

Modulnummer	SG277				
Modulbezeichnung	Gemeinsam nachhaltig(e) Wirkung erzielen (SEA:start)				
Englische Modulbezeichnung	Common creation of sustainable Impact (SEA:start)				
Modulverantwortliche(r)	Anna Flügel/ Christoph Neub				
Dozent(in)	Anna Flügel/ Christoph Neub				
Credit Points nach ECTS	2				
Arbeitsaufwand	60	Präsenzzeit	30	Selbstlernzeit	30
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können nach dem Ersten Modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Begrifflichkeit „Sozialunternehmertum“ definieren. • verschiedene exemplarische Sozialunternehmen im In- und Ausland in Ansatz und Wirkung erkennen und beschreiben. • die wichtigsten Akteure eines Social Entrepreneurship Ökosystems benennen und für ihr spezifisches Umfeld identifizieren. <p>Zweiten Modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • darlegen, welche Schritte notwendig sind, um ein Sozialunternehmen oder eine nachhaltige Initiative aufzusetzen. • Herausforderungen identifizieren, die bei der Umsetzung eines Sozialunternehmens anfallen können. • ein sozialunternehmerisches Geschäftsmodell erarbeiten. <p>Dritten Modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Begriff Wirkung bzw. Impact zu definieren. • die verschiedenen Dimensionen sozialunternehmerischen Wirkens zu realisieren. • die Wirkung von Sozialunternehmen darzustellen. <p>Vierten Modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eigene sozialunternehmerische Ideen zu entwickeln, um eine bestimmte gesellschaftliche oder ökologische Herausforderung unserer Zeit nachhaltig zu lösen. • einen ersten Prototyp zu entwickeln, diesen vor den anderen Teilnehmenden zu präsentieren und dabei einem ersten Test zu unterziehen. • sozialunternehmerische Ideen nach Wirkung, Machbarkeit und Innovationsgrad einzuschätzen. 				
Inhalte des Moduls	<p>Dieser Einführungsworkshop zu Social Entrepreneurship richtet sich an Studierende aller Fachrichtungen. Diese lernen in vier aufeinander aufbauenden Modulen die Grundlagen von Social Entrepreneurship kennen und entwickeln erste eigene Gründungsideen.</p> <p>Damit sollen Interessierte inspiriert werden, selbst gesellschaftlich aktiv zu werden und Verantwortung zu übernehmen. Ziel ist, den Studierenden ein</p>				

	<p>zukünftiges Betätigungsfeld in diesem Bereich aufzuzeigen und ihnen spielerisch Methoden und Kompetenzen zu vermitteln, um eigene gesellschaftlich relevante und finanziell tragfähige Ideen zu entwickeln.</p> <p>Themenblock 1: Einführung in Social Entrepreneurship: Anhand von praktischen Fallstudien und theoretischen Grundlagen werden die Historie und die Definition des Social Entrepreneurship im (inter-) nationalen Kontext beleuchtet.</p> <p>Themenblock 2: Methoden & Tools: Nach einer interaktiven Einführung in das Business Model Canvas für Social Entrepreneurs folgt eine kurze Beleuchtung innovativer Finanzierungsinstrumente.</p> <p>Themenblock 3: Impact & Skalierung: Basierend auf dem Social Reporting Standard (SRS) erlernen die Teilnehmenden*innen eine wirkungsorientierte Berichterstattung.</p> <p>Themenblock 4: Ideengenerierung: Design Thinking Methode und einem Pitch</p>
Lehrform(en)	Seminaristischer Unterricht, Übung
Voraussetzungen	keine
Prüfungsleistung(en)	Innovationspaper, Anwesenheit
Veranstaltungssprache	Deutsch
Medien	Innovationslabor: „CreativeLab“, Whiteboards, Präsentationsdisplay, Konferenzwerkzeuge, agile Boards, Umfragetools, Prototypingmaterial □
Literatur	<p>Karl Peter Sprinkart, Franz-Theo Gottwald, Klaus Sailer, Fai Business – Wie Social Entrepreneurs die Zukunft gestalten. Walhalla Fachverlage, Regensburg (2014)</p> <p>Helga Hackenberg, Stefan Empter. Social Entrepreneurship - Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen. VS Verlag für Sozialwissenschaften Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden (2011)</p>