



Hochschule Aalen



Modulhandbuch

**Master Business Development /
Produktmanagement & Start-up-Management**

Version11 überarbeitet am 08.02.2021 EH



Modulhandbuch MBD

79001	Modul Start-Up-Management	3
79002	Modul Produktmanagement.....	6
79004	Modul Unternehmensprojekt I	8
79005	Modul Unternehmensprojekt II	10
79006	Modul Geschäftsmodelle und Businessplan	12
79007	Modul Leadership.....	14
79013	Modul Start-Up-Innovation.....	17
79003	Modul Projektmanagement.....	20
79008	Modul Projekt- und Gründungsfinanzierung	23
79901	Modul Idea to Market	26
79902	Modul Geschäftsideen im Beschleuniger (ASAP BW).....	30
79903	Consulting Projekte	33
79904	Research in Business	36
79905	Rechtliche Aspekte in Start-ups.....	39
79009	Modul Wahlmodul 1.....	42
79010	Modul Wahlmodul 2.....	44
79011	Modul Wahlmodul 3.....	46
XXXX	Modul Masterarbeit	48

Modul-Nummer: 79001**SPO-Version: SPO 31****Modulname Start-Up Management**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Holger Held
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

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

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeiten, um in idealerweise interdisziplinären Projektgruppen komplexe Fragestellungen zu bearbeiten und können gemeinsam eine einheitliche und effektive Lösung entwickeln.

Die Studierenden sind durch die Module in der Lage Konzepte und Entscheidungen unter sehr großer Unsicherheit und auf der Basis zahlreicher Annahmen zu modellieren; zudem sind sie in der Lage in hohem Maße abstrakt und vernetzt zu denken.

- Lerninhalte**
1. Schritt Theoretische Zusammenhänge Start-up-Management:
 - a) Strategisches Management und Start-up-Management
 - b) Aktueller Stand der Entrepreneurshipforschung, u.a.
 - Persönlichkeitsmerkmale
 - typische Formen der Gründung von Start Up Unternehmen / Unternehmensgründungen
 - internationale Vergleiche
 - typischer Lebenslauf einer Existenzgründung
 - c) Formale Prozesse bei Unternehmensgründungen
 - d) Formaler Prozess Business-Plan
 - e) Vernetzung: "Denken in komplexen Zusammenhängen / Systemisches Denken"
 2. Schritt: Umsetzung Start-up-Management
 - a) Die eigene Lebens- und Unternehmensvision
 - b) Zukunftsmanagement / Trends
 - c) Regionale Förderlandschaft und regionale Vernetzung
 - d) Praxis kompakt: Gründen, Stabilisieren, Wachsen!
 - e) Führen in Start-up-Unternehmen

Literatur

Auswahl (weitere Hinweise in der Vorlesung):
 Brynjolfsson, Erik / McAfee, Andrew: The second machine age, Kulmbach 2015
 Faltin, Günter: Kopf schlägt Kapital, München 2008
 Faltin, Günter: Wir sind das Kapital, Hamburg 2015
 Held, Holger: KMU- und Start-up-Management: Strategisch planen und gründen in einer komplexen Welt, Stuttgart 2020
 Kreikebaum, Hartmut / Gilbert, Dirk / Behnam, Michael: Strategisches Management, 8. Auflage, Stuttgart 2018
 Malik, Fredmund: Führen, Leisten, Leben, Frankfurt a.M. 2006
 Nagl, Anna: Der Businessplan, 9. Auflage, Wiesbaden 2018

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79101	Start-Up Management	Prof. Dr. Holger Held	V, Ü	4	5

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79101	PLK 90 benotet		

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung
Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen

Die Teilnehmerzahl ist auf max. ca. 40 Plätze beschränkt.

Letzte Aktualisierung: 14.05.2020, Prof. Dr. Holger Held

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79002
SPO-Version: SPO 31
Modulname Produktmanagement

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele
Allgemeines
Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können durch eine Fallstudie die Gesamtsituation eines real existierenden Unternehmens anhand der erlernten Bausteine des Produktmanagements, wie z. B. Vision, Mission, Ziele, Marktsituation, Marketingstrategien und Marketing-Mix in den Phasen des Produktlebenszyklus, analysieren. Sie können eine hypothetische Weiterentwicklung eines Produktes oder Services für des Unternehmens entwerfen und konzipieren und den Marketing Mix für dieses Zukunftsszenario mit der erwarteten Auswirkung auf die Entwicklung der Wirtschaftlichkeit (zukünftige GuV Erwartung) konzipieren.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können das Gelernte anwenden und sind in der Lage eine Fallstudie eigenständig in Teamarbeit zu analysieren ein plausibles hypothetisches Zukunftskonzept zu entwickeln und vor der Gruppe zu präsentieren und zu verteidigen.

Die Studierenden erhalten eine Gesamtübersicht über die vielfältigen Tätigkeitsbereiche eines Produktmanagers anhand von Praxisbeispielen in der Veranstaltung, die sie in der Diskussion mit Firmenexperten, u. a. einem Produktmanager aus der Industrie überprüfen.

Lerninhalte

Gesamtübersicht der vielfältigen Tätigkeitsbereiche im Produktmanagement im Kontext der Unternehmung; Gestaltung der Ideenfindung, Identifikation von Kundenbedürfnissen und Übersetzung in die Unternehmung Steuerung und Umsetzung in der Produktentstehungsphase Konzeption und Steuerung der Markteinführung neuer Produkte; Management etablierter Produkte (Produktportfolio und Komplexitätsmanagement). Die Vorlesungsinhalte werden durch Vorträge unterschiedlicher Firmenexperten Firmenexperten sowie durch Übungen ergänzt. Innerhalb der Übungen werden die wichtigsten Analysemethoden bzw. Bausteine des Produktmanagements behandelt und in Fallstudien, Übungsaufgaben sowie Projekt-Gruppenarbeiten vertieft. Folgende Themeninhalte werden dabei innerhalb der Übungen behandelt

Modul-Nummer: 79004**SPO-Version: SPO 31****Modulname Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil I**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können in Kleingruppen an einem Unternehmensprojekt arbeiten bzw. sind fähig eine Studienarbeit zu einem Themenfeld ihres Gründungsvorhabens aus dem Produktmanagement in einem Industrieunternehmen zu verfassen. Sie sind fähig ein komplexes Projekt / Vorhaben selbständig über einen längeren Zeitraum (ein Jahr) zu entwickeln, durchzuführen, zu bewerten. Ihr Ergebnis können Sie beurteilen und im Rahmen einer Präsentation vor der Gruppe verteidigen. Dies dient insbesondere auch der Vorbereitung auf die Masterarbeit, in der das gewählte Projekt auch weiterentwickelt werden kann.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können selbständig Lösungen für ein komplexes Projekt erarbeiten und sind dazu fähig im Team zu arbeiten. Sie können ihre Rollen eigenständig klären und können somit spielerisch sowohl die Führung als auch die Mitarbeit im Team von der Verhandlung und Ausgestaltung der Aufgabenverteilung im Arbeitsteam bis zur gemeinsamen Vorstellung der Ergebnisse vertiefen. Hierzu ist neben dem Team zur Bearbeitung des Fachthemas ein weiteres Lernsetting zur Teambildung vorgesehen. Im Rahmen des Studium Generale können die Studierenden Schlüsselqualifikationen, die für ihr späteres Berufsleben von Bedeutung sind erlernen und anwenden. Um die sozialen Kompetenzen der Studierenden zu stärken, wird das ehrenamtliche Engagement gefordert. Die Studierenden können die Bedeutung des ehrenamtlichen und zivilgesellschaftlichen Engagements für die persönliche Entwicklung und für die Gesellschaft erkennen.

Die Studierenden können die passenden Methoden des Projektmanagements für ein größeres Praxisprojekt auswählen und verknüpfen dabei die erlernten Methodenbausteine zu einer Gesamtkonzeption.

Lerninhalte Die Studierenden bearbeiten eine Aufgabenstellung eines Start-up- oder Unternehmens-themas aus dem Produktmanagement. Sie entwickeln dazu eine umsetzungsfähige Lösung in Form eines Projektes oder einer Studienarbeit. In beiden Fällen ist eine betriebliche Problemstellung mit dem betreuenden Dozenten abzustimmen. Dabei werden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung des umsetzungsfähigen Lösungsansatzes angewandt. Die Bearbeitung der Fragestellung wird i.d.R. in Phasen eingeteilt. Im Unternehmensprojekt Teil1 werden davon die Phasen 1. Definition der Problemstellung, 2. Theoretische Grundlagen / Literaturrecherche/ Stand der Forschung bzw. Technik, 3. Analyse durchgeführt. Die Ergebnisse werden mit Unternehmensexperten, z.B. in Form von Reviews oder Kamingesprächen überprüft und am Ende des Semesters vor der Gruppe präsentiert. Die Studierenden nehmen darüber hinaus an einer Maßnahme zum Teambildung teil.

Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79106	Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil I	Prof. Dr. Harry Bauer Dozenten MBD und Lehrbeauftragte	P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79106	Abschlussprüfung in Form einer Präsentation	Zwischenbericht und Präsentation je 50 %	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Infolge des Grundkonzepts des Masterangebots ist ein jederzeitiger Einstieg bei Studienstart möglich

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Harry Bauer

¹ *V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert*
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79005**SPO-Version: SPO 31****Modulname Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil II**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können in Kleingruppen an einem Unternehmensprojekt arbeiten bzw. sind fähig eine Studienarbeit zu einem Themenfeld ihres Gründungsvorhabens aus dem Produktmanagement in einem Industrieunternehmen zu verfassen. Sie sind fähig ein komplexes Projekt / Vorhaben selbständig über einen längeren Zeitraum (ein Jahr) zu entwickeln, durchzuführen, zu bewerten. Ihr Ergebnis können Sie beurteilen und im Rahmen einer Präsentation vor der Gruppe verteidigen. Dies dient insbesondere auch der Vorbereitung auf die Masterarbeit, in der das gewählte Projekt auch weiterentwickelt werden kann.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können selbständig Lösungen für ein komplexes Projekt erarbeiten und sind dazu fähig im Team zu arbeiten. Sie können ihre Rollen eigenständig klären und können somit spielerisch sowohl die Führung als auch die Mitarbeit im Team von der Verhandlung und Ausgestaltung der Aufgabenverteilung im Arbeitsteam bis zur gemeinsamen Vorstellung der Ergebnisse vertiefen. Hierzu ist neben dem Team zur Bearbeitung des Fachthemas ein weiteres Lernsetting zur Teambildung vorgesehen. Im Rahmen des Studium Generale können die Studierenden Schlüsselqualifikationen, die für ihr späteres Berufsleben von Bedeutung sind erlernen und anwenden. Um die sozialen Kompetenzen der Studierenden zu stärken, wird das ehrenamtliche Engagement gefordert. Die Studierenden können die Bedeutung des ehrenamtlichen und zivilgesellschaftlichen Engagements für die persönliche Entwicklung und für die Gesellschaft erkennen.

Die Studierenden können die passenden Methoden des Projektmanagements für ein größeres Praxisprojekt auswählen und verknüpfen dabei die erlernten Methodenbausteine zu einer Gesamtkonzeption.

Lerninhalte Die Studierenden bearbeiten eine Aufgabenstellung eines Start-up- oder Unternehmens-themas aus dem Produktmanagement. Sie entwickeln dazu eine umsetzungsfähige Lösung in Form eines Projektes oder einer Studienarbeit. In beiden Fällen ist eine betriebliche Problemstellung mit dem betreuenden Dozenten abzustimmen. Dabei werden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung des umsetzungsfähigen Lösungsansatzes angewandt. Die Bearbeitung der Fragestellung wird i.d.R. in Phasen eingeteilt. Im Unternehmensprojekt Teil2 werden davon die Phasen 4. Hypothesen und Konzeption, 5. Umsetzung/Hypothesentest (Prototyp/ Minimum Viable Product) und 6. Evaluierung/Validierung aus der Kundensicht durchgeführt. Die Ergebnisse werden mit Unternehmensexperten, z.B. in Form von Reviews oder Kamingesprächen überprüft und am Ende des Semesters vor der Gruppe präsentiert. Die Studierenden nehmen darüber hinaus an einer Maßnahme zum Teambildung teil.

Literatur

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79201	Unternehmensprojekt / Studienarbeit Teil II	Prof. Dr. Harry Bauer Dozenten MBD und Lehrbeauftragte	P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79201	Abschlussprüfung in Form einer Präsentation	Schriftlicher Abschlussbericht und Präsentation mit Verteidigung je 50 %	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Infolge des Grundkonzepts des Masterangebots ist ein jederzeitiger Einstieg bei Studienstart möglich

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Harry Bauer

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79006
SPO-Version: SPO 31
Modulname Geschäftsmodelle und Businessplan

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele
Allgemeines
Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, attraktive Geschäftsmodelle zu entwerfen und unternehmerisches Denken praxisorientiert (Businessplan) zu erfahren respektive zu gestalten. Die Studierenden sind in der Lage eine Geschäftsidee aufzugreifen (z.B. Unternehmensgründung, -nachfolge, -projekt) und daraus ein schlüssiges und umfassendes Geschäftskonzept zu planen und zu validieren. Hierbei wird insbesondere auch ein Schwerpunkt gelegt auf "innovative Geschäftsmodelle" im Zusammenhang einer stark zunehmenden Digitalisierung. Die Studierenden sind in der Lage Chancen und Risiken der Geschäftsmodelle zu beurteilen. Die Studierenden können zudem den übergeordneten Prozess der Geschäftsmodell-Innovation erläutern und das Gelernte an einem Praxisbeispiel (eigenes Start-up oder Fallstudie) anwenden. Die im Detail zu beurteilenden Prozessschritte sind: „Geschäftsmodell-Innovationen initiieren, Geschäftssituation analysieren, Geschäftsideen generieren, Geschäftsmodell testen, Geschäftsplan erstellen, Geschäftsmodell auswählen sowie Geschäftsmodell implementieren und steuern.“

Überfachliche Kompetenzen

Lösungskompetenz in der gruppenzentrierten Ideengenerierung, -bewertung und -umsetzung. Die Studierenden sind fähig, ihre bereits in anderen Semestern erworbene Fähigkeit in (im Idealfall: interdisziplinären) Projektgruppen zu analysieren und zu beurteilen, komplexe Fragestellungen zu bearbeiten und gemeinsam eine einheitliche Lösung vorzustellen.

Die im Rahmen des Moduls erlernte und angewandten Innovations- und Lean-Startup-Techniken sind für die Studierenden von wichtiger Bedeutung für die Generierung von Ideen und Konzepten in allen Modulen ihres Studiums.

Lerninhalte

- 1 Geschäftsmodelle, u.a. St. Gallen Business Modell Navigator
- 2 Lean-Startup
- 3 Customer Development, u.a. Customer Discovery und Kundvalidierung
- 4 Businessplan

Literatur

Blank, S. / Dorf, B. (2014): Das Handbuch für Startups: Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, Heidelberg

Gassmann, O. / Frankenberger, K. / Csik, M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München

Held, H. (2020): KMU- und Start-up-Management: Strategisch planen und gründen in einer komplexen Welt, Stuttgart

Müller-Roterberg, C. (2020): Praxishandbuch Geschäftsmodell – Innovationen, Norderstedt

Nagl, A. (2015): Der Businessplan, Wiesbaden

Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt

Ries, E. (2015): Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, München

Wirtz, B. (2020): Business Model Management, Speyer
(weitere Hinweise in der Vorlesung)

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79202	Geschäftsmodelle und Businessplan	Prof. Dr. Harry Bauer Nicole Hauser	VÜ	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79202	PLP benotet	benotete Projektarbeit	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Aufgrund der hohen Betreuungsintensität des Projekts ist die Teilnehmerzahl auf max. ca. 40 Plätze beschränkt.

Letzte Aktualisierung: 14.05.2020, Prof. Dr. Holger Held

¹ *V Vorlesung* *L Labor* *S Seminar* *PR Praktikum* *EX Experiment* *X Nicht fixiert*
E Exkursion *Ü Übung* *P Projekt* *K Kolloquium* *EL E-Learning*
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79007**SPO-Version: SPO 31****Modulname Leadership**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. habil. Patrick Urlich
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines**

In der Unternehmenspraxis sehen sich Studierende immer häufiger mit Führungsaufgaben konfrontiert. Im Gegensatz zur klassischen Unternehmensführung, die auf die Leitung und Verantwortung von meist größeren, gewachsenen Betrieben mit hierarchischer Struktur ausgerichtet ist, stehen im Bereich Entrepreneurship und Produktmanagement regelmäßig andere Teilbereiche der Führung im Vordergrund.

Fachliche Kompetenzen

Studierende erlangen Kenntnisse über die theoretischen Grundlagen von Führung und Motivation und können die Taxonomie der Führungskompetenzen erläutern. Zudem können die Studierenden eine Führungssituation in der Praxis in ihre Bestandteile zerlegen, um vertiefenden Einblick in die Motivationsstruktur der Beteiligten sowie Erfolgs- und Misserfolgskriterien von Führung in der Unternehmenspraxis zu erlangen.

Die Studierenden sind in der Lage, in speziellen Situationen (u.a. Gründung, Produkt- und Projektmanagement, Wachstum, Turnaround) ihr Führungswissen anzuwenden und auf Basis der eigenen Führungskompetenz sowie anderer Organisationsmitglieder den situativ optimalen Führungsstil zu wählen.

Studierende können ihre Führungskennntnisse auf praktisch umsetzbare Instrumente wie z.B. Mitarbeitergespräche und Aspekte des Change Management übertragen. Zudem können Sie unterschiedliche Führungsobjekte vergleichen, u.a. die Führung der eigenen Person im jungen Unternehmen, die Führung im stark wachsenden Unternehmen, aber auch die dazu recht verschiedene Situation der Führung im Projekt, die regelmäßig nicht mit disziplinarischer Weisungsbefugnis ausgestattet ist.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind fähig, eigenständig qualitativ und quantitativ zu argumentieren und die situativ optimalen Führungsstile und Führungsinstrumente im Diskurs zu verteidigen. In der Anwendung der jeweiligen Führungsstile spielt die Berücksichtigung sozialer Prozesse im Organisationskontext eine besondere Rolle.

Studierende sind in der Lage, Theorien, Führungsstile und Führungsinstrumente zu vergleichen und zu bewerten.

Durch den Bereich Forschung sind die Studierenden in der Lage, verschiedene Theorien im Kontext aktueller Problemfelder der Führung (z.B. Kompetenzforschung) zu bewerten und in praktische Konzeptionen zu übersetzen.

Lerninhalte

Grundverständnis der Führung in Unternehmen

- Führungstheorien, insbes. Charismatheorie und Motivationstheorien
- Kompetenzmodelle und deren Einfluss auf die Führung in der Praxis
- Besonderheiten der Führung in jungen Unternehmen und im Projekt- und Produktkontext
- Führungsprobleme und deren Lösung in der Unternehmenspraxis
- Zielvereinbarungen und Feedback
- Zeitmanagement und Mitarbeitergespräche
- Situative Führung in spezifischen Konstellationen (z.B. Gründung, Turnaround)
- Erfolgsfaktoren des Change Managements in der Praxis

Literatur

Einführungsliteratur:

Berthel/Becker, Personalmanagement, 10. Auflage, Stuttgart 2013.

Bröckermann, Personalwirtschaft, 6. Aufl., München 2012.

Holtbrügge/Personalmanagement, 6. Aufl., Berlin 2015.

Praxisorientierte Literatur:

Drucker, The Effective Executive, München 2014.

Malik, Führen, Leisten, Leben, Frankfurt 2014.

Schulz von Thun, Miteinander Reden, Berlin 2003.

Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird im Kurs mitgeteilt.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79203	Leadership / Nachhaltige Unternehmensführung	Prof. Dr. habil. Patrick Urlich	VÜ	4	5

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79203	PLP	Übergreifende Gesamtprüfung, davon ca. 50 % Seminararbeit und ca. 50 Präsentation	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung
Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen
Letzte Aktualisierung: 28.05.2020, Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79013**SPO-Version: SPO 31****Modulname Start-Up-Innovation**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Winter- und Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig eine eigene Innovationsstrategie für Gründungen und Start-ups zu entwickeln. Sie sind in der Lage, verschiedene Ansätze und Methoden um Geschäftsideen mit Design-Thinking Methoden zu generieren und zu evaluieren sowie daraus Geschäftsmodellkonzepte mit dem StartUp-Canvas Ansatz zu entwickeln, zu erläutern. In Workshops können die Studierenden in einem ersten Schritt die agilen Methoden Design-Thinking und StartUp-Canvas selbst auf einfache Beispiele anwenden und die Stärken und Schwächen der einzelnen Methodenschritte erkennen. Für das anschließende konkrete Praxisbeispiel aus Wirtschaft oder Gesellschaft können die Studierenden dann die einzelnen Methodenschritte hinsichtlich Nutzen und Effekt evaluieren und zielgerichtet selbst anwenden, um damit eine Innovationsstrategie zu empfehlen und in einer Pitch-Präsentation zu vertreten.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage selbstständig in Teams zu arbeiten und insbesondere Kontakt, Ansprache und Emphathie zu potentiellen Kunden sowie Stakeholdern aufzubauen.

Schwerpunkt liegt auf den agilen Methoden Design-Thinking und StartUp-Canvas

Lernziele

- Kenntnis des Problemlösungs-, Ideengenerierungs- und Ideenvalidierungsprozesses mit Design- Thinking
- Kenntnis der Geschäftsmodellentwicklung mit dem StartUp-Canvas für die frühen Phasen einer Gründung

- Lerninhalte** Grundlegende Begriffe:
- Design-Thinking
 - StartUp-Canvas
 - Initiierung des Innovationsprozesses
 - Gewinnung von neuen Ideen
 - Bewertung der Ideen
 - Auswahl der Idee und Prototyping
 - Geschäftsmodellentwicklung
 - Erfolgsfaktoren von Innovationen und Geschäftsmodelle für Gründungen und Start-ups

Literatur

Vahs, Dietmar; Brem, Alexander: Innovationsmanagement - Von der Produktidee zur erfolgreichen Vermarktung; 5. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag, 2015

Hauschildt, Jürgen; Salomo, Sören: Innovationsmanagement, 6. Auflage, München: Vahlen Verlag 2016

Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves: Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2011

Osterwalder; Pigneur; Bernarda; Smith: Value Proposition Design; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2015

Blank, Steve; Dorf, Bob: Das Handbuch für STARTUPS – Schritt für Schritt zum eigenen Unternehmen; 1. Auflage, Heidelberg: dpunktverlag GmbH 2014

Stähler, Patrick: Das richtige Gründen – Werkzeugkasten für Unternehmer; 2. Auflage, Hamburg: Murrmann Publishers GmbH 2016

Maurya, Ash: Running Lean – Das How-to für erfolgreiche Innovationen; 1. Auflage 2013, Heidelberg: dpunktverlag GmbH 2013

Gerstbach, Ingrid: Design Thinking im Unternehmen; 1. Auflage, Offenbach: Gabal Verlag 2016

Lewrick; Link; Leifer: Das Design Thinking Playbook; 1. Auflage, München: Verlag Franz Vahlen 2017

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

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79207	Start-Up-innovation	Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer	V	4	5

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79207	PLP oder PLF		Die Vorlesung Start-up-Innovation ist vorrangig Pflichtfach im Studiengang Master Business Development und hat aufgrund der Workshops und dafür zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten eine Teilnehmerbegrenzung auf den Master Business Development. Teilnahme für Studierende anderer Studiengänge nur nach vorheriger Abstimmung mit dem Dozenten.

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die erste Veranstaltung, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt.

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen

Letzte Aktualisierung: 12.05.2020, Prof. Dr.-Ing. Rene M. Niethammer

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79003**SPO-Version: SPO 31****Modulname Projektmanagement****Gemäß temp. SPO Änderung vom 31.07.2020 genehmigt**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

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

Überfachliche Kompetenzen

Durch Verhandlung und Ausgestaltung der Aufgabenverteilung im Projekt können die Studierenden ihre Rollen eigenständig entwickeln und so spielerisch sowohl die Führung eines als auch die Mitarbeit im Team erlernen. Die Übungsprojektthemen zielen auf die überfachliche Kompetenz, indem die Studierenden interdisziplinäre Fragestellungen und Aufgaben mit einem hohen sozialen Kontext lösen können. Sie können die Grundlagen der Selbstorganisation analysieren und diese direkt im teamorientierten Erarbeiten und Verarbeiten des Lehrstoffes sowie dem Mitgestalten der Lehrveranstaltung anwenden. Die Studierenden sind fähig, aktiv und konkret Fragestellungen zu formulieren, diese miteinander sowie mit der Lehrkraft zu diskutieren.

Die Studierenden können Führungsverantwortung für ein Projekt übernehmen, indem sie die gelernten Methodenbausteine (Planung, Durchführung und Controlling/Steuerung) verknüpfen und den Projektstatus ihrem Auftraggeber präsentieren und ggf. Abweichungen gegenüber Plan erläutern.

Lerninhalte
Projektmanagement

- Grundlagen des klassischen „Heavy Weight“ Projektmanagements (Projektdefinition, Projektstruktur, Projektphasen, Organisation, Reporting, Risikomanagement)
- Vergleichender Einsatz von agilen Projektmanagementkonzepten (SCRUM) in sich rasch veränderndem Umfeld
- Projektarbeit:
 - Planung eines Start-ups oder Unternehmensprojektes in Kleingruppen
 - Anwendung der Projektmanagementmethoden
 - Präsentation der einzelnen Schritte

Literatur

- Gerold Patzak, Günter Rattay, Projektmanagement; Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios, Programmen und projektorientierten Unternehmen, Linde Verlag Wien, 2009, 7. Auflage 2017
- GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V., Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4) (2019); Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement, Buch & media, ProQuest EBook Central
- Wysocki, Robert K., (2014). *Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, 7th Edition*, (New York, NY: John Wiley & Sons)
- Roock, Stefan; Wolf, Henning, Scrum – verstehen und erfolgreich einsetzen, dpunkt Verlag, 2015
- Rubin Kenneth S. (2014); Essential Scrum; Umfassendes Scrum-Wissen aus der Praxis, mitp Verlags GmbH & Co. KG
- Hermarij, John (2016); Better Practices of Project Management based on IPMA Competences, Van Haren Publishing
- Studie der GPM mit 600 Teilnehmer aus 30 Ländern
https://www.gpm-ipma.de/fileadmin/user_upload/Know-How/studien/Studie_Agiles-PM_web.pdf

Weitere Literaturangaben im Verlauf der Vorlesungen
Skripte

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79104	Projektmanagement	LB: Sonja Armatowski	V, Ü	2	5
79105	Übungen zum Projektmanagement		V, Ü	2	

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

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

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung
Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen:
Letzte Aktualisierung: 12.10.2020, Sonja Armatowski

² *PLK Schriftliche Klausurarbeiten* *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79008

SPO-Version: 31

Modulname Projekt- und Gründungsfinanzierung

Studiengang	Master Business Development / Produktmanagement & Start-up-Management
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	
Verwendung in anderen Studiengängen	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele**Allgemeines****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können in relevanten Gründungs- und Projektfinanzierungssituationen kompetent und angemessen agieren. Sie können wesentliche Elemente der Kapitalbeschaffung (Eigen- und Fremdkapital) strukturieren und anwenden. Studierende sind in der Lage, die Finanzierungsbasis ihres Start-ups oder ihres Projektes zu bewerten.

Die Studierenden können ferner die Anforderungen, die an ein modernes Liquiditätsmanagement gestellt werden, analysieren. Darüber hinaus können die Studierenden die Finanzierungsinstrumente in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße und -phase differenzieren und sind damit in besonderem Maße auf den Einsatz in den besonderen Situationen einer Gründung oder eines spezifischen Projektes vorbereitet.

Die Studierenden können die Finanzierungsinstrumente unterscheiden und einschätzen und sie können die Besonderheiten im Rahmen der Finanzierungsmöglichkeiten von jungen Unternehmen oder Projekten in größeren Unternehmen beurteilen.

Die Studierenden sind in der Lage, kurz-, mittel-, und langfristige Finanzpläne zu entwickeln und so die Liquiditäts- und Kapitalsituation einer Unternehmung einzuschätzen.

Überfachliche Kompetenzen

Durch die Bearbeitung von eigenen oder gestellten Fällen können die Studierenden selbständig, als auch im Team, arbeiten. Die mathematischen Grundlagen der Finanzierungs- und Investitionsrechnung können die Studierenden analysieren. Die Studierenden können die Ergebnisse verteidigen.. Zudem können sie Gesprächsführungen bei Finanzierungs- verhandlungen managen.

Lerninhalte
Session 1: Einführung Gründungs- und Projektfinanzierung

- 1.1 Begriffsbestimmungen
- 1.2 Unternehmensinternes Projekt
- 1.3 Gründung eines Unternehmens als unabhängiges Start-Up oder als eine Ausgründung aus einem Unternehmensverbund

Finanzierungsvoraussetzungen

- Liquiditäts- und Finanzplanung
- Erstellung von kurzfristigem Liquiditätsplan und mehrjährigen Finanzplan
- Ableitung des Mittelbedarfes und der Finanzierungsstruktur
- Methoden und Verfahren der Investitionsentscheidung; Vorstellung der Richtlinien des IDW
- Entscheidungsvorbereitung für die Mittelvergabe der Zielgruppe CFO / Investor / Bankkreditbearbeiter

Session 2: Ausarbeitung von fallbezogener Finanzierungsplanung

Den Studenten wird im Vorfeld eine vorhandene Fallstudie vorgelegt. Teams zu jeweils 3-6 Studenten bereiten für diese Session ein Referat vor, in dem folgende Punkte behandelt werden:

- Zielgruppenorientierte Beschreibung des Geschäftes/des Projektes
- Vorstellen des Finanzbedarfes anhand des Finanzplanes
- Erfolgsaussichten in Szenarien und mit Sensitivitäten
- Entscheidungsbegründende Vorlage für das Erlangen der benötigten Finanzmittel

Session 3: Finanzierung je nach Projekt-/Unternehmensphase

Finanzierungswege, Transaktionsstrukturen und deren spezifische Anforderungen werden gemeinsam mit der SpK Aalen gelehrt:

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

Session 4 und Prüfung: Fertigstellung der Referate, Vorstellen der kompletten Fallausarbeitung

Abschließendes Referat zur Fallstudie aufbauend auf Session 2 mit den ergänzenden Inhalten:

- Auswahl der Finanzierungsalternative und Definition der Transaktionsstruktur
- Auswahl der Finanzierungspartner
- Verhandlungsziel und -vorbereitung, insbesondere BATNA (Harvard Negotiation Model)
- Beurteilung der Erfolgsaussichten und Entscheidung über Abbruch / Weiterführung

BONUS: Wie ordne und plane ich erfolgreich persönliche Finanzen?

Übungsblock zu den Sessions 1-4

- Übungsblock 1: - Vorstellung der Fallstudie/ Anleitung zur Auswertung der Fallstudie
 - Business Plan/Pitch Deck
 - Umsatzplanung, Kostenplanung, Preiskalkulation, Break-Even-Point
- Übungsblock 2: - Kapitalbedarf
 - Rentabilitätsplan
 - Liquiditätsplan
- Übungsblock 3: - Methoden der Unternehmensbewertung (Cashflow, Diskontfaktor, Terminal Value) Pre Money Value, Post Money Value
 - Term Sheet (Key Terms)
 - Cap Table, Anti Dilution Protection, (weight Avarage, full ratchet Berechnung) ESOP (Pool Size pre money, post money), Liquidation Preference, Term Sheet im deutschen Kontext
- Übungsblock 4: - Besprechung Offener Punkte aus Übungen
 - Ausfüllen eines pro Forma Exist Antrags

Literatur

1. Christopher Hahn (Hrsg.): Finanzierung von Start-Up Unternehmen, Springer Gabler, 2018 (eBook)
2. Matthias Hauser / Christian Warns 5. erweiterte und aktualisierte Auflage 2014: Grundlagen der Finanzierung anschaulich dargestellt (mit Übungsaufgaben)
3. Hans Paul Becker, Arno Peppmeier: Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Springer Gabler, 2018
4. Bussgang, Jeffrey J., and Michael J. Roberts. "Entrepreneurship Reading: Partnering with Venture Capitalists." Core Curriculum Readings Series. Boston: Harvard Business Publishing 8240, 2015.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79204	Projekt- und Gründungsfinanzierung	LB Thomas Dittler	VÜ	4	5
		Eka Hammerlindl			

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79204	PLR	benotet	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen:

Letzte Aktualisierung: März 2020 T. Dittler

PLK Schriftliche Klausurarbeiten *PLR Referat* *PLL Laborarbeit* *PLT Lerntagebuch*
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE Entwurf* *PLF Portfolio* *PMC Multiple Choice*
PLM Mündliche Prüfung *PLP Projekt* *PPR Praktikum* *PLC Multimedial gestützte Prüfung*
PLA Praktische Arbeit *(E-Klausur)*
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79901

SPO-Version: SPO 31

Modulname Idea to Market

Gemäß temp. SPO Änderung vom 31.07.2020 genehmigt

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Fachliche Kompetenzen

Im Rahmen des Moduls Idea to Market können Studierende verschiedene Aspekte von Start-Up Ökosystemen untersuchen. Die Studierenden können Modelle und Ansätze aus verschiedenen Wissenschaftsbereichen (bspw. Kulturwissenschaft, Sozialwissenschaften) analysieren, um kulturelle, persönliche, wirtschaftliche oder politische Aspekte im Umfeld einer Gründung zu erörtern und deren Relevanz für Start-Ups zu beurteilen. Des Weiteren können die Studierenden durch die Gegenüberstellung verschiedener, auch internationaler Start-Up-Ökosysteme diese in einen globalen Kontext einordnen. In diesem Zusammenhang sind die Studierenden fähig verschiedene Aspekte auszuarbeiten und länderspezifische Vorgehensweisen einer Gründung analysieren, die im Rahmen einer interkulturellen Zusammenarbeit wichtig sind. Die im Rahmen der Vorlesung gewonnenen Erkenntnisse sind anwendungsorientiert und dadurch sind die Studierenden in der Lage, ein für das eigene Start-Up geeignetes Ökosystem zu identifizieren und im weiteren Verlauf direkt anzuwenden.

Die Studierenden können ihre Ergebnisse im Rahmen einer Abschlusspräsentation präsentieren und verteidigen. Dadurch können sie ihre Kompetenzen des Präsentierens und Gestaltens um Erfahrungen des Präsentierens im digitalen Umfeld erweitern.

Methodische Kompetenzen

Das Modul integriert Methoden und Modelle aus verschiedenen Fachdisziplinen (u.a. Entrepreneurship, Kulturwissenschaften, Sozialwissenschaften, Betriebswirtschaft etc.) und dadurch sind die Studierenden fähig, komplexe Zusammenhänge systematisch zu strukturieren. Des Weiteren können sie durch die Sekundärforschung Hypothesen abgeleitet, die sie im weiteren Verlauf durch eine Feldforschung überprüfen und auswerten können.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ihre bereits erworbenen Fähigkeiten zu erweitern, einzeln und in Gruppen zu arbeiten, dabei komplexe Fragestellungen auszuarbeiten und gemeinsam eine einheitliche und effektive Lösung zu entwerfen. Durch den Auf- und Ausbau des persönlichen Netzwerks im Kurs können die Studierenden sich persönlich und unternehmerisch weiterentwickeln. Aufgrund des Kursformats (online Konferenzen, virtuelle Teamsessions, blended learning) können die Studierenden ihre digitale Kompetenz, Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Selbstführungskompetenz sowie ihre Eigeninitiative erweitern.

Lerninhalte

Phase 1: Literaturanalyse zu Start-Up Ökosystemen

- Definition Start-Up Ökosysteme
- Beurteilung der Relevanz von Ökosystemen für Start-Ups
- Erarbeitung der notwendigen Voraussetzungen für die Entstehung eines Ökosyst

Phase 2: Konkrete Anwendung der zuvor-gewonnenen Erkenntnissen

- Start-Up Ökosysteme im Vergleich
- Vergleich des Start-Up Ökosystem Berlin mit dem Start-Up Ökosystem einer and Studierenden frei wählbaren Stadt (Ausnahme: Nicht wählbar ist Tel Aviv oder da
- Abgleich der im Rahmen der Sekundärforschung erworbenen Erkenntnisse unter der Interessen verschiedener Stakeholder

Phase 3: Exkursion nach Berlin nach Ende der Prüfungsphase

- Einordnung der gewonnenen Erkenntnisse
- Bildabgleich – inwieweit treffen die zuvor erarbeiteten Ergebnisse tatsächlich zu

Literatur

Bundesverband Deutsche Startups e.V. (2019) Deutscher Startup Monitor 2019, https://deutscherstartupmonitor.de/fileadmin/dsm/dsm-19/files/Deutscher_Start-Monitor_2019.pdf, 23.07.2020

Cowling, Marc (2000) Are entrepreneurs different across countries?, in: Applied Economics Letters, 7. Jg., Nr. 12, S. 785–789

Ernst&Young GmbH (2016) Diversity in Deutschland. Studie anlässlich des 10-jährigen Bestehens der Charta der Vielfalt, https://www.charta-der-vielfalt.de/fileadmin/user_upload/Studien_Publikationen_Charta/STUDIE_DIVERSITY_I_N_DEUTSCHLAND_2016-11.pdf, 16.06.2020

Ernst&Young GmbH (2019) Growth with purpose: German Tech start-ups changing society, https://start-up-initiative.ey.com/wp-content/uploads/2020/02/Venture_Capital_and_Start_ups_in_Germany_2019.pdf, 24.07.2020

Hofstede, Geert (2001) Culture's consequences. Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations, 2. Aufl., Thousand Oaks

Hofstede, Geert/Hofstede, Gert Jan/Minkov, Michael (2010) Cultures and organizations. Software of the mind : intercultural cooperation and its importance for survival, 3. Aufl., New York

Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. (2016) Unternehmensgründungen Mehr innovative Startups durch einen Kulturwandel für Entrepreneurship?,

https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2016/262911/Unternehmensgruendungen_IW_policy_paper.pdf, 22.07.2020

RKW Kompetenzzentrum (2015) Treffpunkt Gründerökosystem, in: RKW Magazin, 5. Jg., Nr. 3, S. 1–63

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V. (2015) Gründerökosystem: Neues Modell und Canvas-Poster zum Verstehen und Anwenden, <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/blog/gruenderoekosystem-neues-modell-und-canvas-poster-zum-verstehen-und-anwenden/>, 14.07.2020

Eric Ries (2017): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.

Schumpeter, Joseph A. (1947) The Creative Response in Economic History, in: The Journal of Economic History, 7. Jg., Nr. 2, S. 149–159

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79301	Idea to Market	Prof. Dr. Harry Bauer Nicole Hauser	EL	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79301	PLP	benotet	Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation

Zusammensetzung der Endnote

Bewertung der Präsentation (20 %) und der Ausarbeitung (80 %)

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Bemerkungen:

Letzte Aktualisierung: 21.10.2020, Prof. Dr. Harry Bauer

¹ *V* Vorlesung *L* Labor *S* Seminar *PR* Praktikum *EX* Experiment *X* Nicht fixiert
E Exkursion *Ü* Übung *P* Projekt *K* Kolloquium *EL* E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² *PLK* Schriftliche Klausurarbeiten *PLR* Referat *PLL* Laborarbeit *PLT* Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht *PLE* Entwurf *PLF* Portfolio *PMC* Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung *PLP* Projekt *PPR* Praktikum *PLC* Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79902
SPO-Version: SPO 31
Modulname Geschäftsideen im Beschleuniger
Gemäß temp. SPO Änderung vom 31.07.2020 genehmigt

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	<ul style="list-style-type: none"> - eine Gründungsidee sowie ein Team von mind. 3 Pers. - die Anmeldung zum Acceleratorenprogramm Start-up BW ASAP
Verwendung in anderen SG	Nach Absprache
Sprache	Deutsch

Modulziele
Allgemeines

Das Academic Seed Accelerator Program Baden-Württemberg (kurz: Start-up BW ASAP) ist ein landesweiter Wettbewerb für Studierende an baden- württembergischen Hochschulen und Universitäten, welches dazu dient Studierende dazu zu motivieren Gründungsideen, die sie im Studium entwickelt haben zu Geschäftsmodellen weiterzuentwickeln und umzusetzen.

Fachliche Kompetenzen

Das Modul Geschäftsideen im Beschleuniger führt die Studierenden in die praktischen Elemente von Unternehmertum ein. Die Studierenden sind fähig, ihre eigene Start-up Idee in ein vollwertiges Geschäftsmodell umzusetzen und diese in der realen Welt zu erproben.

Die Studentischen Teams können im Rahmen des Academic Seed Accelerator Program das Geschäftsmodell unter Anwendung der verschiedenen Testverfahren analysieren (z.B Problem Solution Fit, Product Market Fit etc.). Der stufenweise Entwicklungsprozess gliedert sich in fünf verschiedenen Phasen. Während dieser Phasen können die Studierenden moderne Ansätze der agilen Startup-Welt wie Customer Validation und Traction Scoreboard erläutern und können die Tragfähigkeit einer Idee und das dazugehörige Geschäftsmodell evaluieren. Die Ansätze können sie anschließend praktisch einsetzen, um ihre Idee zu validieren, Kundenbedürfnisse zu analysieren, Marktpotenzial und Distributionskanäle zu definieren, die Ergebnisse der Analyse in ein vollwertiges Geschäftsmodell zu überführen und ein Pitch Deck zu entwickeln. Die besten Teams bekommen die Chance ihre Ergebnisse in einer echten Startup-Pitch-Situation vor Experten zu präsentieren.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden können sich persönlich und unternehmerisch weiterentwickeln und ein persönliches Netzwerk in der landesweiten Gründerszene aufbauen. Durch das Kursformat (online Konferenzen, virtuelle Teamsessions, blended learning) können die Studierenden selbständig und in Teams arbeiten, sowie Teams leiten und anführen. Sie können ihre digitale Kompetenz, und Kommunikationsfähigkeit weiterentwickeln.

Lerninhalte

Phase 1: Zielgruppenanalyse, Problem-Solution Fit

- Customer Validation Interview
- User Persona/Empathy Map
- Value Proposition Canvas

Phase 2: Produkt und Product-Market Fit.

- Product Market Fit Canvas

Phase 3: Marktanalyse

- TAM-SAM-SOM Methode
- Marktchancennavigator
- Petal- (Blüten-) Diagramm

Phase 4: Traction

- Bullseye-Framework
- Traction Scoreboard
- AIDA Modell
- Service Blueprint

Phase 5: Business und Business-Modell Fit

- Magisches Dreieck (St. Galler Business Model)
- Business Model Canvas
- Assumption Map

Jede Phase besteht aus einer wissenschaftlichen Einführung, welche durch gezielte Übungen und die Arbeit mit praxisnahen Templates untermauert wird.

Literatur

Playbook 3.0 (2020) Start-up BW Academic Seed Accelerator Program

Steven Gary Blank, Bob Dorf (2012): The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company.

Eric Ries (2017): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, Alan Smith, Trish Papadakos (2014): Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want.

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.

Oliver Gassmann, Karolin Frankenberger, Michaela Csik (2014): The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business.

Gabriel Weinberg, Justin Mares (2015): Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth.

Marc Gruber, Sharon Tal (2017): Where To Play: 3 steps for discovering your most valuable market opportunities.

Eric Ries (2017): The Startup Way: How Entrepreneurial Management Transforms Culture and Drives Growth.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79302	Academic Seed Accelerator Program	Prof. Dr. Harry Bauer Eka Hammerlindl	V, Ü, P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79302	PLP benotet	Die Endnote setzt sich aus Präsentation (20%) und Ideenpaper (80%) zusammen	Ideenpaper zählt als Seminararbeit

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Nachweis der Teilnahme am Start-up BW Academic Seed Accelerator Program

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen

Letzte Aktualisierung: 20.10.2020 Prof. Dr. Harry Bauer

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79903
SPO-Version: SPO 31
Modulname Consulting Projekte
Gemäß temp. SPO Änderung vom 31.07.2020 genehmigt

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	- Bereitschaft ein Consulting Projekt i d R an einer realen Unternehmensfragestellung durchzuführen
Verwendung in anderen SG	Nach Absprache
Sprache	Deutsch

Modulziele
Allgemeines

Das Modul Consulting Projekte bereitet Studierende auf eine beratende Tätigkeit in der Unternehmensberatungsbranche oder im in-House Consulting von Unternehmen vor. Es vertieft das Fachwissen aus den Modulen Start-up Management, Start-up Innovation, Produkt- & Projektmanagement.

Das Modul Consulting Projekte schafft ein differenziertes Verständnis für den typischen Ablauf von Beratungsprojekten, von der Akquise, über die Bearbeitung bis zum erfolgreichen Abschluss. Dies beinhaltet auch die Vermittlung der erforderlichen Fachkompetenzen im Vertrags- und Projektmanagement sowie der methodischen und sozialen Kompetenzen zur erfolgreichen Gestaltung von Klienten-Berater-Beziehungen. In der praktischen Anwendung (Übungsprojekt) werden konkrete Fragestellungen aus den Themenfeldern Unternehmensstrategie, Innovationsmanagement, Reorganisation und Optimierung von Organisationsstrukturen und Prozessen in Unternehmen sowie auf damit einhergehende Change Management-Maßnahmen erprobt. Studierende verfügen mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls über ausgewogene fachlichanalytische, interdisziplinäre sowie beratungsspezifische Kompetenzen.

Fachliche Kompetenzen

Sie sind in der Lage, Grund- und Spezialkenntnisse der Unternehmensberatung für die Planung, Implementierung und Kontrolle von Beratungsprojekten eigenständig darzulegen und zu bewerten. Sie können die komplexen Zusammenhänge von Klientenerwartungen, Beratungsrollen und sich daraus entwickelnder Berater-Klienten-Beziehungen erläutern. Sie können die situativen Anforderungen und strategischen Herausforderungen von Unternehmen darlegen, bewerten und in strategische und operative Beratungskonzepte umsetzen. Durch erworbene persönlich-soziale Kompetenzen sowie der Einsatz von Beratungstechniken sind die Studierenden in der Lage, Beratungsprojekte im Unternehmen erfolgreich und wertsteigernd zu implementieren.

Überfachliche Kompetenzen

Durch Übungen und Vorträge können die Studierenden einzeln oder gemeinsam erarbeitete Lösungswege darstellen und diese gegenüber fachlicher Kritik vertreten.

Die Studierenden können sich persönlich und unternehmerisch weiterentwickeln, ggf. in der studentischen Unternehmenberatung mitarbeiten und ihre Kontakte zu den Partnerunternehmen aufbauen. Durch das Kursformat (online Konferenzen, virtuelle Teamsessions, blended learning) können die Studierenden selbständig und in Teams arbeiten, sowie Teams leiten und anführen. Sie können ihre digitale Kompetenz, und Kommunikationsfähigkeit weiterentwickeln.

Lerninhalte

- Methoden und Vorgehensmodelle in der Beratung
- Managementansätze und Organisationsprinzipien
- Contract- und Projektmanagement
- Berater-Klienten-Beziehungen
- Organisations- und Business Process Management
- Change Management
- Übungsprojekt

Literatur

Bamberger, I.; Wrona, T. (Hrsg.) „Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen - Prozesse – Methoden“ Springer, Berlin, 6. Auflage (eBook)

Chamoni, P.; und Gluchowski, P. (Hrsg.) "Analytische Informationssysteme. Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen" Springer, Berlin, 5. Auflage (eBook)

Deelmann, T. „Consulting und Digitalisierung“, Springer Gabler, Wiesbaden 2019 (eBook)

Deelmann, T. „Managementberatungen in Deutschland“, Springer Gabler, Wiesbaden 2015 (eBook)

Ellebracht, H.; Lenz, G.; Geiseler, L. Osterhold, G. „Systemische Organisations- und Unternehmensberatung, Springer Gabler, 5. Auflage (eBook)

Hippner, H.; Hubrich, B.; und Wilde, K. D. "Grundlagen des CRM: Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung" Gabler, Wiesbaden, 3. Auflage (eBook)

Kemper, H.; Baars, H.; und Mehanna, W. „Business Intelligence. Grundlagen und praktische Anwendungen“ Vieweg, Wiesbaden, 3. Auflage (eBook)

Nissen, V. „Advances in Consulting Research“ Springer Nature Switzerland (eBook)

Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2/2018): „Facts and Figures zum Beratermarkt: Consultants weiter im Höhenflug“
<https://www.bdu.de/newsletter/ausgabe-2018/facts-figures-zum-beratermarkt-consultants-weiter-im-hoehenflug/> und bit.ly/2HLPJ9f

Kubr, M. (Hrsg.) (2002): „Management Consulting. A Guide to the Profession“ 4. Auflage, International Labor Office, Genf. ISBN-13: 978-9221095194.

Mohe, M. (Hrsg.) (2002): „Innovative Beratungskonzepte“, Springer Gabler 2015, Wiesbaden

Moscho, A.; Richter, A. (Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden 2010

Wegmann, C.; Winklbauer, H. „Projektmanagement für Unternehmensberatungen“, Springer Gabler 2006, Wiesbaden (eBook)

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79303	Consulting Projekte	Prof. Dr. Harry Bauer Markus Dieing	S, Ü, P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79303	PLP benotet	Die Endnote setzt sich aus Präsentation (20%) und Seminararbeit (80%) zusammen	Ideenpaper zählt als Seminararbeit

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Keine

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen

Letzte Aktualisierung: 03.01.2021 Prof. Dr. Harry Bauer

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79904
SPO-Version: SPO 31
Modulname Research in Business
Gemäß temp. SPO Änderung vom 31.07.2020 genehmigt

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlpflichtmodul, Wahlmodul
Studiensemester	1./2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	2
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Formal: keine. Inhaltlich: keine.
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Englisch

Modulziele
Fachliche Kompetenzen

Students are taught the skills in the areas of Research Methods and Applied Statistics with the goal of independently selecting and applying appropriate methods for the issues that arise.

In the area of quantitative methods, they are able to apply Descriptive Data Analysis, Regression and/or Sampling Methods. They are able to compare methods in a deliberative way and to make an optimal choice adapted to the case. Furthermore, they are able to analyze and evaluate the significance of results. Finally, they are able to critically evaluate methods and synthesize the results of (quantitative) research.

Moreover, students are able to evaluate the nature and principles of economic research and the main qualitative methods used in the social sciences.

Überfachliche Kompetenzen, insb. Methodische Kompetenzen

Students will be able to make independent quantitative and research arguments and defend them against criticism. Students will be able to make a choice of methods for their Master's thesis and they will be able to apply statistical analysis in other subjects.

In the area of research, they are able to plan, conduct and defend their own research.

Lerninhalte
Research Methods:

- Science, business and management research
- Research questions and hypotheses
- Reviewing the literature
- Research design and methodologies
- Qualitative research

Applied Statistics:

- Introduction to Market Research and the Market Research Process
- Data and Getting Data
- Descriptive Statistics and Frequency Distributions
- Sampling and Significance
- Hypothesis Testing, ANOVA and Regression Analysis

Advanced Topics
Literatur
Research Methods:

- Creswell, J.W. & Creswell, J.D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications: Newbury Park. 5th edition.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. FT Prentice Hall: Harlow. 5th edition.

Applied Statistics:

- Sarstedt, M. & Mooi, E. (2019). *A Concise Guide to Market Research. The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics*. Springer: Berlin, Heidelberg. 3rd edition.
- Studenmund, A.H. (2016). *Using Econometrics: A Practical Guide*. Prentice Hall: Upper Saddle River. 7th edition.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79304	VL Research Methodology	Philipp Ottenstein	V,Ü,S,P	2	5
79305	Case Study Business Research	Philipp Ottenstein	V,Ü,S,P	2	

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79304	PMC (Multiple Choice Online Quiz)	25%	Research Methods
79304	PLR (Paper Presentation)	25%	Research Methods / Applied Statistics
79305	PLP (Empirical Project)	50%	Research Methods / Applied Statistics

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Keine

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Feedback zur Gruppenarbeit auf Anfrage

Bemerkungen

Letzte Aktualisierung: 08.01.2021, Philipp Ottenstein

1	V Vorlesung E Exkursion	L Labor Ü Übung	S Seminar P Projekt	PR Praktikum K Kolloquium	EX Experiment EL E-Learning	X Nicht fixiert
	Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32					
2	PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLM Mündliche Prüfung PLA Praktische Arbeit		PLR Referat PLE Entwurf PLP Projekt	PLL Laborarbeit PLF Portfolio PPR Praktikum		PLT Lerntagebuch PMC Multiple Choice PLC Multimedial gestützte Prüfung (E-Klausur)
	Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32					

Modul-Nummer: 79905
SPO-Version: SPO 31
Modulname Rechtliche Aspekte in Start-ups
Gemäß temp. SPO Änderung vom 31.07.2020 genehmigt

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlmodul
Studiensemester	1. bzw. 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden (online Präsenz)
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Keine
Verwendung in anderen SG	Nach Absprache
Sprache	Deutsch

Modulziele
Allgemeines

Im Modul rechtliche Aspekte in Start-ups werden die wesentlichen Elemente der Themenfelder Vertrags- und Gesellschaftsrecht, sowie zum Schutz von eigenem und fremdem geistigen Eigentum vermittelt (z. B. Anmelden und Auswerten von Patenten). Es vertieft das Fachwissen aus den Modulen Start-up Management, Start-up Innovation, Produkt- & Projektmanagement.

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche Aspekte von Unternehmensgründungen zu analysieren, um bereits bei der Gründung eines Startups ein Verständnis für alternative Rechtsformen und die damit verbundenen Regelungen zu differenzieren.

Außerdem können die Studierenden zur Absicherung von geistigem Eigentum im Rahmen der gewerblichen Schutzrechte und des Rechts des unlauteren Wettbewerbs die Rechte erläutern. Sie können die relevanten Problemfelder analysieren, können in einfachen Fällen selbst mitgestalten und damit Problematiken selbst lösen.

Weiterhin können die Studierenden auf Basis vertiefter Kenntnisse zum Themenfeld Vertragsrecht wesentliche Verträge wie z. B. NDA, LOI, Kooperationsverträge, Kaufverträge, Dienstverträge, Werkverträge und Mietverträge zielgerichtet ausformulieren und im betrieblichen Alltag einsetzen, sowie beurteilen.

Überfachliche Kompetenzen

Durch Übungen und Vorträgen können die Studierenden einzeln oder gemeinsam erarbeitete Lösungswege darstellen und diese gegenüber fachlicher Kritik vertreten.

Durch das Kursformat (online Konferenzen, virtuelle Teamsessions, blended learning) können die Studierenden ihre digitale Kompetenz, Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Selbstführungskompetenz sowie ihre Eigeninitiative weiterentwickeln.

Lerninhalte

Rechtliche Aspekte betreffend Produktmanagement und Start-up Management aus den Themenfeldern Gesellschaftsrecht (GR), Vertragsrecht und gewerblichem Rechtsschutz:

- Gesellschaftsformen, Satzungen, Gründungsvorgang (GR)
- Geschäftsräumlichkeiten (Schuldrecht Mitvertrag)
- Kooperationen (NDA, Werkvertrag)
- Personalressourcen (Arbeitsrecht, Dienstvertrag)
- Finanzierung (Darlehensvertrag, GR)
- Schutz geistigen Eigentums (Gewerblicher Rechtsschutz)
- Distribution (Vertriebsverträge)
- Produktsicherheit (Produkthaftung)

Literatur

Pott, O.; Pott, A. „Entrepreneurship – Unternehmensgründung, unternehmerisches Handeln und rechtliche Aspekte“, Springer Gabler, Wiesbaden 2012 (eBook)

Hahn, C. „Der Beteiligungsvertrag“, Springer Gabler, Wiesbaden 2019 (eBook)

Hahn, C. „Virtuelle Mitarbeiterbeteiligung“, Springer Gabler, Wiesbaden 2019 (eBook)

Aktuelle Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79306	Verträge	LB	S, Ü	1	
79307	Patent- und Markenrecht	LB	S	2	5
79308	Gesellschaftsrecht	LB	S	1	

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
79303	PLP benotet		Gesamtnote aus einer lehrveranstaltungs-übergreifenden Modulprüfung (Seminararbeit)
79307	PLP benotet		
79308	PLP benotet		

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Keine

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen
Bemerkungen

Letzte Aktualisierung: 10.01.2021 Prof. Dr. Harry Bauer

-
- ¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32
- ² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79009**SPO-Version: SPO 31****Modulname Wahlmodul 1**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	1. und 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	Abhängig vom gewählten Modul
Workload Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung Modul	Abhängig vom gewählten Modul
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele	Allgemeines Fachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule Überfachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule
Lerninhalte	Im ersten und / oder zweiten Semester ist ein Wahlpflichtmodul aus dem Wahlpflichtbereich des Studiengangs oder aus dem Masterangebot der Hochschule nach Genehmigung durch den Studiengang zu wählen. Dieses muss im inhaltlichen Zusammenhang zum Produktmanagement bzw. Start-Up-Management stehen.
Literatur	Abhängig vom gewählten Modul

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul		4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Vorbereitung / Teilnahme Modul: abhängig vom gewählten Modul

Modul: vorherige Genehmigung durch den Studiengang als wirtschaftswissenschaftliches Wahlmodul laut SPO

Prüfung:

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Das Wahlpflichtmodul wird aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen gemäß SPO gewählt

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Harry Bauer

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79010**SPO-Version: SPO 31****Modulname Wahlmodul 2**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	1. und 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	Abhängig vom gewählten Modul
Workload Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung Modul	Abhängig vom gewählten Modul
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele	Allgemeines Fachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule Überfachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule
Lerninhalte	Im ersten und / oder zweiten Semester ist ein Wahlpflichtmodul aus dem Wahlpflichtbereich des Studiengangs oder aus dem Masterangebot der Hochschule nach Genehmigung durch den Studiengang zu wählen. Dieses muss im inhaltlichen Zusammenhang zum Produktmanagement bzw. Start-Up—Management stehen.
Literatur	Abhängig vom gewählten Modul

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79817	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul		4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Vorbereitung / Teilnahme Modul: abhängig vom gewählten Modul

Modul: vorherige Genehmigung durch den Studiengang als wirtschaftswissenschaftliches Wahlmodul laut SPO

Prüfung:

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Das Wahlpflichtmodul wird aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen gemäß SPO gewählt

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Harry Bauer

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 79011**SPO-Version: SPO 31****Modulname Wahlmodul 3**

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	1. und 2. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	Abhängig vom gewählten Modul
Workload Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung Modul	Abhängig vom gewählten Modul
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele	Allgemeines Fachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule Überfachliche Kompetenzen Richtet sich nach der Modulbeschreibung der im Wahlpflichtbereich zur Verfügung stehenden Wahlpflichtmodule
Lerninhalte	Im ersten und / oder zweiten Semester ist ein Wahlpflichtmodul aus dem Wahlpflichtbereich des Studiengangs oder aus dem Masterangebot der Hochschule nach Genehmigung durch den Studiengang zu wählen. Dieses muss im inhaltlichen Zusammenhang zum Produktmanagement bzw. Start-Up—Management stehen.
Literatur	Abhängig vom gewählten Modul

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
79818	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul		4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Abhängig vom gewählten Modul	Abhängig vom gewählten Modul	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Vorbereitung / Teilnahme Modul: abhängig vom gewählten Modul

Modul: vorherige Genehmigung durch den Studiengang als wirtschaftswissenschaftliches Wahlmodul laut SPO

Prüfung:

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Das Wahlpflichtmodul wird aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen gemäß SPO gewählt

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Harry Bauer

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning

Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)

Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer:
SPO-Version: SPO 31
Modulname Masterarbeit

Studiengang	Master Business Development
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harry Bauer
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	3. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	30 CP
Workload Präsenz	
Workload Selbststudium	900 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Die Masterthesis kann erst begonnen werden, wenn im bisherigen Studienverlauf mindestens 255 Credit Points erreicht worden sind. Prüfung: Masterthesis und Kolloquium
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch / Englisch

Modulziele
Allgemeines
Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, technische und betriebswirtschaftliche Theorien und Modelle selbständig zur Bearbeitung wissenschaftlicher und anwendungsbezogener Analysen und zur Entwicklung von eigenständigen Lösungen zu gegenüberzustellen und anzuwenden.

Weiterhin sind die Studierenden fähig, die vertieften und detaillierten Kenntnisse aus den Bereichen Produktmanagement als Intrapreneure in das Unternehmen und im Bereich Start-up-Management als Entrepreneure in das Gründungsvorhaben wissenschaftlich und anwendungsbezogen zu integrieren sowie diese praktisch umzusetzen.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind fähig die Masterthesis als komplexes Projekt eigenverantwortlich und termingerecht zu planen und zu steuern. Sie können im Laufe des Bearbeitungsprozesses eigene und fremde Erwartung analysieren, einordnen und reflektieren. Sie sind in der Lage, in angemessener Weise Prioritäten zu setzen und Belastungen im Projektverlauf standzuhalten. Beim Auftreten von Hürden sind Sie in der Lage, ihr Handeln flexibel zu bewerten, dies ggf. mit Projektpartnern eigenverantwortlich und ergebnisorientiert zu verhandeln und sind in der Lage sich die notwendige externe bzw. zusätzliche Unterstützung einzuholen. Zudem sind die Studierenden in der Lage, methodische und fachliche Kritik anzunehmen, zu analysieren und sich konstruktiv damit auseinanderzusetzen.

Die Studierenden sind fähig, die Methoden ein komplexes Projekt professionell und pragmatisch zu konzipieren und durchzuführen sowie Projektfortschritte und -ergebnisse zielorientiert ggü. internen und externen Projektpartnern vorzustellen und zu verteidigen. Sie sind in der Lage, die passenden wissenschaftliche Methodik für Ihr Projekt zu bestimmen und zu beurteilen. Weiterhin sind Sie in der Lage die verwandten wissenschaftlichen Methoden und deren Ergebnisse in fachlichen Diskussionen

Lerninhalte Die Masterthesis kann insbesondere an ein im Masterstudium oder im beruflichen Kontext realisiertes Projekt aus dem Bereich des Produktmanagements bzw. Start-Up-Management anschließen sowie insbesondere vorbereitende Projekte zur Produktrealisierung und Existenzgründung beinhalten. In jedem Fall ist eine

Literatur Theisen, Manuel: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, in aktueller Auflage, Vahlen

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
9999	schriftliche Masterthesis	Professoren und / oder Lehrbeauftragte	PS		
9998	Masterarbeit-Kolloquium	Professoren und / oder Lehrbeauftragte	PS		

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
9999	80 % Bewertung schriftliche Masterthesis und 20 % Präsentation im Rahmen des Kolloquiums	80 % schriftliche Arbeit und 20 % Kolloquium	
9998			

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

Bemerkungen: Beide Teilleistungen müssen für sich bestanden werden. Ein nicht bestandenes Kolloquium kann bei bestandener schriftl. Arbeit einmal wiederholt werden.

Letzte Aktualisierung: 14.10.2020, Prof. Dr. Harry Bauer

