Modell-Canvas.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die zuvor beschriebenen Stationen eines Innovationsprozesses durchlaufen die Studierenden in Gruppen. Die unter Anwendung der aufgelisteten Tools erarbeiteten Ergebnisse werden in Zwischenpräsentationen dem Plenum präsentiert. Damit wird die Zusammenarbeit in Gründungsteams simuliert und auf diese Art und Weise Kommunikations- und Präsentationskompetenzen gestärkt. Die abschließende Gruppenpräsentation wird als Pitch vor einer fachkundigen Jury gehalten, zu denen auch Gründungsmitglieder*innen der zuvor behandelten Startups gehören.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Neben dem Praxisbezug, der durch die zuvor beschriebenen Fallbeispiel hergestellt wird, sind die Studierenden dazu befähigt, selbständig einen Theorie-Praxistransfer durchzuführen. Sie verstehen die grundlegende Literatur zum strategischen Management und dem Design Thinking-Ansatz und überführen die gewonnen Erkenntnisse in Gruppenarbeit auf ihren eigenen Praxis-Case. Die Ergebnisse werden einer fachkundigen Jury präsentiert, um Feedback zu erhalten, welches sowohl zu fachlichen als auch zur persönlichen Weiterentwicklung der Studierenden beitragen wird.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.
Basisliteratur	<p>Barney, Jay (1991): Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108</p> <p>Eppinger, Elisabeth; Scheel, Andreas: Diffusions- und Adoptionsbarrieren bei internetbasierten Geschäftsmodellen. In: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Hg. von Daniel R. A. Schallmo / Andreas Rusnjak / Johanna Anzengruber / Thomas Werani / Klaus Lang. Wiesbaden: Springer Gabler 2021 S. 461-483. https://doi.org/10.1007/978-3-658-31980-9_19</p>

Unit 3		Lean Startup und Social Entrepreneurship
Unitnummer	7822	
Prüfungsnummer	7822	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Grundlagen des Lean Startup: Einführung in die Prinzipien des Lean Startup, einschließlich der Konzepte des Minimal Viable Product (MVP), des Build-Measure-Learn-Zyklus und der kontinuierlichen Iteration.</p> <p>Social Entrepreneurship: Diskussion der Rolle von Social Entrepreneurs in der Lösung gesellschaftlicher Probleme durch innovative Geschäftsmodelle, die sowohl wirtschaftlichen als auch sozialen Wert schaffen.</p> <p>Fallstudien: Analyse realer Beispiele von Lean Startups und Social Enterprises, um den Studierenden ein Verständnis für die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren zu vermitteln.</p> <p>Werkzeuge und Techniken: Vorstellung von Werkzeugen und Techniken zur Validierung von Geschäftsideen, Kundensegmentierung und Prototyping.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden sollten ein tiefes Verständnis der Kernprinzipien und -methoden des Lean Startup und des Social Entrepreneurship erlangen.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Studierende sollten in der Lage sein, die erlernten Konzepte auf die Entwicklung eigener Geschäftsmodelle anzuwenden und dabei soziale und ökologische Aspekte zu integrieren.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Entwicklung der Fähigkeit, Ideen klar zu kommunizieren und effektiv in Teams zu arbeiten, insbesondere in interdisziplinären und kulturell vielfältigen Gruppen.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Kritisches Denken und ethische Überlegungen bei der Entwicklung von Geschäftsideen, mit einem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit und sozialem Impact.</p>	

Unit 3	Lean Startup und Social Entrepreneurship
	<p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	<p>Lean Startups for Social Change: The Revolutionary Path to Big Impact von Michel Gelobter (2015)</p> <p>Dieses Buch überträgt die Lean Startup-Prinzipien speziell auf den Bereich Social Entrepreneurship und gemeinnützige Organisationen. Es zeigt, wie man mit schnellen Experimenten, Kundenfeedback und Agilität effektiver soziale Innovationen entwickeln kann.</p> <p>The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses von Eric Ries (2011)</p> <p>Das Grundlagenwerk, das die Lean Startup-Bewegung begründete. Es erklärt die Kernprinzipien wie "Build-Measure-Learn", MVP und Pivotierung für gewinnorientierte Startups, die sich auch auf Social Entrepreneurship übertragen lassen.</p> <p>The Startup Community Way: Evolving an Entrepreneurial Ecosystem von Brad Feld und Ian Hathaway (2020)</p> <p>Dieses Buch behandelt die Entwicklung von Startup-Ökosystemen und wie Lean Methoden in einer Community von Entrepreneuren, Investoren und anderen Stakeholdern verbreitet werden können - relevant für Social Entrepreneurship.</p> <p>The Road to Entrepreneurial Success: Business Plans, Lean Startup, or Both? von Welter et al. (2021)</p> <p>Eine empirische Studie, die Lean Startup-Aktivitäten und klassische Businesspläne für den Unternehmenserfolg von Startups vergleicht und Erkenntnisse für Social Entrepreneurs liefert.</p> <p>An Exploration of the Applicability of Lean Startup in Small Non-Digital Firms von Solaimani et al. (2022)</p> <p>Diese Studie untersucht, wie Lean Startup in nicht-digitalen Klein- und Mittelbetrieben angewendet wird und welche Fähigkeiten dafür benötigt werden - relevant für viele Social Entrepreneurship-Initiativen.</p>

Modul		Gründungsmanagement
Modulnummer	7810	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Gründungsfinanzierung, Fundraising und Startup Besteuerung - Unit 2: E-Business und digitale Geschäftsmodelle - Unit 3: Entrepreneurial Marketing - Unit 4: Businessplan Mentoring 	
Semesterwochenstunden	7	
Lehr- und Lernformen	<p>6 SWS Seminaristische Vorlesung</p> <p>1 SWS Projektarbeit / Fallstudien</p>	
ECTS-Leistungspunkte	16	
Arbeitsaufwand	<p>400 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 98 Stunden - Selbststudium: 302 Stunden 	
Modulverantwortung	Entrepreneurshipsemesterbeauftragter	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Kompetenzziele	<p>Dieses Modul vermittelt die wichtigsten Kenntnisse und Fähigkeiten zur Entwicklung, Umsetzung und Skalierung vorhandener Geschäftsmodelle. Dazu sind die Studierenden befähigt, die Finanzen eines Startups in den verschiedenen Phasen seriös aufzusetzen. Dabei kennen sie die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Finanzierungsquellen.</p> <p>Sie kennen überdies die Besonderheiten sowie die wichtigsten Instrumente des Marketings für Startups und Skaleups.</p> <p>Die Studierenden sind überdies mit den Grenzen und Möglichkeiten heutiger sowie mit den Potenzialen zukünftiger digitaler Geschäftsmodelle vertraut und können dieses Wissen auf konkrete Geschäftsideen beziehen.</p> <p>Die genannten Kompetenzen bündeln und stellen die Teilnehmenden dadurch unter Beweis, dass sie in der Lage sind, im Rahmen eines Gründungsteams einen zielgruppengerechten</p>	

Modul	Gründungsmanagement
	<p>und professionellen Businessplan auf Basis eines vorhandenen Geschäftsmodells zu erarbeiten.</p> <p>Zu den oben genannten Themenbereichen sind die Studierenden überdies mit den jeweiligen Besonderheiten bei Non-Profit Gründungen vertraut.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistung dieses Moduls wird auf Modulebene erbracht. Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit. Es wird im Team ein Businessplan erstellt.

Unit 1	Gründungsfinanzierung, Fundraising und Startup Besteuerung
Unitnummer	7811
Prüfungsnummer	7810
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Gründungsfinanzierung: Einführung in die wichtigsten Finanzierungsquellen für Startups, einschließlich Bootstrapping, Business Angels, Venture Capital und Crowdfunding. Vermittlung von praxisnahen Kenntnissen, um die Finanzierungsbedarfe und -möglichkeiten von Startups besser zu verstehen.</p> <p>Fundraising-Strategien: Vorstellung von Techniken zur Vorbereitung und Durchführung von Fundraising-Aktivitäten, einschließlich der Erarbeitung eines Investor Pitches, der Kapitalstruktur und der Verhandlung von Term Sheets. Studierende lernen, wie sie ihre Geschäftsmodelle überzeugend präsentieren und geeignete Investoren ansprechen.</p> <p>Startup-Besteuerung: Grundlegendes Verständnis steuerlicher Herausforderungen für Startups, einschließlich Steuerarten, steuerlicher Anreize und Besonderheiten der Gewinnverwendung. Studierende sollen in der Lage sein, steuerliche Anforderungen zu identifizieren und zu planen.</p> <p>Nachhaltige Finanzierung: Diskussion über nachhaltige Finanzierungsmodelle und deren Bedeutung für Startups, mit Fokus auf Impact Investing und sozial verantwortliche Investments. Studierende lernen, welche Rolle Nachhaltigkeit bei der Kapitalbeschaffung spielen kann.</p> <p>Digitalisierung in der Finanzierung: Nutzung digitaler Plattformen und Technologien wie Crowdfunding-Plattformen, Blockchain-basierte Finanzierung und andere digitale Möglichkeiten zur Kapitalbeschaffung. Studierende erhalten Einblicke in aktuelle Trends der digitalen Finanzierung.</p> <p>Fallstudien: Analyse von erfolgreichen und gescheiterten Finanzierungsrunden, um praxisnahe Erfahrungen zu sammeln und Erfolgsfaktoren zu identifizieren. Der Fokus liegt auf der kritischen Bewertung verschiedener Finanzierungsansätze.</p>

Unit 1	Gründungsfinanzierung, Fundraising und Startup Besteuerung
<p>Kompetenzziele</p>	<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden sollen die wesentlichen Finanzierungsquellen und steuerlichen Rahmenbedingungen für Startups verstehen und deren Bedeutung kritisch einschätzen können.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Studierende sind in der Lage, Fundraising-Strategien zu entwickeln, Investoren anzusprechen und die Finanzierung ihres Startups unter Berücksichtigung steuerlicher und nachhaltiger Aspekte zu planen.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Entwicklung der Fähigkeit, finanzielle Anforderungen und Möglichkeiten klar und überzeugend zu kommunizieren, insbesondere bei der Präsentation von Investitionsangeboten und in Verhandlungen.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Kritische Bewertung der verschiedenen Finanzierungsoptionen und deren Auswirkungen auf die Unternehmensentwicklung, insbesondere unter Einbezug ethischer Überlegungen, nachhaltiger Finanzierungspraktiken und der langfristigen Unternehmensstrategie.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die Prüfungs-/Studienleistung dieser Unit wird auf Modulebene erbracht und ist dort näher beschrieben.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2024). Entrepreneurial finance strategies for startup success. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i>, 18(1), 1-30.</p> <p>https://doi.org/10.1002/sej.1468</p> <p>Bock, C., Hackober, C., & Bermis, Y. S. (2023). Venture capital funding and early-stage startup performance: The importance of team composition, market validation, and deal structure. <i>Journal of Business Venturing</i>, 38(4), 106302.</p> <p>https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106302</p> <p>Giones, F., Brem, A., & Berger, A. (2023). What matters for early-stage startups? A qualitative content analysis based on case studies. <i>IEEE Transactions on Engineering Management</i>, 70(4), 1608-1621.</p> <p>https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3153097</p>

Unit 1

Gründungsfinanzierung, Fundraising und Startup Besteuerung

Jain, S., Sharma, N., & Jain, D. (2023). Systematic literature review of sustainable finance: Implications for entrepreneurial finance through venture capitals (VC). *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 13(4), 1181-1206.

<https://doi.org/10.1080/20430795.2022.2159963>

Khanal, S. R., Joshi, S. K., Mishra, A. K., & Maharjan, R. K. (2023). What factors attract venture capital and angel investor funding: Case of Indonesia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 1-22.

<https://doi.org/10.1186/s13731-023-00285-0>

Unit 2		E-Business und digitale Geschäftsmodelle
Unitnummer	7812	
Prüfungsnummer	7810	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Einführung in das E-Business: Überblick über die Geschichte, Entwicklung und die verschiedenen Formen des E-Business.</p> <p>Digitale Geschäftsmodelle: Analyse und Diskussion verschiedener Modelle wie E-Commerce, Freemium, Subscription-Modelle, Plattform-Geschäftsmodelle und wie diese in verschiedenen Branchen angewendet werden.</p> <p>Technologische Grundlagen: Verständnis der Technologien, die digitale Geschäftsmodelle ermöglichen, einschließlich Cloud Computing, Big Data, Künstliche Intelligenz und Blockchain.</p> <p>Design und Implementierung digitaler Geschäftsmodelle: Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung und Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle, einschließlich Lean Startup und Design Thinking.</p> <p>Nachhaltigkeit und Digitalisierung: Integration von Nachhaltigkeitsprinzipien in digitale Geschäftsmodelle, Diskussion über die sozialen und ökologischen Auswirkungen der Digitalisierung.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Erwerb eines fundierten Verständnisses von E-Business und digitalen Geschäftsmodellen sowie der technologischen Grundlagen, die diese Modelle unterstützen.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Fähigkeit, digitale Geschäftsmodelle zu analysieren, zu entwickeln und zu implementieren, die sowohl wirtschaftlich tragfähig als auch nachhaltig sind.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Entwicklung von Kompetenzen in der effektiven Kommunikation komplexer digitaler Geschäftskonzepte und in der Zusammenarbeit innerhalb multidisziplinärer Teams.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Kritisches Denken und ethische Überlegungen bei der Gestaltung und Implementierung digitaler Geschäftsmodelle.</p>	

Unit 2	E-Business und digitale Geschäftsmodelle
	<p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistung dieser Unit wird auf Modulebene erbracht und ist dort näher beschrieben.
Basisliteratur	<p>Digital Business Models von Peter Weill und Stephanie Woerner (2018)</p> <p>Dieses Buch bietet einen praxisnahen Rahmen, um digitale Geschäftsmodelle zu analysieren und zu entwickeln. Es behandelt den Wandel von Wertschöpfungsketten zu digitalen Ökosystemen und kundenorientierter Wertschöpfung.</p> <p>The Digital Transformation Playbook von David L. Rogers (2016)</p> <p>Rogers zeigt anhand von Best-Practices, wie Unternehmen digitale Transformationen meistern und neue Geschäftsmodelle entwickeln können. Es deckt Themen wie Kundenerlebnis, Wertschöpfung und Agilität ab.</p> <p>Subscription Marketing von Anne Janzer (2022)</p> <p>Dieses aktuelle Buch behandelt das Abo-Geschäftsmodell und wie Unternehmen wiederkehrende Umsätze durch Abonnements generieren können - ein Schlüsselrend im E-Business.</p> <p>Platform Revolution von Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van Alstyne und Sangeet Paul Choudary (2016)</p> <p>Die Autoren erklären, wie Plattform-Geschäftsmodelle funktionieren und wie Unternehmen zu Plattform-Anbietern werden können, z.B. durch Netzwerkeffekte und Ökosysteme.</p> <p>The Digital Transformation Playbook von David L. Rogers (2022 aktualisierte Auflage)</p> <p>Die Neuauflage dieses einflussreichen Buchs enthält aktuelle Fallstudien und Erkenntnisse zur digitalen Transformation und Geschäftsmodellinnovation.</p>

Unit 3		Entrepreneurial Marketing
Unitnummer	7813	
Prüfungsnummer	7810	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Grundlagen des Entrepreneurial Marketings: Einführung in die spezifischen Herausforderungen und Chancen des Marketings in Startups und Innovationsunternehmen.</p> <p>Kundenentdeckung und -segmentierung: Techniken und Methoden zur Identifikation und Analyse der Zielmärkte, einschließlich Lean-Startup-Ansätzen zur Marktvalidierung.</p> <p>Wertversprechen und Positionierung: Entwicklung und Kommunikation eines einzigartigen Wertversprechens, das die Grundlage der Markenidentität bildet.</p> <p>Digitales Marketing für Entrepreneurere: Nutzung digitaler Kanäle und Tools zur kosteneffizienten Erreichung und Bindung der Zielgruppe.</p> <p>Nachhaltiges Marketing: Integration von Nachhaltigkeitsprinzipien in die Marketingstrategie, um soziale und ökologische Verantwortung als Teil der Marke zu verankern.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden verstehen die Kernkonzepte des Entrepreneurial Marketings und können die Unterschiede zum traditionellen Marketing erkennen.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Fähigkeit, Marketingstrategien zu entwickeln und umzusetzen, die sowohl kreativ als auch ressourceneffizient sind und dabei digitale sowie nachhaltige Ansätze integrieren.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Kompetenzen in der effektiven Kommunikation und Zusammenarbeit innerhalb von Teams zur Entwicklung und Implementierung von Marketingstrategien.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Kritische Bewertung von Marketingstrategien unter Berücksichtigung ethischer und nachhaltiger Geschäftspraktiken.</p>	

Unit 3	Entrepreneurial Marketing
	<p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistung dieser Unit wird auf Modulebene erbracht und ist dort näher beschrieben.</p>
Basisliteratur	<p>Entrepreneurial Marketing: A Blueprint for Delivering Value von Jill Avery und Michael Norton (2021)</p> <p>Dieses Buch von Harvard-Professoren zeigt, wie Entrepreneurere durch Storytelling, Erlebnismarketing und Kundenbindung einzigartige Markenwerte schaffen können.</p> <p>Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth von Gabriel Weinberg und Justin Mares (aktualisierte Auflage 2021)</p> <p>Die aktualisierte Ausgabe des Bestsellers mit 19 Kanälen zur Kundenakquise und Skalierung - sehr praxisnah für Startups und Entrepreneurere.</p> <p>Entrepreneurial Marketing: Beyond Professionalism to Creativity, Leadership, and Sustainability von Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Hooi Den Huan und Jacky Mussry (2023)</p> <p>Dieses Buch der Marketing-Koryphäen stellt einen ganzheitlichen "Omnihouse"-Ansatz für unternehmerisches Marketing vor und behandelt Themen wie Kundenorientierung, Kreativität, Nachhaltigkeit und die Integration von Marketing und Finanzen.</p>

Unit 4		Businessplan Mentoring
Unitnummer	7814	
Prüfungsnummer	7810	
Semesterwochenstunden	1	
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Businessplanerstellung: Einführung in die Struktur und die wesentlichen Bestandteile eines Businessplans, einschließlich Executive Summary, Marktanalyse, Unternehmensstrategie, Operationsplan und Finanzplanung.</p> <p>Marktforschung und Wettbewerbsanalyse: Methoden zur Durchführung von Marktforschung und Analyse der Wettbewerbslandschaft, um die Machbarkeit und das Marktpotenzial einer Geschäftsidee zu bewerten.</p> <p>Finanzielle Projektionen und Fundraising: Erstellung von finanziellen Prognosen und Budgets sowie Strategien zur Kapitalbeschaffung und Finanzierung von Startups.</p> <p>Präsentation und Pitching: Techniken zur effektiven Präsentation des Businessplans vor Investoren und Stakeholdern.</p> <p>Nachhaltigkeit und Digitalisierung: Integration von Nachhaltigkeitsprinzipien und digitalen Technologien in die Geschäftsmodelle, um langfristige Wettbewerbsvorteile zu schaffen.</p>	
Kompetenzziele	<p>Wissen und Verstehen: Studierende verstehen die Grundlagen der Businessplanerstellung und die Bedeutung einer soliden Markt- und Finanzanalyse.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Fähigkeit zur Entwicklung eines umfassenden Businessplans, der eine innovative Geschäftsidee unterstützt.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Kompetenzen in der effektiven Kommunikation und Präsentation von Geschäftsideen sowie in der Zusammenarbeit innerhalb von Teams.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Kritisches Denken in Bezug auf Geschäftsmodelle, ethische Überlegungen und die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit und Digitalisierung.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p>	

Unit 4	Businessplan Mentoring
	<ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistung dieser Unit wird auf Modulebene erbracht und ist dort näher beschrieben.
Basisliteratur	<p>The Startup Owner's Manual von Steve Blank und Bob Dorf (2012)</p> <p>Dieses Handbuch kombiniert den Lean Startup-Ansatz mit dem Customer Development Prozess und bietet einen detaillierten Schritt-für-Schritt-Leitfaden zum Erstellen eines Business Plans für die Gründung und das Wachstum erfolgreicher Startups.</p> <p>The Lean Business Plan von Tim Berry (2022)</p> <p>Berry zeigt, wie man mit der Lean-Methodik einen übersichtlichen und anpassungsfähigen Business Plan erstellt, der sich auf die wichtigsten Elemente wie Wertangebot, Kundenakquise und finanzielle Prognosen konzentriert.</p> <p>Business Model Generation von Osterwalder und Pigneur (2010)</p> <p>Kein klassisches Business-Plan-Buch, aber das Standardwerk zum Business Model Canvas, einer visuellen Methode zur Darstellung und Entwicklung von Geschäftsmodellen - eine wichtige Komponente moderner Business Pläne.</p> <p>The Startup Checklist von David Rose (2016)</p> <p>Rose bietet eine 25-Punkte-Checkliste mit konkreten Schritten und Anleitungen zur Erstellung eines soliden Business Plans für die Gründung eines Startups.</p> <p>The Entrepreneurial Bible to Venture Capital von Andrew Romans (2013)</p> <p>Dieses Buch behandelt speziell die Erstellung von Business Plänen zur Einwerbung von Risikokapital und was Investoren in Plänen sehen wollen.</p>