Hochschule Aalen

Fakultät Optik und Mechatronik

Modulhandbuch Business Development

Stand: 12.10.2022

Über dieses Modulhandbuch

In diesem Modulhandbuch finden Sie zu jedem Modul eine Beschreibung. Diese beinhaltet die zu erreichen Kompetenzen, Inhalte, Literatur und Prüfungsleistung. Jedes Semester wird eine Modulbeschreibung zu Semesterbeginn veröffentlicht (siehe Fußzeile). Das Sommersemester beginnt am 1. März, das Wintersemester am 1. September.

Think Before Printing

Wir wollen Sie nicht generell vom Drucken abhalten. Wir denken einfach, dass eine Erinnerung nicht schaden kann, dass die Verschwendung von Papier, Tinte und Toner weder wirtschaftlich noch ökologisch sinnvoll ist.

Inhaltsübersicht

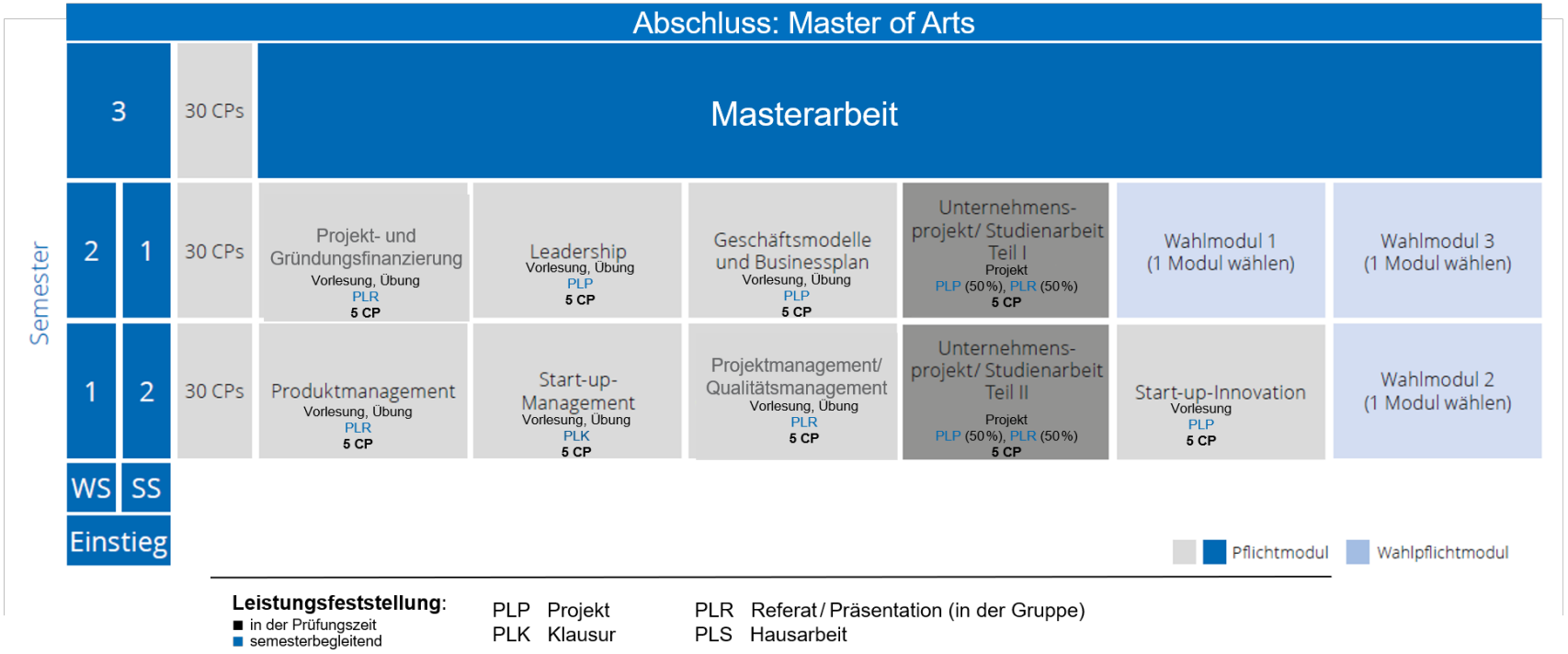
Grafische Übersicht der Pflichtmodule Business Development

Tabellarische Übersicht der Pflichtmodule Business Development

Tabellarische Übersicht der Wahlpflichtmodule Business Development

Modulbeschreibungen der einzelnen Module

Grafische Übersicht der Module Business Development



Hinweis für die Konzeptakkreditierung:
Die Modulnummern und Lehrveranstaltungsnummern sind für die gemeinsamen Module der Studiengänge Information Design und User Experience identisch. Die studiengangsspezifischen haben im Studiengang Information Design den Nummernkreis 98xxx. Das muss in de SPO noch nachgezogen werden.

Hochschule Aalen
Fakultät Optik und Mechatronik

Tabellarische Übersicht der Pflichtmodule Business Development

„Business Development“ Pflichtprogramm						
Nr.	**Modul /** Lehrveranstaltung	**Art**	**Studiensemester** SWS			**CP**
			WiSe	SoSe	3. (Abschluss-semester)	
Pflichtprogramm						
79001	**Start-up-Management**					**5**
79101	Start-up-Management	V, Ü	4			5
79002	**Produktmanagement**					**5**
79102	Produktmanagement	V	2			5
79103	Übungen zum Produktmanagement	Ü	2			
79003	**Projektmanagement**					**5**
79104	Projektmanagement	V, Ü	2			5
79105	Übungen zum Projektmanagement	V, Ü	2			
79004	**Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil I[1)]**					**5**
79106	Unternehmensprojekt / Studienarbeit Produkt-management und Start-up Management Teil 1[1)]	P	4	4		5
79005	**Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil II[1)]**					**5**
79201	Unternehmensprojekt / Studienarbeit Produkt-management und Start-up Management Teil 2[1)]	P	4	4		5
79006	**Geschäftsmodelle und Businessplan**					**5**
79202	Geschäftsmodelle und Businessplan	V, Ü		4		5
79007	**Leadership**					**5**
79203	Leadership/Nachhaltige Unternehmensführung	V, Ü		4		5
79008	**Projekt- und Gründungsfinanzierung**					**5**
79204	Projekt- und Gründungsfinanzierung	V, Ü		4		5
79013	**Start-up-Innovation**					
79207	Start-up-Innovation	V	4			5
	Anzahl SWS	Je nach Studien-start	**16 oder 20 SWS**			
	Anzahl CP		**20 oder 25 CP**			
	Anzahl Prüfungen		**4 oder 5 Prüfungen**			

Tabellarische Übersicht der Wahlpflichtmodule Business Development

„Business Development“ Wahlpflichtbereich						
Nr.	**Modul/** Lehrveranstaltung	**Art**	**Studiensemester** SWS			**CP**
			WiSe	SoSe	3. (Abschluss-semester)	
Wahlpflichtbereich (Wahl von drei Modulen im Umfang von je 5 CP im Winter- und Sommersemester)						
79009	**Wahlmodul 1**		**X**			**5**
79820	Wahlmodul 1 - (Fächer aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen nach Genehmigung)	V, Ü, S, P	X			5
79010	**Wahlmodul 2**			**X**		**5**
79817	Wahlmodul 2 - (Fächer aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen nach Genehmigung)	V, Ü, S, P		X		5
79011	**Wahlmodul 3**			**X**		**5**
79818	Wahlmodul 3 - (Fächer aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen nach Genehmigung)	V, Ü, S, P		X		5
Wahlpflichtbereich (Wahl von drei Modulen im Umfang von je 5 CP im Winter- und Sommersemester *`beispielhafte Darstellung, weitere Wahlmodule sind entsprechend der vom Studiengang festgelegten Liste möglich)						
79901	**Idea to Market**					**5**
79301	Idea to Market	P	4	4		5
79902	**Geschäftsideen im Beschleuniger**					**5**
79302	Academic Seed Accelerator Program	V, Ü, P	4	4		5
79903	**Consulting Projekte**					**5**
79303	Consulting Projekte	S, Ü, P	4	4		5
79904	**Research in Business**					**5**
79304	VL Research Methodology	V, Ü, S		2		5
79305	Case Study Business Research			2		
79909	**Human Centred Services and Products**					**5**
79312	Human Centred Services and Products	V, Ü	4			5
79906	**Entrepreneurship in Asien**					
79309	Entrepreneurship in Asien	V, Ü, P		4		5
79907	**Management digitaler Produkte**					
79310	Management digitaler Produkte	S, Ü		4		5
79908	**Social Entrepreneurship**					
79311	Social Entrepreneurship	V, Ü, P	4			5
	Anzahl SWS gesamt		**16 oder 20 CP +WP[3)]**	**16 oder 20 CP + WP[3)]**		

	Anzahl CP gesamt	Je nach Studien-start	**30**	**30**		**90**
	Anzahl Prüfungen gesamt		**4 bis 5 Prüfungen + WP[3)]**	**4 bis 5 Prüfungen + WP[3)]**		**14**

Start-Up Management

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Holger Held
Modulnummer	79001
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

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

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- erweitern ihre Fähigkeiten, um in idealerweise interdiszplinären Projektgruppen komplexe Fragestellungen zu bearbeiten
- können gemeinsam eine einheitliche und effektive Lösung entwickeln.
- können Konzepte und Entscheidungen unter sehr großer Unsicherheit und auf der Basis zahlreicher Annahmen modellieren;
- können in hohem Maße abstrakt und vernetzt zu denken.

Lerninhalte

1. 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
- 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

Weiterführende Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79101	Start-up Management	Prof. Dr. Holger Held	V, Ü	4

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[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.

---

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

Produktmanagement

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constance Richter
Modulnummer	79002
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	2
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- haben einen Überblick über die zentralen Aufgaben und Prozesse des Produktmanagement und kennen die Schnittstellen zu anderen betrieblichen Funktionsbereichen. Sie sind mit Methoden zur Erhebung, Analyse und Bewertung von Märkten (insb. Kundenanforderungen, Markt- und Wettbewerbsstrukturen) sowie zum Generieren, Analysieren und Bewerten von Innovationen und Technologien vertraut und können diese bedarfsbezogen anwenden. Sie sind in der Lage Innovations- und Technologieprozesse in Unternehmen zu organisieren, zu planen und zu steuern.
- können durch Übungseinheiten entlang einer Fallstudie die Gesamtsituation eines realexistierenden Unternehmens anhand der erlernten Bausteine des Produktmanagements, wie z. B. Vision, Mission, Ziele, Marktsituation, Positionierung, Wirtschaftlichkeitsanalyse, Marketingstrategien und Marketing-Mix in den Phasen des Produktlebenszyklus, analysieren.
- können eine hypothetische Weiterentwicklung eines Produktes oder eines Services für ein Unternehmens entwickeln und konzipieren und beherrschen die Methoden des Produktmanagements (z.B. SWOT, Business Model Canvas, Value Proposition Design, Marktanalyse, Lean Product Management) und des Marketing Mix für ein mögliches Zukunftsszenario.
- können themenspezifische Informationen schriftlich und mündlich zusammenfassen.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- können das Gelernte anwenden und im Rahmen von Übungseinheiten anhand einer Fallstudie eigenständig in Teamarbeit analysieren, ein plausibles hypothetisches Zukunftskonzept entwickeln und dieses vor der Gruppe präsentieren und verteidigen.
- 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

- Aufgaben und Anforderungen an den/die Produktmanager/in
- Organisatorische Strukturen und Prozesse des Produktmanagement
- Schnittstellen des Produktmanagement zu anderen betrieblichen Funktionen (insb. Produktentwicklung, Produktion, Qualitätsmanagement und Logistik)
- Unternehmenszweck & Kennzahlen
- Mission, Vision, Ziele
- Grundlegende Begriffe des Innovations- und Technologiemanagement
- Technologie-, Markt- und Produktlebenszyklus
- SWOT-Analyse
- Strategien; Normstrategien nach Porter
- Branchenstrukturanalyse (Porter´s 5 Forces)
- Portfolio-Analyse (BCG-Matrix)
- Marktanalyse
- Buying Center Analyse
- Marktsegmentierung und Positionierung
- STP-Planungs- und Strategieprozess
- Lean Start-Up und Lean Product Management Methoden
- 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

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

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

J. Knapp: Sprint: Wie man in nur fünf Tagen neue Ideen testet und Probleme löst, Redline Verlag, 2021

Weiterführende Literatur

Weitere Literaturangaben im Verlauf der Vorlesung und Übungen

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79102	Produktmanagement	Eric Brabänder	V	2
79103	Übungen Produktmanagement	Eric Brabänder	Ü	2

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[2]	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79102 79103	PLK	Die Endnote setzt sich zusammen aus der Bewertung der Übungsaufgaben und Klausurnote	

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

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

—

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

—

Bemerkungen

alle zugelassenen Hilfsmittel

Projektmanagement

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Karsten Wendland
Modulnummer	79003
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

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

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- können interdisziplinäre Fragestellungen und Aufgaben mit einem hohen sozialen Kontext lösen.
- können ihre Rollen eigenständig entwickeln und so spielerisch sowohl die Führung eines Teams als auch die Mitarbeit im Team erlernen.
- können die Grundlagen der Selbstorganisation analysieren und diese direkt im teamorientierten Erarbeiten und Verarbeitens des Lehrstoffes sowie dem Mitgestalten der Lehrveranstaltung anwenden.
- sind fähig, aktiv und konkret Fragestellungen zu formulieren, diese miteinander sowie mit der Lehrkraft zu diskutieren.
- 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

- 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

Weiterführende Literatur

Weitere Literaturangaben im Verlauf der Vorlesungen Skripte

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79104	Projektmanagement	Prof. Dr. Karsten Wendland, Marco Röttger	V	2
79105	Übungen zum Projektmanagement		Ü	2

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

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

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

—

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

—

Bemerkungen

—

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

Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil I

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constance Richter
Modulnummer	79004
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

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.
- sind fähig ein komplexes Projekt / Vorhaben selbständig über einen längeren Zeitraum (ein Jahr) zu entwickeln, durchzuführen, zu bewerten.
- Können ihre Ergebnisse 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.
- 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.
- 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 Unternehmensthemas 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

Weiterführende Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
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

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[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

---

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

Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil II

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constance Richter
Modulnummer	79005
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

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.
- sind fähig ein komplexes Projekt / Vorhaben selbständig über einen längeren Zeitraum (ein Jahr) zu entwickeln, durchzuführen, zu bewerten.
- Können ihre Ergebnisse 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.
- 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.
- 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 Unternehmensthemas 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 Teil 2 werden davon die Phasen 4. Hypothesen und Konzeption, 5. Umsetzung/Hypothesentest (Prototyp/ Minimum Viable Product) und 6. Evaluierung/Validierung aus der Kudensicht 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

Weiterführende Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
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

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[2]	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79201	Abschlussprüfung in Form einer Präsentation	Zwischenbericht und Präsentation je 50 %	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

—

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

—

Bemerkungen

---

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

Geschäftsmodelle und Businessplan

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Holger Held
Modulnummer	79006
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- sind in der Lage, attraktive Geschäftsmodelle zu entwerfen und unternehmerisches Denken praxisorientiert (Businessplan) zu erfahren respektive zu gestalten.
- 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.
- sind in der Lage Chancen und Risiken der Geschäftsmodelle zu beurteilen.
- 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

Die Studierenden …

- können Ideen generieren, bewerten und umsetzen.
- sind fähig, ihre bereits in anderen Semestern erworbene Fähigkeit in (im Idealfall: interdisziplinären) Projektgruppen zu analysieren und zu beurteilen.
- sind fähig komplexe Fragestellungen zu bearbeiten und gemeinsam eine einheitliche Lösung vorzustellen.

Lerninhalte

- Geschäftsmodelle, u.a. St. Gallen Business Modell Navigator
- Lean-Startup
- Customer Development, u.a. Customer Discovery und Kundenvalidierung
- 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

Weiterführende Literatur

Weitere Hinweise in der Vorlesung

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79202	Geschäftsmodelle und Businessplan	Prof. Dr. Holger Held	V, Ü	4

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

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

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[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.

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

Leadership

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Patrick Ulrich
Modulnummer	79007
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- erlangen Kenntnisse über die theoretischen Grundlagen von Führung und Motivation und können die Taxonomie der Führungskompetenzen erläutern.
- können eine Führungssituation in der Praxis in ihre Bestandteile zerlegen, um vertiefenden Einblick in die Motivationsstruktur der Beteiligten sowie Erfolgs- und Misserfolgsfaktoren von Führung in der Unternehmenspraxis zu erlangen.
- 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.
- können ihre Führungskenntnisse auf praktisch umsetzbare Instrumente wie z.B. Mitarbeitergespräche und Aspekte des Change Management übertragen.
- können 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.
- sind in der Lage, Theorien, Führungsstile und Führungsinstrumente zu vergleichen und zu bewerten.
- sind 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

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.

Weiterführende Literatur

Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird im Kurs mitgeteilt.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79203	Leadership / Nachhaltige Unternehmensführung	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich	VÜ	4

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 Leistungsnachweises[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

—

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

Projekt- und Gründungsfinanzierung

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constance Richter
Modulnummer	79008
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- können in relevanten Gründungs- und Projektfinanzierungssituationen kompetent und angemessen agieren.
- können wesentliche Elemente der Kapitalbeschaffung (Eigen- und Fremdkapital) strukturieren und anwenden.
- sind in der Lage, die Finanzierungsbasis ihres Start-ups oder ihres Projektes zu bewerten.
- ferner die Anforderungen, die an ein modernes Liquiditätsmanagement gestellt werden, analysieren.
- 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.
- können die Finanzierungsinstrumente unterscheiden und einschätzen und die Besonderheiten im Rahmen der Finanzierungsmöglichkeiten von jungen Unternehmen oder Projekten in größeren Unternehmen beurteilen.
- sind in der Lage, kurz-, mittel,- und langfristige Finanzpläne zu entwickeln und so die Liquiditäts- und Kapitalsituation einer Unternehmung einzuschätzen.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- durch die Bearbeitung von eigenen oder gestellten Fällen können die Studierenden sowohl selbständig, als auch im Team, arbeiten.
- können mathematischen Grundlagen der Finanzierungs- und Investitionsrechnung.
- können Gesprächsführungen bei Finanzierungsverhandlungen managen.

Lerninhalte

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

Case Study:

- Vorstellung der Fallstudie/ Anleitung zur Auswertung der Fallstudie
- Liquiditätsplan, Finanzplan
- Bewertung der Start-ups, Pre Money Value, Post Money Value
- Cap Table
- Founders Dilemma
- Term Sheet (Key Termns)
- Anti Dilution Protection, (weight Avarage, full ratchet Berechnung)
- ESOP (Pool Size pre money, post money),
- Liquidation Preference, Term Sheet im deutschen Kontext
- BATNA und Verhandlungscanvas

Literatur

Christopher Hahn (Hrsg.): Finanzierung von Start-Up Unternehmen, Springer Gabler, 2018 (eBook)

Matthias Hauser / Christian Warns 5. erweiterte und aktualisierte Auflage 2014: Grundlagen der Finanzierung anschaulich dargestellt (mit Übungsaufgaben)

Hans Paul Becker, Arno Peppmeier: Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Springer Gabler, 2018

Bussgang, Jeffrey J., and Michael J. Roberts. "Entrepreneurship Reading: Partnering with Venture Capitalists." Core Curriculum Readings Series. Boston: Harvard Business Publishing 8240, 2015.

Weiterführende Literatur

Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird im Kurs mitgeteilt.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79204	Projekt- und Gründungsfinanzierung	Thomas Dittler, Eka Hammerlindl	VÜ	4

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[2]	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79204	PLR	benotete Projektarbeit	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

—

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

—

Bemerkungen

—

---

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

Start-Up-Innovation

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. -Ing. Rene Niethammer
Modulnummer	79013
Prüfungsnummer	
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- sind in der Lage, selbstständig eine eigene Innovationsstrategie für Gründungen und Start-ups zu entwickeln.
- 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.
- sind in der Lage die agilen Methoden Design-Thinking und StartUp-Canvas anzuwenden

Lerninhalte

- 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

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

Weiterführende Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79207	Start-Up-Innovation	Prof. Dr.-Ing. Rene Niethammer	V	4

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

[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

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[2]	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79207	PLP oder PLF		Die Vorlesung Start-up- Innovation ist vorrangig Pflichtfach im Studiengang Master Business Develop- ment 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 Abstim- mung 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

—

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

Idea to Market

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constance Richter
Modulnummer	79901
Prüfungsnummer	
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

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
- können durch die Gegenüberstellung verschiedener, auch internationaler Start-Up-Ökosysteme diese in einen globalen Kontext einordnen können themenspezifische Informationen recherchieren, erheben, be- und auswerten.
- kennen verschiedene Aspekte und länderspezifische Vorgehensweisen einer Gründung, die im Rahmen einer interkulturellen Zusammenarbeit wichtig sind
- können themenspezifische Informationen schriftlich und mündlich zusammenfassen.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- können komplexe Zusammenhänge systematisch strukturieren
- erweitern ihre digitale Kompetenz, Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Selbstführungskompetenz sowie ihre Eigeninitiative

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 dem Start-Up Ökosystem einer anderen, für die Studierenden frei wählbaren Stadt (Ausnahme: Nicht wählbar ist Tel Aviv oder das Silicon Valley)
- Abgleich der im Rahmen der Sekundärforschung erworbenen Erkenntnisse unter Berücksichtigung der Interessen verschiedener Stakeholder

Literat

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_IN_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

Weiterführende Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79301	Idea to Market	Dr. Harry Bauer	E, L	4

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[2]	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79301	PLP	Benotet	Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

—

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

—

Bemerkungen

—

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

Consulting Projekte

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. René Niethammer
Modulnummer	79903
Prüfungsnummer	
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	- Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit - Bereitschaft zur Gruppenarbeit
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- Das Modul Consulting Projekte schafft ein differenziertes Verständnis für den typischen Ablauf von Beratungsprojekten, von der Akquise, über die Projektbearbeitung bis zum erfolgreichen Abschluss.
- die wichtigsten Methoden wie pyramidales und analytisches Denken, die Gesprächsführung sowie die Ergebnispräsentation.
- verfügen Studierende über ausgewogene fachlich-analytische, interdisziplinäre sowie beratungsspezifische Kompetenzen.
- sind in der Lage, Grund- und Spezialkenntnisse der Unternehmensberatung in die erfolgreiche Bearbeitung von Beratungsprojekten einfließen zu lassen.
- verstehen die komplexen Zusammenhänge von Kundenerwartungen und Beraterrollen sowie der damit verbundenen Berater-Klienten-Beziehungen.
- 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

Die Studierenden …

- können durch Theorieteile, Übungen und Vorträge können die 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).

Weiterführende Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

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

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[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.

---

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

Human Centred Services and Products

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constance Richter
Modulnummer	79909
Prüfungsnummer	
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- haben ein Verständnis für die Bedeutung der menschzentrierten Produkt- und Serviceentwicklung
- kennen verschiedene Methoden der menschzentrierten Produkt- und Serviceentwicklung und
- können menschzentrierte Methoden situationsbedingt auswählen und anwenden.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- kennen die Bedeutung der ethischen und verantwortungsbewussten Datenerhebung und Datenverwendung, unter denen die Analyse und Interpretation von Erkenntniszusammenhängen möglich ist.
- können die Erkenntnisse ergebnisorientiert visualisieren und präsentieren.

Lerninhalte

- Grundlegende Begriffe und Konzepte (Einführung in Usability, Definition von Usability und User Experience, ISO 9241 Familie von Standards)
- Grundsätze der menschzentrierten Gestaltung; Verstehen und Spezifizieren des Nutzungskontexts und Erstellung von Personas (Komponenten, Verstehen, Spezifizieren des Nutzungskontexts); Requirements Engineering; Prototyping und Evaluation
- Menschzentrierte Methoden (bspw. Menschzentrierter Gestaltungsprozess, Situation Awareness, …)

Literatur

DIN EN ISO 9241-210:2020-03, Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 210: Menschzentrierte Gestaltung interaktiver Systeme (ISO 9241-210:2019)

Geis, Thomas; Tesch, Guido (2019): Basiswissen Usability und User Experience. Aus- und Weiterbildung zum UXQB Certified Professional for Usability and User Experience (CPUX) - Foundation Level (CPUX-F). 1. Auflage. Heidelberg: dpunkt.verlag.

Weiterführende Literatur

—

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79312	Human Centred Services and Products	Prof. Dr. Constance Richter		4

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[2]	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79312	PLF		

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

—

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

—

Bemerkungen

—

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

Social Entrepreneurship

Studiengang	Business Development
Studien- und Prüfungsordnung	SPO 32
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constance Richter
Modulnummer	79908
Prüfungsnummer	
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. Semester bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Anzahl der Lehrveranstaltungen	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credit Points	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung	—
Sprache	Deutsch
Organisationsform	Präsenz

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

- sind mit den Grundlagen von Business Ethics und Corporate Social Responsibility (CSR) vertraut
- sind in der Lage, deren theoretische und praktische Relevanz einzuschätzen und zu präsentieren
- kennen die gängigen Instrumente zur Implementierung von Corporate Social Responsibility (CSR)
- können die jeweiligen Möglichkeiten und Grenzen der CSR-Instrumente einschätzen und ihre Bedeutung anhand von Praxisfällen illustrieren

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden …

–

- können geeignete Instrumente zur sozialen Gründung in sozialen Sektoren konzipieren und zur Anwendung bringen
- sind in der Lage, soziale und persönliche Kompetenzen im Umgang mit ethischen Herausforderungen unternehmerischen Handelns zu integriere
- sind für den Umgang mit komplexen ethischen Problematiken der Praxis sensibilisiert
- Sind in der Lage, soziale und gemeinnützige Organisationen zu erkennen und sich derer Vor- und Nachteile bewusst

Lerninhalte

- Soziale Sektoren und deren Überschneidungen
- Gemeinnützige Gründungsformen und deren Besonderheiten
- Corporate Social Responsibility (CSR) mit besonderem Hinblick auf: Business Ethics& Moral Leadership, Kodizes, Unternehmensleitlinien, Standards (Arten und Wirkung, Probleme der Erstellung und Implementation), Rechte der Arbeitnehmer mit aktuellen Thema: Whistle-Blowing und Hinweisgebersysteme
- Finanzierung und Geldgeber im sozialen Sektor, Fördermöglichkeiten (auch für gewinnorientierte Unternehmen)
- PR& Marketing, öffentliche Wahrnehmung und Nachhaltigkeit von Maßnahmen
- BestPractice mit praktischen Beispielen

Literatur

Scheuerle, Thomas et.al. 2013: Social Entrepreneurship in Deutschland – Potentiale und Wachstumsproblematiken

European Commision 2014: Social enterprises and their ecosystems in Europe – Comparative synthesis report

Aßländer, M.S. (Hrsg.) 2011: Handbuch Wirtschaftsethik

Weiterführende Literatur

Wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art[1]	SWS
79311	Social Entrepreneurship	Sarah Galleguillos Kempf	S	4

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises[2]	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79311	PLP	100 %	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

—

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

—

Bemerkungen

—

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