

E-Entrepreneurship (W3M11311)

E-Entrepreneurship

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11311	-	1	Prof. Dr. Marcin Mikusz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Phasen des Gründungsprozesses und die zentralen Formen der Start Up-Kooperation und -Finanzierung im Digital Business.

Die Studierenden kennen Organisationsformen und Strukturen des E-Entrepreneurships in Unternehmen und verstehen, wie diese Innovationen und internes Unternehmertum fördern können.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die zentralen Methoden und Techniken im Gründungsprozess im Digital Business und können deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

Die Studierenden erlangen erstes Erfahrungswissen in der Aufstellung eines Business Plans.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für das Ergreifen unternehmerischer Gelegenheiten im Digital Business und für deren Quellen, einschließlich Social Entrepreneurship.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
E-Entrepreneurship	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen des Entrepreneurships (Ursprung, Bedeutung, Formen, Schlüsselemente, Motive) und besondere Charakteristika des Entrepreneurships im Digital Business (E-Entrepreneurship)

Ursprung und Gewinnung von Digitalisierungs-/Daten-basierten Geschäftsideen und Typen unternehmerischer Gelegenheiten im Digital Business

E-Entrepreneurship als Prozess (Phasen eines Gründungsprozesses, ausgewählte Methoden und Tools wie Lean Startup, Minimum Viable Products, Prototyping, Marktforschung im Digital Business)

Möglichkeiten und Formen der Start Up-Kooperation und -Finanzierung im Digital Business und Business Plan als zentrales Planungs-, Steuerungs- und Kommunikationsmittel dazu

Institutionale Verankerung und Finanzierung des E-Entrepreneurships im Unternehmen – E-Intrapreneurship (Innovation Hub, Corporate Start Up, E-Entrepreneurship Ecosystem, Entrepreneur-Kultur im Unternehmen)

Gesellschaftliches, wirtschaftspolitisches und volkswirtschaftliches Umfeld des E-E/Intrapreneurships; Social Entrepreneurship im E-Entrepreneurship

Erfolgsfaktoren herausragender E-Entrepreneur-Persönlichkeiten, innovativer Start-Ups und Unicorns im Digital Business

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Betriebswirtschaftslehre auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Kollmann, T.; E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft; Wiesbaden

Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., Zellweger, T.; Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz; Wiesbaden

Ries, E.; Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen; München

Ries, E.; The Startup Way: Das Toolkit für das 21. Jahrhundert, mit dem jedes Unternehmen erfolgreich sein kann; München

Drucker, P.; Innovation and Entrepreneurship; New York