

BWL-Spezialisierung: „Entrepreneurship and Management“

Professur: Professur für Unternehmensführung

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Im Zentrum der BWL-Spezialisierung „Entrepreneurship and Management“ stehen ausgewählte fortgeschrittene Inhalte der Fachgebiete Gründungsmanagement, Innovationsmanagement, Corporate Governance und strategisches sowie internationales Management. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf den Bedürfnissen von mittelständischen Unternehmen sowie Familienunternehmen. Die Veranstaltungen sind interdisziplinär und umfassen Aspekte der Volks- und Betriebswirtschaftslehre sowie (in geringerem Maße) der Psychologie und Soziologie. Methodisch werden Kenntnisse der empirischen Sozialforschung vermittelt. Eigene empirische Analysen und das Verständnis wissenschaftlicher Literatur aus den o.g. Fachgebieten sind fester und zentraler Bestandteil der Spezialisierung. Zur Verknüpfung von Theorie und Praxis werden Unternehmensfallstudien behandelt und Gastvorträge angeboten. Die Unterrichtssprache ist Englisch.

Modulname: Entrepreneurship					
BWL-Spezialisierung: Entrepreneurship and Management (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Innovation Management oder		2 SWS / 30 h	120h	150 Studierende
	b) Entrepreneurship and Innovation Research oder		2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende
	c) Family Firms and Small-and Medium-sized Enterprises und		2 SWS / 30 h	120h	150 Studierende
	d) New Venture Management		4 SWS / 60 h	90h	150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden verschiedene mit der Gründung von Unternehmen, insbesondere kleinen und mittelständischen sowie Familienunternehmen, korrespondierende Themenbereiche verstanden haben sowie kritisch reflektieren können. Die Studierenden sollen erkannt haben, dass das Entscheiden und das Handeln von neugegründeten Unternehmern auch von nicht-monetären Parametern in der unternehmerischen Zielfunktion beeinflusst wird, ihre Hauptaufgabe allerdings darin besteht, Wertschöpfungs- und Differenzierungspotenziale auf eigene Rechnung zu realisieren. Die Studierenden sollen erkennen, dass sich hierzu insbesondere Innovationen eignen, aber auch unter Berücksichtigung der Interdependenzen zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen einzuschätzen lernen, welche Chancen und Risiken damit verbunden sein können.</p>				
3	Inhalte				
	Innovation Management				
	<p>Die Veranstaltung behandelt ausgewählte Aspekte des Innovationsmanagements auf einem fortgeschrittenen Niveau und dient damit dem tiefgehenden Verständnis des im Rahmen einer Unternehmensgründung zentralen Bereiches der Innovation und seinen verschiedenen Facetten. Themen sind z. B. Ideenmanagement, Patentmanagement, Open Innovation, Nutzerinnovation, Innovationsfinanzierung und Wertaneignungsstrategien bei Innovationen. Die Inhalte werden an konkreten Fallbeispielen aus der Praxis vertieft.</p>				
	Entrepreneurship and Innovation Research				
	<p>Die Veranstaltung behandelt ausgewählte Forschungsergebnisse im Bereich der Gründungs- und Innovationsforschung. Die Studierenden lernen den aktuellen Stand der Literatur zu wechselnden Themen aus Bereich der Gründungs- und Innovationsforschung kennen. Dabei lernen Sie wissenschaftliche Literatur zu verstehen, zu interpretieren und auf die Unternehmenspraxis zu übertragen. Die Veranstaltung vermittelt neben den Inhalten der wissenschaftlichen Artikel auch methodische Kompetenzen im Bereich der empirischen Sozialforschung (z.B. Hypothesenformulierung, Operationalisierung von theoretischen Konstrukten, Methoden der Regressionsanalyse, Methoden der qualitativen Sozialforschung).</p>				

	<p>Family Firms and Small-and Medium-sized Enterprises</p> <p>Die Veranstaltung vertieft Aspekte, die im Zusammenhang mit der Gründung und dem Management von mittelständischen Unternehmen und Familienunternehmen stehen. Die Inhalte beginnen mit den Spezifika von mittelständischen Unternehmen und Familienunternehmen, die besondere Herausforderungen an das Management dieser Unternehmen stellen. Neben der Vermittlung von Instrumenten zum ziel- und effizienzorientierten kurz-, mittel- und langfristigen Management von mittelständischen Unternehmen und Familienunternehmen werden insbesondere Herausforderungen, die mit dem Wachstum dieser Unternehmen in Zusammenhang stehen, differenziert beleuchtet. Der Nachfolgeprozess in Familienunternehmen bildet einen besonderen Schwerpunkt.</p> <p>New Venture Management</p> <p>Im Zentrum dieser Veranstaltung steht ein prozessorientierter Ansatz im Hinblick auf die Gründung von Unternehmen. Daher beginnen die Inhalte mit Methoden zur Generierung innovativer Ideen und reichen von der alle Interdependenzen berücksichtigenden Erstellung eines belastbaren Businessplans bis hin zur kritischen Analyse von wissenschaftlichen Befunden zu den Erfolgs- und Misserfolgskriterien neu gegründeter Unternehmen. Hierbei werden auch die Chancen und Risiken von Teamgründungen behandelt. Besonderer Wert wird in dieser Veranstaltung auf das reflektierte Treffen konstitutiver Entscheidungen unter Unsicherheit und Antizipation (z. B. des Verhaltens von Wettbewerbern) gelegt. Wenn möglich werden die Inhalte an konkreten Fallbeispielen aus der Praxis vertieft.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung, Übung, Fallstudien, Gastvorträge aus der Praxis, gecoachtes Selbststudium b) Vorlesung, Übung, Fallstudien, Gastvorträge aus der Praxis, gecoachtes Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Gegebenenfalls Prüfungsvorleistung: Wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Jörn Block und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen:</p> <p>Die Vorlesungen, die Vorlesungsunterlagen sowie die Prüfung sind in englischer Sprache.</p>

Modulname: Management					
BWL-Spezialisierung: Entrepreneurship and Management (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a) Strategic Management oder	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) International Management und	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	c) Corporate Governance and Leadership	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden mit unternehmerischen Entscheidungen vertraut sein, die im Kontext von dynamischen und internationalen Märkten auftreten. Damit einhergehend sollen die Studierenden in der Lage sein, den jeweiligen Interdependenzen zu den jeweils anderen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen adäquat Rechnung zu tragen. Hierbei spielt die Kenntnis der Anforderungen an die strukturelle und personal-interaktive Führung mittelständischer Unternehmen eine Schlüsselrolle. Daher sollen die Studierenden am Ende des Moduls das Zusammenspiel zwischen Persönlichkeit, Führungsstil und -situation, und Ergebnisorientierung als Voraussetzung wirksamer Führung verstanden haben sowie die Fähigkeit zur Entwicklung und kritisch-konstruktiven Selbstreflexion des eigenen Führungsverhaltens besitzen.</p>				
3	Inhalte				
	Strategic Management				
	<p>Die Veranstaltung behandelt ausgewählte Aspekte des strategischen Managements auf einem fortgeschrittenen Niveau. Themen sind z. B. die Analyse der Ressourcenausstattung eines Unternehmens (resource-based view) sowie die Bestimmung der Attraktivität eines Marktes (market-based view). Inhalte der im Rahmen des Moduls angebotenen Veranstaltung sind darüber hinaus Instrumente des strategischen Managements wie Balanced Scorecard, Wettbewerbsanalyse, oder aus der Entscheidungs- und Spieltheorie abgeleitete Instrumente des strategischen Managements. Wenn möglich werden die Inhalte an konkreten Fallbeispielen aus der Praxis vertieft.</p>				
	International Management				
	<p>Die Veranstaltung vermittelt theoretische, praktische und empirische Kompetenzen zu Fragestellungen des internationalen Managements. Neben den Herausforderungen, die für Unternehmen in einer zunehmend internationaler werdenden sozialen Marktwirtschaft bestehen, werden Strategien zum Eintritt und zur Erschließung von internationalen Märkten erarbeitet. Hierbei wird insbesondere auch ein Schwerpunkt auf die Internationalisierungsbestrebungen von mittelständischen Unternehmen und auch kleinen und jungen Unternehmen gelegt, welche sich einem verschärften internationalen Wettbewerb stellen (müssen). Die formellen und informellen institutionellen Rahmenbedingungen von Auslandsmärkten und deren Auswirkungen auf die Unternehmensorganisation sowie die strategische Positionierung des Unternehmens im internationalen Umfeld sind weitere wesentliche Schwerpunkte der Veranstaltung. Erfolgs- und Wachstumsfaktoren zum nachhaltigen Fortbestehen von Unternehmen in internationalen Marktwirtschaften werden dabei theoretisch abgeleitet, diskutiert und empirisch fundiert.</p>				

	<p>Corporate Governance and Leadership</p> <p>Die Veranstaltung befasst sich mit ausgewählten Aspekten der Corporate Governance und Unternehmensführung. Neben der Analyse und kritischen Reflexion von verschiedenen, auch internationalen Systemen der Corporate Governance beschäftigt sich die Veranstaltung auch mit angrenzenden Themen wie Corporate Culture, Corporate Social Responsibility oder Leadership und versucht so ein möglichst umfassendes Verständnis von Unternehmensführung zu vermitteln. Im Gegensatz zu anderen Veranstaltungen legt diese Veranstaltung keinen expliziten Fokus auf KMU oder Familienunternehmen, sondern versucht bewusst den Studierenden Einblicke in die Unternehmensführung von Großunternehmen zu geben und ihnen so ein ganzheitlicheres Verständnis sowie eine umfassendere Auseinandersetzung mit dem Thema zu ermöglichen.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung, Übung, Fallstudien, Gastvorträge aus der Praxis, gecoachtes Selbststudium b) Vorlesung, Übung, Fallstudien, Gastvorträge aus der Praxis, gecoachtes Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Gegebenenfalls Prüfungsvorleistung: Wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Jörn Block und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Die Vorlesungen, die Vorlesungsunterlagen sowie die Prüfung sind in englischer Sprache.</p>