

Kurs: Entrepreneurship

Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Mühlfriedel
Teilnahmevoraussetzungen	Formal:
	Inhaltlich:
Prüfungsleistung	ELN (Businessplan/Seminararbeit (55%), Präsentation (25%), mündliche Mitarbeit (20%))
Prüfungsvorleistung	keine
Bewertung der Prüfungsleistung	endnotenbildend
Bestehenserblich	ja
Qualifikationsziele / Lernergebnisse	<p>Lernziele:</p> <p>Nach Besuch dieses Kurses sollen die Studenten</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Begriffe Entrepreneurship, Unternehmer und Innovation kennen und richtig definieren können, • die Bedeutung von Unternehmensgründungen für die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen und Volkswirtschaften verstehen und wiedergeben können, • die Theorie der „Creative Destruction“ von Joseph Schumpeter verstehen und erklären können, • sich anhand von theoretischen Fakten und praktischen Übungen für einen „Entrepreneurial Mindset“ öffnen, • Techniken zur Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen und –modellen kennen und anwenden lernen, • einen Businessplan erstellen können sowie • wesentliche praktische Grundlagen einer Unternehmensgründung beherrschen und anwenden können. <p>Lernergebnisse (learning outcomes)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wissenerweiterung <ul style="list-style-type: none"> ○ Kenntnis wesentlicher theoretischer und praktischer Grundlagen von Entrepreneurship und Unternehmensgründung • Bewusstseinsänderung <ul style="list-style-type: none"> ○ Verständnis für das Tätigkeitsfeld eines Unternehmensgründers sowie die Chancen und Risiken einer Unternehmensgründung • instrumentale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> ○ Beherrschung von Techniken zur Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen und -modellen ○ Fähigkeit zur Erstellung eines professionellen Businessplans ○ Verbesserung der Projektmanagementfähigkeiten • persönliche Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> ○ Verbesserung der Präsentations- und Reflexionsfähigkeiten durch Diskussionen, Gruppenarbeit und Fachreferate

Inhalte	<ol style="list-style-type: none">1. Einführung – Bedeutung & Grundlagen von Entrepreneurship2. Entrepreneurial Mindset3. Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen und –modellen4. Start-Up Management & Businessplanerstellung
Medien	Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart
Literatur	<p>Bygrave, W. (Hrsg.) (2009): The Portable MBA in Entrepreneurship, 4. Auflage, Wiley.</p> <p>Cristea, A. (2010): Planen, gründen, wachsen - mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 5. Aufl., Redline Verlag.</p> <p>Faltin, G. (2008): Kopf schlägt Kapital, 5. Aufl., Carl Hanser Verlag.</p> <p>Faltin, G. / Ripsas, S. / Zimmer, J. (Hrsg.) (1998): Entrepreneurship – Wie aus Ideen Unternehmen werden, Verlag C.H. Beck.</p> <p>Kawasaki, G. (2004): The Art of the Start, Portfolio Hardcover.</p> <p>McCraw, T. (2010): Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction, Belknap Press of Harvard University Press.</p> <p>Netzwerk-Nordbayern: Handbuch zur Businessplan-Erstellung, 8. Aufl., http://www.netzwerk-nordbayern.de/home/downloads/arbeitshilfen-vorlagen.html.</p> <p>Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</p> <p>Rossmann, R. / Schandl, D. / Fuchs, T. (2006): Die 7 Sünden beim Gründen. Die abenteuerliche Reise von der Existenzgründung bis zum erfolgreichen Unternehmer - ein Businessroman, Books on Demand.</p>