

| Modul MW 17: Entrepreneurial Management | | | | Studiengang: | M |
|--|---------------------|------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Modultyp: | ECTS-Punkte: | Workload: | Studiensemester: | Dauer des Moduls: | |
| Wahlpflicht | 16 | 480 | 2. + 3. | Zwei Semester | |
| Lehrveranstaltungen: | | | Kontaktzeit: | Selbststudium: | Geplante Gruppengröße: |
| Kurs 1: Management von KMU und jungen Unternehmen (2 SWS) | | | 30 h | 90 h | 30 |
| Kurs 2: Gründungsplanspiel (2 SWS) | | | 30 h | 90 h | 30 |
| Kurs 3: Empirische Entrepreneurshipforschung (2 SWS) | | | 30 h | 90 h | 30 |
| Kurs 4: International Entrepreneurial Management (2 SWS) | | | 30 h | 90 h | 30 |
| Lernziele und Kompetenzen: | | | | | |
| Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden die Besonderheiten des Managements kleiner und junger sowie eigentümergeführter Unternehmen verstanden haben sowie kritisch reflektieren können. Mit Hilfe unterschiedlicher und interaktiver Lernmethoden werden die typischen Phasen einer Unternehmensgründung (Informationsbeschaffung, Business Plan Erstellung, Gründung, Markteintritt, Unternehmensbewertung) realitätsnah abgebildet und dynamisch simuliert. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Tragweite strategischer und unternehmerischer Entscheidungen – auch in einem internationalen Kontext - einschätzen und bewerten zu können. Die Studierenden lernen grundlegende Methoden der quantitativen empirischen Entrepreneurshipforschung kennen und erwerben die Fähigkeit, diese Methoden in eigenen empirischen Projekten anzuwenden. | | | | | |
| Inhalte: | | | | | |
| <p>Kurs 1 fokussiert und vertieft Aspekte, die im Zusammenhang mit dem Management von kleinen und mittleren Unternehmen sowie jungen und neu-gegründeten Unternehmen stehen. Die Inhalte beginnen mit den Spezifika von KMU und jungen Unternehmen, die besondere Herausforderungen an das Management dieser Unternehmen stellen. Neben der Vermittlung von Instrumenten zum ziel- und effizienzorientierten kurz-, mittel- und langfristigen Management von KMU und jungen Unternehmen werden insbesondere Herausforderungen, die mit dem Wachstum der Unternehmen in Zusammenhang stehen, differenziert beleuchtet.</p> <p>Ziel von Kurs 2 ist es, eine Unternehmensgründung von der Idee zu einer marktfähigen Unternehmung voranzutreiben. Mit Hilfe eines strategischen Gründungsplanspieles sollen die typischen Phasen einer Unternehmensgründung (Informationsbeschaffung, Business Plan Erstellung, Gründung, Markteintritt, Unternehmensbewertung) realitätsnah abgebildet und dynamisch simuliert werden. Die Entscheidungen werden systematisch im Vorfeld geplant und ex-post reflektiert.</p> <p>Kurs 3 vermittelt methodische Kompetenzen, um den spezifischen methodischen Herausforderungen des Mittelstands sowie kleiner und junger Unternehmen mit Hilfe wissenschaftlich empirischer Forschungsmethoden begegnen zu können. Studierende erlernen die Hintergründe für die methodischen Spezifika des Mittelstands. Die Inhalte reichen vom Prozess der Theorieentwicklung und Hypothesenformulierung, über Themen der Operationalisierung und Messung wesentlicher KMU spezifischer Konstrukte (z.B. subjektive Erfolgsmaße) hin zu Testverfahren zur Überprüfung von Validität und Reliabilität und verschiedenen multivariaten Analyseverfahren.</p> <p>Kurs 4 fokussiert sich auf die Besonderheit, dass immer mehr kleine und junge Unternehmen nicht erst nach einigen Jahren der Geschäftstätigkeit sondern bereits ab dem Zeitpunkt der Gründung in internationalen Märkten aktiv sind. Die Veranstaltung beleuchtet, wie kleine und junge Unternehmen in der Lage sind, frühzeitig in einem internationalen Umfeld zu bestehen und zu überleben. Dabei wird ein besonderer Schwerpunkt auf die Ressourcenausstattung und Fähigkeiten der Unternehmen, sowie auf Strategien und Taktiken und deren Abhängigkeit vom institutionellen Kontext der jeweiligen Zielländer vertieft. Die Analyse internationaler Forschungsstudien ist integraler Bestandteil der Veranstaltung.</p> | | | | | |
| Lehrformen: | | | | | |

| |
|--|
| Kurs 1, 3, und 4: Vorlesungen und/oder Seminare mit interaktiven Lehrformen (Filmmaterial, Fallstudien); Kurs 2: einführende Vorlesung und Planspiel unterstütztes Studienprojekt |
| Verwendbarkeit des Moduls: |
| M.Sc. BWL; M.Sc. Wirtschaftschemie; M. Sc. VWL. |
| Teilnahmevoraussetzungen: |
| Fachkenntnisse gemäß abgeschlossenem Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre. Gute bis sehr gute Englischkenntnisse insbesondere für Kurs IV. Für den Kurs III sollten die Teilnehmer darüber hinaus über grundlegende Kenntnisse in der Statistik verfügen. |
| Prüfungsformen: |
| Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer Klausur (120 Minuten). |
| Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten: |
| Erfolgreiches Ablegen der Modulabschlussklausur. Durch das Anfertigen einer Hausarbeit und deren Präsentation können zusätzliche Leistungspunkte im Sinne von § 7 der Prüfungsordnung erworben werden. |
| Häufigkeit des Angebots: |
| Jedes Studienjahr, Start im SS. |
| Stellenwert der Note für die Endnote: |
| Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich als gewichtetes arithmetisches Mittel aus den Noten der Modulabschlussprüfungen, der Zusatzleistung und der Masterarbeit. Dabei wird die Masterarbeit dreifach gewichtet. |
| Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: |
| Univ.-Prof. Dr. Christian Schwens und Mitarbeiter des Lehrstuhls für BWL, insb. Management. |
| Sonstige Informationen: |
| Aktuelle Informationen auf den Internetseiten des Modulbeauftragten. |

Stand: 11.10.2012