

| | | | | | |
|---|---------------------|------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| MW51: Praxisseminar Unternehmensgründung | | | | Studiengang: | M |
| Modultyp: | ECTS-Punkte: | Workload: | Studiensemester: | Dauer des Moduls: | |
| Wahlpflicht | 8 | 240 | 2. oder 4. | Ein Semester | |
| Lehrveranstaltungen: | | | Kontaktzeit: | Selbststudium: | Geplante Gruppengröße: |
| Start-up Werkstatt (4 SWS) | | | 60h | 180h | 30 |
| Lernziele und Kompetenzen: | | | | | |
| <p>Nach Abschluss dieses Moduls verfügen Studierende über theoretische und praktische Kenntnisse einer Unternehmensgründung. Das Seminar vermittelt praktisches Wissen zum Thema Unternehmensgründung durch die Umsetzung einer Geschäftsidee.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> – real existierende Problemfelder während einer Unternehmensgründung zu erkennen, zu bewerten und eigene Lösungsansätze zu entwickeln und zu testen, – unternehmerische Gelegenheiten wahrzunehmen und umzusetzen, – eine Marktanalyse und Marktpositionierung vorzunehmen, – Geschäftsmodelle zu erstellen, zu analysieren und strukturiert ein Unternehmen zu gründen. | | | | | |
| Schlüsselkompetenzen: | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmerisches Denken und Handeln • Teambuilding und kooperatives Arbeiten • Selbstmanagement bzw. -organisation und -motivation • Kommunikationsfähigkeit im interaktiven kritischen Diskurs • Lern- und Leistungsbereitschaft • Mündliche Ausdrucksfähigkeit | | | | | |
| Inhalte: | | | | | |
| <p>In diesem Seminar werden Studierende zu Gründer/innen. Basierend auf eigenen Ideen lernen Studierendenteams in praktischen Schritten ein neues Unternehmen zu gründen. Anhand von Markt-, Kundenbedarfs- und Wettbewerbsanalysen entwickeln Studierende über das Semester hinweg ein eigenes Produkt, das sie durch die Konzeption einer geeigneten Marketingstrategie an Kunden testen. Am Ende des Seminars versuchen Studierende durch einen Investoren-Pitch relevante Interessengruppen von ihrem Unternehmen zu überzeugen.</p> | | | | | |
| Sprache: | | | | | |
| Kurssprache ist Deutsch. | | | | | |
| Lehrformen: | | | | | |
| Gruppenarbeit, Selbststudium, Präsentationen | | | | | |
| Verwendbarkeit des Moduls: | | | | | |

| |
|--|
| M.Sc. BWL, M.Sc. VWL, M.Sc. Wirtschaftschemie |
| Teilnahmevoraussetzungen: |
| Zulassung zu den Masterstudiengängen „Betriebswirtschaftslehre“, „Volkswirtschaftslehre“ oder „Wirtschaftschemie“. Für die Teilnahme des Moduls ist ein Bewerbungsverfahren erfolgreich zu absolvieren. Nähere Informationen hierzu können der Homepage der Lehrstuhlseite (ef.hhu.de) entnommen werden. |
| Prüfungsformen: |
| Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer sonstigen Prüfungsleistung, unter anderem durch Präsentationen während des Semesters. |
| Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten: |
| Erfolgreich abgelegte Modulprüfung. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet. |
| Häufigkeit des Angebots: |
| Jedes Sommersemester |
| Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: |
| Univ.-Prof. Dr. Eva Lutz und Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen des Lehrstuhls. |
| Sonstige Informationen: |
| Aktuelle Informationen auf der Internetseite des Lehrstuhls für BWL, insb. Entrepreneurship und Finanzierung und auf der Internetseite des CEDUS. |
| Modulversionsname: |
| MWXX_170613 |

Stand: 16.10.2017