

Modul: Entrepreneurship

Semester: 5

Code der Veranstaltung: ENTR

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 85

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 5/180

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KRS 90= Die Prüfung besteht entweder aus einer Klausur oder einem Referat oder einer Studienarbeit; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Pott/Prof. Dr. Wallau

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Brandt, Prof. Dr. Eckrich, Prof. Dr. Hohensohn, Prof. Dr. Koch, Prof. Dr. Pott, Prof. Dr. Thömmes, Prof. Dr. Wallau

Zugangsvoraussetzungen:

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, externes und internes Rechnungswesen, Marketing

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module Unternehmensführung und Change Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

In diesem Modul erlangen die Studierenden grundlegende Kenntnisse, die notwendig sind, ein eigenes Unternehmen zu gründen oder in einem Angestelltenverhältnis unternehmerisch zu handeln und zu denken.

Die Studierenden verstehen den Gründungsprozess mit den wichtigen Meilensteinen sowie den sich daraus ergebenden Chancen und Risiken. Sie erkennen außerdem die Bedeutung der Digitalisierung.

Darauf aufbauend erwerben die Studierenden einen Überblick über die strategischen, strukturellen, kulturellen und prozessualen Voraussetzungen der Führung von Unternehmen. Sie haben eine positive Grundeinstellung entwickelt zum Einsatz von Führungskonzepten, die den Wirkungshorizont des operativen (Tages-)Geschäfts erweitern und eine konstruktive Einstellung von Veränderungen erworben.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vorträge, Präsentationen, Fallstudien, Planspiel, Praxisbeispiele, Gruppenübungen und -arbeiten, Gastdozenteneinsatz

Besonderes:

Übungsaufgaben, Literaturstudium, Fallstudien

Inhalt des Moduls:

1. Entrepreneurship und Unternehmensgründung
 - 1.1 Anforderungen an Existenzgründer, Unternehmer und Führungskräfte
 - 1.2 Schnelles Denken, langsames Denken nach Kahneman
 - 1.3 Gründungsentscheidungen
 - 1.4 Entwicklung einer Geschäftsidee
 - 1.5 Fallbeispiele
2. Startups: Planung und Konzeption
 - 2.1 Ziele und Aufbau des Business Plans
 - 2.2 Business Model Canvas nach Pigneur und Osterwalder
 - 2.3 Product-Market Fit
 - 2.4 Unternehmensnachfolge
3. Design Thinking, Digitalisierung und Disruption
 - 3.1 Grundlagen des Design Thinkings
 - 3.2 Bedeutung der evolutionären vs. der disruptiven Produktentwicklung
 - 3.3 Digitalisierung als Systemprozess innerhalb von Unternehmensstrukturen und insbesondere im Entrepreneurship
 - 3.4 Fallbeispiele
4. Unternehmensstruktur und Haftungsbegrenzung aus Gründersicht
 - 4.1 Die GbR aus Sicht des Gründers: Vor- und Nachteile
 - 4.2 Die GmbH und die UG im Entrepreneurship
5. Unternehmenskultur in Startups
 - 5.1 Modelle der Führung
 - 5.2 Führung in Veränderungsprozessen
 - 5.3 Unternehmenskultur als Führungskonzept
 - 5.4 Ansatzpunkte der Kulturveränderung
6. Besondere Aspekte des Entrepreneurships
 - 6.1 Schutz der eigenen Entwicklungen: Patente, Designpatente, Gebrauchsmuster
 - 6.2 Bedeutung der eigenen Geschäftsidee aus Sicht der Handelsbilanz nach §266 HGB
 - 6.3 (bitte Themen hier ergänzen, die Ihr besonders gern unterrichtet)

Grundlegende Literaturhinweise:

Pott, O; Pott, A.: Entrepreneurship: Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. Mit einem Beitrag von Frank Wallau. Springer 2015

Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken, Penguin 2016

Ney, Meinel: Putting Design Thinking to Work: How Large Organizations Can Embrace Messy Institutions to Tackle Wicked Problems (Understanding Innovation), Springer 2019

Ergänzende Literaturempfehlungen:

Kollmann, T.: E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft, 2019