



Modulhandbuch  
für den Masterstudiengang  
Applied Entrepreneurship

Modulbezeichnung:	Start-up-Engineering A	Kzz.: SEA FNR: P1
Angebotshäufigkeit:	Wintersemester	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. habil. Andreas Welling	
Dozent(in):	SU: Prof. Dr. habil. Andreas Welling, Prof. Dr. Josef Löffl Ü: Nikolas Rolf (M. Sc.), Tim Fechner (Vet.-Med.)	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden)	
Zuordnung z. Curriculum:	1. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	Seminaristischer Unterricht / 3 SWS ; Übung / 3 SWS	
Arbeitsaufwand:	90 h Präsenz- und 360 h Eigenstudium	
Kreditpunkte:	15 CR / 450 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: /	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden lernen ein Start-Up gemäß des Lean-Prinzips zu entwickeln und erkennen die Bedeutung disruptiver Innovationen. Sie erlangen die Fähigkeit, Kundenbedürfnisse zu identifizieren, Zielgruppen zu definieren und Annahmen in überprüfbare Hypothese zu transformieren. Ihre eigenen Annahmen evaluieren sie mit Hilfe empirischer Methoden, um das Erreichen des Problem-Solution-Fits zu überprüfen. Außerdem ermitteln sie das Marktpotential ihrer Lösungsidee und analysieren die Wettbewerbssituation. Sie lernen dabei ihre Annahmen und Lösungsideen Dritten verständlich zu kommunizieren, sowohl mündlich als auch über elektronische Medien. Zudem üben Sie die gemeinsame Projektarbeit, die Selbstorganisation im Team sowie das konstruktive Analysieren und gemeinschaftliche Diskutieren von Gründungs- und Geschäftsideen.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Lean-Start-Up-Prozess</li> <li>• Disruption als "Game Changer"</li> <li>• Evaluation von Kundenbedürfnissen</li> <li>• Definition von Zielgruppen</li> <li>• Prüfung des Problem-Solution-Fit</li> <li>• Marktpotentialbestimmung und Marktrecherche</li> <li>• Wettbewerbsanalyse</li> <li>• Value Proposition Canvas</li> <li>• Erstellen einer Landing Page und von MVPs</li> <li>• Kommunikation eigener Ideen</li> <li>• Analyse und Diskussion fremder Ideen</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Semesterbegleitende Aufgaben (50%) und Präsentation (50%), benotet. Das arithmetische Mittel der beiden Teilnoten entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Whiteboard, Canvas-Poster, Gruppenarbeit, Diskussion, etc.	
Literatur:	<u>Deutsch:</u> J. Görs & G. Horton: "The Founder's Playbook", founders-playbook.de E. Ries: „Lean Startup“, Redline Verlag, 2017 A. Osterwalder et al.: „Value Proposition Design“, Campus, 2015 <u>Englisch:</u> E. Ries: "The Lean Start-up": Penguin, 10 <sup>th</sup> edition, 2011 T. Owens & O. Fernandez: "The Lean Enterprise", Wiley, 2014 A. Osterwalder et al.: „Value Proposition Design“, Wiley, 2014	
Text für Transcript:	Start-up-Engineering A Objectives: Being able to develop a business idea according to the lean start-up framework, to identify customer needs and to define target groups, to evaluate and validate hypothesis, particularly value propositions. Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management, market research.	

Modulbezeichnung:	Scientific Methods	Kzz.: SCM FNR: P2
Angebotshäufigkeit:	Wintersemester	
Modulverantwortliche(r):	NN (Professur für Creative and Cultural Entrepreneurship)	
Dozent(in):	NN (Professur für Creative and Cultural Entrepreneurship), Prof. Dr. Tobias Schmohl	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden)	
Zuordnung z. Curriculum:	1. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	Seminaristischer Unterricht / 3 SWS	
Arbeitsaufwand:	45 h Präsenz- und 105 h Eigenstudium	
Kreditpunkte:	5 CR / 150 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: /	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden verinnerlichen die Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens und lernen statistische Grundlagen und Methoden zu verstehen und anzuwenden. Sie erwerben die Fähigkeit qualitative wie quantitative wissenschaftliche Studien unter Berücksichtigung psychologischer Grundlagen zu designen und durchzuführen. Hierzu konkretisieren sie Forschungsfragen, stellen Hypothesen auf, sammeln Daten, bereiten diese auf und werten sie mit Hilfe von Statistiksoftware aus. Zudem entwickeln die Studierenden die Kompetenz, ihre eigenen Ergebnisse grafisch aufzubereiten, sie in den bisherigen Forschungsstand einzuordnen, sie unter Berücksichtigung der existierenden Forschungsergebnisse kritisch zu hinterfragen und sie Dritten zu präsentieren.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinzip der Wissenschaftlichkeit</li> <li>• Datenrecherche und Aufbereitung</li> <li>• Aufstellen und Testen von Hypothesen</li> <li>• Statistische Grundlagen</li> <li>• Funktionsweise von Statistiksoftware</li> <li>• Qualitative und quantitative Befragungen</li> <li>• Psychologische Grundlagen</li> <li>• Literaturrecherche und Quellenstudium</li> <li>• Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Ausarbeitung, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Tafel, Whiteboard, Gruppenarbeit, etc.	
Literatur:	<p>Deutsch:</p> <p>C. Ebster &amp; L. Stalzer: "Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler", UTB, 5. Auflage, 2017</p> <p>N. Baur &amp; J. Blasius: "Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung", Springer, 2. Auflage, 2019</p> <p>L. Berekoven (et al.): "Marktforschung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendung", Gabler, 12. Auflage, 2009</p> <p><u>Englisch:</u></p> <p>D. Stockemer: "Quantitative Methods for the social sciences", Springer, 2019</p> <p>T. Bjorner: "Qualitative Methods for Consumer Research", Reitzel, 2015</p> <p>S. Bailey: "Academic Writing for International Students of Business", Routledge, 2<sup>nd</sup> edition, 2015</p>	
Text für Transcript:	<p>Scientific Methods</p> <p>Objectives: Understand the fundamentals of scientific work and being able to design, carry out and evaluate scientific studies and to communicate scientific results.</p> <p>Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.</p>	

Modulbezeichnung:	Business Administration for Entrepreneurs	Kzz.: BAE FNR: P3
Angebotshäufigkeit:	Wintersemester	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. habil. Andreas Welling	
Dozent(in):	Prof. Dr. habil. Andreas Welling	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden)	
Zuordnung z. Curriculum:	1. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	E-Learning / 3SWS	
Arbeitsaufwand:	45h E-Learning und 105h Selbststudium	
Kreditpunkte:	5 CR / 150 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: /	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden können die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Begriffe und Konzepte definieren, den Prozess der Unternehmensgründung beschreiben und die primären und sekundären Aktivitäten des Betriebes benennen. Sie erlernen die Grundlagen der Entscheidungstheorie und des Rechnungswesens und können die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens anhand von Jahresabschluss und Kennzahlen einschätzen. Sie erarbeiten die für Gründenden wichtigsten Konzepte und Methoden des Marketings und Managements und üben den Einsatz von Managementsoftware bei der Organisation von Geschäftsprozessen.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe der Betriebswirtschaft</li> <li>• Entscheidungstheorie</li> <li>• Primäre und sekundäre Aktivitäten des Betriebes</li> <li>• Grundlagen des Rechnungswesens</li> <li>• Einführung in Marketing und Vertrieb</li> <li>• Organisation von Geschäftsprozessen</li> <li>• Grundlagen des Managements</li> <li>• Softwareeinsatz im Management</li> <li>• Kennzahlen</li> <li>• Prozess der Unternehmensgründung</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Klausur, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Videosequenzen, Leseliste (inkl. Textsammlung), Übungsaufgaben mit Musterlösung, Online-Tutoring, etc.	
Literatur:	<u>Deutsch:</u> G. Wöhe (et al.): „Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre“, Vahlen, 25. Auflage, 2013 G. Wöhe (et al.): „Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre“, Vahlen, 14. Auflage, 2013 J. Freiling & T. Kollmann: „Entrepreneurial Marketing“, Springer Gabler, 2. Auflage, 2015 <u>Englisch:</u> D. Alexander & C. Nobes: „Financial Accounting, an International Introduction“, 5th edition, 2013. M. Konecnik Ruzzier (et al.): „Marketing for Entrepreneurs and SMEs“, Edward Elgar, 2013 X. Pierron (et al.): „An Introduction to Management Science“, Cengage Learning, 2017	
Text für Transcript:	Scientific Methods Objectives: Being able to understand basic business concepts and vocabulary, to understand balance sheets, business indicators and key figures. Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.	

Modulbezeichnung:	Start-up-Engineering B	Kzz.: SEB FNR: P4
Angebotshäufigkeit:	Sommersemester	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. habil. Andreas Welling	
Dozent(in):	SU: Prof. Dr. habil. Andreas Welling, NN (Professur für Creative and Cultural Entrepreneurship), Ü: Thomas Schellenberg (M. Sc.), Dr.-Ing. Lukasz Wisniewski, Tosca Albrecht (M. Sc.)	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden)	
Zuordnung z. Curriculum:	2. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	Seminaristischer Unterricht / 3 SWS ; Praktikum / 3 SWS	
Arbeitsaufwand:	90 h Präsenz- und 360 h Eigenstudium	
Kreditpunkte:	15 CR / 450 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: Start-up-Engineering A, Business Administration for Entrepreneurs	
Lernziele, Kompetenzen:	<p>Die Studierenden erlernen die Fähigkeiten, innovative Geschäftsideen zu entwickeln, zu evaluieren und zu validieren. Anhand des Business Model Canvas illustrieren sie ihr eigenes Geschäftsmodell und iterieren es basierend auf den von ihnen ermittelten Feedback der Zielgruppe. Sie diskutieren die geeignete Marktpositionierung und identifizieren die optimale Markteintritts- und Wachstumsstrategie.</p> <p>Parallel hierzu kreieren die Studierenden im Team den ersten funktionellen Prototypen ihrer eigenen Produktidee (Proof-of-Concept). Dabei organisieren sie den hierfür notwendigen Wissens- und Kompetenzerwerb im Team selbstständig. Zudem erlernen sie einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit den Labor- bzw. Werkstatteinrichtungen und den eingesetzten Ressourcen.</p>	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschäftsmodellentwicklung und –evaluation</li> <li>• Business Model Canvas</li> <li>• Marktpositionierung</li> <li>• Markteintrittsstrategie</li> <li>• Produktkonzeption (Funktionen, Features, Design)</li> <li>• Physische Umsetzung von Produktideen</li> <li>• Sichere Arbeit an Maschinen und in Laboren</li> <li>• Wirtschaftlicher und nachhaltiger Ressourcenverbrauch</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Ausarbeitung mit Kolloquium, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Whiteboard, Canvas-Poster, Gruppenarbeit, Diskussion, etc.	
Literatur:	<p><u>Deutsch:</u> J. Görs &amp; G. Horton: "The Founder's Playbook", founders-playbook.de E. Ries: „Lean Startup“, Redline Verlag, 2017 A. Osterwalder (et al.): „Business Model Generation“, Campus, 2011 G. Kawasaki: "The Art of the Start", Vahlen, 2013</p> <p><u>Englisch:</u> A. Osterwalder (et al.) "Business Model Generation": Wiley, 2010 E. Ries: "The Lean Start-up": Penguin, 10<sup>th</sup> edition, 2011 G. Kawasaki: "The Art of the Start 2.0", Penguin, 2004 W. Kim &amp; R. Mauborgne: "Blue Ocean Strategy Reader", Ingram, 2017</p>	
Text für Transcript:	<p>Start-up-Engineering B</p> <p>Objectives: Being able to develop, evaluate and iterate a business model according to the lean start-up framework and to develop a proof-of-concept for a given product idea.</p> <p>Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.</p>	

Modulbezeichnung:	Rhetorics and Presentation	Kzz.: RAP FNR: P5
Angebotshäufigkeit:	Sommersemester	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Tobias Schmohl	
Dozent(in):	Prof. Dr. Tobias Schmohl	
Sprache:	Englisch	
Zuordnung z. Curriculum:	2. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	Übung / 3 SWS	
Arbeitsaufwand:	45 h Präsenz- und 105 h Eigenstudium	
Kreditpunkte:	5 CR / 150 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: /	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden kennen die Grundzüge von kommunikationspsychologischen Modellen und stärken damit ihre kommunikative Kompetenz. Sie verstehen den Zusammenhang zwischen Absicht und Verhalten, zwischen Ergebnisebene und Prozessebene. Sie kommunizieren adressaten- und gehirngerecht und setzen ihre Körpersprache bewusst ein. Sie können valide Argumente strukturieren, Sachverhalte kritisch diskutieren und gemäß der Verhandlungstechnik des Harvard-Konzeptes methodisch-überlegt verhandeln. Sie wissen um die Aufgabe eines Moderators und sind in der Lage, eine Arbeitssitzung zu moderieren. Sie kennen verschiedene Präsentationstechniken (u.a. PowerPoint, Flipchart, Metaplanwand), deren Vor- und Nachteile und sind in der Lage, eine Präsentation interaktiv (Publikum wird einbezogen) vorzubereiten. Sie üben das Erstellen und Halten von gründer-spezifischen Business-Präsentationen, wie Kundengesprächen, Investoren-pitches und Elevator-pitches.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gutes Argumentieren unter Berücksichtigung soziologischer, psychologischer und emotionaler Faktoren</li> <li>• Sicheres Auftreten und Körpersprache</li> <li>• Gesprächsführung und -moderation</li> <li>• Verhandlungstechniken, insb. Harvard-Konzept</li> <li>• Motivieren und Überzeugen von Mitarbeitern</li> <li>• Überzeugen von B2C- und B2B-Kunden</li> <li>• Design und Halten von Business-Präsentations</li> <li>• Erstellen informativer und übersichtlicher Grafiken</li> <li>• Elevatorpitch</li> <li>• Investoren-pitches</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Präsentation, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Tafel, Whiteboard, Gruppenarbeit, etc.	
Literatur:	Deutsch: J. Röhner & A. Schütz: "Psychologie der Kommunikation", Springer, 2. Auflage, 2016 J. Seifert: „Visualisieren, Präsentieren, Moderieren“, Gabal, 41. Auflage, 2011 Englisch: C. Chambers: "The seven deadly sins of Psychology" Princeton University Press, 2017 C. Anderson: "TED Talks: The official TED guide to public speaking: Tips and tricks for giving unforgettable speeches and presentations", Houghton Mifflin Harcourt, 2018	
Text für Transcript:	Rhetorics and Presentation Objectives: Being able to communicate in a target group-oriented manner, to argue in a structured manner, to conduct discussions and negotiations in a deliberate manner and to create and to hold successful business presentations. Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.	

Modulbezeichnung:	Legal Issues for Entrepreneurs	Kzz.: LIE FNR: P6
Angebotshäufigkeit:	Sommersemester	
Modulverantwortliche(r):	NN (Professur für Creative and Cultural Entrepreneurship)	
Dozent(in):	NN (Professur für Creative and Cultural Entrepreneurship)	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden)	
Zuordnung z. Curriculum:	2. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	E-Learning / 3SWS	
Arbeitsaufwand:	45h E-Learning und 105h Selbststudium	
Kreditpunkte:	5 CR / 150 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: /	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden erlernen Aufbau und Funktionsweise des deutschen und europäischen Rechts- und Wirtschaftssystems. Sie erarbeiten sich die Grundlagen des Vertragsrechtes anhand dessen sie die Technik der Falllösung praktisch üben. Darüber hinaus erlangen sie einen Überblick über die verschiedenen für Gründende relevanten rechtlichen Teilgebiete, insb. Gesellschaftsrecht, Handelsrecht, Steuerrecht, Patent- und Urheberrecht, Arbeitsrecht, Förder- sowie Vergaberecht und können jeweils die relevantesten rechtlichen Regelungen benennen und wiedergeben. Sie können zudem beurteilen, ob sie in der Lage sind ein rechtliches Problem selbst zu lösen oder ob sie dabei auf externe Hilfe angewiesen sind. Sie sind in der Lage die Konsequenzen aus der Wahl einer bestimmten Gesellschaftsform darzustellen, insbesondere sich ergebende Rechte, Pflichten, Verantwortungen und Haftungen der Unternehmensleitung.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Rechtssystem in Deutschland und Europa</li> <li>• Vertragsrecht</li> <li>• Technik der Falllösung</li> <li>• Gesellschaftsformen und Gesellschaftsrecht</li> <li>• Handelsrecht</li> <li>• Steuerrechtliche Grundlagen</li> <li>• Schutzrechte, insb. Patent- und Urheberrecht</li> <li>• Arbeitsrechtliche Grundlagen</li> <li>• Rechtliche Aspekte des Datenschutzes und der Datensicherheit</li> <li>• Rechte, Pflichten, Verantwortung und Haftung von Geschäftsführern</li> <li>• Grundlagen des Förder- und Vergaberechtes</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Klausur, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Videosequenzen, Leseliste (inkl. Textsammlung), Übungsaufgaben mit Musterlösung, Online-Tutoring, etc.	
Literatur:	<u>Deutsch:</u> Gesetzestexte (insb. BGB, HGB) H. Riedel: "Unternehmensnachfolge regeln", Gabler, 3. Auflage, 2000 J. Schnedler: "Startup-Recht: Praktischer Leitfaden für Gründung, Unternehmensführung und -finanzierung", O'Reilly, 2017 <u>Englisch:</u> M. Wendler (et al.): „Key aspects of German business law“, Springer, 2008	
Text für Transcript:	Legal Issues for Entrepreneurs Objectives: Understanding the fundamental principals of business law in Germany and getting an overview of the key aspects of law for entrepreneurs. Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.	

Modulbezeichnung:	Start-up-Engineering C	Kzz.: SEC FNR: P7
Angebotshäufigkeit:	Wintersemester	
Modulverantwortliche(r):	Dr.-Ing. Lukasz Wisniewski	
Dozent(in):	Prof. Dr.-Ing. Jan Schneider, Prof. Dr. Hans Sachs, Prof. Dr.-Ing. Jürgen Jasperneite, Dr.-Ing. Lukasz Wisniewski, Gastdozenten	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden), möglicherweise Teile nur in Englisch	
Zuordnung z. Curriculum:	3. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	Seminaristischer Unterricht / 3 SWS ; Praktikum / 3 SWS	
Arbeitsaufwand:	90 h Präsenz- und 360 h Eigenstudium	
Kreditpunkte:	15 CR / 450 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: Start-up-Engineering B	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden erlangen Kenntnis von den notwendigen Schritten der Produktzulassung und Industrialisierung. Sie erkennen, welche Herausforderungen auf dem Weg vom Prototypen zur Marktreife insbesondere für Gründende liegen. Anhand ihrer eigenen Produktidee üben sie die iterative Weiterentwicklung von Prototypen basierend auf Kundenfeedback und in enger Zusammenarbeit mit Unternehmenspartnern. Sie führen die notwendigen Anpassungen am Geschäftsmodell durch und entwickeln Marke, Verpackung und ggf. ein Gehäuse. Sie lernen, wie gemäß verschiedener Markteintritts- und Wachstumsstrategien Produktions-, Logistik- und Vertriebsnetzwerke sowie Service und Support aufgebaut werden. Zudem entwickeln sie ihre Teamorganisation weiter und differenzieren insbesondere ihre Rollen. Durch den regelmäßigen Austausch mit Unternehmenspartnern und der Zielgruppe üben sie praktisch die Kommunikation mit Geschäftskontakten.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prototypen anhand von Kundenfeedback iterativ zur Marktreife weiterentwickeln</li> <li>• Weiterentwicklung und Evaluation des Geschäftsmodells</li> <li>• Zulassung von neuen Produkten (Zertifizierung, Normen, Siegel)</li> <li>• Design von Verpackung und Gehäuse</li> <li>• Industrialisierung von neuen Produkten</li> <li>• Entwicklung einer Marke</li> <li>• Aufbau von Produktions- und Logistiknetzwerken</li> <li>• Aufbau von Marketing und Sales</li> <li>• Aufbau von Support und Service</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Ausarbeitung mit Präsentation, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Tafel, Whiteboard, Gruppenarbeit, etc.	
Literatur:	Keine allgemeine Empfehlung, da stark branchenbezogen	
Text für Transcript:	<p>Start-up-Engineering C</p> <p>Objectives: Being able to iteratively develop a market ready product from a first prototype based on customer feedback, to handle the process of certification and industrialisation, to design casing, packaging and trademark, to build up production, logistics, sales, marketing and service and to iteratively adjust the business model based on the learnings made.</p> <p>Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.</p>	

Modulbezeichnung:	Leadership and Change Management	Kzz.: LCM FNR: P8
Angebotshäufigkeit:	Wintersemester	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Josef Löffl	
Dozent(in):	Prof. Dr. Josef Löffl, NN (Professur für Creative and Cultural Entrepreneurship)	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden)	
Zuordnung z. Curriculum:	3. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	Seminaristischer Unterricht / 3 SWS	
Arbeitsaufwand:	45 h Präsenz- und 105 h Eigenstudium	
Kreditpunkte:	5 CR / 150 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: Business Administration for Entrepreneurs	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden werden befähigt, einen Veränderungsprozess systematisch initiieren und begleiten zu können. Neben der Vermittlung der fachlichen Inhalte treten hierbei insbesondere projektgruppen-bezogene Fallbeispiele auf, in deren Rahmen die Grundlagen praktisch zur Anwendung gebracht werden. Die Studierenden werden mit multidisziplinären Ansätzen zu Veränderungsprozessen konfrontiert, um sie im Rahmen eines generalistischen Überblicks anwendungsbezogen mit den unterschiedlichsten Überlegungen in diesem Bereich vertraut zu machen. Hierbei wird ein besonderer Schwerpunkt auf die Klärung der Frage, warum Veränderungsprozesse scheitern, gelegt. Die Studierenden werden im Rahmen dieser Lerneinheit mit der entsprechenden Analysekompetenz ausgestattet, um die Gegebenheiten derartiger Prozesse abstrahieren und vergleichen zu können.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestimmende Faktoren der Organisationsentwicklung</li> <li>• Gestaltung und Grundlagen von Organisationen</li> <li>• Bürokratiemodell und Demokratie nach Max Weber</li> <li>• Differenzierung von Organisationen</li> <li>• Innovative Organisationsstrukturen (z.B. Gamification)</li> <li>• Aspekte der Schwarmintelligenz</li> <li>• Herausforderungen beim Schaffen einer Innovationskultur</li> <li>• Entwicklungs- und Lebenszyklus von Organisationen</li> <li>• Interkulturelle Case Studies</li> <li>• Gegebenheiten sich selbst organisierender Strukturen</li> <li>• Definition des Veränderungsmanagements</li> <li>• Entscheidende Triebkräfte des Wandels</li> <li>• Diskussion der zentralen Aspekte des Veränderungsmanagements:</li> <li>• Erfolgs- und Negativfaktoren von Veränderungsmanagemen</li> </ul>	
Studien- Prüfungsleistungen:	Semesterbegleitende Aufgaben, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Tafel, Whiteboard, Gruppenarbeit, etc.	
Literatur:	<u>Deutsch:</u> C. Buchheim & M. Weiner: "HR Basics für Start-Ups", Springer, 2014 K. Doppler & C. Lauterburg: "Change Management", Campus, 13. Aufl., 2014 N. Homma & R. Bauschke: "Unternehmenskultur und Führung", Springer, 2. Auflage, 2015 <u>Englisch:</u> P. Northouse: "Leadership: Theory and Practice", Sage, 8 <sup>th</sup> edition, 2018 C. Carnall: "Managing Change in Organizations", Prentice Hall, 5 <sup>th</sup> edition, 2007 R. Daft: "Organization Theory and Design", Thomson, 9 <sup>th</sup> edition, 2007	

Text für Transcript:	<p>Leadership and Change Management</p> <p>Objectives: Being able to systematically implementing change in an organization, to realize mitigating forces that erode change processes and to use supporting leadership techniques when initiating new change processes.</p> <p>Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.</p>
----------------------	---

Modulbezeichnung:	Financing and Grants	Kzz.: FIN FNR: P9
Angebotshäufigkeit:	Wintersemester	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. habil. Andreas Welling	
Dozent(in):	Prof. Dr. habil. Andreas Welling	
Sprache:	Deutsch oder Englisch (Wahlmöglichkeit des/der einzelnen Studierenden)	
Zuordnung z. Curriculum:	Applied Entrepreneurship (M.Sc.): 3. Semester, Pflichtmodul	
Lehrform / SWS:	E-Learning / 3SWS	
Arbeitsaufwand:	45h E-Learning und 105h Selbststudium	
Kreditpunkte:	5 CR / 150 h	
Voraussetzungen:	Formal: / Inhaltlich: Business Administration for Entrepreneurs, Legal Issues for Entrepreneurs, Start-up-Engineering B	
Lernziele, Kompetenzen:	Die Studierenden sind in der Lage die Wirtschaftlichkeit von Investitionsprojekten mit Hilfe der Investitionsrechnung abzuschätzen und finanzielle Kennzahlen zu interpretieren. Sie können die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten für Gründende benennen, lernen einen Business Plan aufzustellen und sich mit Hilfe von Invesorenpitches um finanzielle Beteiligungen zu bewerben. Zudem erlangen sie einen Überblick über gründungsspezifische Förderprogramme und üben das Verfassen von Förderanträgen.	
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionsrechnung</li> <li>• Grundlagen der Finanzierung</li> <li>• Finanzielle Kennzahlen</li> <li>• Finanzierungsalternativen für Gründende</li> <li>• Kreditfinanzierung</li> <li>• Aufstellen eines Business-Plans</li> <li>• Finanzierung durch Business-Angel und Venture-Capital</li> <li>• Investorenpitch und -pitchdeck</li> <li>• Programme zur Gründungsförderung</li> <li>• Verfassen von Förderanträgen</li> </ul>	
Studien-Prüfungsleistungen:	Klausur, benotet. Die Note entspricht der Note für das Modul.	
Medienformen:	PowerPoint-Präsentation, Videosequenzen, Leseliste (inkl. Textsammlung), Übungsaufgaben mit Musterlösung, Online-Tutoring, etc.	
Literatur:	<u>Deutsch:</u> U. Ermschel (et al.): „Investition und Finanzierung“, Springer, 4. Auflage, 2016 J. Wöltje: “Finanzierung für Start-ups und junge Unternehmen“, Haufe, 2019 M. Baumann: „Fördermittel akquirieren“, Schäffer Pöschel, 2016_ <u>Englisch:</u> S. Ross (et al.): “Fundamentals of Corporate Finance”, McGraw-Hill, 12 <sup>th</sup> edition, 2018 A. Cremades: „The art of Start-up financing“, Wiley, 2016	
Text für Transcript:	Financing and Grants Objectives: Being able to develop a business idea according to the lean start-up framework, to evaluate value propositions and to get an overview on the German start-up eco-system. Exercises: Communication skills, presentation skills, team work, creativity, discussion skills, project management.	