

Modul: Entrepreneurship

Niveau	Master	Kürzel	
Modulname englisch	Entrepreneurship		
Modulverantwortliche	Klein, Jürgen, Prof. Dr.		
Fachbereich	Angewandte Naturwissenschaften		
Studiengang	Regulatory Affairs, Master		
Verpflichtungsgrad	Wahlpflicht	ECTS-Leistungspunkte	2,5
Fachsemester	3	Semesterwochenstunden	2
Dauer in Semestern	1	Arbeitsaufwand in Stunden	75
Angebotshäufigkeit	WiSe	Präsenzstunden	15
Lehrsprache	Deutsch	Selbststudiumsstunden	60

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

Prüfungsleistung		Prüfungsprache	
Dauer PL in Minuten		Bewertungssystem PL	
Lernergebnisse			
Teilnahmevoraussetzungen	-		

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

Berücksichtigung von Gender- und Diversity-Aspekten	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verwendung geschlechtergerechter Sprache (THL-Standard) ✓ Zielgruppengerechte Anpassung der didaktischen Methoden ✓ Sichtbarmachen von Vielfalt im Fach (Forscherinnen, Kulturen etc.)
Verwendbarkeit	-
Bemerkungen	-

Lehrveranstaltung: Entrepreneurship

(zu Modul: Entrepreneurship)

Lehrveranstaltungsart	Seminar	Lernform	Online betreut
LV-Name englisch	Entrepreneurship		
Anwesenheitspflicht	nein	ECTS-Leistungspunkte	2,5
Teilnahmebeschränkung		Semesterwochenstunden	2
Gruppengröße		Arbeitsaufwand in Stunden	75
Lehrsprache	Deutsch	Präsenzstunden	15
Studienleistung		Selbststudiumsstunden	60
Dauer SL in Minuten		Bewertungssystem SL	

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

Prüfungsleistung	Projektarbeit	Prüfsprache	Deutsch
Dauer PL in Minuten		Bewertungssystem PL	Drittelnoten

Lernergebnisse	<p>Lernergebnis 1: Die Studierenden sind dazu in der Lage, ein breites Spektrum an Methoden zur Ideengenerierung anzuwenden und auf dieser Basis vielversprechende Geschäftsideen eigenständig zu identifizieren.</p> <p>Lernergebnis 2: Die Studierenden verfügen über entsprechendes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand in allen – für die Erstellung eines Businessplans - relevanten Bereichen.</p> <p>Lernergebnis 3: Die Studierenden sind innerhalb einer Gruppe dazu in der Lage, basierend auf einer Gründungsidee, einen für Fachvertreter und Laien gleichermaßen überzeugenden Businessplan zu erstellen.</p> <p>Lernergebnis 4: Die Studierenden verfügen über die Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wesentliche Finanzierungsquellen und -anlässe aufzuzeigen. • Finanzierungswirkungen von Venture Capital unter Anwendung eines Analyseinstruments zu ermitteln. • selbstständig, auf Basis eines ganzheitlichen Bewertungsansatzes von Finanzierungsalternativen, eine fundierte Auswahlentscheidung zu treffen.
Teilnahmevoraussetzungen	-

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

Lehrinhalte	<p>Entrepreneurship: Notwendigkeit und Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Entrepreneurships • Arten von Entrepreneurship • Der unternehmerische Prozess • Kreativität und Innovation als Basis für Entrepreneurship <p>Businessplan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anlässe und Zielgruppen • Bedeutung des Businessplans für Unternehmensgründungen • Formale und inhaltliche Anforderungen • Struktur und Hauptelemente des Businessplans <p>Gründungs- und Wachstumsfinanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Regeln und Strategien für Entrepreneure • Finanzierungsanlässe • Finanzierungsquellen • Analyse und Bewertung von Finanzierungswirkungen von Venture Capital als Basis für die Auswahlentscheidung <p>Entrepreneurial Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notwendigkeit und Zielgruppen von Entrepreneurial Marketing • Begriffsabgrenzung • Methoden des Entrepreneurial Marketing
Literatur	<p>Ries, E. (2017). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. London: Penguin Books.</p> <p>Kollmann, T. (2016). E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Kailer, N.; Weiß, G. (2018). Gründungsmanagement kompakt: Von der Idee zum Businessplan. Wien: Linde Verlag</p> <p>Fueglistaller, U.; Müller, C.; Volery, T. (2016). Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Vollmann, S. (2018). Innovationsmanagement unter extremer Unsicherheit: Neue Methoden zur Ideenbewertung zu Beginn des Innovationsprozesses. Marburg: Büchner Verlag</p> <p>Freiling, J.; Kollmann, T. (Hrsg.) (2018). Entrepreneurial Marketing: Besonderheiten, Aufgaben und Lösungsansätze für Gründungsunternehmen. Wiesbaden: Springer Gabler</p>
Bemerkungen	