

BWLM6029 ENTREPRENEURSHIP

Schlüsselqualifikationen: Diese Veranstaltung vertieft die allgemeine Methoden-, Sozial- und Kommunikationskompetenz durch eine interdisziplinäre Betrachtung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen. Dies geschieht am Beispiel des Erkenntnisobjektes „Business Development“. Die Lehrveranstaltung Entrepreneurship integriert betriebswirtschaftliche Schlüsselfunktionen: Wertschöpfung, Produktion, Vertrieb und Finanzierung. Gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen ist es erforderlich, dass angehende Fach- und Führungskräfte in der Lage sind, ganzheitlich unternehmerisch zu Denken und kundenorientiert zu handeln. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, betriebswirtschaftliche Methoden und Instrumente aus unterschiedlichen Funktionsbereichen lösungsorientiert einzusetzen, indem sie einen Geschäftsplan für ein Gründungsvorhaben oder eine Geschäftsentwicklung systematisch erarbeiten. Gleichzeitig werden verhaltensspezifische Aspekte wie Präsentieren und Verhandeln trainiert. Einige ehemalige Teilnehmer dieses Kurses haben sich mittlerweile selbständig gemacht und/oder an Business Plan-Wettbewerben erfolgreich teilgenommen.

Themen und Inhalte: Elemente eines Geschäftsplans, Vision und Leitbild, Corporate Identity, Kundennutzen, Märkte, Trends, Management von Kernkompetenzen, Markt- und Wettbewerbsanalyse, Umsatzplanung, Produktionsprozesse und Workflow, Marketing & Vertrieb, Werbung und PR, Preisstrategien, Distribution & Logistik, Finanzplanung und Cash Flow Analyse, Betriebsorganisation & Struktur, Führung, Executive Summary, Präsentation

Prüfungsform: Hausarbeit (70%) und Präsentation (30%)

Literatur:

- Auerbach, H.: Entrepreneurship - Gründertypologie und Erfolgsfaktoren, in: Der Betriebswirt, 2009/1
- Drucker, P.F.: Innovation and Entrepreneurship, New York 2006
- Fueglistaller, U.; Müller, Chr.; Müller, S.; Volery, T.; Fust, A.: Entrepreneurship: Modelle - Umsetzung - Perspektiven, 3. Aufl., Wiesbaden 2012
- Freiling, J.: Entrepreneurship: Theoretische Grundlagen und unternehmerische Praxis, München 2006
- Gassmann, O.; Frankenberger, K.; Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München 2013
- Grichnik, D.; Brettel, M.; Koropp, Chr.; Mauer, R.: Entrepreneurship, Stuttgart 2010
- Klandt, H.: Gründungsmanagement: Der Integrierte Unternehmensplan, 2. Aufl., München, Wien 2006
- Malek, Miroslaw / Ibach, Peter K.: Entrepreneurship, Heidelberg 2004
- McKinsey & Company (Hrsg.): Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Business Plan zum Erfolg, 4. Aufl., München 2007
- Nagl, A.: Der Businessplan, 6. Aufl., Wiesbaden 2011
- Pinson, L.; Jinnett, J.: Anatomy of a Business Plan, 4th ed., o.O. 1999
- Rüggeberg, H.: Marketing für Unternehmensgründer, Wiesbaden 2003
- Volkman, Chr.; Tokarski, K.O.: Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen, Stuttgart 2006

BWLM6029: Entrepreneurship

Datum	Thema
Mar 18	Überblick über Ziele und Struktur des Moduls; Anforderungen an Studierende; Theorie des Entrepreneurship; Fallstudie
25	Kreativität und Innovation; Anatomie und Elemente eines Geschäftsplans; Vorstellung von Themen
Apr 1	Treffen mit Unternehmen, Briefing
8	SWOT-Analyse, Marktgröße, Absatzprognose
15	Wertschöpfung, Fertigung, Leistungserstellung
22	vorlesungsfrei
29	Finanzplan, Umsatz- und Cash Flow-Prognose
Mai 6	Blockwoche
13	Marketing & Vertrieb
20	Organisation und Führung
27	Die professionelle Management Präsentation
Jun 3	Review (BP muss am 27.5. bis 19:00 online als PDF eingereicht worden sein)
10	vorlesungsfrei
17	Präsentationen; Einreichen der Businesspläne
24	Feedback und Evaluierung