



Hochschule Aalen



Modulhandbuch

**Master Business Development /
Produktmanagement & Start-up-Management**



Modulhandbuch MBD

79001	Modul Start-Up-Management.....	3
79002	Modul Produktmanagement	6
79004	Modul Unternehmensprojekt I.....	8
79005	Modul Unternehmensprojekt II.....	10
79006	Modul Geschäftsmodelle und Businessplan.....	12
79007	Modul Leadership	14
79013	Modul Start-Up-Innovation.....	17
79003	Modul Projektmanagement	20
79008	Modul Projekt- und Gründungsfinanzierung.....	23
79901	Modul Idea to Market	26
79906	Entrepreneurship in Asia	30
79903	Consulting Projekte	33
79904	Research in Business	36
79907	Management digitaler Produkte.....	39
79009	Modul Wahlmodul 1	42
79010	Modul Wahlmodul 2	44
79011	Modul Wahlmodul 3	46
XXXX	Modul Masterarbeit	48

Modul-Nummer: 79001**SPO-Version: SPO 32****Modulname Start-Up Management**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Holger Held
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden sind in der Lage, aufbauend auf den wissenschaftlichen bzw. theoretischen Merkmalen der Entrepreneurshipforschung Unternehmen zu gründen. Die Studierenden sind in der Lage, basierend auf dem Verständnis der Merkmale und Prozesse von Unternehmensgründungen, mögliche Geschäftsideen aufzugreifen um daraus schlüssige Unternehmens- und Geschäftskonzepte zu entwickeln. Sie können hierzu formale Gründungsprozesse planen und beurteilen.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeiten, um in idealerweise interdisziplinären Projektgruppen komplexe Fragestellungen zu bearbeiten und können gemeinsam eine einheitliche und effektive Lösung entwickeln.

Die Studierenden sind durch die Module in der Lage Konzepte und Entscheidungen unter sehr großer Unsicherheit und auf der Basis zahlreicher Annahmen zu modellieren; zudem sind sie in der Lage in hohem Maße abstrakt und vernetzt zu denken.

- Lerninhalte**
- . Schritt Theoretische Zusammenhänge Start-up-Management:
 - a) Strategisches Management und Start-up-Management
 - b) Aktueller Stand der Entrepreneurshipforschung, u.a.
 - Persönlichkeitsmerkmale
 - typische Formen der Gründung von Start-up-Unternehmen / Unternehmensgründungen
 - internationale Vergleiche
 - typischer „Lebenslauf“ einer Existenzgründung
 - c) Formale Prozesse bei Unternehmensgründungen
 - d) Formaler Prozess Business-Plan
 - e) Vernetzung: "Denken in komplexen Zusammenhängen / Systemisches Denken"
 - f) Start-up-Management-Methodik: Lean-Start-up, Denken in Geschäftsmodellen, Customer Development, KMU- und Start-up-Planungsmodell
 - 2. Schritt: Umsetzung Start-up-Management
 - a) Die eigene Lebens- und Unternehmensvision
 - b) Zukunftsmanagement / Trends
 - c) Regionale Förderlandschaft und regionale Vernetzung
 - d) Praxis kompakt: Gründen, Stabilisieren, Wachsen!
 - e) Führen in Start-up-Unternehmen
 - a) f) Praxistipps

Literatur Auswahl (weitere Hinweise in der Vorlesung):

Blank, S. / Dorf, B.: Das Handbuch für STARTUPS: Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, Heidelberg 2014
Brynjolfsson, E./ McAfee, A.: *The second machine age*, Kulmbach 2015
Faltin, G.: *Wir sind das Kapital*, Hamburg 2015
Faltin, G.: *Kopf schlägt Kapital*, München 2008
Held, H.: *KMU- und Start-up-Management. Strategisch planen und gründen in einer komplexen Welt*, Stuttgart 2020
Herger, M.: *Das Silicon Valley Mindset*, Kulmbach 2016
Osterwalder, A. / Pigneur, Y.: *Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer*, Frankfurt 2001
Nagl, A.: *Der Businessplan, 9. Auflage*, Wiesbaden 2018
Ries, Eric: *Lean Startup. Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, 4. Aufl.*, München 2015

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79101	Start-Up Management	Prof. Dr. Holger Held	V, Ü	4	5

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79101	PLK 90 benotet		

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung
Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen

Die Teilnehmerzahl ist auf max. ca. 40 Plätze beschränkt.

Letzte Aktualisierung: 01.10.2021, Prof. Dr. Holger Held

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79002**SPO-Version: SPO 32****Modulname Produktmanagement**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können durch eine Fallstudie die Gesamtsituation eines real existierenden Unternehmens anhand der erlernten Bausteine des Produktmanagements, wie z. B. Vision, Mission, Ziele, Marktsituation, Marketingstrategien und Marketing-Mix in den Phasen des Produktlebenszyklus, analysieren. Sie können eine hypothetische Weiterentwicklung eines Produktes oder Services für des Unternehmens entwerfen und konzipieren und den Marketing Mix für dieses Zukunftsszenario mit der erwarteten Auswirkung auf die Entwicklung der Wirtschaftlichkeit (zukünftige GuV Erwartung) konzipieren.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können das Gelernte anwenden und sind in der Lage eine Fallstudie eigenständig in Teamarbeit zu analysieren ein plausibles hypothetisches Zukunftskonzept zu entwickeln und vor der Gruppe zu präsentieren und zu verteidigen.

Die Studierenden erhalten eine Gesamtübersicht über die vielfältigen Tätigkeitsbereiche eines Produktmanagers anhand von Praxisbeispielen in der Veranstaltung, die sie in der Diskussion mit Firmenexperten, u. a. einem Produktmanager aus der Industrie überprüfen.

Lerninhalte

Gesamtübersicht der vielfältigen Tätigkeitsbereiche im Produktmanagement im Kontext der Unternehmung; Gestaltung der Ideenfindung, Identifikation von Kundenbedürfnissen und Übersetzung in die Unternehmung Steuerung und Umsetzung in der Produktentstehungsphase Konzeption und Steuerung der Markteinführung neuer Produkte; Management etablierter Produkte (Produktportfolio und Komplexitätsmanagement). Die Vorlesungsinhalte werden durch Vorträge unterschiedlicher Firmenexperten Firmenexperten sowie durch Übungen ergänzt. Innerhalb der Übungen werden die wichtigsten Analysemethoden bzw. Bausteine des Produktmanagements behandelt und in Fallstudien, Übungsaufgaben sowie Projekt-Gruppenarbeiten vertieft. Folgende Themeninhalte werden dabei innerhalb der Übungen behandelt

- Lerninhalte**
- Aufgaben und Anforderungen an den/die Produktmanager/in
 - Unternehmenszweck & Kennzahlen
 - Mission, Vision, Ziele
 - SWOT-Analyse
 - Strategien; Normstrategien nach Porter
 - Branchenstrukturanalyse (Porter's 5 Forces)
 - Portfolio-Analyse (BCG-Matrix)
 - Marktsegmentierung und Positionierung
 - STP-Planungs- und Strategieprozess
 - Marketing-Mix
 - Produktpolitik (Kernprodukt, reales Produkt, erweitertes Produkt; USP; Produktpositionierung)
 - Preispolitik (Preisstrategien)
 - Kommunikationspolitik (Kommunikationsinstrumente)
 - Distributionspolitik (Distributionswege)
 - Management Summary

Literatur Aumayr, K.; Erfolgreiches Produktmanagement, Springer Gabler, 2016
 Bauer, H; Skript Produktmanagement
 Weitere Literaturangaben im Verlauf der Vorlesung und Übungen

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79102	Produktmanagement	LB Dr. Florian Geiger	V	2	3
79103	Übungen zum Produktmanagement	M.A. Sandra Kretzschmar	Ü	2	2

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79102	PLR	Die Endnote setzt sich zusammen aus der Bewertung der Übungsaufgaben und der Projektpräsentation	
79103			

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: alle zugelassenen Hilfsmittel

Letzte Aktualisierung: 05.10.2020, Dr. Florian Geiger, M.A. Sandra Kretzschmar

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79004**SPO-Version: SPO 32****Modulname Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil I**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können in Kleingruppen an einem Unternehmensprojekt arbeiten bzw. sind fähig eine Studienarbeit zu einem Themenfeld ihres Gründungsvorhabens aus dem Produktmanagement in einem Industrieunternehmen zu verfassen. Sie sind fähig ein komplexes Projekt / Vorhaben selbständig über einen längeren Zeitraum (ein Jahr) zu entwickeln, durchzuführen, zu bewerten. Ihr Ergebnis können Sie beurteilen und im Rahmen einer Präsentation vor der Gruppe verteidigen. Dies dient insbesondere auch der Vorbereitung auf die Masterarbeit, in der das gewählte Projekt auch weiterentwickelt werden kann.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können selbständig Lösungen für ein komplexes Projekt erarbeiten und sind dazu fähig im Team zu arbeiten. Sie können ihre Rollen eigenständig klären und können somit spielerisch sowohl die Führung als auch die Mitarbeit im Team von der Verhandlung und Ausgestaltung der Aufgabenverteilung im Arbeitsteam bis zur gemeinsamen Vorstellung der Ergebnisse vertiefen. Hierzu ist neben dem Team zur Bearbeitung des Fachthemas ein weiteres Lernsetting zur Teambildung vorgesehen. Im Rahmen des Studium Generale können die Studierenden Schlüsselqualifikationen, die für ihr späteres Berufsleben von Bedeutung sind erlernen und anwenden. Um die sozialen Kompetenzen der Studierenden zu stärken, wird das ehrenamtliche Engagement gefordert. Die Studierenden können die Bedeutung des ehrenamtlichen und zivilgesellschaftlichen Engagements für die persönliche Entwicklung und für die Gesellschaft erkennen.

Die Studierenden können die passenden Methoden des Projektmanagements für ein größeres Praxisprojekt auswählen und verknüpfen dabei die erlernten Methodenbausteine zu einer Gesamtkonzeption.

Lerninhalte Die Studierenden bearbeiten eine Aufgabenstellung eines Start-up- oder Unternehmens-themas aus dem Produktmanagement. Sie entwickeln dazu eine umsetzungsfähige Lösung in Form eines Projektes oder einer Studienarbeit. In beiden Fällen ist eine betriebliche Problemstellung mit dem betreuenden Dozenten abzustimmen. Dabei werden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung des umsetzungsfähigen Lösungsansatzes angewandt. Die Bearbeitung der Fragestellung wird i.d.R. in Phasen eingeteilt. Im Unternehmensprojekt Teil1 werden davon die Phasen 1. Definition der Problemstellung, 2. Theoretische Grundlagen / Literaturrecherche/ Stand der Forschung bzw. Technik, 3. Analyse durchgeführt. Die Ergebnisse werden mit Unternehmensexperten, z.B. in Form von Reviews oder Kamingesprächen überprüft und am Ende des Semesters vor der Gruppe präsentiert. Die Studierenden nehmen darüber hinaus an einer Maßnahme zum Teambildung teil.

Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79106	Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil I	Prof. Dr. Constance Richter, Prof. Dr. Karsten Wendland, Prof. Dr. Markus Weber, Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer	P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79106	Abschlussprüfung in Form einer Präsentation	Zwischenbericht und Präsentation je 50 %	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Infolge des Grundkonzepts des Masterangebots ist ein jederzeitiger Einstieg bei Studienstart möglich

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung (E-Klausur)
PLA Praktische Arbeit

Modul-Nummer: 79005**SPO-Version: SPO 32****Modulname Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil II**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können in Kleingruppen an einem Unternehmensprojekt arbeiten bzw. sind fähig eine Studienarbeit zu einem Themenfeld ihres Gründungsvorhabens aus dem Produktmanagement in einem Industrieunternehmen zu verfassen. Sie sind fähig ein komplexes Projekt / Vorhaben selbständig über einen längeren Zeitraum (ein Jahr) zu entwickeln, durchzuführen, zu bewerten. Ihr Ergebnis können Sie beurteilen und im Rahmen einer Präsentation vor der Gruppe verteidigen. Dies dient insbesondere auch der Vorbereitung auf die Masterarbeit, in der das gewählte Projekt auch weiterentwickelt werden kann.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können selbständig Lösungen für ein komplexes Projekt erarbeiten und sind dazu fähig im Team zu arbeiten. Sie können ihre Rollen eigenständig klären und können somit spielerisch sowohl die Führung als auch die Mitarbeit im Team von der Verhandlung und Ausgestaltung der Aufgabenverteilung im Arbeitsteam bis zur gemeinsamen Vorstellung der Ergebnisse vertiefen. Hierzu ist neben dem Team zur Bearbeitung des Fachthemas ein weiteres Lernsetting zur Teambildung vorgesehen. Im Rahmen des Studium Generale können die Studierenden Schlüsselqualifikationen, die für ihr späteres Berufsleben von Bedeutung sind erlernen und anwenden. Um die sozialen Kompetenzen der Studierenden zu stärken, wird das ehrenamtliche Engagement gefordert. Die Studierenden können die Bedeutung des ehrenamtlichen und zivilgesellschaftlichen Engagements für die persönliche Entwicklung und für die Gesellschaft erkennen.

Die Studierenden können die passenden Methoden des Projektmanagements für ein größeres Praxisprojekt auswählen und verknüpfen dabei die erlernten Methodenbausteine zu einer Gesamtkonzeption.

Lerninhalte Die Studierenden bearbeiten eine Aufgabenstellung eines Start-up- oder Unternehmens-themas aus dem Produktmanagement. Sie entwickeln dazu eine umsetzungsfähige Lösung in Form eines Projektes oder einer Studienarbeit. In beiden Fällen ist eine betriebliche Problemstellung mit dem betreuenden Dozenten abzustimmen. Dabei werden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung des umsetzungsfähigen Lösungsansatzes angewandt. Die Bearbeitung der Fragestellung wird i.d.R. in Phasen eingeteilt. Im Unternehmensprojekt Teil2 werden davon die Phasen 4. Hypothesen und Konzeption, 5. Umsetzung/Hypothesentest (Prototyp/ Minimum Viable Product) und 6. Evaluierung/Validierung aus der Kundensicht durchgeführt. Die Ergebnisse werden mit Unternehmensexperten, z.B. in Form von Reviews oder Kamingesprächen überprüft und am Ende des Semesters vor der Gruppe präsentiert. Die Studierenden nehmen darüber hinaus an einer Maßnahme zum Teambuilding teil.

Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79201	Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil II	Prof. Dr. Constance Richter, Prof. Dr. Karsten Wendland, Prof. Dr. Markus Weber, Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer	P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79201	Abschlussprüfung in Form einer Präsentation	Schriftlicher Abschlussbericht und Präsentation mit Verteidigung je 50 %	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Infolge des Grundkonzepts des Masterangebots ist ein jederzeitiger Einstieg bei Studienstart möglich

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

2 *PLK Schriftliche Klausurarbeiten*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht
PLM Mündliche Prüfung
PLA Praktische Arbeit

PLR Referat
PLE Entwurf
PLP Projekt

PLL Laborarbeit
PLF Portfolio
PPR Praktikum

PLT Lerntagebuch
PMC Multiple Choice
PLC Multimedial gestützte Prüfung
(E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79006
SPO-Version: SPO 32
Modulname Geschäftsmodelle und Businessplan

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Holger Held
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele
Allgemeines
Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, attraktive Geschäftsmodelle zu entwerfen und unternehmerisches Denken praxisorientiert (Businessplan) zu erfahren respektive zu gestalten. Die Studierenden sind in der Lage eine Geschäftsidee aufzugreifen (z.B. Unternehmensgründung, -nachfolge, -projekt) und daraus ein schlüssiges und umfassendes Geschäftskonzept zu planen und zu validieren. Hierbei wird insbesondere auch ein Schwerpunkt gelegt auf "innovative Geschäftsmodelle" im Zusammenhang einer stark zunehmenden Digitalisierung. Die Studierenden sind in der Lage Chancen und Risiken der Geschäftsmodelle zu beurteilen. Die Studierenden können zudem den übergeordneten Prozess der Geschäftsmodell-Innovation erläutern und das Gelernte an einem Praxisbeispiel (eigenes Start-up oder Fallstudie) anwenden. Die im Detail zu beurteilenden Prozessschritte sind: „Geschäftsmodell-Innovationen initiieren, Geschäftssituation analysieren, Geschäftsideen generieren, Geschäftsmodell testen, Geschäftsplan erstellen, Geschäftsmodell auswählen sowie Geschäftsmodell implementieren und steuern.“

Überfachliche Kompetenzen

Lösungskompetenz in der gruppenzentrierten Ideengenerierung, -bewertung und -umsetzung. Die Studierenden sind fähig, ihre bereits in anderen Semestern erworbene Fähigkeit in (im Idealfall: interdisziplinären) Projektgruppen zu analysieren und zu beurteilen, komplexe Fragestellungen zu bearbeiten und gemeinsam eine einheitliche Lösung vorzustellen.

Die im Rahmen des Moduls erlernte und angewandten Innovations- und Lean-Startup-Techniken sind für die Studierenden von wichtiger Bedeutung für die Generierung von Ideen und Konzepten in allen Modulen ihres Studiums.

- Lerninhalte**
- 1 Geschäftsmodelle, u.a. St. Gallen Business Modell Navigator
 - 2 Lean-Startup
 - 3 Customer Development, u.a. Customer Discovery und Kundvalidierung
 - 4 Businessplan

- Literatur**
- Blank, S. / Dorf, B. (2014): Das Handbuch für Startups: Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, Heidelberg
- Gassmann, O. / Frankenberger, K. / Csik, M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München
- Held, H. (2020): KMU- und Start-up-Management: Strategisch planen und gründen in einer komplexen Welt, Stuttgart
- Müller-Roterberg, C. (2020): Praxishandbuch Geschäftsmodell – Innovationen, Norderstedt
- Nagl, A. (2015): Der Businessplan, Wiesbaden
- Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt
- Ries, E. (2015): Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, München
- Wirtz, B. (2020): Business Model Management, Speyer
(weitere Hinweise in der Vorlesung)

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79202	Geschäftsmodelle und Businessplan	Prof. Dr. Holger Held	VÜ	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79202	PLP benotet	benotete Projektarbeit	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Aufgrund der hohen Betreuungsintensität des Projekts ist die Teilnehmerzahl auf max. ca. 40 Plätze beschränkt.

Letzte Aktualisierung: 10.03.2022, Prof. Dr. Holger Held

¹ *V Vorlesung* *L Labor* *S Seminar* *PR Praktikum* *EX Experiment* *X Nicht fixiert*
E Exkursion *Ü Übung* *P Projekt* *K Kolloquium* *EL E-Learning*

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79007**SPO-Version: SPO 32****Modulname Leadership**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. habil. Patrick Urlich
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines**

In der Unternehmenspraxis sehen sich Studierende immer häufiger mit Führungsaufgaben konfrontiert. Im Gegensatz zur klassischen Unternehmensführung, die auf die Leitung und Verantwortung von meist größeren, gewachsenen Betrieben mit hierarchischer Struktur ausgerichtet ist, stehen im Bereich Entrepreneurship und Produktmanagement regelmäßig andere Teilbereiche der Führung im Vordergrund.

Fachliche Kompetenzen

Studierende erlangen Kenntnisse über die theoretischen Grundlagen von Führung und Motivation und können die Taxonomie der Führungskompetenzen erläutern. Zudem können die Studierenden eine Führungssituation in der Praxis in ihre Bestandteile zerlegen, um vertiefenden Einblick in die Motivationsstruktur der Beteiligten sowie Erfolgs- und Misserfolgskriterien von Führung in der Unternehmenspraxis zu erlangen.

Die Studierenden sind in der Lage, in speziellen Situationen (u.a. Gründung, Produkt- und Projektmanagement, Wachstum, Turnaround) ihr Führungswissen anzuwenden und auf Basis der eigenen Führungskompetenz sowie anderer Organisationsmitglieder den situativ optimalen Führungsstil zu wählen.

Studierende können ihre Führungskennntnisse auf praktisch umsetzbare Instrumente wie z.B. Mitarbeitergespräche und Aspekte des Change Management übertragen. Zudem können Sie unterschiedliche Führungsobjekte vergleichen, u.a. die Führung der eigenen Person im jungen Unternehmen, die Führung im stark wachsenden Unternehmen, aber auch die dazu recht verschiedene Situation der Führung im Projekt, die regelmäßig nicht mit disziplinarischer Weisungsbefugnis ausgestattet ist.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind fähig, eigenständig qualitativ und quantitativ zu argumentieren und die situativ optimalen Führungsstile und Führungsinstrumente im Diskurs zu verteidigen. In der Anwendung der jeweiligen Führungsstile spielt die Berücksichtigung sozialer Prozesse im Organisationskontext eine besondere Rolle.

Studierende sind in der Lage, Theorien, Führungsstile und Führungsinstrumente zu vergleichen und zu bewerten.

Durch den Bereich Forschung sind die Studierenden in der Lage, verschiedene Theorien im Kontext aktueller Problemfelder der Führung (z.B. Kompetenzforschung) zu bewerten und in praktische Konzeptionen zu übersetzen.

Lerninhalte

- Grundverständnis der Führung in Unternehmen
- Führungstheorien, insbes. Charismatheorie und Motivationstheorien
 - Kompetenzmodelle und deren Einfluss auf die Führung in der Praxis
 - Besonderheiten der Führung in jungen Unternehmen und im Projekt- und Produktkontext
 - Führungsprobleme und deren Lösung in der Unternehmenspraxis
 - Zielvereinbarungen und Feedback
 - Zeitmanagement und Mitarbeitergespräche
 - Situative Führung in spezifischen Konstellationen (z.B. Gründung, Turnaround)
 - Erfolgsfaktoren des Change Managements in der Praxis

Literatur

Einführungsliteratur:
 Berthel/Becker, Personalmanagement, 10. Auflage, Stuttgart 2013.
 Bröckermann, Personalwirtschaft, 6. Aufl., München 2012.
 Holtbrügge/Personalmanagement, 6. Aufl., Berlin 2015.
 Praxisorientierte Literatur:
 Drucker, The Effective Executive, München 2014.
 Malik, Führen, Leisten, Leben, Frankfurt 2014.
 Schulz von Thun, Miteinander Reden, Berlin 2003.
 Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird im Kurs mitgeteilt.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79203	Leadership / Nachhaltige Unternehmensführung	Prof. Dr. habil. Patrick Urlich	VÜ	4	5

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79203	PLP	Übergreifende Gesamtprüfung, davon ca. 50 % Seminararbeit und ca. 50 Präsentation	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung
Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen
Letzte Aktualisierung: 28.05.2020, Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79013**SPO-Version: SPO 32****Modulname Start-Up-Innovation**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Winter- und Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig eine eigene Innovationsstrategie für Gründungen und Start-ups zu entwickeln.

Sie sind in der Lage, verschiedene Ansätze und Methoden um Geschäftsideen mit Design-Thinking Methoden zu generieren und zu evaluieren sowie daraus Geschäftsmodellkonzepte mit dem StartUp-Canvas Ansatz zu entwickeln, zu erläutern. In Workshops können die Studierenden in einem ersten Schritt die agilen Methoden Design-Thinking und StartUp-Canvas selbst auf einfache Beispiele anwenden und die Stärken und Schwächen der einzelnen Methodenschritte erkennen. Für das anschließende konkrete Praxisbeispiel aus Wirtschaft oder Gesellschaft können die Studierenden dann die einzelnen Methodenschritte hinsichtlich Nutzen und Effekt evaluieren und zielgerichtet selbst anwenden, um damit eine Innovationsstrategie zu empfehlen und in einer Pitch-Präsentation zu vertreten.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage selbstständig in Teams zu arbeiten und insbesondere Kontakt, Ansprache und Emphathie zu potentiellen Kunden sowie Stakeholdern aufzubauen.

Schwerpunkt liegt auf den agilen Methoden Design-Thinking und StartUp-Canvas

Lernziele

- Kenntnis des Problemlösungs-, Ideengenerierungs- und Ideenvalidierungsprozesses mit Design- Thinking
- Kenntnis der Geschäftsmodellentwicklung mit dem StartUp-Canvas für die frühen Phasen einer Gründung

- Lerninhalte** Grundlegende Begriffe:
- Design-Thinking
 - StartUp-Canvas
 - Initiierung des Innovationsprozesses
 - Gewinnung von neuen Ideen
 - Bewertung der Ideen
 - Auswahl der Idee und Prototyping
 - Geschäftsmodellentwicklung
 - Erfolgsfaktoren von Innovationen und Geschäftsmodelle für Gründungen und Start-ups

Literatur

Vahs, Dietmar; Brem, Alexander: Innovationsmanagement - Von der Produktidee zur erfolgreichen Vermarktung; 5. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag, 2015

Hauschildt, Jürgen; Salomo, Sören: Innovationsmanagement, 6. Auflage, München: Vahlen Verlag 2016

Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves: Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2011

Osterwalder; Pigneur; Bernarda; Smith: Value Proposition Design; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2015

Blank, Steve; Dorf, Bob: Das Handbuch für STARTUPS – Schritt für Schritt zum eigenen Unternehmen; 1. Auflage, Heidelberg: dpunktverlag GmbH 2014

Stähler, Patrick: Das richtige Gründen – Werkzeugkasten für Unternehmer; 2. Auflage, Hamburg: Murrmann Publishers GmbH 2016

Maurya, Ash: Running Lean – Das How-to für erfolgreiche Innovationen; 1. Auflage 2013, Heidelberg: dpunktverlag GmbH 2013

Gerstbach, Ingrid: Design Thinking im Unternehmen; 1. Auflage, Offenbach: Gabal Verlag 2016

Lewrick; Link; Leifer: Das Design Thinking Playbook; 1. Auflage, München: Verlag Franz Vahlen 2017

Uebernicketl; Brenner; Pukall; Naef; Schindlholzer: Design Thinking – Das Handbuch; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Frankfurter Societäts-Medien GmbH 2017

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79207	Start-Up-innovation	Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer	V	4	5

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79207	PLP oder PLF		Die Vorlesung Start-up-Innovation ist vorrangig Pflichtfach im Studiengang Master Business Development und hat aufgrund der Workshops und dafür zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten eine Teilnehmerbegrenzung auf den Master Business Development. Teilnahme für Studierende anderer Studiengänge nur nach vorheriger Abstimmung mit dem Dozenten.

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die erste Veranstaltung, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt.

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen

Letzte Aktualisierung: 12.05.2020, Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79003**SPO-Version: SPO 32****Modulname Projektmanagement**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können das Vorgehen in einem komplexen Übungsprojekt unter Nutzung der Methodenbausteine des klassischen und agilen Projektmanagements analysieren und konzipieren. Sie können alternative Hypothesen zum Vorgehen entwickeln und plausibilisieren diese. Sie können die Ergebnisse in kompakter Weise vor der Gruppe und dem Auftraggeber dokumentieren, präsentieren und verteidigen.

Überfachliche Kompetenzen

Durch Verhandlung und Ausgestaltung der Aufgabenverteilung im Projekt können die Studierenden ihre Rollen eigenständig entwickeln und so spielerisch sowohl die Führung eines als auch die Mitarbeit im Team erlernen. Die Übungsprojektthemen zielen auf die überfachliche Kompetenz, indem die Studierenden interdisziplinäre Fragestellungen und Aufgaben mit einem hohen sozialen Kontext lösen können. Sie können die Grundlagen der Selbstorganisation analysieren und diese direkt im teamorientierten Erarbeiten und Verarbeiten des Lehrstoffes sowie dem Mitgestalten der Lehrveranstaltung anwenden. Die Studierenden sind fähig, aktiv und konkret Fragestellungen zu formulieren, diese miteinander sowie mit der Lehrkraft zu diskutieren.

Die Studierenden können Führungsverantwortung für ein Projekt übernehmen, indem sie die gelernten Methodenbausteine (Planung, Durchführung und Controlling/Steuerung) verknüpfen und den Projektstatus ihrem Auftraggeber präsentieren und ggf. Abweichungen gegenüber Plan erläutern.

Lerninhalte Projektmanagement

- Grundlagen des klassischen „Heavy Weight“ Projektmanagements (Projektdefinition, Projektstruktur, Projektphasen, Organisation, Reporting, Risikomanagement)
- Vergleichender Einsatz von agilen Projektmanagementkonzepten (SCRUM) in sich rasch veränderndem Umfeld
- Projektarbeit:
 - Planung eines Start-ups oder Unternehmensprojektes in Kleingruppen
 - Anwendung der Projektmanagementmethoden
 - Präsentation der einzelnen Schritte

Literatur

- Gerold Patzak, Günter Rattay, Projektmanagement; Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios, Programmen und projektorientierten Unternehmen, Linde Verlag Wien, 2009, 7. Auflage 2017
- GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V., Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4) (2019); Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement, Buch & media, ProQuest EBook Central
- Wysocki, Robert K., (2014). *Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, 7th Edition*, (New York, NY: John Wiley & Sons)
- Roock, Stefan; Wolf, Henning, Scrum – verstehen und erfolgreich einsetzen, dpunkt Verlag, 2015
- Rubin Kenneth S. (2014); Essential Scrum; Umfassendes Scrum-Wissen aus der Praxis, mitp Verlags GmbH & Co. KG
- Hermarij, John (2016); Better Practices of Project Management based on IPMA Competences, Van Haren Publishing
- Studie der GPM mit 600 Teilnehmer aus 30 Ländern
https://www.gpm-ipma.de/fileadmin/user_upload/Know-How/studien/Studie_Agiles-PM_web.pdf

Weitere Literaturangaben im Verlauf der Vorlesungen
Skripte

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79104	Projektmanagement	LB: Sonja Armatowski	V, Ü	2	5
79105	Übungen zum Projektmanagement		V, Ü	2	

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79104	PLR benotet	Die Note wird aus der erarbeiteten Projektteamleistung (Projektpräsentation) ermittelt.	
79105			

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung
Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen:
Letzte Aktualisierung: 12.10.2020, Sonja Armatowski

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79008

SPO-Version: 31

Modulname Projekt- und Gründungsfinanzierung

Studiengang	Master Business Development / Produktmanagement & Start-up-Management
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen Studiengängen	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können in relevanten Gründungs- und Projektfinanzierungssituationen kompetent und angemessen agieren. Sie können wesentliche Elemente der Kapitalbeschaffung (Eigen- und Fremdkapital) strukturieren und anwenden. Studierende sind in der Lage, die Finanzierungsbasis ihres Start-ups oder ihres Projektes zu bewerten.

Die Studierenden können ferner die Anforderungen, die an ein modernes Liquiditätsmanagement gestellt werden, analysieren. Darüber hinaus können die Studierenden die Finanzierungsinstrumente in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße und -phase differenzieren und sind damit in besonderem Maße auf den Einsatz in den besonderen Situationen einer Gründung oder eines spezifischen Projektes vorbereitet.

Die Studierenden können die Finanzierungsinstrumente unterscheiden und einschätzen und sie können die Besonderheiten im Rahmen der Finanzierungsmöglichkeiten von jungen Unternehmen oder Projekten in größeren Unternehmen beurteilen.

Die Studierenden sind in der Lage, kurz-, mittel-, und langfristige Finanzpläne zu entwickeln und so die Liquiditäts- und Kapitalsituation einer Unternehmung einzuschätzen.

Überfachliche Kompetenzen

Durch die Bearbeitung von eigenen oder gestellten Fällen können die Studierenden selbständig, als auch im Team, arbeiten. Die mathematischen Grundlagen der Finanzierungs- und Investitionsrechnung können die Studierenden analysieren. Die Studierenden können die Ergebnisse verteidigen. Zudem können sie Gesprächsführungen bei Finanzierungs- verhandlungen managen.

Lerninhalte
Session 1: Einführung Gründungs- und Projektfinanzierung

- 1.1 Begriffsbestimmungen
- 1.2 Unternehmensinternes Projekt
- 1.3 Gründung eines Unternehmens als unabhängiges Start-Up oder als eine Ausgründung aus einem Unternehmensverbund

Finanzierungsvoraussetzungen

- Liquiditäts- und Finanzplanung
- Erstellung von kurzfristigem Liquiditätsplan und mehrjährigen Finanzplan
- Ableitung des Mittelbedarfes und der Finanzierungsstruktur
- Methoden und Verfahren der Investitionsentscheidung; Vorstellung der Richtlinien des IDW
- Entscheidungsvorbereitung für die Mittelvergabe der Zielgruppe CFO / Investor / Bankkreditbearbeiter

Session 2: Ausarbeitung von fallbezogener Finanzierungsplanung

Den Studenten wird im Vorfeld eine vorhandene Fallstudie vorgelegt. Teams zu jeweils 3-6 Studenten bereiten für diese Session ein Referat vor, in dem folgende Punkte behandelt werden:

- Zielgruppenorientierte Beschreibung des Geschäftes/des Projektes
- Vorstellen des Finanzbedarfes anhand des Finanzplanes
- Erfolgsaussichten in Szenarien und mit Sensitivitäten
- Entscheidungsbegründende Vorlage für das Erlangen der benötigten Finanzmittel

Session 3: Finanzierung je nach Projekt-/Unternehmensphase

Finanzierungswege, Transaktionsstrukturen und deren spezifische Anforderungen werden gemeinsam mit der SpK Aalen gelehrt:

- A. Gestaltung der Finanztransaktion und eines diesbzgl. TermSheet
- B. Eigenkapitalfinanzierung
 - Sweat Equity / Private Investoren
 - Venture Capital / Private Equity Finanzierung
 - IPO/ Kapitalmarktfinanzierung
- C. Fremdkapitalfinanzierung
 - Investitionsfinanzierung
 - Betriebsmittelfinanzierung
 - Leasing
- D. Sonderfinanzierungen
 - MBO-/MBI-Finanzierungen als Nachfolgelösung
- E. Öffentliche Finanzierungsförderung
 - Verlorene Zuschüsse
 - Steuererleichterungen
 - Investitionszuschüsse
 - Gründungszuschüsse/-darlehen

Session 4 und Prüfung: Fertigstellung der Referate, Vorstellen der kompletten Fallausarbeitung

Abschließendes Referat zur Fallstudie aufbauend auf Session 2 mit den ergänzenden Inhalten:

- Auswahl der Finanzierungsalternative und Definition der Transaktionsstruktur
- Auswahl der Finanzierungspartner
- Verhandlungsziel und -vorbereitung, insbesondere BATNA (Harvard Negotiation Model)
- Beurteilung der Erfolgsaussichten und Entscheidung über Abbruch / Weiterführung

BONUS: Wie ordne und plane ich erfolgreich persönliche Finanzen?

Übungsblock zu den Sessions 1-4

Übungsblock 1: - Vorstellung der Fallstudie/ Anleitung zur Auswertung der Fallstudie

- Liquiditätsplan, Finanzplan
- Bewertung der Start-ups, Pre Money Value, Post Money Value
- Cap Table

Übungsblock 2: - Founders Dilemma

- Term Sheet (Key Terms)
- Anti Dilution Protection, (weight Average, full ratchet Berechnung)
- ESOP (Pool Size pre money, post money),
- Liquidation Preference, Term Sheet im deutschen Kontext
- BATNA und Verhandlungscanvas

Übungsblock 3: - Fremdkapitalfinanzierung (KSK Ostalb), Exist Förderung

Übungsblock 4: - Besprechung Offener Punkte zur Case und Coaching

-

Literatur

1. Christopher Hahn (Hrsg.): Finanzierung von Start-Up Unternehmen, Springer Gabler, 2018 (eBook)
2. Matthias Hauser / Christian Warns 5. erweiterte und aktualisierte Auflage 2014: Grundlagen der Finanzierung anschaulich dargestellt (mit Übungsaufgaben)
3. Hans Paul Becker, Arno Peppmeier: Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Springer Gabler, 2018
4. Bussgang, Jeffrey J., and Michael J. Roberts. "Entrepreneurship Reading: Partnering with Venture Capitalists." Core Curriculum Readings Series. Boston: Harvard Business Publishing 8240, 2015.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79204	Projekt- und Gründungsfinanzierung	LB Thomas Dittler	VÜ	4	5
		Eka Hammerlindl			

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79204	PLR	benotet	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen:

Letzte Aktualisierung: 07.03.2022, T. Dittler, Eka Hammerlindl

PLK Schriftliche Klausurarbeiten

PLS Hausarbeit/Forschungsbericht

PLM Mündliche Prüfung

PLA Praktische Arbeit

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

PLR Referat

PLE Entwurf

PLP Projekt

PLL Laborarbeit

PLF Portfolio

PPR Praktikum

PLT Lerntagebuch

PMC Multiple Choice

PLC Multimedial gestützte Prüfung (E-Klausur)

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele **Allgemeines**
Fachliche Kompetenzen

Im Rahmen des Moduls Idea to Market untersuchen Studierende verschiedene Aspekte von Start-Up Ökosystemen. Die Studierenden können Modelle und Ansätze aus verschiedenen Wissenschaftsbereichen (bspw. Kulturwissenschaft, Sozialwissenschaften) analysieren, um kulturelle, persönliche, wirtschaftliche oder politische Aspekte im Umfeld einer Gründung zu erörtern und deren Relevanz für Start-Ups zu beurteilen. Des Weiteren können die Studierenden durch die Gegenüberstellung verschiedener, auch internationaler Start-Up-Ökosysteme diese in einen globalen Kontexteinordnen. In diesem Zusammenhang arbeiten die Studierenden verschiedene Aspekte aus und lernen länderspezifische Vorgehensweisen einer Gründung kennen, die im Rahmen einer interkulturellen Zusammenarbeit wichtig sind. Die im Rahmen der Vorlesung gewonnenen Erkenntnisse sind anwendungsorientiert und ermöglichen den Studierenden ein für das eigene Start-Up geeignetes Ökosystem zu identifizieren und im weiteren Verlauf direkt anzuwenden.

Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse im Rahmen einer Abschlusspräsentation. Dadurch erweitern sie ihre Kompetenzen des Präsentierens und Gestaltens um Erfahrungen des Präsentierens im digitalen Umfeld.

Methodische Kompetenzen

Das Modul integriert Methoden und Modelle aus verschiedenen Fachdisziplinen (u.a. Entrepreneurship, Kulturwissenschaften, Sozialwissenschaften, Betriebswirtschaft etc.) und fördert somit die Fähigkeit komplexe Zusammenhänge systematisch zu strukturieren. Des Weiteren werden durch die Sekundärforschung Hypothesen abgeleitet, die die Studierenden im weiteren Verlauf durch eine Feldforschung überprüfen und auswerten können.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ihre bereits erworbenen Fähigkeiten zu erweitern, einzeln und in Gruppen zu arbeiten, dabei komplexe Fragestellungen auszuarbeiten und gemeinsam eine einheitliche und effektive Lösung zu entwerfen. Durch den Auf- und Ausbau des persönlichen Netzwerks im Kurs können die Studierenden sich persönlich und unternehmerisch weiterentwickeln. Aufgrund des Kursformats (online Konferenzen, virtuelle Teamsessions, blended learning) können die Studierenden ihre digitale Kompetenz, Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Selbstführungskompetenz sowie ihre Eigeninitiative erweitern.

- Lerninhalte**
- Phase 1: Literaturanalyse zu Start-Up Ökosystemen
- Definition Start-Up Ökosysteme
 - Beurteilung der Relevanz von Ökosystemen für Start-Ups
 - Erarbeitung der notwendigen Voraussetzungen für die Entstehung eines Ökosystems
- Phase 2: Konkrete Anwendung der zuvor gewonnenen Erkenntnisse
- Start-Up Ökosysteme im Vergleich
 - Vergleich des Start-Up Ökosystems Berlin mit einem zweiten, für die Studierenden wählbaren Ökosystem. (Tel Aviv, SiliconValley, Helsinki oder Oslo).
- Literatur**
- Bundesverband Deutsche Startups e.V. (2019)** Deutscher Startup Monitor 2019, https://deutscherstartupmonitor.de/fileadmin/dsm/dsm-19/files/Deutscher_Start-Monitor_2019.pdf, 23.07.2020
- Cowling, Marc (2000)** Are entrepreneurs different across countries?, in: Applied Economics Letters, 7. Jg., Nr. 12, S. 785–789
- Ernst&Young GmbH (2016)** Diversity in Deutschland. Studie anlässlich des 10-jährigen Bestehens der Charta der Vielfalt, https://www.charta-der-vielfalt.de/fileadmin/user_upload/Studien_Publikationen_Charta/STUDIE_DIVERSITY_I_N_DEUTSCHLAND_2016-11.pdf, 16.06.2020
- Ernst&Young GmbH (2019)** Growth with purpose: German Tech start-ups changing society, https://start-up-initiative.ey.com/wp-content/uploads/2020/02/Venture_Capital_and_Start_ups_in_Germany_2019.pdf, 24.07.2020
- Hofstede, Geert (2001)** Culture's consequences. Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations, 2. Aufl., Thousand Oaks
- Hofstede, Geert/Hofstede, Gert Jan/Minkov, Michael (2010)** Cultures and organizations. Software of the mind : intercultural cooperation and its importance for survival, 3. Aufl., New York
- Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. (2016)** Unternehmensgründungen Mehr innovative Startups durch einen Kulturwandel für Entrepreneurship?,

https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2016/262911/Unternehmensgruendungen_IW_policy_paper.pdf, 22.07.2020

RKW Kompetenzzentrum (2015) Treffpunkt Gründerökosystem, in: RKW Magazin, 5. Jg., Nr. 3, S. 1–63

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V. (2015) Gründerökosystem: Neues Modell und Canvas-Poster zum Verstehen und Anwenden, <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/blog/gruenderoekosystem-neues-modell-und-canvas-poster-zum-verstehen-und-anwenden/>, 14.07.2020

Eric Ries (2017): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.

Schumpeter, Joseph A. (1947) The Creative Response in Economic History, in: The Journal of Economic History, 7. Jg., Nr. 2, S. 149–159

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79301	Idea to Market	Prof. Dr. Harry Bauer Nicole Hauser	EL	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79301	PLP	benotet	Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation

Zusammensetzung der Endnote

Bewertung der Präsentation (20 %) und der Ausarbeitung (80 %)

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Bemerkungen:

Letzte Aktualisierung: 09.03.2022, Nicole Hauser

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung (E-Klausur)
PLA Praktische Arbeit

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79906**SPO-Version: SPO 32****Modulname Entrepreneurship in Asien**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	-
Verwendung in anderen SG	Nach Absprache
Sprache	Deutsch

Modulziele**Allgemeines**

Das Modul "Entrepreneurship in Asien" bereitet Studierende über die Landesgrenzen hinaus darauf vor, auch in Asien ihre Fähigkeiten in Start-Ups, Gründung und Beratung zu entfalten. Die erforderlichen Grundlagen in interkultureller Kommunikation sowie Landeskunde wie auch Fallstricke der jeweils unterschiedlichen Rechts- und Normsysteme wird aufgezeigt. Anhand von Beispielen und Fachgesprächen mit regionalen BestPractice-Beispielen können konkrete Fragestellungen aus allen Bereichen angesprochen werden und praktische Hinweise aus erster Hand erfolgen. Studierende verfügen mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls über interdisziplinäre sowie regionsspezifische Grundlagen.

Das Angebot einer Exkursion ist von der aktuellen pandemischen Lage abhängig.

Fachliche Kompetenzen

Sie sind in der Lage, erworbene Grundkenntnisse regional an die örtlichen Gegebenheiten anzupassen, eigenständig geeignete regionale Ansprechpartner auszuwählen und erste Gründungsschritte in einem unvertrauten Umfeld zu wagen. Die Planung, Implementierung und Kontrolle von lokalen Projekten kann nicht nur durch die Expertise des gesamten Studiums, sondern auch durch ihre erworbene persönlich-soziale Kompetenzen durch dieses Modul erfolgreich durchgeführt werden.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können sich persönlich und unternehmerisch weiterentwickeln und ein persönliches Netzwerk in der landesweiten Gründerszene aufbauen. Durch das Kursformat (online Konferenzen, virtuelle Teamsessions, blended learning) können die Studierenden selbständig und in Teams arbeiten, sowie Teams leiten und anführen. Sie können ihre digitale Kompetenz, und Kommunikationsfähigkeit weiterentwickeln.

- Lerninhalte** Interkulturelle Kompetenz
- Asien und seine Regionen, mit Fokus auf:
 - China
 - Indien
 - Japan& Südkorea
 - Taiwan
 - Tiger Cubs (Indonesien, Thailand, Philippinen, Malaysia, Vietnam)
 - Stadtstaaten (Hong Kong, Macau, Singapur)
 - Newcomer (Bangladesh, Sri Lanka)
 - * BestPractice mit praktischen Beispielen

Literatur Wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79309		Sarah Galleguillos Kempf	V, Ü, P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79309	PLK		

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen
Letzte Aktualisierung: 07.03.2022, Sarah Galleguillos Kempf

-
- 1 *V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert*
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32
- 2 *PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79903**SPO-Version: SPO 32****Modulname Consulting Projekte**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. René Niethammer
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	<ul style="list-style-type: none">- Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit- Bereitschaft zur Gruppenarbeit
Verwendung in anderen SG	Offen für alle Masterstudiengänge an der Hochschule Aalen
Sprache	Deutsch

Modulziele**Allgemeines**

Das Modul Consulting Projekte bereitet die Studierenden auf eine Tätigkeit in einer Unternehmensberatung oder in einer Inhouseberatung von Unternehmen vor und vermittelt die wichtigsten Grundlagen und Methoden.

Fachliche Kompetenzen

Das Modul Consulting Projekte schafft ein differenziertes Verständnis für den typischen Ablauf von Beratungsprojekten, von der Akquise, über die Projektbearbeitung bis zum erfolgreichen Abschluss. Besonderer Wert wird auf die wichtigsten Methoden wie pyramidales und analytisches Denken, die Gesprächsführung sowie die Ergebnispräsentation gelegt. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls verfügen Studierende über ausgewogene fachlich-analytische, interdisziplinäre sowie beratungsspezifische Kompetenzen. Sie sind in der Lage, Grund- und Spezialkenntnisse der Unternehmensberatung in die erfolgreiche Bearbeitung von Beratungsprojekten einfließen zu lassen. Sie verstehen die komplexen Zusammenhänge von Kundenerwartungen und Beraterrollen sowie der damit verbundenen Berater-Klienten-Beziehungen. Sie sind in der Lage die situativen Anforderungen und strategischen Herausforderungen von Unternehmen zu erkennen, zu bewerten und in strategische und operative Beratungskonzepte umzusetzen.

Überfachliche Kompetenzen

Durch Theorieteile, Übungen und Vorträge können die Studierenden einzeln oder in Kleingruppen erarbeitete Lösungswege vorstellen und diese gegenüber fachlicher Kritik vertreten.

Lerninhalte

- Methoden und Vorgehensmodelle der Beratung, u.a. pyramidales Denken und Präsentieren sowie Gesprächsführung
- Prozessablauf in der Beratung
- Praktische Anwendung der einzelnen Methoden

Literatur

Bamberger, I.; Wrona, T. (Hrsg.) „Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen - Prozesse – Methoden“ Springer, Berlin, 2012, 6. Auflage (eBook).

Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2/2018): „Facts and Figures zum Beratermarkt: Consultants weiter im Höhenflug“
<https://www.bdu.de/newsletter/ausgabe-22018/facts-figures-zum-beratermarkt-consultants-weiter-im-hoehenflug/> und bit.ly/2HLPJ9f

Deelmann, T. „Consulting und Digitalisierung“, Springer Gabler, Wiesbaden, 2019, (eBook).

Deelmann, T. „Managementberatungen in Deutschland“, Springer Gabler, Wiesbaden, 2015, (eBook).

Ellebracht, H.; Lenz, G.; Geiseler, L. Osterhold, G. „Systemische Organisations- und Unternehmensberatung: Praxishandbuch für Berater und Führungskräfte“, Springer Gabler, 2018, 5. Auflage (eBook).

Hippner, H.; Hubrich, B.; und Wilde, K. D. "Grundlagen des CRM: Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung" Gabler, Wiesbaden, 2011, 3. Auflage (eBook).

Kubr, M. (Hrsg.) (2005): „Management Consulting. A Guide to the Profession“ 4. Auflage, International Labor Office, Genf. ISBN-13: 978-9221095194.

Lippold, D. „Grundlagen der Unternehmensberatung: Strukturen – Konzepte – Methoden“ Springer, Berlin, 2016.

Lippold, D. „Die 75 wichtigsten Management- und Beratungstools: Von der BCG-Matrix zu den agilen Tools“ De Gruyter Oldenbourg, 2020. ISBN-13: 978-3110696189

Minto, B. (2005) „Das Prinzip der Pyramide: Ideen klar, verständlich und erfolgreich kommunizieren“, Pearson Studium, 1. Auflage. ISBN-13: 978-3827371898

Mohe, M. (Hrsg.) (2015): „Innovative Beratungskonzepte“, Springer Gabler 2015, Wiesbaden.

Nissen, V. „Advances in Consulting Research“ Springer Nature Switzerland, 2019, (eBook).

Wegmann, C.; Winklbauer, H. „Projektmanagement für Unternehmensberatungen“, Springer Gabler, 2006, Wiesbaden (eBook).

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79303	Consulting Projekte	Alexandra Stiem Marleen Keller	S, Ü, P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79303	PLP benotet	Die Endnote setzt sich aus der Mitarbeit in der Vorlesung, der Abschlusspräsentation und einer schriftlichen Abgabe zusammen	Ideenpaper zählt als Seminararbeit

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Aktive Teilnahme während des Semesters

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen

Es können auch einzelne Inhalte durch externe Berater übernommen werden. Das Modul kann in einem wöchentlichen Rhythmus oder auch als halb- oder ganztägige Blockveranstaltung durchgeführt werden. Aufgrund des hohen Praxisanteils ist die Teilnehmerzahl auf maximal 20 Teilnehmer begrenzt.

Letzte Aktualisierung: 07.01.2022, Alexandra Stiem

¹ *V* Vorlesung *L* Labor *S* Seminar *PR* Praktikum *EX* Experiment *X* Nicht fixiert
E Exkursion *Ü* Übung *P* Projekt *K* Kolloquium *EL* E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² *PLK* Schriftliche Klausurarbeiten *PLR* Referat *PLL* Laborarbeit *PLT* Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE* Entwurf *PLF* Portfolio *PMC* Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung *PLP* Projekt *PPR* Praktikum *PLC* Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32
 (E-Klausur)

Modul-Nummer: 79904

SPO-Version: SPO 32

Modulname Research in Business

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Wahlpflichtmodul, Wahlmodul
Studiensemester	1./2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	2
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Formal: keine. Inhaltlich: keine.
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Englisch

Modulziele**Fachliche Kompetenzen**

Students are taught the skills in the areas of Research Methods and Applied Statistics with the goal of independently selecting and applying appropriate methods for the issues that arise.

In the area of quantitative methods, they are able to apply Descriptive Data Analysis, Regression and/or Sampling Methods. They are able to compare methods in a deliberative way and to make an optimal choice adapted to the case. Furthermore, they are able to analyze and evaluate the significance of results. Finally, they are able to critically evaluate methods and synthesize the results of (quantitative) research.

Moreover, students are able to evaluate the nature and principles of economic research and the main qualitative methods used in the social sciences.

Überfachliche Kompetenzen, insb. Methodische Kompetenzen

Students will be able to make independent quantitative and research arguments and defend them against criticism. Students will be able to make a choice of methods for their Master's thesis and they will be able to apply statistical analysis in other subjects.

In the area of research, they are able to plan, conduct and defend their own research.

Lerninhalte
Research Methods:

- Science, business and management research
- Research questions and hypotheses
- Reviewing the literature
- Research design and methodologies
- Qualitative research

Applied Statistics:

- Introduction to Market Research and the Market Research Process
- Data and Getting Data
- Descriptive Statistics and Frequency Distributions
- Sampling and Significance
- Hypothesis Testing, ANOVA and Regression Analysis

Advanced Topics
Literatur
Research Methods:

- Creswell, J.W. & Creswell, J.D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications: Newbury Park. 5th edition.
- **Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. FT Prentice Hall: Harlow. 5th edition.**

Applied Statistics:

- **Sarstedt, M. & Mooi, E. (2019). *A Concise Guide to Market Research. The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics*. Springer: Berlin, Heidelberg. 3rd edition.**
- Studenmund, A.H. (2016). *Using Econometrics: A Practical Guide*. Prentice Hall: Upper Saddle River. 7th edition.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79304	VL Research Methodology	Philipp Ottenstein	V,Ü,S,P	2	5
79305	Case Study Business Research	Philipp Ottenstein	V,Ü,S,P	2	

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79304	PLR (Paper Presentation)	50%	Research Methods / Applied Statistics
79305	PLP (Empirical Project)	50%	Research Methods / Applied Statistics

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Keine

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Feedback zur Gruppenarbeit auf Anfrage

Bemerkungen

¹	<i>V Vorlesung</i>	<i>L Labor</i>	<i>S Seminar</i>	<i>PR Praktikum</i>	<i>EX Experiment</i>	<i>X Nicht fixiert</i>
	<i>E Exkursion</i>	<i>Ü Übung</i>	<i>P Projekt</i>	<i>K Kolloquium</i>	<i>EL E-Learning</i>	
	<i>Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32</i>					
²	<i>PLK Schriftliche Klausurarbeiten</i>		<i>PLR Referat</i>	<i>PLL Laborarbeit</i>	<i>PLT Lerntagebuch</i>	
	<i>PLS Hausarbeit/Forschungsbericht</i>		<i>PLE Entwurf</i>	<i>PLF Portfolio</i>	<i>PMC Multiple Choice</i>	
	<i>PLM Mündliche Prüfung</i>		<i>PLP Projekt</i>	<i>PPR Praktikum</i>	<i>PLC Multimedial gestützte Prüfung</i>	
	<i>PLA Praktische Arbeit</i>				<i>(E-Klausur)</i>	
	<i>Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32</i>					

Modul-Nummer: 79907

SPO-Version: SPO 32

Modulname Management Digitaler Produkte

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Keine
Verwendung in anderen SG	Nach Absprache
Sprache	Deutsch

Modulziele Allgemeines

"Software is eating the world" – bereits 2011 erkannte Marc Andreessen, dass die Digitalisierung zahlreiche Industrien und Geschäftsmodelle völlig verändern wird. Und dieser Prozess ist immer noch in vollem Gange. Gerade physische Produkte differenzieren sich im Wettbewerb zunehmend durch digitale Zusatzprodukte oder Services. Das Management digitaler Produkte und Services unterliegt aufgrund der besonderen Eigenschaften des Produktes Software und der dadurch resultierenden hohen Marktdynamik ganz besonderen Spielregeln und Prozessen. Von der Identifikation von Märkten und Zielgruppen, über die Definition von Funktionalitäten und kundengerechten Anwendungsfällen bis hin zur agilen Planung und Entwicklung von digitalen Produkten sind spezielle Methoden und Vorgehensweisen sinnvoll, die für digitale Produkte und den Softwaremarkt spezifisch sind.

Die Vorlesung behandelt Vorgehensmodelle und Methoden sowie Praxisbeispiele zum Produktmanagement (Roll-In Prozess) und der Produktvermarktung (Roll-Out Prozess) von digitalen Produkten, da sie immer mehr Bedeutung in der Wertschöpfungskette eines Unternehmens erlangen. Durch Praxisbeispiele werden theoretischen Konzepte weiter erläutert und begreifbar gemacht.

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden erarbeiten in einer Fallstudie basierend auf der Strategie und der aktuellen Ausgangssituation eines Unternehmens die Produktmanagementstrategie und wenden erlernte Bausteine des Managements digitaler Produkte an. So wird von der Markt- und Wettbewerbsanalyse über Problemidentifikation bis hin zur Produkt- und Go-to-Market-Strategie der strategische Teil des Produktmanagements erlernt. Aber auch Positionierung, Marketecture, Preisgestaltung, Analyse des Buying Center und der Nutzer werden berücksichtigt, sowie die Bereiche Roadmap-Planung und Entwicklungs- und Ressourcenplanung.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden wenden das Gelernte an und sind in der Lage eine Fallstudie eigenständig in Teamarbeit zu analysieren, ein plausibles Konzept zu entwickeln und vor der Gruppe zu präsentieren und zu verteidigen.

Die Studierenden erhalten eine Gesamtübersicht über die vielfältigen Tätigkeitsbereiche des Produktmanagers digitaler Produkte anhand von Praxisbeispielen in der Veranstaltung, die sie ebenfalls in der Diskussion mit Firmenexperten, u. a. einem Produktmanager aus dem Bereich Unternehmenssoftware überprüfen.

Lerninhalte

Gesamtübersicht der Tätigkeitsbereiche und Besonderheiten im Produktmanagement digitaler Produkte.

Die Vorlesungsinhalte werden durch Vorträge unterschiedlicher Firmenexperten ergänzt.:

- Die Besonderheit digitaler Produkte und des Softwaremarktes
- Die Rolle des Produktmanager/in – Aufgaben und Verantwortlichkeiten
- SWOT-Analyse
- Das Geschäftsmodell als Grundlage: Business Model Canvas
- Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Innovationssprünge – die Digitalisierung, Künstliche Intelligenz etc.
- Marktstadien, Produktlebenszyklus und Produkt-Markt-Strategien
- Marktsegmentierung und Positionierung
- Business Planning, Pricing und Normstrategien (Make, Buy or Partner)
- Der Buying Center / Personas (Käufer- und Nutzeranalyse)
- Value Proposition Canvas
- Positionierung mit der Marketecture
- Der Product-Market-Fit und das Minimal Viable Products
- Growth Hacks und Product-led Growth Strategien
- Customer Feedback Best Practices (CIBs, Focus Groups etc.)
- Produktvision, Product Roadmaps, Agile Entwicklungsprozesse, Anforderungs- und Lösungsmanagement
- Budget- und Investitionsplanung, Controlling und KPIs im Produktmanagement
- Produkthanforderungen im Kano Modell
-

Literatur

Dies sind lediglich Empfehlungen zur Vertiefung der Vorlesungsinhalte:

- A. Osterwalder, Y. Pigneur, A. Smith: Business Model Generation, Wiley published, 2010
 A. Osterwalder, et al.: Value Proposition Design, Campus Verlag, 2015
 M. Cagan: Inspired – How to create tech products customers love, Wiley, 2018
 M. Cagan, C. Jones: Empowered – Ordinary people, extraordinary products, Wiley, 2021
 D. Olsen: The Lean Product Playbook, Wiley, 2015
 R. Fitzpatrick: The Mom Test: How to talk to customers & learn if your business is a good idea when everyone is lying to you, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013
 E. Ries: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Penguin Group, 2017
 S. Sinek: Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action, Penguin Group, 2011
 G. Herzwurm, W. Pietsch: Management von IT-Produkten - Geschäftsmodelle, Leitlinien und Werkzeugkasten für softwareintensive Systeme und Dienstleistungen, dpunkt Verlag, 2008
 H.-B. Kittlaus, P. N. Clough: Software Product Management and Pricing – Key Success Factors for Software Organizations. Springer, 2009
 P. Buxmann, H. Diefenbach, T. Hess: Die Softwareindustrie – Ökonomische Prinzipien, Strategien, Perspektiven. Springer, 2008

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79310	Management digitaler Produkte	LB Eric Brabänder	S, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79310	PLR	Die Endnote setzt sich zusammen aus der Bewertung des Übungsaufgaben und des Referats	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Keine

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen alle zugelassenen Hilfsmittel

Letzte Aktualisierung: 07.03.2022, Eric Brabänder

¹ *V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert*
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit
(E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79009
SPO-Version: SPO 32
Modulname Wahlmodul 1

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	1. und 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	Abhängig vom gewählten Modul
Workload Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung Modul	Abhängig vom gewählten Modul
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele	Allgemeines
	Fachliche Kompetenzen
	Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule
	Überfachliche Kompetenzen
	Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule
Lerninhalte	Im ersten und / oder zweiten Semester ist ein Wahlpflichtmodul aus dem Wahlpflichtbereich des Studiengangs oder aus dem Masterangebot der Hochschule nach Genehmigung durch den Studiengang zu wählen. Dieses muss im inhaltlichen Zusammenhang zum Produktmanagement bzw. Start-Up-Management stehen.
Literatur	Abhängig vom gewählten Modul

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul		4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Vorbereitung / Teilnahme Modul: abhängig vom gewählten Modul

Modul: vorherige Genehmigung durch den Studiengang als wirtschaftswissenschaftliches Wahlmodul laut SPO

Prüfung:

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Das Wahlpflichtmodul wird aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen gemäß SPO gewählt

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Constance Richter

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79010
SPO-Version: SPO 32
Modulname Wahlmodul 2

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	1. und 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	Abhängig vom gewählten Modul
Workload Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung Modul	Abhängig vom gewählten Modul
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele	<p>Allgemeines</p> <p>Fachliche Kompetenzen</p> <p>Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule</p> <p>Überfachliche Kompetenzen</p> <p>Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule</p>
Lerninhalte	<p>Im ersten und / oder zweiten Semester ist ein Wahlpflichtmodul aus dem Wahlpflichtbereich des Studiengangs oder aus dem Masterangebot der Hochschule nach Genehmigung durch den Studiengang zu wählen. Dieses muss im inhaltlichen Zusammenhang zum Produktmanagement bzw. Start-Up—Management stehen.</p>
Literatur	<p>Abhängig vom gewählten Modul</p>

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79817	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul		4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Vorbereitung / Teilnahme Modul: abhängig vom gewählten Modul

Modul: vorherige Genehmigung durch den Studiengang als wirtschaftswissenschaftliches Wahlmodul laut SPO

Prüfung:

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Das Wahlpflichtmodul wird aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen gemäß SPO gewählt

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Constance Richter

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79011**SPO-Version: SPO 32****Modulname Wahlmodul 3**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	1. und 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	Abhängig vom gewählten Modul
Workload Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung Modul	Abhängig vom gewählten Modul
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele	Allgemeines Fachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule Überfachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule
Lerninhalte	Im ersten und / oder zweiten Semester ist ein Wahlpflichtmodul aus dem Wahlpflichtbereich des Studiengangs oder aus dem Masterangebot der Hochschule nach Genehmigung durch den Studiengang zu wählen. Dieses muss im inhaltlichen Zusammenhang zum Produktmanagement bzw. Start-Up—Management stehen.
Literatur	Abhängig vom gewählten Modul

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79818	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul		4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Vorbereitung / Teilnahme Modul: abhängig vom gewählten Modul

Modul: vorherige Genehmigung durch den Studiengang als wirtschaftswissenschaftliches Wahlmodul laut SPO

Prüfung:

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Das Wahlpflichtmodul wird aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen gemäß SPO gewählt

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Constance Richter

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer:
SPO-Version: SPO 32
Modulname Masterarbeit

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constance Richter
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	3. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	30 CP
Workload Präsenz	
Workload Selbststudium	900 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Die Masterthesis kann erst begonnen werden, wenn im bisherigen Studienverlauf mindestens 255 Credit Points erreicht worden sind. Prüfung: Masterthesis und Kolloquium
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele
Allgemeines
Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, technische und betriebswirtschaftliche Theorien und Modelle selbständig zur Bearbeitung wissenschaftlicher und anwendungsbezogener Analysen und zur Entwicklung von eigenständigen Lösungen zu gegenüberzustellen und anzuwenden.

Weiterhin sind die Studierenden fähig, die vertieften und detaillierten Kenntnisse aus den Bereichen Produktmanagement als Intrapreneure in das Unternehmen und im Bereich Start-up-Management als Entrepreneure in das Gründungsvorhaben wissenschaftlich und anwendungsbezogen zu integrieren sowie diese praktisch umzusetzen.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind fähig die Masterthesis als komplexes Projekt eigenverantwortlich und termingerecht zu planen und zu steuern. Sie können im Laufe des Bearbeitungsprozesses eigene und fremde Erwartung analysieren, einordnen und reflektieren. Sie sind in der Lage, in angemessener Weise Prioritäten zu setzen und Belastungen im Projektverlauf standzuhalten. Beim Auftreten von Hürden sind Sie in der Lage, ihr Handeln flexibel zu bewerten, dies ggf. mit Projektpartnern eigenverantwortlich und ergebnisorientiert zu verhandeln und sind in der Lage sich die notwendige externe bzw. zusätzliche Unterstützung einzuholen. Zudem sind die Studierenden in der Lage, methodische und fachliche Kritik anzunehmen, zu analysieren und sich konstruktiv damit auseinanderzusetzen.

Die Studierenden sind fähig, die Methoden ein komplexes Projekt professionell und pragmatisch zu konzipieren und durchzuführen sowie Projektfortschritte und -ergebnisse zielorientiert ggü. internen und externen Projektpartnern vorzustellen und zu verteidigen. Sie sind in der Lage, die passenden wissenschaftliche Methodik für Ihr Projekt zu bestimmen und zu beurteilen. Weiterhin sind Sie in der Lage die verwandten wissenschaftlichen Methoden und deren Ergebnisse in fachlichen Diskussionen einzubringen und Ihre Ergebnisse fundiert zu vertreten.

Lerninhalte Die Masterthesis kann insbesondere an ein im Masterstudium oder im beruflichen Kontext realisiertes Projekt aus dem Bereich des Produktmanagements bzw. Start-Up-Management anschließen sowie insbesondere vorbereitende Projekte zur Produktrealisierung und Existenzgründung beinhalten. In jedem Fall ist eine anwendungsbezogene Fragestellung auf gefestigter wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten.

Literatur Theisen, Manuel: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, in aktueller Auflage, Vahlen

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
9999	schriftliche Masterthesis	Professoren und / oder Lehrbeauftragte	PS		
9998	Masterarbeit-Kolloquium	Professoren und / oder Lehrbeauftragte	PS		

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
9999	80 % Bewertung schriftliche Masterthesis und 20 % Präsentation im Rahmen des Kolloquiums	80 % schriftliche Arbeit und 20 % Kolloquium	
9998			

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Beide Teilleistungen müssen für sich bestanden werden. Ein nicht bestandenes Kolloquium kann bei bestandener schriftl. Arbeit einmal wiederholt werden.

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Constance Richter

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32