

Modulhandbuch

Fakultät Wirtschaft und Verkehr

Studiengang Master in Entrepreneurship mit Abschluss Master of Science (M.Sc.)

Datum der Einführung:	22.07.2022
Studiengangverantwortlicher:	Prof. Dr. Bettina Merlin
Erstellungsdatum:	17.05.2023
Workload:	125h/ECTS
SPO:	2

Überblick über die Module des Studiengangs

Modul	Verantwortlich
Masternote 120	
Masternote 120	
M1 Social Entrepreneurship	Prof. Dr. Bettina Merlin
M2 Entrepreneurial Mindset & Future Value Creation	Prof. Dr. Bettina Merlin
M3 Marktforschungsmethoden	Prof. Dr. Bettina Merlin
M4 Entrepreneurship I	Prof. Dr. Bettina Merlin
M5 Innovation Management	Prof. Dr. Bettina Merlin
M6 Strategic Management	Prof. Dr. Ralf Dillerup
M7 Entrepreneurial Leadership	Prof. Dr. Bettina Merlin
M8 Entrepreneurshipstudie: Marketing und Gründer	Prof. Dr. Bettina Merlin
M9 Entrepreneurship II	Prof. Dr. Bettina Merlin
M10 Management-Fähigkeiten A	Prof. Dr. Ralf Dillerup
M11 Management-Fähigkeiten B	Prof. Dr. Ralf Dillerup
M12 Kolloquium und Persönlichkeitskompetenzen	Prof. Dr. Bettina Merlin
M13 Master-Thesis	Prof. Dr. Bettina Merlin

Ziele des Studiengangs Master in Entrepreneurship

Innovation ist einer der wichtigsten Wachstumsfaktoren für Unternehmen und der Schlüssel zum Erfolg. Mit dem interdisziplinären Master-Studiengang Entrepreneurship werden die Studierenden auf die Herausforderungen und Chancen einer Unternehmensgründung vorbereitet und bei Bedarf in der Startphase unterstützt. Ein breites Angebot an Wahlpflichtfächern spiegelt die Anforderungen unterschiedlicher Geschäftsideen und Gründungsaufgaben wider. Die Pflichtmodule liefern die Basis für die Gründung, Führung und Weiterentwicklung eines Unternehmens. Ein optionales 4. Semester ermöglicht praktische Erfahrungen, entweder in einem Startup-Unternehmen oder im Ausland. Um das unternehmerische Denken und Handeln zu stärken und eine eigene Gründungsidee zu entwickeln, sind Methoden des problembasierten Lernens, des forschenden Lernens und des Coachings fester Bestandteil der Lehre. Zielgruppe des Vollzeit-ME-Programms sind Absolventen aller Fachrichtungen, die sich selbstständig machen wollen. Nach Abschluss des Programms erhalten die Studierenden den Titel Master of Science (M.Sc.).

Modul M1 151710 Social Entrepreneurship

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	<ul style="list-style-type: none"> • LE1: Die Studierenden sind in der Lage, nachhaltigkeitsbezogene Konzepte in Bezug auf Unternehmertum zu definieren und zu erklären; • LO2: Die Studierenden sind in der Lage, eine Analyse der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung durchzuführen und das Business Model Canvas anzuwenden, um selbstständig kreative und fundierte Geschäftsideen für komplexe praktische Herausforderungen zu entwickeln; • LO3: Die Studierenden sind in der Lage, nachhaltige Geschäftsmodelle für neue Unternehmungen zu identifizieren, zu bewerten und kritisch zu analysieren; • LE4: Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Wissen objektiv und selbstständig anzuwenden, um ein nachhaltiges Geschäftsmodell für ein neues Unternehmen zu entwickeln; • LE5: Die Studierenden sind in der Lage, ihr selbstständig erstelltes Geschäftsmodell gegenüber Dritten klar, prägnant und stilistisch angemessen zu kommunizieren; • LE6: Die Studierenden sind in der Lage, "klassische" und "alternative/social entrepreneurship" Geschäftsmodelle hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu kritisieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studenten werden entsprechend der Bloomschen Taxonomie, Fähigkeiten zur Analyse, Synthese und Bewertung sozialer Geschäftsmodelle erwerben
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer sind in der Lage, die folgenden Sozialkompetenzen zu entwickeln: Kommunikation, Konfliktlösung, Beziehungsaufbau und Zuhören, Entscheidungsfindung, Problemlösung, Organisations- und Planungsfähigkeiten Überzeugungs- und Beeinflussungsfähigkeiten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Teilnehmer übernehmen Verantwortung, organisieren ihre Zeit, arbeiten selbstständig, entwickeln ihre Kooperationsfähigkeit, ergreifen Initiative und wenden Selbstdisziplin an.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.1 151711 Social Entrepreneurship

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Social Entrepreneurship
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesungen, Seminare, Workshops, Fallstudien, projekt- und problembasierter Unterricht und Coaching. Formative und summative Beurteilung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<ul style="list-style-type: none"> • LE1: Die Studierenden sind in der Lage, nachhaltigkeitsbezogene Konzepte in Bezug auf Unternehmertum zu definieren und zu erklären; • LO2: Die Studierenden sind in der Lage, eine Analyse der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung durchzuführen und das Business Model Canvas anzuwenden, um selbstständig kreative und fundierte Geschäftsideen für komplexe praktische Herausforderungen zu entwickeln; • LO3: Die Studierenden sind in der Lage, nachhaltige Geschäftsmodelle für neue Unternehmungen zu identifizieren, zu bewerten und kritisch zu analysieren; • LE4: Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Wissen objektiv und selbstständig anzuwenden, um ein nachhaltiges Geschäftsmodell für ein neues Unternehmen zu entwickeln; • LE5: Die Studierenden sind in der Lage, ihr selbstständig erstelltes Geschäftsmodell gegenüber Dritten klar, prägnant und stilistisch angemessen zu kommunizieren; • LE6: Die Studierenden sind in der Lage, "klassische" und "alternative/social entrepreneurship" Geschäftsmodelle hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu kritisieren.

Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studenten werden entsprechend der Bloomschen Taxonomie, Fähigkeiten zur Analyse, Synthese und Bewertung sozialer Geschäftsmodelle erwerben.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer sind in der Lage, die folgenden Sozialkompetenzen zu entwickeln: Kommunikation, Konfliktlösung, Beziehungsaufbau und Zuhören, Entscheidungsfindung, Problemlösung, Organisations- und Planungsfähigkeiten, Überzeugungs- und Beeinflussungsfähigkeiten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Teilnehmer übernehmen Verantwortung, organisieren ihre Zeit, arbeiten selbstständig, entwickeln ihre Kooperationsfähigkeit, ergreifen Initiative und wenden Selbstdisziplin an.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeit • Soziales Unternehmertum • Geschäftsmodell-Design/Geschäftsmodell-Canvas • Sustainable Development Goals • Wirkungsevaluation von Social Entrepreneurship
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	siehe Syllabus
Terminierung im Stundenplan	siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M2 151720 Entrepreneurial Mindset & Future Value Creation

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	<p>Future Value Creation ist ein Modell, das sich innerhalb der Entrepreneurship Ausbildung auf die Pre-Phase konzentriert - die Phase vor der Ideen-Entwicklung.</p> <p>In der Vor-Phase geht es vor allem darum, Mehrwertdenken auszubilden und das Handwerk dafür zu vermitteln, wie sich überhaupt relevante Themen für Menschen und die Welt aufspüren und entwickeln lassen. Auch erlangt man hier das Bewusstsein dafür, wie wichtig eine transformative und visionäre Zielsetzung für zukünftige Geschäftsmodelle ist, die wirklich etwas verändern und verbessern sollen. Diese Phase ist daher auch besonders geeignet, ein intuitives Entrepreneurial Mindset auszubilden und nachhaltig zu verankern.</p> <p>Erst nach Durchlaufen der Pre-Phase und nach dem intensiven Prüfen der Relevanz-Frage, erfolgt der Einstieg in die weitere Ideen-Ausarbeitung, die sukzessive Produkt-Entwicklung und in die Analyse der Markttauglichkeit (Modul Marktforschung).</p> <p>Wir konzentrieren uns daher in dieser Veranstaltung vor allem auf das Grundlagen-Legen für die Innovations- und Visionskraft sowie für die Resilienz der zukünftigen Geschäftsmodelle und Entrepreneurship-Aktivitäten.</p> <p>Future Value Creation kann man nicht theoretisch erlernen, daher ist diese Vorlesung von Anfang an auf Gleichzeitigkeit ausgelegt: Gleichzeitigkeit von Lernen, Ausloten, Probieren, Reflektieren und Entwickeln.</p>

<p>Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung</p>	<p>Im Rahmen dieser Vorlesung werden Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • befähigt, eine tragfähige und relevante Idee als Grundlage für ihren nächsten Schritte als Entrepreneur*in zu entwickeln • befähigt, die Voraussetzungen für Innovation, Mehrwert und Wertschöpfung kennenzulernen und intensiv zu reflektieren • bekommen den Raum und die Unterstützung, ihre Gedanken und Ideen in einem fundierten Wertschöpfungs-Modell (Future Value Creation) zu erproben, zu verifizieren und auszubauen • erhalten Sicherheit in ihre Wahrnehmung, das eigene Problem- und Potenzialbewusstsein, in ihre Kreativität und Ideen-Entwicklungs-kompetenz • werden in Kontakt gebracht mit international erfolgreichen Geschäftsmodellen, um Future Value Creation in unterschiedlichen Ausformungen identifizieren und verinnerlichen zu können • bekommen ein Modell an die Hand, das sie immer wieder für Ideen-Entwicklungs-und Innovations-Prozesse einsetzen können
<p>Personale Kompetenz: Sozialkompetenz</p>	
<p>Personale Kompetenz: Selbständigkeit</p>	
<p>Kompetenzniveau gemäß DQR</p>	<p>7</p>
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme</p>	
<p>Besonderheiten / Verwendbarkeit</p>	
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>Siehe Onlinestundenplan</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung M2.1 151721 Entrepreneurial Mindset & Future Value Creation

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Entrepreneurial Mindset & Future Value Creation
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung durch Referat
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	

<p>Fachkompetenz: Wissen und Verstehen</p>	<p>Future Value Creation ist ein Modell, das sich innerhalb der Entrepreneurship Ausbildung auf die Pre-Phase konzentriert - die Phase vor der Ideen-Entwicklung.</p> <p>In der Vor-Phase geht es vor allem darum, Mehrwertdenken auszubilden und das Handwerk dafür zu vermitteln, wie sich überhaupt relevante Themen für Menschen und die Welt aufspüren und entwickeln lassen. Auch erlangt man hier das Bewusstsein dafür, wie wichtig eine transformative und visionäre Zielsetzung für zukünftige Geschäftsmodelle ist, die wirklich etwas verändern und verbessern sollen. Diese Phase ist daher auch besonders geeignet, ein intuitives Entrepreneurial Mindset auszubilden und nachhaltig zu verankern.</p> <p>Erst nach Durchlaufen der Pre-Phase und nach dem intensiven Prüfen der Relevanz-Frage, erfolgt der Einstieg in die weitere Ideen-Ausarbeitung, die sukzessive Produkt-Entwicklung und in die Analyse der Markttauglichkeit (Modul Marktforschung).</p> <p>Wir konzentrieren uns daher in dieser Veranstaltung vor allem auf das Grundlagen-Legen für die Innovations- und Visionskraft sowie für die Resilienz der zukünftigen Geschäftsmodelle und Entrepreneurship-Aktivitäten.</p> <p>Future Value Creation kann man nicht theoretisch erlernen, daher ist diese Vorlesung von Anfang an auf Gleichzeitigkeit ausgelegt: Gleichzeitigkeit von Lernen, Ausloten, Probieren, Reflektieren und Entwickeln.</p>
<p>Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung</p>	<p>Im Rahmen dieser Vorlesung werden Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • befähigt, eine tragfähige und relevante Idee als Grundlage für ihre nächsten Schritte als Entrepreneur*in zu entwickeln • befähigt, die Voraussetzungen für Innovation, Mehrwert und Wertschöpfung kennenzulernen und intensiv zu reflektieren • bekommen den Raum und die Unterstützung, ihre Gedanken und Ideen in einem fundierten Wertschöpfungs-Modell (Future Value Creation) zu erproben, zu verifizieren und auszubauen • erhalten Sicherheit in ihre Wahrnehmung, das eigene Problem- und Potenzialbewusstsein ,in ihre Kreativität und Ideen-Entwicklungskompetenz • werden in Kontakt gebracht mit international erfolgreichen Geschäftsmodellen ,um Future Value Creation in unterschiedlichen Ausformungen identifizieren und verinnerlichen zu können • bekommen ein Modell an die Hand, das sie immer wieder für Ideen-Entwicklungs-und Innovations-Prozesse einsetzen können
<p>Personale Kompetenz: Sozialkompetenz</p>	
<p>Personale Kompetenz: Selbständigkeit</p>	
<p>Kompetenzniveau gemäß DQR</p>	<p>7</p>
<p>Inhalte</p>	

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Siehe Syllabus
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M3 151730 Marktforschungsmethoden

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	<p>In der Unternehmenspraxis werden viele Methoden der Marktforschung entweder hinsichtlich ihrer Möglichkeiten unterschätzt oder sie sind den Entscheidern nicht bekannt. Im Zuge der Digitalisierung stehen den Unternehmen eine Vielzahl an Methoden zur Analyse des Kundenverhaltens zur Verfügung, welche einen großen, umsatzrelevanten Mehrwert bieten können.</p> <p>Heutzutage können Kunden mit mehr als hundert Merkmalen elektronisch geclustert werden. Mit diesen Daten können Fragen rund um den Customer Pain beantwortet werden und dieser entsprechend adressiert werden. Jede Hürde, die einem Kunden in einem Onlineshop oder einem digitalen Geschäft genommen werden kann, bedeutet mehr Umsatz und damit mehr Gewinn.</p> <p>In diesem Kurs setzen wir uns intensiv mit den modernen Marktforschungsmethoden auseinander. Wir analysieren bestehende Marktforschungsmodelle, entwickeln strategische Marktforschungskonzepte für die mitgebrachten Geschäftsmodelle und erstellen anschließend eine entsprechende Landingpage für das jeweilige Produkt. Ein weiterer wichtiger Baustein dieses Kurses ist die anschließende Behavioral Tracking Analyse der erstellten Landingpages.</p>

<p>Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung</p>	<p>The learning objectives of this course are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Student understand main concepts and identifies practical challenge • Student analyzes challenges from professional life using scientifically sound methods • On the basis of the analysis results, the student develops independent ,creative and well-founded recommendations for complex practical challenges • The student applies knowledge in a goal-oriented way in order to successfully deal with practical challenges • Student is able to identify, evaluate and critically analyse suitable approachesfor theoretical or practical tasks • Student communicates independently developed solutions to third partiesin a clear, concise and stylistically appropriate manner. • Presentation of process and results is clearly structured, plausible, differentiatedand sufficiently documented • Student identifies and summarizes the problem, question, or issue. • Student undertakes appropriate quantitative or qualitative analysis. • Student can clearly communicate conclusion and recommendations.
<p>Personale Kompetenz: Sozialkompetenz</p>	
<p>Personale Kompetenz: Selbständigkeit</p>	
<p>Kompetenzniveau gemäß DQR</p>	<p>7</p>
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme</p>	
<p>Besonderheiten / Verwendbarkeit</p>	
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>Siehe Onlinestundenplan</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung M3.1 151731 Marktforschungsmethoden

Diese Veranstaltung ist im Modul M3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Art der Veranstaltung unbekannt
Lehrsprache	
Veranstaltungsname (englisch)	Market Research Methods
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>In der Unternehmenspraxis werden viele Methoden der Marktforschung entweder hinsichtlich ihrer Möglichkeiten unterschätzt oder sie sind den Entscheidern nicht bekannt. Im Zuge der Digitalisierung stehen den Unternehmen eine Vielzahl an Methoden zur Analyse des Kundenverhaltens zur Verfügung, welche einen großen, umsatzrelevanten Mehrwert bieten können.</p> <p>Heutzutage können Kunden mit mehr als hundert Merkmalen elektronisch geclustert werden. Mit diesen Daten können Fragen rund um den Customer Pain beantwortet werden und dieser entsprechend adressiert werden. Jede Hürde, die einem Kunden in einem Onlineshop oder einem digitalen Geschäft genommen werden kann, bedeutet mehr Umsatz und damit mehr Gewinn.</p> <p>In diesem Kurs setzen wir uns intensiv mit den modernen Marktforschungsmethoden auseinander. Wir analysieren bestehende Marktforschungsmodelle, entwickeln strategische Marktforschungskonzepte für die mitgebrachten Geschäftsmodelle und erstellen anschließend eine entsprechende Landingpage für das jeweilige Produkt. Ein weiterer wichtiger Baustein dieses Kurses ist die anschließende Behavioral Tracking Analyse der erstellten Landingpages.</p>

<p>Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung</p>	<p>The learning objectives of this course are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Student understand main concepts and identifies practical challenge • Student analyzes challenges from professional life using scientifically sound methods • On the basis of the analysis results, the student develops independent, creative and well-founded recommendations for complex practical challenges • The student applies knowledge in a goal-oriented way in order to successfully deal with practical challenges • Student is able to identify, evaluate and critically analyse suitable approaches for theoretical or practical tasks • Student communicates independently developed solutions to third parties in a clear, concise and stylistically appropriate manner. • Presentation of process and results is clearly structured, plausible, differentiated and sufficiently documented • Student identifies and summarizes the problem, question, or issue. • Student undertakes appropriate quantitative or qualitative analysis. • Student can clearly communicate conclusion and recommendations
<p>Personale Kompetenz: Sozialkompetenz</p>	
<p>Personale Kompetenz: Selbständigkeit</p>	
<p>Kompetenzniveau gemäß DQR</p>	<p>7</p>
<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung • Verhaltensanalyse • Landingpage Design
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gansser, Oliver ; Krol, Bianca: Moderne Methoden der Marktforschung : Kunden besser verstehen. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2017. • Engelen, Andreas ; Gagern, Clara von ; Engelen, Monika: Opportunity Recognition: 15 Ansätze für mehr Unternehmenswachstum. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2021. • Magerhans, Alexander: Marktforschung : Eine praxisorientierte Einführung. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2016. • Graner, Marc: Methodeneinsatz in der Produktentwicklung : Bessere Produkte, schnellere Entwicklung, höhere Gewinnmargen. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2015. • Keller, Bernhard ; Klein, Hans-Werner ; Tuschl, Stefan: Zukunft der Marktforschung: Entwicklungschancen in Zeiten von Social Media und Big Data. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2019.

Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M4 151740 Entrepreneurship I

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	8
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	10.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	Die Studierenden vertiefen bzw. erweitern ihr Wissen und Verständnis im Bereich Entrepreneurship
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Ausbau der methodischen und inhaltlichen Kompetenzen, um innovative Lösungen zu entwickeln und die Umsetzung zu skizzieren sowie zielorientierte Analysen und zielgruppengerechte Präsentationen zu erstellen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Typischerweise werden in den Veranstaltungen die Präsentations- und Teamfähigkeit gefördert, teilweise in konkurrierenden Situationen
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M4.1 151741 Digitalisierung und Technologie

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M4

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Digitalization and Technology
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Siehe Syllabus
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M4.2 151742 Wahlpflicht 1

Diese Veranstaltung ist im Modul M4

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Elective 1
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	Je nach Veranstaltung
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Je nach Veranstaltung
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Je nach Veranstaltung: Seminaristisch, Vorlesung, Simulation, Rollenspiele, Exkursionen, ...
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden vertiefen bzw. erweitern ihr Wissen und Verständnis im Bereich Entrepreneurship
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Ausbau der methodischen und inhaltlichen Kompetenzen, um innovative Lösungen zu entwickeln und die Umsetzung zu skizzieren sowie zielorientierte Analysen und zielgruppengerechte Präsentationen zu erstellen
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Typischerweise werden in den Veranstaltungen die Präsentations- und Teamfähigkeit gefördert, teilweise in konkurrierenden Situationen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	In diesem Wahlpflichtbereich bieten wir Veranstaltungen an, die die Kompetenzen der Studierenden im Bereich "Entrepreneurship" stärken sollen. Dabei können durch eine Auswahl an Vorlesungsangeboten individuelle Interessen berücksichtigt werden. Die angebotene Auswahl an Veranstaltungen variiert teilweise semesterweise. Beispielhafte Fächer sind Risikomanagement, Family Business oder Financial Management.

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M5 151750 Innovation Management

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Vorlesungen, Workshops, Fallstudien, projekt- und problembasierter Unterricht, Gruppenarbeit, Supervision und Coaching
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	<p>Das übergeordnete Ziel des Moduls Innovationsmanagement ist es, die Studierenden mit dem Wissen und den Fähigkeiten auszustatten, die notwendig sind, um Unternehmen zu befähigen, einen strategischen und systematischen Innovationsansatz zu wählen. Es gibt einen starken Fokus während des gesamten Moduls auf zeitgenössische Innovationstheorien und aktuelle organisatorische Praxis. Die Studierenden werden das Vertrauen zu erwerben, lateral zu denken, um komplexe Probleme in dynamischen Kontexten zu lösen. Am Ende des Moduls wird der Teilnehmer in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LE1: Erläutern der wirtschaftlichen Notwendigkeit von Innovationen und kritisieren der Innovationspolitik einer bestimmten Anzahl von nationalen oder regionalen Regierungen. • LO2: Innovation im Kontext des Unternehmertums zu diskutieren. • LO3: Analysieren und bewerten von zeitgenössischen Innovationstheorien: • LE4: Eine Ideengenerierungs-/Problemlösungsmethodik wie z.B. TRIZ oder Design Thinking identifizieren und bewerten. • LE5: Die kritischen Managementherausforderungen und -prioritäten zu identifizieren und zu bewerten, die mit der Umsetzung einer Innovationsstrategie verbunden sind. • LE6: Die wichtigsten Managementprobleme im Zusammenhang mit dem Management von F&E zu erklären. • LE7: Eine definierte Anzahl von Modellen zur Entwicklung neuer Produkte zu vergleichen und gegenüberzustellen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studenten wenden das Gelernte auf einen realen Geschäftskontext an, wodurch der Wissenstransfer unterstützt wird, und sie werden sich Kompetenzen aneignen, die den oberen Lernebenen der Bloomschen Taxonomie entsprechen: Analyse, Synthese und Bewertung.

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer werden in der Lage sein, die folgenden sozialen Kompetenzen zu entwickeln: Kommunikation, Konfliktlösung, Beziehungsaufbau und Zuhören, Entscheidungsfindung und Problemlösung, sowie Organisations- und Planungsfähigkeiten, Überzeugungs- und Beeinflussungsfähigkeiten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden übernehmen die Verantwortung, sowohl selbstständig als auch kollaborativ zu arbeiten, direkt und professionell mit Innovationsmanagern in Kontakt zu treten, sowie ihre Zeit zu organisieren, Initiative zu ergreifen und Selbstdisziplin anzuwenden.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M5.1 151751 Innovation Management

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M5

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Innovation Management
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Das übergeordnete Ziel des Faches Innovationsmanagement ist es, die Studierenden mit dem Wissen und den Fähigkeiten auszustatten, die notwendig sind, um Unternehmen zu befähigen, einen strategischen und systematischen Innovationsansatz zu wählen. Es gibt einen starken Fokus während des gesamten Moduls auf zeitgenössische Innovationstheorien und aktuelle organisatorische Praxis. Die Studierenden werden das Vertrauen zu erwerben, lateral zu denken, um komplexe Probleme in dynamischen Kontexten zu lösen. Am Ende des Moduls wird der Teilnehmer in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LE1: Erläutern der wirtschaftlichen Notwendigkeit von Innovationen und kritisieren der Innovationspolitik einer bestimmten Anzahl von nationalen oder regionalen Regierungen. • LO2: Innovation im Kontext des Unternehmertums zu diskutieren. • LO3: Analysieren und bewerten von zeitgenössischen Innovationstheorien • LE4: Eine Ideengenerierungs-/Problemlösungsmethodik wie z.B. TRIZ oder Design Thinking identifizieren und bewerten. • LE5: Die kritischen Managementherausforderungen und -prioritäten zu identifizieren und zu bewerten, die mit der Umsetzung einer Innovationsstrategie verbunden sind. • LE6: Die wichtigsten Managementprobleme im Zusammenhang mit dem Management von F&E zu erklären. • LE7: Eine definierte Anzahl von Modellen zur Entwicklung neuer Produkte zu vergleichen und gegenüberzustellen.

Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden wenden das Gelernte auf einen realen Geschäftskontext an, wodurch der Wissenstransfer unterstützt wird, und sie werden sich Kompetenzen aneignen, die den oberen Ebenen der Bloomschen Taxonomie entsprechen: Analyse, Synthese und Bewertung.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer werden in der Lage sein, die folgenden sozialen Kompetenzen zu entwickeln: Kommunikation, Konfliktlösung, Beziehungsaufbau und Zuhören, Entscheidungsfindung und Problemlösung, sowie Organisations- und Planungsfähigkeiten, Überzeugungs- und Beeinflussungsfähigkeiten
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden übernehmen die Verantwortung, sowohl selbstständig als auch kollaborativ zu arbeiten, direkt und professionell mit Innovationsmanagern in Kontakt zu treten, sowie ihre Zeit zu organisieren, Initiative zu ergreifen und Selbstdisziplin anzuwenden.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Der wirtschaftliche Imperativ für Innovation • Die Beziehung zwischen Innovation und Unternehmertum • Innovationstheorien • Kreative und problemlösende Methoden • Innovationsstrategie • F&E-Management
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	siehe Syllabus
Terminierung im Stundenplan	siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M6 151760 Strategic Management

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Dillerup
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	<ul style="list-style-type: none"> • apply theoretical concepts to real businessproblems; • demonstrate in-depth knowledge in the field of Strategic Management; • communicate complex ideas accurately and effectively; • demonstrate analytical skills and problem-solving skills; • demonstrate environmental and ethical awareness
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	<ul style="list-style-type: none"> • search and source appropriate information to support strategic decision making • diagnose core factors of strategies and business models • analyse major business functions which form the basis of strategy development • develop strategic options and actions apply and implement strategie
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Ongoing teamwork on simulations
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Ongoing teamwork on simulations
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	see online timetable
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M6.1 151761 Strategic Management

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M6

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Dillerup
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Strategic Management
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<ul style="list-style-type: none"> • apply theoretical concepts to real business problems; • demonstrate in-depth knowledge in the field of Strategic Management; • communicate complex ideas accurately and effectively; • demonstrate analytical skills and problem-solving skills; • demonstrate environmental and ethical awareness
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	<ul style="list-style-type: none"> • judge differences and specific approaches of corporate strategy formulation and implementation; • search and source appropriate information to support strategic decision making; • diagnose core factors of strategies and business models; • analyse major business functions which form the basis of strategy development; • develop strategic options and actions; • apply and implement strategies.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Ongoing teamwork on simulation
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Ongoing teamwork on simulation
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • The nature of strategy • Strategic management in different contexts and levels • Understanding strategy development and the strategic management process • Normative and Corporate Strategies • Strategic analysis of industries, markets, technologies, products, competitors and resources/capabilities, business models • SWOT analysis • Strategic choices at the corporate and business levels • Internationalization strategies • Strategic decision making and strategy implementation
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Dillerup, R. and Stoi, R. (2022). Unternehmensführung, 6th ed., München: Vahlen Verlag.</p> <p>Additional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Johnson, g., Whittington R., Scholes, K., Angwin, D. and Regnér, P. (2017). Exploring Strategy Text and Cases. 11th ed. Harlow: Pearson. • Relevant management journals: Harvard Business Review, Sloan Management Review and the Strategic Management Journal. • Simulation software manuals. • Other materials will be provided as needed. • Copies of slides will be distributed at the beginning of the course
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>see online timetable</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Modul M7 151770 Entrepreneurial Leadership

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	<p>Am Ende dieses Moduls sind die Teilnehmer in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren und analysieren wichtiger Management- und Führungskonzepte im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen und bewerten des Einflusses auf die Entwicklung einer frühen Unternehmenskultur; • Ihre individuellen Werte, Einstellungen und Persönlichkeitsmerkmale einzuschätzen, um ihre unternehmerische Führungsorientierung zu bewerten; • Entwickeln eines persönlichen Trainingsplans für unternehmerische Führung; • Beurteilen der Werte, Einstellungen und Persönlichkeitsmerkmale von Mitarbeitern, um leistungsstarke Teams mit unternehmerischem Denken zu schaffen; • Kritisieren des Einflusses und der Wirkung von unternehmerischen Vorbildern; • Demonstrieren des Einsatzes von unternehmerischen Werkzeugen wie Effectuation, Co-Creation & Theory U.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, theoretische Konzepte auf ihre eigene persönliche Entwicklung anzuwenden, indem sie vertieftes Wissen demonstrieren. Sie sind in der Lage, komplexe Ideen genau und effektiv zu kommunizieren und ihre analytischen und problemlösenden Fähigkeiten zu demonstrieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer werden in der Lage sein, die folgenden sozialen Kompetenzen zu entwickeln: Kommunikation, Beziehungsaufbau und Zuhören, Entscheidungsfindung und Problemlösung
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden übernehmen die Verantwortung, sowohl selbstständig als auch kooperativ zu arbeiten, direkt und professionell mit fachkundigen Gästen in Kontakt zu treten sowie ihre Zeit zu organisieren, Initiative zu ergreifen und Selbstdisziplin anzuwenden.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	

Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M7.1 151771 Entrepreneurial Leadership

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M7

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Entrepreneurial Leadership
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Am Ende dieses Moduls sind die Teilnehmer in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren und analysieren wichtiger Management- und Führungskonzepte im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen und bewerten des Einflusses auf die Entwicklung einer frühen Unternehmenskultur; • Ihre individuellen Werte, Einstellungen und Persönlichkeitsmerkmale einzuschätzen, um ihre unternehmerische Führungsorientierung zu bewerten; • Entwickeln eines persönlichen Trainingsplans für unternehmerische Führung; • Beurteilen der Werte, Einstellungen und Persönlichkeitsmerkmale von Mitarbeitern, um leistungsstarke Teams mit unternehmerischem Denken zu schaffen; • Kritisieren des Einflusses und der Wirkung von unternehmerischen Vorbildern; • Demonstrieren des Einsatzes von unternehmerischen Werkzeugen wie Effectuation, Co-Creation & Theory U.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind in der Lage, theoretische Konzepte auf ihre eigene persönliche Entwicklung anzuwenden, indem sie vertieftes Wissen demonstrieren. Sie sind in der Lage, komplexe Ideen genau und effektiv zu kommunizieren und ihre analytischen und problemlösenden Fähigkeiten zu demonstrieren.</p>

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer werden in der Lage sein, die folgenden sozialen Kompetenzen zu entwickeln: Kommunikation, Beziehungsaufbau und Zuhören, Entscheidungsfindung und Problemlösung
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden übernehmen die Verantwortung, sowohl selbstständig als auch kooperativ zu arbeiten, direkt und professionell mit fachkundigen Gästen in Kontakt zu treten sowie ihre Zeit zu organisieren, Initiative zu ergreifen und Selbstdisziplin anzuwenden
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Schlüsselbegriffe des Managements und der Führung • Persönlichkeitsstruktur • Analyse von unternehmerischen Vorbildern • Startup-Wachstum führen • Unternehmerische Führungsinstrumente • Persönliche unternehmerische Führung/ Strategie Trainingsplanung • Einstellungen und Mindsets • Leistung und Einströmung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Siehe Syllabus
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M8 151780 Entrepreneurshipstudie: Marketing und Gründer

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	<p>Die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen im Internet ist heute unumgänglich. Gerade in Zeiten von COVID19 ist Online Marketing teilweise die einzige Möglichkeit Produkte abzusetzen. Innerhalb des digitalen Marketings erschließen sich viele Disziplinen wie das Search Engine Marketing oder Social Media. Im alltäglichen Geschäftsleben werden für die einzelnen Bereiche z.B. SEM-Manager oder auch Online-Marketing-Manager eingesetzt. Eine weitere Möglichkeit ist das Auslagern des Online Marketings an Agenturen.</p> <p>Die Studierenden sollen einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des digitalen Marketing inklusive technischer Voraussetzungen erhalten. Des Weiteren soll durch Selbststudium die Möglichkeit geschaffen werden, Aufgaben im Online Marketing zu übernehmen. Weiter sollen sie in der Lage sein, ebenbürtig mit Agenturen zu kommunizieren.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	<ul style="list-style-type: none"> • Explain the fundamental principles of digital marketing; • Apply the necessary steps to develop webshops and utilize CMS; • Demonstrate the practical use of search engine marketing pertaining to SEA and SEO; • Explain the application of affiliate marketing and online advertising and demonstrate competence in their deployment; • Create promotional campaigns using multiple electronic tools: e-mail, mobile and viral marketing as well as numerous social media; • Evaluate eMarketing projects using relevant tracking and management tools; • Develop defensible criteria for outsourcing projects to agencies.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	

Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M8.1 151781 Entrepreneurshipstudie: Marketing für Gründer

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M8

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Entrepreneurship Study: Marketing and Founders
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen im Internet ist heute unumgänglich. Gerade in Zeiten von COVID19 ist Online Marketing teilweise die einzige Möglichkeit Produkte abzusetzen. Innerhalb des digitalen Marketings erschließen sich viele Disziplinen wie das Search Engine Marketing oder Social Media. Im alltäglichen Geschäftsleben werden für die einzelnen Bereiche z.B. SEM-Manager oder auch Online-Marketing-Manager eingesetzt. Eine weitere Möglichkeit ist das Auslagern des Online Marketings an Agenturen.</p> <p>Die Studierenden sollen einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des digitalen Marketing inklusive technischer Voraussetzungen erhalten. Des Weiteren soll durch Selbststudium die Möglichkeit geschaffen werden, Aufgaben im Online Marketing zu übernehmen. Weiter sollen sie in der Lage sein, ebenbürtig mit Agenturen zu kommunizieren.</p>

<p>Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explain the fundamental principles of digital marketing; • Apply the necessary steps to develop webshops and utilize CMS; • Demonstrate the practical use of search engine marketing pertaining to SEA and SEO; • Explain the application of affiliate marketing and online advertising and demonstrate competence in their deployment; • Create promotional campaigns using multiple electronic tools: e-mail, mobile and viral marketing as well as numerous social media; • Evaluate eMarketing projects using relevant tracking and management tools; • Develop defensible criteria for outsourcing projects to agencies.
<p>Personale Kompetenz: Sozialkompetenz</p>	
<p>Personale Kompetenz: Selbständigkeit</p>	
<p>Kompetenzniveau gemäß DQR</p>	<p>7</p>
<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Webshop/Website requirements • Search Engine Marketing • Online advertising • Platform marketing • Social Media
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kollmann, T. (2019): Digital Marketing: Grundlagen der Absatzpolitik in der Digitalen Wirtschaft • Lammenett, E. (2020): Online-Marketing-Konzeption - 2020 • Lammenett, E. (2019): Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung • Stokes, R. (2013): eMarketing – The essential guide to marketing in a digital world, 5th edition, Quirk 2013
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>Siehe Onlinestundenplan</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Modul M9 151790 Entrepreneurship II

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	12
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	15.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Je nach Veranstaltung: Seminaristisch, Vorlesung, Simulation, Rollenspiele, Exkursionen, ...
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	Die Studierenden vertiefen bzw. erweitern ihr Wissen und Verständnis im Bereich Entrepreneurship
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Ausbau der methodischen und inhaltlichen Kompetenzen, um innovative Lösungen zu entwickeln und die Umsetzung zu skizzieren sowie zielorientierte Analysen und zielgruppengerechte Präsentationen zu erstellen
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Typischerweise werden in den Veranstaltungen die Präsentations- und Teamfähigkeit gefördert, teilweise in konkurrierenden Situationen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	Je nach Veranstaltung
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M9.1 151791 Wahlpflicht 2

Diese Veranstaltung ist im Modul M9

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Elective 2
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Je nach Veranstaltung
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Je nach Veranstaltung: Seminaristisch, Vorlesung ,Simulation, Rollenspiele, Exkursionen, ...
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden vertiefen bzw. erweitern ihr Wissen und Verständnis im Bereich Entrepreneurship
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Ausbau der methodischen und inhaltlichen Kompetenzen, um innovative Lösungen zu entwickeln und die Umsetzung zu skizzieren sowie zielorientierte Analysen und zielgruppengerechte Präsentationen zu erstellen
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Typischerweise werden in den Veranstaltungen die Präsentations- und Teamfähigkeit gefördert, teilweise in konkurrierenden Situationen
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	In diesem Wahlpflichtbereich bieten wir Veranstaltungen an, die die Kompetenzen der Studierenden im Bereich "Entrepreneurship" stärken sollen. Dabei können durch eine Auswahl an Vorlesungsangeboten individuelle Interessen berücksichtigt werden. Die angebotene Auswahl an Veranstaltungen variiert teilweise semesterweise. Beispielhafte Fächer sind Risikomanagement oder Financial Management

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M9.2 151792 Wahlpflicht 3

Diese Veranstaltung ist im Modul M9

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Elective 3
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Je nach Veranstaltung
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Je nach Veranstaltung: Seminaristisch, Vorlesung, Simulation, Rollenspiele, Exkursionen, ...
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden vertiefen bzw. erweitern ihr Wissen und Verständnis im Bereich Entrepreneurship
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Ausbau der methodischen und inhaltlichen Kompetenzen, um innovative Lösungen zu entwickeln und die Umsetzung zu kizzieren sowie zielorientierte Analysen und zielgruppengerechte Präsentationen zu erstellen
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Typischerweise werden in den Veranstaltungen die Präsentations- und Teamfähigkeit gefördert, teilweise in konkurrierenden Situationen
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	In diesem Wahlpflichtbereich bieten wir Veranstaltungen an, die die Kompetenzen der Studierenden im Bereich "Entrepreneurship" stärken sollen. Dabei können durch eine Auswahl an Vorlesungsangeboten individuelle Interessen berücksichtigt werden. Die angebotene Auswahl an Veranstaltungen variiert teilweise semesterweise. Beispielhafte Fächer sind Risikomanagement oder Financial Management

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	Siehe Onlinestundenplan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M9.3 151793 Gründungsfinanzierung

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M9

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Start-up financing
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	45
Workload - Selbststudium	80
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>For the Founders of companies, an understanding of how finance -- revenue model, cost structure, cash flows, funding model, assets, liabilities, debt and equity -- works at an Start-up enterprise is necessary to launch and sustain a successful business; understand the value of the company, seek early stage funding and bringing in equity partners. Financial considerations are essential for management team too in order to be effective. In many cases, founders are the management team during the early stages of a company. Therefore, it is imperative for those who want to start a company to learn about key concepts and processes to develop and implement financial & cash flow models. A solid understanding of theory and how it can be applied is the main objective of the course.</p> <p>As you progress through the course, you are expected to build your prospective financial statements for the 0 – 3 years out. You will be using primarily Microsoft Excel for the models and Microsoft PowerPoint for Presentation. While discussing the real business examples of the participants/projects, you are also expected to analyze early-stage financial statements certain selected companies. This analysis will provide further understanding of the importance of the financial management at start-ups. This two-pronged approach will allow a better understanding of the financial concepts and their consequences in real life corporate environment and opens-up a broader business perspective for the participants.</p>

<p>Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Students successfully understand how vital the finance concepts relevant to any start up enterprises. Pre-reading of early stage/history of/IPO documents of BIG 5 TECH and Other Selected Companies [FACEBOOK, UBER, AMAZON, TESLA, NETFLIX, MATCH, ETC.] based on publicly available information. 4/5 TEAMS based on number of participants. • Students successfully apply the main financial concepts related to BALANCE SHEET, INCOME STATEMENT into the simulation case • Students successfully apply the main financial concepts related to CASH FLOW STATEMENT & FINANCIAL RATIOS into the simulation case • Students successfully apply in developing FINANCIAL PLANNING & FUNDING options relevant to their own project/ simulation case as appropriate • Students understand and develop VENTURE CAPITAL TERMSHEET to improve their ability to attract potential angel investors and evaluate the best options. • Students understand the financial concepts and business operations to develop ENTERPRISE VALUATION for their start up enterprise. • Students communicate their process of problem solving the traceability of the results. • Students develop and present FINANCIAL SECTION of their ENTERPRISE'S PITCH DECK so as to communicate their work professionally in various formats of presentations (such as posters and PowerPoint) and in papers
<p>Personale Kompetenz: Sozialkompetenz</p>	
<p>Personale Kompetenz: Selbständigkeit</p>	
<p>Kompetenzniveau gemäß DQR</p>	<p>7</p>
<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Business Financial Statements as the basis for any enterprise whether startup or established corporation. • Understanding and development of prospective financial statements as a key start up management process • Analysis of revenue drivers, cost structure, cash flow forecast, valuation basis, & determining enterprise value • Debt/Equity choices (+/-) for the enterprise • Implementation of best practices at your HH start up
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relevant management journals: Harvard Business Review, Sloan Management • Publicly available information (SEC/Initial Public Offering documents/News Articles/Corporate Website Information) • Provided materials as needed
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>see online timetable</p>

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
--------------------------------------------	--

Modul M10 151800 Management-Fähigkeiten A

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	30.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Dillerup
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	Anwendung der in den vorangegangenen Modulen erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten im Hinblick auf die berufliche und betriebliche Praxis. Aneignung neuer Kenntnisse und Erfahrungen aus der jeweiligen beruflichen Praxis. Erlernen und Erleben der Gesetzmäßigkeiten wirtschaftlicher, rechtlicher und sozialer Abläufe sowie Einüben von sozialen Fähigkeiten und Schlüsselkompetenzen u.a
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	Die Studierenden sollen durch ein Studium im Ausland vertiefte Management-Fähigkeiten erwerben.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden erweitern ihren Horizont, um ihre Fähigkeiten zur Wissenserschließung auf eine noch breitere Basis zu stellen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen in unterschiedlicher Form ihre Sozialkompetenzen; sie geraten in realitätsnahe Managementsituationen und entwickeln auf unterschiedliche Art und Weise eigene Lösungsstrategien.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden lernen im Rahmen eines Auslandsaufenthalts oder einer zusammenhängenden praktischen Tätigkeit von 100 Tagen Dauer neue Wege zu mehr Selbständigkeit.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	Fakultativ gemäß §30 Abs. 3 SPO
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M10.1 151801 Management-Fähigkeiten

Diese Veranstaltung ist im Modul M10

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	
Veranstaltungsname (englisch)	Management Competencies
Leistungspunkte (ECTS)	30.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	
Workload - Kontaktstunden	
Workload - Selbststudium	
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Lehrveranstaltungen gemäß Vereinbarung mit der gewählten Partnerhochschule.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sollen durch ein Studium im Ausland vertiefte Management-Fähigkeiten erwerben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden erweitern ihren Horizont, um ihre Fähigkeiten zur Wissenserschließung auf eine noch breitere Basis zu stellen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen in unterschiedlicher Form ihre Sozialkompetenzen; sie geraten in realitätsnahe Managementsituationen und entwickeln auf unterschiedliche Art und Weise eigene Lösungsstrategien.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden lernen im Rahmen eines Auslandsaufenthalts neue Wege zu mehr Selbständigkeit.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Freiwillige Ableistung eines Studienaufenthalts im Ausland
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
--------------------------------------------	--

Modul M11 151810 Management-Fähigkeiten B

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	30.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Dillerup
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	Die Studierenden sollen durch praktische Arbeit vertiefte Management-Fähigkeiten erwerben.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden erweitern ihren Horizont, um ihre Fähigkeiten zur Wissenserschließung auf eine noch breitere Basis zu stellen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen in unterschiedlicher Form ihre Sozialkompetenzen; sie geraten in realitätsnahe Managementsituationen und entwickeln auf unterschiedliche Art und Weise eigene Lösungsstrategien
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden lernen im Rahmen einer zusammenhängenden praktischen Tätigkeit neue Wege zu mehr Selbständigkeit.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	Fakultativ gemäß § 30 Abs. 3 SPO
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M11.1 151811 Management-Fähigkeiten

Diese Veranstaltung ist Wahlveranstaltung im Modul M11

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	
Veranstaltungsname (englisch)	Management Competencies
Leistungspunkte (ECTS)	30.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	
Workload - Kontaktstunden	
Workload - Selbststudium	
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	gemäß Praktikumsvereinbarung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sollen durch praktische Arbeit vertiefte Management-Fähigkeiten erwerben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden erweitern ihren Horizont, um ihre Fähigkeiten zur Wissenserschließung auf eine noch breitere Basis zu stellen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen in unterschiedlicher Form ihre Sozialkompetenzen; sie geraten in realitätsnahe Managementsituationen und entwickeln auf unterschiedliche Art und Weise eigene Lösungsstrategien.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden lernen im Rahmen einer zusammenhängendenpraktischen Tätigkeit neue Wege zu mehr Selbständigkeit.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Freiwillige Ableistung eines praktischen Studiensemesters
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
--------------------------------------------	--

Modul M12 151820 Kolloquium und Persönlichkeitskompetenzen

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	8
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	10.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	Die Studierenden sollen zeigen, dass sie über breites und integriertes Wissen über die wissenschaftlichen Grundlagen und die praktische Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse verfügen und in der Lage sind, eigenständig Modelle im Bereich Entrepreneurship und an den Schnittstellen zu anderen Bereichen zu entwerfen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sollen verschiedene Wege zur Bearbeitung größerer zusammenhängender Fragestellungen nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten kennenlernen und selbst anwenden. Sie sollen in der Lage sein, über neue Lösungen zu diskutieren und diese unter Berücksichtigung anderer Ansätze zu beurteilen und zu verbessern.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen in unterschiedlicher Form ihre Sozialkompetenzen; sie trainieren realitätsnahe Führungssituationen und entwickeln auf unterschiedliche Art und Weise eigene Lösungsstrategien.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden vertiefen in unterschiedlicher Form ihre Sozialkompetenzen; sie trainieren realitätsnahe Führungssituationen und entwickeln auf unterschiedliche Art und Weise eigene Lösungsstrategien.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	Prüfungsspezifisch - siehe Syllabus
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M12.1 151821 Thesis-Kolloquium

Diese Veranstaltung ist im Modul M12

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Dillerup
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	Art der Veranstaltung unbekannt
Lehrsprache	
Veranstaltungsname (englisch)	Thesis Colloquium
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	22,5
Workload - Selbststudium	102,5
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorstellung der wissenschaftlichen Konzeption und Veteidigung der wesentlichen Erkenntnisse der eigenen Abschlussarbeit; aktive Diskussion anderer Arbeiten und von deren wissenschaftlicher Konzeption.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sollen zeigen, dass sie über breites und integriertes Wissen über die wissenschaftlichen Grundlagen und die praktische Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse verfügen und in der Lage sind, eigenständig Modelle im Bereich Entrepreneurship und an den Schnittstellen zu anderen Bereichen zu entwerfen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sollen verschiedene Wege zur Bearbeitung größerer zusammenhängender Fragestellungen nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten kennenlernen und die Erkenntnisse anwenden. Sie sollen in der Lage sein, über neue Lösungen zu diskutieren und diese unter Berücksichtigung anderer Sichtweisen zu beurteilen und zu verbessern.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Im Kolloquium sollen fachbezogene Probleme und Lösungsgegen über Kommilitonen argumentativ vertreten werden; der Umgang mit Kritik ist ein wesentlicher Baustein dieses Prozesses. Durch die Beurteilung anderer Arbeiten wird geübt, in angemessener Form selbst zu kritisieren.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sollen im Kolloquium eigene Meinungen entwickeln und auch gegen Kritik vertreten können.

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Vorstellung der wissenschaftlichen Konzeption und Verteidigung der wesentlichen Erkenntnisse der eigenen Abschlussarbeit in verschiedenen Phasen (Konzept-Methodik-Ergebnisse) und aktive Diskussion der Konzepte und Ergebnisse der anderen Teilnehmer.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	siehe Syllabus
Terminierung im Stundenplan	siehe Ankündigungen in ILIAS
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M12.2 151822 Persönlichkeits- und Teamkompetenzen

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M12

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Personality and Team Competencies
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	22,5
Workload - Selbststudium	102,5
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung durch Referat
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Divers
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden lernen zu verstehen, wie sich Persönlichkeits- und Teamkompetenzen zum Auf- und Ausbau und zur Erweiterung von Wissen und zur Ausgestaltung von Führungspositionen nutzen lassen
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden erweitern in eigener Verantwortung ihren Horizont bezüglich verschiedener Methoden und Wege zum Ausbau von eigenen Fachkompetenzen im Bereich Unternehmertum
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen praxisnah ihre Sozialkompetenzen; sie trainieren realitätsnahe Führungssituationen und entwickeln auf unterschiedliche Art und Weise eigene Lösungsstrategien in Gruppen
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden vertiefen ihre Fähigkeiten im Reflektieren, Bewerten, selbstgesteuerten Verfolgen und Verantworten von unternehmerischen Entscheidungen
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Erweiterung des persönlichen Horizonts im Bereich Persönlichkeits- und Teamkompetenzen durch den Besuch entsprechend geeigneter Veranstaltungen aus den Bereichen Studium Generale, Gründung/Unternehmertum oder Study Tour

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	Die Veranstaltung kann auch in der vorlesungsfreien Zeit odervordem ersten Fachsemester besucht werden
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M13 151830 Master-Thesis

Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	
Prüfungsart	Modulnote (ohne Prüfung) setzt sich aus gewichteten Einzelleistungen zusammen
Leistungspunkte (ECTS)	20.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen (Lernziele)	Die Studierenden sollten mit der Anfertigung der Abschlussarbeit zeigen, dass sie über breites und integriertes Wissen einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen und der praktischen Anwendung wissenschaftlichen Erkenntnisse sowie der eigenständigen Modellbildung im Bereich Entrepreneurship und an den Schnittstellen zu anderen Bereichen verfügen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sollen verschiedene Methoden zur Bearbeitung einer größeren zusammenhängenden Fragestellung nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten anwenden. Sie sollen in der Lage sein, neue Lösungen zu erarbeiten und unter Berücksichtigung unterschiedlicher Maßstäbe zu beurteilen sowie eigene Empfehlungen zu geben.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Im Rahmen der Abschlussarbeit sollen fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen gemeinsam weiterentwickelt werden; ist die Arbeit als Gruppenarbeit angelegt, steht zudem die gemeinsame Lösungsfindung im Mittelpunkt.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sollen im Rahmen der Abschlussarbeit sowohl eigene als auch extern definierte Arbeitsziele reflektieren, bewerten, selbstgesteuert verfolgen und verantworten sowie Konsequenzen für die Umsetzung der gemachten Vorschläge ziehen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M13.1 151831 Master-Thesis

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M13

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bettina Merlin
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Winter-Sommer
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Master-Thesis
Leistungspunkte (ECTS)	20.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	
Workload - Kontaktstunden	
Workload - Selbststudium	500
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Abschlussarbeit (Masterarbeit)
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Abschlussarbeit als eigenständige wissenschaftliche Arbeit, wahlweise in Form einer wissenschaftstheoretischen Arbeit, einer in Kooperation mit der Praxis angefertigten Arbeit oder eines Businessplans
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sollten mit der Anfertigung der Abschlussarbeit zeigen, dass sie über breites und integriertes Wissen einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen und der praktischen Anwendung wissenschaftlichen Erkenntnisse sowie der eigenständigen Modellbildung im Bereich Entrepreneurship und an den Schnittstellen zu anderen Bereichen verfügen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sollen verschiedene Methoden zur Bearbeitung einer größeren zusammenhängenden Fragestellung nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten anwenden. Sie sollen in der Lage sein, neue Lösungen zu erarbeiten und unter Berücksichtigung unterschiedlicher Maßstäbe zu beurteilen sowie eigene Empfehlungen zu geben.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Im Rahmen der Abschlussarbeit sollen fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen gemeinsam weiter entwickelt werden; ist die Arbeit als Gruppenarbeit angelegt, steht zudem die gemeinsame Lösungsfindung im Mittelpunkt

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sollen im Rahmen der Abschlussarbeit sowohl eigene als auch extern definierte Arbeitsziele reflektieren, bewerten, selbstgesteuert verfolgen und verantworten sowie Konsequenzen für die Umsetzung der gemachten Vorschläge ziehen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Anfertigung der Abschlussarbeit als eigenständige wissenschaftliche Arbeit in einer der folgenden Formen:wissenschaftstheoretische Arbeit, in Kooperation mit der Praxis angefertigte Arbeit, Businessplan
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	