



MODULHANDBUCH

Berufsbegleitender Weiterbildungs-Masterstudiengang der Universität Stuttgart und
der Hochschule der Medien Stuttgart

„Intra- und Entrepreneurship (tech)“

Stand: 30.09.2024 (Version: 6.00)





| | |
|--|-----------|
| 0. Qualifikationsziele und Struktur des Curriculums | 3 |
| 1. Komplementärqualifizierung (KQ) | 5 |
| 1.a) Komplementärqualifizierung Wirtschaftswissenschaften (KQ WiWi) | 5 |
| Betriebswirtschaftslehre | 5 |
| Führungsorientiertes Rechnungswesen | 7 |
| 1.b) Komplementärqualifizierung Ingenieurwesen (KQ ING) | 10 |
| Fabrikbetriebslehre und Cyber-physische Wertschöpfungssysteme 1 | 10 |
| System Dynamics: Modellierung und Simulation | 12 |
| 2. Vertiefung (VT)..... | 13 |
| 2.a) Pflichtbereich: Pflichtmodul (VT-P) und Studienarbeit | 13 |
| Entrepreneurship | 13 |
| Studienarbeit | 15 |
| 2.b) Wahlpflichtbereich (VT-W) mit Wahlmöglichkeit: mindestens jeweils ein Modul aus den Containern VT-2 bis VT-7 | 17 |
| Innovationsmanagement | 17 |
| Technologiemanagement | 20 |
| Management von IT-Unternehmen | 22 |
| Recht und IP Management | 24 |
| Produktentwicklung | 26 |
| Service Engineering | 28 |
| Business Development | 30 |
| 3. Spezialisierung (S) | 32 |
| Advanced Finance | 32 |
| Change Management und Organisationsentwicklung | 35 |
| Innovationsentwicklung mit Design Thinking & Business Model Generation | 37 |
| Digitale Technologien und Trends | 40 |
| Innovation Ecosystems | 42 |
| Online-Marketing, Social-Media Marketing & Web Analytics | 44 |
| 4. Schlüsselqualifikationen (SQ) | 46 |
| Charismatisch sprechen, präsentieren und verhandeln | 46 |
| Leadership | 49 |
| Intercultural Management | 51 |
| Verhandlungsmanagement | 52 |
| 5. Masterarbeit..... | 55 |
| Masterarbeit | 55 |
| 6. International Entrepreneurship | 56 |

0. QUALIFIKATIONSZIELE UND STRUKTUR DES CURRICULUMS

Der Studiengang vermittelt im Curriculum Prinzipien, Konzepte und Methoden aus der Betriebswirtschaftslehre sowie aus den Ingenieurwissenschaften mit einem Fokus auf Gründungen im weitesten Sinne. Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Studiums über aktuelles ökonomisches wie technisches Fachwissen sowie Methodenwissen, das sie auf den Bereich der Innovationsentwicklung, Unternehmensgründung und -führung anwenden können.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach Abschluss des Studiengangs darüber hinaus über umfassende Fertigkeiten, Problemlösungs- und Handlungskompetenzen zur Anwendung des Fachwissens in der Praxis.

Der Studiengang befähigt die Studierenden dazu,

- als Führungskräfte Chancen für technologieorientierte Geschäftsideen zu erkennen, systematisch zu validieren und zu nutzen
- dabei die spezifischen Herausforderungen in einer technologisch komplexen Umgebung einzuschätzen
- zukunftsweisende Innovationen und Lösungen unter Anwendung der Erkenntnisse und Methoden ihres Fachs zu entwickeln und in tragfähige Geschäftsmodelle selbst oder in der Funktion als Schnittstelle zu Expert*innen umzusetzen
- Geschäftsgelegenheiten nachhaltig auszubauen
- und im Unternehmen Wandel zu gestalten und damit Unternehmenswerte zu erhalten oder neue Werte zu schaffen



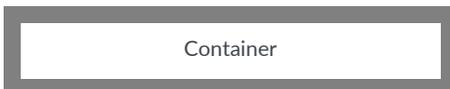
STRUKTUR DES CURRICULUMS

| Komplementärqualifizierung (KQ) 2 Module (12 ECTS) Komplementär zur Vorbildung | Vertiefung (VT) 7 Module + Studienarbeit (42 + 12 ECTS) 1 Modul aus jedem Container | Spezialisierung (S) 3 Module (18 ECTS) |
|--|---|--|
| KQ Wirtschaftswissenschaften (KQ WiWi) | Entrepreneurship | Advanced Finance |
| Betriebswirtschaftslehre | Innovationsmanagement | Change Management & Organisationsentwicklung |
| Führungsorientiertes Rechnungswesen | Technologiemanagement | Digitale Technologien und Trends |
| (*1) ersatzweise Spezialisierungsmodul | Management von IT-Unternehmen | Innovationsentwicklung mit Design Thinking & Business Model Generation |
| i.d.R. KQ WiWi oder KQ Ing | Recht & IP Management | Online Marketing, Social-Media Marketing & Web Analytics |
| KQ Ingenieurwesen (KQ Ing) | Produktentwicklung | Innovation Ecosystems |
| Fabrikbetriebslehre & Cyber-physische Wertschöpfungssysteme 1 | Service Engineering | |
| System Dynamics | Business Development | |
| (*1) ersatzweise Spezialisierungsmodul | Studienarbeit | |

(*1) Nur möglich, wenn die Inhalte der regulären KQ-Module bereits durch Vorbildung bekannt sind; bedarf der Genehmigung durch den Prüfungsausschuss.

(*2) Je nach Inhalt können diese Auslandsmodule i.d.R. in den Bereichen Spezialisierung (S) oder Schlüsselqualifikationen (SQ) angerechnet werden. Informationen zu Anrechenbarkeit und Zuordnung zum Curriculum werden gemeinsam mit den jeweiligen Modulangeboten kommuniziert.

Legende



Container



Modul

Schlüsselqualifikationen (SQ)

1 Modul (6 ECTS)

Charismatisch sprechen, präsentieren und verhandeln

Intercultural Management

Leadership

Verhandlungsmanagement

International Entrepreneurship

(variabel)

Ausgewählte Modulangebote an Partnerhochschulen im Ausland (*2)

Masterarbeit (30 ECTS)

1. KOMPLEMENTÄRQUALIFIZIERUNG (KQ)

1.a) Komplementärqualifizierung Wirtschaftswissenschaften (KQ WiWi)

| | | | |
|---|---|---------|----------------|
| Modul: | Betriebswirtschaftslehre | | |
| Modulcontainer: | KQ WiWi | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes Semester |
| Leistungspunkte | 6.0 LP | Sprache | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, Hochschule der Medien | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Nils Högsdal und weitere Dozierende der HdM | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Komplementärqualifizierung, Container: KQ WiWi, Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben die Studierenden vertiefte Kenntnisse über Theorien, Konzepte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften und können diese zur Unterstützung von Entscheidungen anwenden. • kennen sie die konstituierenden Entscheidungen von Unternehmen • verstehen sie den Unterschied zwischen Geschäftsmodell und Geschäftsprozess und kennen die direkten und indirekten Prozesse und wissen, wie man diese gestaltet. • verstehen sie den Planungs- und Strategieprozess von Unternehmen und können diesen mitgestalten. | | |
| Inhalt: | <p>Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte, Theorien und Methoden der Betriebswirtschaftslehre • Geschäftsmodell und Geschäftsprozesse • Der Markt und Marketing: Wettbewerbsanalyse und die 4Ps • Strategische und Operative Planung • Personalwirtschaft • Externes und Internes Rechnungswesen • Finanzierungsmodelle und der Business Plan • Exemplarische Fälle aus unterschiedlichen betrieblichen Bereichen | | |
| Literatur: | <p>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre / Dietmar Vahs; Jan Schäfer-Kunz. - 7., überarb. Aufl. - Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2015.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p> | | |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <p>mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Planspiel) (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung</p> <p>An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien,</p> | | |



der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme erwartet. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie zudem die Prüfungsleistung, die Sie zum Abgabetermin im Modulzeitraum einreichen.

Abschätzung Arbeitsaufwand: 180 Std. (davon 3 Präsenztage)

- 24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)
- 6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)
- 75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)
- 75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)

Studienleistungen: Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztagen, Bearbeitung von Aufgaben

Prüfungsleistungen: Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Schriftliche Abgabe (definierter Termin während des Semesters)

Angeboten von: MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Hochschule der Medien



| | | | |
|-----------------------------|---|----------|-------------------------|
| Modul: | Führungsorientiertes Rechnungswesen | | |
| Modulcontainer: | S | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2. Semester, SoSe |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, Hochschule der Medien | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Nils Högsdal | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Komplementärqualifizierung, Container: KQ WiWi, Wahlpflicht (ersatzweise Spezialisierung) MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Spezialisierung, Container: Spezialisierung (S), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | (solide) Kenntnisse betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none">• beherrschen Sie die operative Führung eines Unternehmens anhand von Kennzahlen und sind in der Lage, Management-Berichte zu interpretieren.• sind Sie in der Lage, Ihre Digitalisierungsstrategie zu operationalisieren und insbesondere Wachstums- und Investitionsentscheidungen vorzubereiten.• verstehen Sie Risiken und Chancen und können diese zielgerichtet zur Maximierung des Unternehmenswerts nutzen.• kennen Sie die Gestaltungsmöglichkeiten der Bilanzierung insbesondere bei Intangibles und können mit Ihrer Fachabteilung bzw. der Wirtschaftsprüfungsorganisation auf Augenhöhe über die Optionen diskutieren.• sind Sie in der Lage, Business Cases für Entscheider aufzubereiten und den Ergebnis- und Wertbeitrag zu verteidigen.• wissen Sie, wie Bewertungen von Unternehmen zustande kommen und können diese nachvollziehen.• verstehen Sie die Konzepte der Wertorientierten Unternehmensführung und sind in der Lage, Ihre Strategie so umzusetzen, dass die Kapitalkosten erwirtschaftet werden und der Unternehmenswert gesteigert wird.• kennen Sie die Grenzen klassischer Konzepte der Unternehmensrechnung und sind in der Lage, gerade bei wissensintensiven Dienstleistungen korrekte Entscheidungen zu treffen.• sind Sie in der Lage, Ihre Strategie in moderne Governance-Strukturen einzuordnen und nachhaltig den Unternehmenswert zu erhöhen. | | |
| Inhalt: | Das Modul bereitet Sie darauf vor, finanzielle Verantwortung für Unternehmen im digitalen Wandel zu übernehmen. Sie lernen, wie Sie Informationen des Rechnungswesens für die erfolgreiche Umsetzung Ihrer Digitalisierungsstrategie nutzen können. In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie alle relevanten Informationen zu Zielen und Kennzahlen, Zielerreichung und Investitionsplanung nutzen können, um einen Geschäftsbereich oder ein Unternehmen effizient zu steuern. In einer interaktiven dynamischen Fallstudie übernehmen Sie dann die Verantwortung für die Geschäftsführung eines erfolgreichen Scale-Ups und | | |



stellen sich dabei der Herausforderung, den Wandel der Produkte, die Digitalisierung aller Bereiche und die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells zu bewältigen. Ziel ist es, das Unternehmen von der Finanzierung bis zum Börsengang zu begleiten.

Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt:

Das Unternehmen steuern

- Refresher Externes und Internes Rechnungswesen
- Strategie: Strategieprozess, Balanced Scorecards und Strategy-Maps
- Planung, Steuerung und Kontrolle: Das (Management-)Informationssystem im Planspiel. Analyse des Berichtswesens, Aufbau der DB-Rechnung, Planungs- und Budgetierungsprozesse

Wachsen und investieren

- Kapitalmärkte und die Sicht der Investoren
- Investitionen, Finanzierung und Finanzplanung, Kapitalkosten
- Analyse und Präsentation realer Geschäftsberichte
- Business Cases und Business Pläne: Vorlegen eines 4-Jahres Plans, Kapitalerhöhungen

Risiken verstehen und steuern

- True and fair view vs. conservatism: Internationale Rechnungslegung und BilMoG,
- Bilanzpolitik und Kennzahlen
- Kosten- und Risikomanagement
- Risikoreporting und -publizität

Werte schaffen

- Treasury, Cash-flow und Working Capital Management
- Geschäftsberichte
- Unternehmensbewertung, Wertorientierte Unternehmensführung und Kennzahlen

Nachhaltigkeit

- Beyond the numbers: Prozesskostenrechnung, Lifecycle-Costing und weitere moderne Konzepte
- Corporate Governance
- Nachhaltigkeits- und CSR-Reporting

Literatur:

Skript

Eichsteller, Harald, Högsdal Nils (2014): Internes und Externes Rechnungswesen. München, neue Auflage.

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien:

mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Planspiel) (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung

An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen (Planspiel) wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme empfohlen und erwartet. Zwischen den Präsenztagen



| | |
|-----------------------------|--|
| | findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie zudem die Prüfungsleistung, die Sie zum Abgabetermin während des Modulzeitraums einreichen. |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Std. (davon 3 Präsenztage) 24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten) 6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen) 75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.) 75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.) |
| Studienleistungen: | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztagen, Bearbeitung von Aufgaben, (Team-)Präsentation |
| Prüfungsleistungen: | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Hausarbeit/schriftliche Abgabe (definierter Termin während des Semesters) |
| Angeboten von: | Hochschule der Medien |



1.b) Komplementärqualifizierung Ingenieurwesen (KQ ING)

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|-----------------------|
| Modul: | Fabrikbetriebslehre und Cyber-physische Wertschöpfungssysteme 1 | | |
| Modulcontainer: | KQ ING | | |
| Lehrveranstaltungen | Teil: Fabrikbetriebslehre Teil: Industrie 4.0 | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2. Semester, WS |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr.-Ing. Thomas Bauernhansl, Universität Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr.-Ing. Thomas Bauernhansl, Universität Stuttgart | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Komplementärqualifizierung, Container: KQ ING, Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Fabrikbetriebslehre - Management in der Produktion (Fabrikbetriebslehre I): Die Studierenden kennen die einzelnen Unternehmensbereiche und beherrschen Methodenwissen in den einzelnen Bereichen, um diese von der Produktentwicklung bis zum Fabrikbetrieb optimal zu gestalten.</p> <p>Cyber-physische Wertschöpfungssysteme 1: Die Studierenden kennen die Auswirkungen der digitalen Transformation auf produzierende Unternehmen. Sie können ausgewählte Konzepte, Methoden und Werkzeuge im Rahmen Cyber-physischer Wertschöpfungssysteme (CPWS) anwenden und bewerten.</p> | | |
| Inhalt: | <p>Fabrikbetriebslehre - Management in der Produktion (Fabrikbetriebslehre I):</p> <p>Ausgehend von der Bedeutung, den Treibern und den Optimierungsphilosophien der Produktion werden im Verlauf der Vorlesung die einzelnen Elemente von produzierenden Unternehmen erläutert, wobei der Schwerpunkt auf den eingesetzten Methoden liegt. Nach der Produktentwicklung (Innovation und Entwicklung) werden das Auftragsmanagement, die Fabrikplanung, die Arbeitsplanung, sowie die Fertigungs- und Montagesystemplanung betrachtet. Abschließend werden zum Thema Produktionsmanagement die Grundlagen von ganzheitlichen Produktionssystemen, die Wertstrommethode sowie Methoden zur Prozessoptimierung und Führungsinstrumente erläutert.</p> <p>Cyber-physische Wertschöpfungssysteme 1:</p> <p>Die Vorlesung vermittelt die Grundlagen entlang der 4 Stufen der Digitalen Transformation: Digitalisierung, Virtualisierung, Vernetzung und Autonomisierung. Schwerpunkte liegen hier auf ganzheitlichen Architekturen von Cyber-physischen Systemen sowie relevante Konzepte wie dem digitalen Schatten sowie Zwilling und Industrial IOT-Plattformen, ganzheitliche Fabrikbetriebssysteme und Methoden und Verfahren der künstlichen Intelligenz.</p> | | |
| Literatur: | Skript zur Vorlesung | | |



| | |
|---|---|
| | Bauernhansl, Berlin Springer 2020) - Wandlungsfähige Unternehmensstrukturen - Das Stuttgarter Unternehmensmodell, Bauernhansl, T., Ten Hompel, M., & Vogel-Heuser, B. (Eds.). (2023). Handbuch Industrie 4.0: Band 1: Produktion (pp. 358). Springer Vieweg Berlin, Heidelberg |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform ILIAS (Powerpoint-Präsentationen, Simulationen, Animationen und Filme) |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Std. Selbststudienzeit/ILIAS |
| Studienleistungen | |
| Prüfungsleistungen | Mündliche Prüfung (PL), 20 Minuten |
| Angeboten von: | Universität Stuttgart, IFF |



| | | | |
|---|---|----------|----------------------|
| Modul: | System Dynamics: Modellierung und Simulation | | |
| Modulcontainer: | KQ ING | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2.Semester, WS |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. rer. pol. Dipl.-Ing. Meike Tilebein, Universität Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. rer. pol. Dipl.-Ing. Meike Tilebein | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Komplementärqualifizierung, Container: KQ ING, Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Mathematische Grundkenntnisse | | |
| Lernziele: | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, komplexe Problemstellungen in sozio-technischen Systemen in Kausaldiagrammen zu modellieren • können Kausaldiagramme analysieren und interpretieren • kennen grundlegende Arten von Systemverhalten und die zugehörigen Systemstrukturen • können System-Dynamics-Simulationsmodelle erstellen • können System-Dynamics-Simulationsmodelle zur Entscheidungsunterstützung in komplexen Problemstellungen anwenden | | |
| Inhalt: | <ul style="list-style-type: none"> • Charakteristika von Systemen • Einführung in die Modellierung mit System Dynamics • Kausaldiagramme und Systemarchetypen • Nichtlineares Verhalten, Pfadabhängigkeit, begrenzte Rationalität, Netzwerkeffekte, Innovationsdiffusion, Wertschöpfungsketten und Phasendiagramme • Planspiel • Simulation mit Hilfe von Vensim | | |
| Literatur: | <p>Vorlesungsunterlagen verfügbar über die Lernplattform ILIAS</p> <p>Empfohlene Bücher: Sterman, John: Business Dynamics. McGraw-Hill</p> | | |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <ul style="list-style-type: none"> • Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform ILIAS • Zwei Präsenzveranstaltungen (Präsentation mit Beamer, Übungen, Planspiel) | | |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | <p>180 Stunden, davon</p> <p>16 Stunden Präsenz (2 Tage)</p> <p>163 Stunden Selbststudienzeit/ILIAS</p> <p>1 Stunde Online-Präsenz (Videokonferenz), Prüfungsvorbesprechung</p> | | |
| Studienleistungen | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Portfolio, Lernfortschrittskontrollen und Übungsaufgaben | | |
| Prüfungsleistungen | Schriftliche Prüfung (PL), 120 Min. | | |
| Angeboten von: | Universität Stuttgart, IDS | | |



2. VERTIEFUNG (VT)

2.a) Pflichtbereich: Pflichtmodul (VT-P) und Studienarbeit

| | | | |
|-----------------------------|---|---------|-----------------------|
| Modul: | Entrepreneurship | | |
| Modulcontainer: | Entrepreneurship (VT-1) | | |
| Lehrveranstaltungen | Entrepreneurship | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2. Semester, WS |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, Hochschule der Medien | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Nils Högsdal | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung (VT), Pflichtmodul (VT 1) | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Unternehmerisches Denken und Handeln ist Grundlage für das Entstehen von Innovationen und der Treiber für die Digitalisierung. Das Modul bietet einen Einstieg in das Themenfeld (Corporate) Entrepreneurship: Sie lernen Theorien und Konzepte aus der Forschung wie auch der Startup Welt kennen und erfahren die Hintergründe dazu, wie Geschäftsmodelle entstehen und weiterentwickelt werden können. Darüber hinaus lernen Sie den Prozess zur Unternehmensgründung ebenso wie die Herausforderungen des Intrapreneurship kennen. So bilden Sie Ihr Entrepreneurial Skill- und Mindset weiter aus und können Veränderungen im Startup- und Unternehmenskontext bewerten und vorantreiben.</p> <p>Im Modul</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen Sie Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin kennen. • lernen Sie die Erfolgsfaktoren für Unternehmensgründungen kennen. • lernen Sie, wie man von der Produktidee zum Business Plan kommt. • erhalten Sie einen kurzen Überblick über die Treiber und die „Take-Aways“ im Silicon Valley und den Venture Capital Process. • lernen Sie, wie Phasenmodelle bis zu einem Exit und die dazugehörige Bewertung funktioniert. • sind Sie in der Lage typische Begriffe wie Existenzgründung, Startup, Inkubation, Akzeleration zu definieren und gegeneinander abzugrenzen. | | |
| Inhalt: | <p>Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship als Teildisziplin der BWL • Entrepreneurship als Forschungsgebiet • Phasenmodelle von Gründungsprozessen | | |

- Chancen und Risiken, Erfolgsfaktoren und Persönlichkeit
- Business-Plan vs. Lean Startup
- Mindset im Silicon Valley
- Entrepreneurship als Innovationsansatz
- Aktuelle Studien und Themen

Lediglich gestreift werden folgende Themen:

- Vorgehensmodelle zur Entwicklung von Geschäftsmodellen (s. Modul Design Thinking und Business Model Generation)
- Rechtsformen (s. Modul Recht und IP Management)
- Startup Marketing und Scaling (s. Modul Business Development)
- Startup Finanzierung und der Venture Capital Prozess (s. Modul Führungsorientiertes Rechnungswesen und Advanced Finance)
- Technologie- und Innovationsmanagement

Literatur: Steve Blank et. al: Handbuch für Gründer (Kapitel 1 und 2), Kollmann: Entrepreneurship, Eric Riess: The Lean Startup

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle, Präsenzveranstaltungen

An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme empfohlen und erwartet. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie zudem die Prüfungsleistung, die Sie zum Abgabetermin während des Modulzeitraums einreichen.

Abschätzung Arbeitsaufwand: 180 Std. (davon zwei Präsenztage)

16 Stunden in Präsenz (entspricht 20 Unterrichtseinheiten)
 4 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)
 80 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)
 80 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)

Studienleistungen: Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztagen, Bearbeitung von Aufgaben, Präsentation

Prüfungsleistungen: Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Einreichung von Zwischenaufgaben, Hausarbeit (definierte Termine während des Semesters)

Angeboten von: Hochschule der Medien



| | | | |
|-----------------------------|---|---------|----------------|
| Modul: | Studienarbeit | | |
| Modulcontainer: | Studienarbeit | | |
| Moduldauer: | 2 Semester | Turnus: | Jedes Semester |
| Leistungspunkte: | 12.0 LP | Sprache | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. rer. pol. Dipl.-Ing. Meike Tilebein, Universität Stuttgart Prof. Dr. Nils Högsdal, Hochschule der Medien | | |
| Dozierende: | NN | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung (VT), Pflichtmodul Studienarbeit | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Die Studienarbeit soll erst gegen Ende des Absolvierens der Vertiefungsmodule belegt werden, um sicherzustellen, dass entsprechende Grundlagen vorliegen, eine Reflektion des erlernten Wissens im Kontext der Anwendung möglich ist und gezielte thematische Schwerpunkte gesetzt werden können. | | |
| Lernziele: | <p>Im Rahmen der Studienarbeit weist der/die Studierende nach, dass er/sie befähigt ist, eine vorgegebene Fragestellung unter der Berücksichtigung fachadäquater theoretischer Ansätze kritisch zu diskutieren, in den aktuellen Erkenntnisstand des Fachgebiets einzuordnen sowie Lösungsansätze oder Lösungen zu erarbeiten.</p> <p>Ziel der Studienarbeit ist es darüber hinaus, das im Rahmen des bisherigen Studienverlaufs erlernte Wissen durch die kritische Beschäftigung mit der Fragestellung zu vertiefen und in den Kontext der realen Anwendung zu setzen. Somit wird ein Transfer der Theorie in die Praxis gefördert und eine weitergehende Reflektion angestoßen.</p> <p>Ziel ist es darüber hinaus insbesondere, eine Abstrahierung des Wissens über den eigenen beruflichen Kontext hinaus zu schaffen.</p> <p>Generell hat die /der Studierende in der Studienarbeit das Rüstzeug zur selbständigen Bearbeitung und Dokumentation einer entrepreneurialen Aufgabenstellung unter Berücksichtigung fachadäquater Kriterien erworben.</p> | | |
| Inhalt: | <p>Der Transfer auf die Berufspraxis erfolgt durch die Bearbeitung einer Aufgabe/Fragestellung, die über den eigenen beruflichen Kontext hinausgeht. Die Fragestellung resultiert aus dem Bereich des Entrepreneurship/Intrapreneurship, sodass der Anwendungsbezug auf den für den Studiengang relevanten Bereich sichergestellt ist. Die Fragestellung ist aus einem von den Lehrenden vorgegebenen Rahmen auszuwählen und vor Bearbeitung mit diesen abzustimmen. Die Studienarbeit soll weiterhin konkrete Lösungsansätze für die Berufspraxis (z.B. für Startups oder Corporates) hervorbringen.</p> <p>Die Bearbeitung der Fragestellung erfolgt im Austausch mit Ansprechpersonen aus der Berufspraxis, sodass ein konkreter Erkenntnisgewinn aus den Ergebnissen und Lösungen der jeweiligen Studienarbeit sichergestellt werden kann.</p> <p>Die Studienarbeit beinhaltet eine schriftliche Abhandlung.</p> | | |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 360 Std. | | |



Prüfungsleistungen: Schriftliche Prüfungsleistung (PL): Studienarbeit

Angeboten von: Variiert, nach Absprache



**2.b) Wahlpflichtbereich (VT-W) mit Wahlmöglichkeit:
 mindestens jeweils ein Modul aus den Containern VT-2 bis VT-7**

(VT-2) Innovations-/ Technologiemanagement

| | | | |
|-----------------------------|---|------------------|------------|
| Modul: | Innovationsmanagement | | |
| Modulcontainer: | VT-2 | | |
| Lehrveranstaltungen | Innovationsmanagement I Innovationsmanagement II | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Moduldauer: | 1 Semester |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Leistungspunkte: | 6.0 LP |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Alexander Brem, Uni Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Alexander Brem | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung Wahlbereich (VT-W), Container (VT-2), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | Die Studierenden lernen durch beide Module <ul style="list-style-type: none"> • die wesentlichen Begriffe, Definitionen und Theorien im Innovationsmanagement kennen, • erhalten Einblicke in die wesentlichen Abläufe und Modelle des Innovationsmanagements, und können gestaltungsorientierte Methodenkenntnisse in den einzelnen Teilbereichen anwenden. | | |
| Inhalt: | Teil Innovationsmanagement I: Theorie <ul style="list-style-type: none"> • Innovation verstehen <ul style="list-style-type: none"> • Innovation planen • Innovation entwickeln • Innovation umsetzen Das Teilmodul umfasst insbesondere folgende Themen: <ul style="list-style-type: none"> • Innovationsbegriffe und Erfolgsfaktoren • Innovationsstrategien und Promotoren • Innovationsprozesse und Open Innovation • Ideenfindung, -bewertung und -auswahl • Innovationscontrolling • Tools wie Simultaneous Engineering und Projektmanagement • Innovationsmarketing • Internationales Innovationsmanagement Teil Innovationsmanagement II: Anwendung <ul style="list-style-type: none"> - Erstellung eines Workshopkonzepts - Durchführung des Workshops inkl. Dokumentation | | |

- Abschlusspräsentation

Das Teilmodul umfasst insbesondere folgende Themen:

- Diskussion aktueller Fragestellungen im Innovationsmanagement
- Schwerpunktsetzung auf einen ausgewählten Bereich
- Reflektion anhand einer Gründungsidee bzw. dem individuellen Unternehmenskontext

| | |
|---|---|
| Pflichtliteratur | <p>Vahs, D., Brem, A. (2015): Innovationsmanagement. Schäffer- Poeschel Verlag, 5. Auflage, Stuttgart</p> <p>Brem, A., Brem, S. (2019): Die Kreativ-Toolbox für Unternehmen - Ideen generieren und innovatives Denken fördern. Schäffer-Poeschel Verlag, 1. Auflage, Stuttgart</p> |
| Ergänzende Literatur | <p>Brem, A., Tidd, J., Daim, T. (2019). Managing Innovation: Understanding and motivating crowds. World Scientific, Singapur</p> <p>Brem, A., Tidd, J., Daim, T. (2019). Managing Innovation: what do we know about innovation success factors? World Scientific, Singapore</p> <p>Brem, A., Tidd, J., Daim, T. (2019). Managing Innovation: Understanding International Innovation. World Scientific, Singapur</p> <p>Schmeisser, W., Becker, W., Beckmann, M., Brem, A., Eckstein, P., & Hartmann, M. (2019). Neue Betriebswirtschaft: Theorien, Methoden, Geschäftsfelder. UTB GmbH.</p> <p>Brem, A.; Viardot, E.: Revolution of Innovation Management (Vol. 1&2). Palgrave MacMillan, 2017</p> <p>Brem, A., Puente, R., Agogue, M. (2017). The Role Of Creativity In The Management Of Innovation - State Of The Art And Future Research Outlook, World Scientific, Singapore</p> <p>Brem, A.; Viardot, E.: Adoption of Innovation: Springer, 2015.</p> <p>Brem, A.; Viardot, E.: Evolution of Innovation Management, Palgrave-Macmillan, 2013.</p> <p>Brem, A.; Tidd, J.: Perspectives on Supplier Innovation. Imperial College Press, London, 2012.</p> |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <p>Teil Innovationsmanagement I (online): Lehrbuch mit selbstinstruktiven Lernmaterialien, d.h. mit Kapitelnavigatoren, Informationskästen, Beispielen, Checklisten und Wiederholungsfragen</p> <p>Teil Innovationsmanagement II (online, zwei Präsenztage): Gruppendiskussion, individuelle Durchführung von Workshops, Abschlusspräsentation</p> |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | <p>180 Std., davon</p> <p>2 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenz), Auftaktveranstaltung</p> <p>8-12 Stunden Präsenztage (abhängig von Gruppengröße)</p> <p>4-6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenz, abhängig von Gruppengröße) Abschlusspräsentationen</p> <p>ca. 163 Stunden Selbststudium/ILIAS</p> |
| Studienleistungen | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Reflektionsbericht |
| Prüfungsleistungen | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Workshop (Erarbeitung, |



Dokumentation, Präsentation) und Gruppendiskussion (definierte Termine während des Semesters)

Angeboten von: Universität Stuttgart, ENI



| | | | |
|-----------------------------|---|---------|-----------------------|
| Modul: | Technologiemanagement | | |
| Modulcontainer: | VT-2 | | |
| Lehrveranstaltungen | Technologiemanagement I Technologiemanagement II | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2. Semester, SS |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. rer. oec. Katharina Hölzle, MBA, Uni Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. rer. oec. Katharina Hölzle, MBA, Uni Stuttgart Janna Bauknecht, M.Sc. | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung Wahlbereich (VT-W), Container (VT-2), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Die Studierenden kennen die theoretischen Ansätze des Technologiemanagements in Unternehmen. Sie können normatives, strategisches und operatives Technologiemanagement unterscheiden und beherrschen Inhalte und methodische Vorgehensweisen.</p> <p>Die Studierenden kennen das Umfeld des Technologiemanagements. Sie können Megatrends analysieren sowie kategorisieren und kennen unterschiedliche Innovationsindikatoren.</p> <p>Ihnen sind die Grundlagen des Organisationsmanagements sowie der klassischen Aufbauorganisation in der Bedeutung für das Technologiemanagement bekannt. Sie kennen die Bedeutung der Ablauforganisation mit ihren jeweiligen Merkmalen und können diese beschreiben.</p> <p>Die Studierenden kennen die Bedeutung von Unternehmenskultur und Werten für Organisationen insbesondere im Kontext des Technologiemanagements. Sie kennen die Wettbewerbskräfte, die auf Unternehmen wirken und können Analysen durchführen sowie Strategien entwickeln, um den Marktgegebenheiten angemessen zu begegnen.</p> <p>Sie verstehen, wie der Einsatz von Technologien in Unternehmen strategisch geplant und sinnvoll umgesetzt wird, und wie sich dieser auf die Organisation und das Umfeld auswirkt. Zusätzlich haben sie die Konzepte der Technologiefrüherkennung sowie deren Anwendung erlernt.</p> <p>Die Studierenden kennen die Technologiestrategien, die in Organisationen zur Verfügung stehen und kennen deren jeweilige Vor- und Nachteile.</p> <p>Die Studierenden kennen die verschiedenen Innovationsgrade und -arten sowie Innovationshindernisse und -beschleuniger. Zudem sind ihnen Ziele und Risiken des Projektmanagements bekannt sowie die Grundzüge der Projektplanung und deren Werkzeuge. Die Instrumente des Technologie- und Innovationsmanagements kennen sie hinsichtlich Effizienz, Finanzierungsmöglichkeiten und Kapazitätsplanung ebenso wie verschiedene Möglichkeiten der internen und externen Kollaboration.</p> | | |
| Inhalt: | Es werden die Grundlagen und das Anwendungswissen zum Technologiemanagement vermittelt. | | |



| | |
|---|--|
| | <p>Im Einzelnen werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Umfeld des Technologiemanagements• Grundlagen des Technologiemanagements• Technologische Frühaufklärung I• Technologische Frühaufklärung II• Instrumente des Technologiemanagements I• Instrumente des Technologiemanagements II• Instrumente des Technologiemanagements III• Technologiestrategien• Strategisches Technologiemanagement• Organisationsmanagement (Struktur)• Normatives Management Kultur• Service Engineering• Innovationsmanagement I• Innovationsmanagement II - Prozess• Technologietransfer Technologiekooperation |
| Literatur: | <p>Hölzle, K.: Skript zur Vorlesung Technologiemanagement</p> <p>Spath, D.: Technologiemanagement - Grundlagen, Konzepte, Methoden, Stuttgart: Fraunhofer Verlag, 2011</p> <p>Bullinger, H.-J. (Hrsg.): Fokus Technologie: Chancen erkennen - Leistungen entwickeln, München: Hanser, 2008</p> |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | eLecture (Vorlesungsaufzeichnung), Mediacast (Audio-Podcast im mp3- bzw. mp4-Format) auf der Lernplattform ILIAS |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Std. |
| Studienleistungen | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Lernfortschrittskontrollen |
| Prüfungsleistungen | Schriftliche Prüfung (PL), 120 Min. |
| Angeboten von: | Universität Stuttgart, IAT |

VT-3: Informationstechnologie

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|----------------------|
| Modul: | Management von IT-Unternehmen | | |
| Modulcontainer: | VT-3 | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2.Semester, WS |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Georg Herzwurm, Uni Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Georg Herzwurm Yagmur Turhan | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung Wahlbereich (VT-W), Container (VT-3), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | | | |
| Lernziele: | <ul style="list-style-type: none"> • Nach der Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, Konzepte und Methoden für das Management von Anbietern software-intensiver Produkte und Dienstleistungen (sog. IT-Unternehmen) wissenschaftlich fundiert, anhand situativ geeigneter Beispiele zu diskutieren und systematisch anzuwenden (bspw. im Rahmen von Fallstudien). • Die Studierenden sind dabei in der Lage, einen Überblick über die Besonderheiten und Bedeutung von IT-Unternehmen sowie deren Lebenszyklus, Umfeld und Strategien zu geben. • Des Weiteren erlangen die Studierenden vertiefte Kenntnisse zur Identifizierung unternehmerischer Gelegenheiten und darauf aufbauend der systematischen Entwicklung IT-basierter Geschäftsmodelle. • Im Rahmen des Gründungsmanagements sind die Studierenden insbesondere in der Lage Erfolgsfaktoren beim Aufbau und der Führung von Teams in IT-Unternehmen zu diskutieren, sowie die Inhalte und Adressaten eines Business Plans zu erläutern. • Ein wesentliches Lernziel des Moduls ist es schließlich, die Besonderheiten und Erfolgsfaktoren bei der Skalierung von IT-Unternehmen kennenzulernen | | |
| Inhalt: | <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Besonderheiten des Managements von IT-Unternehmen • Unternehmerische Gelegenheit und Wertversprechen • IT-basierte Geschäftsmodelle • Team und Führung • Business Plan und Funding • Skalierung von IT-Unternehmen <p>Vermarktung software-intensiver Produkte und Dienstleistungen</p> | | |
| Literatur: | Forsgren, N., Humble, J. u. Kim, G.: Accelerate: The Science of Lean Software and Devops: Building and Scaling High Performing Technology Organizations | | |

Grichnik D., Brettel, M., Koropp, C. u. Mauer, R.: Entrepreneurship: Un-ternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen, neueste Auflage

Herzwurm, G. u. Pietsch, W.: Management von IT-Produkten, neueste Auflage

Kollmann, T.: E-Entrepreneurship, neueste Auflage

Kubicek, H. u. Brückner, S.: Businesspläne für IT-basierte Geschäftsideen, neueste Auflage

Maurya, A.: Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works, neuste Auflage

Osterwalder, A. u. Pigneur, Y.: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, neueste Auflage

Ries, E.: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, neuste Auflage

Wirtz, B.: Business Model Management, neueste Auflage

Vorlesungsskript

| | |
|---|--|
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | Digitalisierte, an Blended-Learning angepasste Version der Veranstaltungen: <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung Management von IT- Unternehmen • Fallstudien und Übung zu Management von IT-Unternehmen |
|---|--|

| | |
|-----------------------------|---|
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Stunden, davon 4 Stunden Online-Präsenz (2 Videokonferenzen á 2 Stunden: Kick-off Veranstaltung & Prüfungsvorbesprechung) 100 Stunden Selbststudienzeit/ILIAS 76 Stunden Selbststudium (Hausaufgabe, die vom Dozenten kontrolliert bzw. bewertet wird) |
|-----------------------------|---|

| | |
|-------------------|--|
| Studienleistungen | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Lernfortschrittskontrollen |
|-------------------|--|

| | |
|--------------------|---------------------------|
| Prüfungsleistungen | Prüfung (PL), schriftlich |
|--------------------|---------------------------|

| | |
|----------------|---|
| Angeboten von: | Universität Stuttgart, BWI, Lehrstuhl für ABWL und Wirtschaftsinformatik II |
|----------------|---|



(VT-4) Recht

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|--------------|
| Modul: | Recht und IP Management | | |
| Modulcontainer: | VT-4 | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nicolai Schädel LL.M., Hochschule der Medien Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Nicolai Schädel LL.M. Dipl.-Jur. Mathias Fromberger | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung Wahlbereich (VT-W), Container (VT-4), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Als Führungskraft gilt es, mögliche Folgen rechtlich relevanten Verhaltens beurteilen zu können und zu erkennen, wann eine vertiefte rechtliche und ethische Risikoanalyse und die Einbindung von Experten und Expertinnen notwendig werden. Das Modul umfasst die wesentlichen Rechtsfragestellungen sowie ethischen Perspektiven für Führungskräfte. Nach Modulabschluss verfügen Sie über fundiertes Wissen zu rechtlich relevanten Fragestellungen für die Unternehmensführung und können dieses anwenden. Weiterhin werden Sie für ethische Fragestellungen im Unternehmenskontext sensibilisiert und können Entscheidungen in einem unternehmerischen Umfeld treffen.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • zu beurteilen, welche rechtlichen Aspekte im Bereich Entrepreneurship bzw. Unternehmensführung relevant sind. • zu beurteilen, welche Bereiche / im Zusammenhang mit welchen Sachverhalten eine vertiefte rechtliche Risikoanalyse notwendig ist. • qualifiziert mögliche Folgen rechtlich relevanten Verhaltens im Bereich Entrepreneurship/Unternehmensführung zu beurteilen / einzuschätzen. • fundiert zu beurteilen, welche Sachverhalte im Bereich intellektuelle Schutzrechte für das eigene Unternehmen relevant werden und welche Möglichkeiten zum Schutz von geistigem Eigentum bestehen • Chancen und Risiken von digitalen Technologien einzuschätzen. • Entscheidungen in einem unternehmerischen Umfeld sowie Ursache-Wirkungszusammenhänge und Analysen aus einer ethischen Perspektive zu durchleuchten und getroffenen Entscheidungen in einem ethischen Kontext zu verorten. | | |
| Inhalt: | <p>Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechtlich relevante Fragestellungen für Führungskräfte im Unternehmen (u.a. Einblicke in Gesellschaftsrecht, Vertragsabschluss und -gestaltung, IP) • Chancen und Risiken von digitalen Technologien (z.B. Blockchain, Kryptowährungen) | | |



| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Compliance & IT-Recht und deren Bedeutung für Unternehmen• Ethische Fragestellungen• Bearbeitung von Fallstudien und Diskussion von rechtlichen Themen |
| Literatur: | Wirtschaftsrecht: Handels- und Gesellschaftsrecht: Lehrbuch mit Online-Lernumgebung / Antonius Ewers; Sebastian Jagusch; Daniel Lorange. - 1. Aufl. - Herne, Westf: NWB Verlag, 2015. |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <p>Präsenzveranstaltung, Online-Lerneinheiten/Videos auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung zzgl. Online-Sessions für Q&A</p> <p>An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme empfohlen und erwartet. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie zudem die Prüfungsleistung, die Sie zum Abgabetermin während des Modulzeitraums einreichen.</p> |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | <p>180 Std. (davon 3 Präsenztage)</p> <p>24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)</p> <p>6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)</p> <p>75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)</p> <p>75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)</p> |
| Studienleistung: | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztagen, Reflexion von Wissen anhand von Videos und in Q&A-Sessions, Präsentation |
| Prüfungsleistung: | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): schriftliche Hausarbeit/Fallstudie (praxisorientierte, theoretisch fundierte Checkliste zu rechtlichen Maßnahmen und Überlegungen bei einer Unternehmensgründung) (definierter Termin während des Semesters) |
| Angeboten von: | Hochschule der Medien |



(VT-5) Produkte

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|----------------|
| Modul: | Produktentwicklung | | |
| Modulcontainer: | VT-5 | | |
| Lehrveranstaltungen | Produktentwicklung I Produktentwicklung II | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes Semester |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. rer. oec. Katharina Hölzle, MBA, Uni Stuttgart | | |
| Dozierende: | Adrian Henrich, M.Sc. | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung Wahlbereich (VT-W), Container (VT-6), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben Phasen, Methoden und die Vorgehensweisen innerhalb eines methodischen Produktentwicklungsprozesses kennen gelernt und in Projektarbeiten vertieft • können wichtige Produktentwicklungsmethoden sowie verschiedene Arten von Projektmanagement und Präsentations- bzw. Moderationstechniken in kooperativen Lernsituationen (Gruppenarbeiten im Rahmen der beiden Semesterprojekte) anwenden • können Handskizzen in Form von Prinzipskizzen bis zu Entwurfszeichnungen erstellen und daraus Technische Zeichnungen und CAD-Modelle in 3D-CAD erarbeiten • kennen die Grundlagen der räumlichen Darstellung und deren Modellierung in 3D-CAD, sowie deren Umsetzung in Virtual Reality-Anwendungen • können normgerechte technische Zeichnungen erstellen und sind mit dem Umgang mit Normen und Richtlinien vertraut • haben Kenntnis von den wichtigsten Grundlagen des Methodischen Konstruierens und den wichtigsten Methoden im Umfeld der Produktentwicklung (QFD, TRIZ, TQM) • sind in der Lage, Konstruktionsteile sicherheitstechnisch und ergonomisch angepasst auszulegen • können grundlegende Gestaltungsregeln bei der Konstruktion von Maschinenelementen oder einfachen Maschinen/Geräten/Baugruppen anwenden • kennen die wichtigsten Elemente der Verbindungstechnik, können diese berechnen und mit ihnen konstruieren • sind mit den wichtigsten Methoden zur Produktplanung, zur Klärung der Aufgabenstellung, zum Konzipieren und Entwerfen und Ausarbeiten entsprechend VDI 2221/2222 etc. vertraut, können diese zielgerichtet anwenden und haben diese in den Semesterprojekten (Übungen) eingesetzt und vertieft | | |



- kennen die wesentlichen Methoden zur Qualitätssicherung in der Produktentwicklung, Fehlerbaumanalyse, FMEA, QFD, KVP, Kaizen und SixSigma
- kennen die Grundlagen der sicherheitstechnischen- und ergonomischen Produktgestaltung, sowie der umwelt- und recyclinggerechten Produktgestaltung
- kennen die Zusammenhänge zwischen Produktentwicklung, Produkthaftung und Kosten in der Produktentwicklung
- sind in der Lage, die Vorteile des Einsatzes von Methoden der Simulation, des Rapid Prototypings und der Virtuellen Realität im Rahmen des Virtual Engineerings und der Schnellen Produktentwicklung (Rapid Product Development) zu verstehen

Inhalt:

Ziel dieses Moduls ist die Vermittlung von Fach- und Methodenwissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten zum Entwickeln und Konstruieren technischer Produkte zu leisten. Diese Kenntnisse und Fähigkeiten werden exemplarisch anhand technischer Systeme und unter Einsatz von 3D-CAD-Systemen gelehrt.

Die Vorlesung vermittelt die Grundlagen

- des Technischen Zeichnens mit 3D-CAD-Software
- des systematischen und methodischen Produktentwickelns mit Hilfe von QFD (Quality Function Deployment), TRIZ (Theorie zur erfinderischen Problemlösung) und Design for X (X für Montage, Fertigung, Experiment etc.)
- begleitender Methoden der Produktentwicklung wie FMEA (Fehlermöglichkeits- und Einflussanalyse), TQM (Total Quality Management) und KVP (Kontinuierlicher Verbesserungsprozess)
- der umwelt- und recyclinggerechten Produktentwicklung
- der angewandten Festigkeitsberechnung für Baugruppen
- des Virtual Engineerings (Concurrent, Collaborative und Visual Engineering)
- der virtuellen Realität
- der 3D-Simulation von Produkten (Hardware und Software)
- von 3D-Software

Literatur:

Hölzle, K., Henrich, A.: Grundzüge der Produktentwicklung I + II, Skript zur Vorlesung + Übungsunterlagen

Ehrlenspiel, Klaus: Integrierte Produktentwicklung, 5. Auflage, Carl Hanser Verlag München, Wien, 2013

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien:

eLecture (Vorlesungsaufzeichnung), Mediacast (Audio-Podcast im mp3- bzw. mp4-Format) auf der Lernplattform ILIAS

Abschätzung Arbeitsaufwand:

180 Std. Selbststudium/ILIAS

Studienleistungen

Prüfungsleistungen

Schriftliche Prüfung (PL), 120 Minuten

Angeboten von:

Universität Stuttgart, IAT



(VT-6) Services

| | | | |
|-----------------------------|--|----------|-----------------------|
| Modul: | Service Engineering | | |
| Modulcontainer: | VT-6 | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2. Semester, SS |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | | | |
| Dozierende: | Dr.-Ing. Manuel Hirsch | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung Wahlbereich (VT-W), Container (VT-5), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | | | |
| Lernziele: | <p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Entwicklungsprozess für komplexe Dienstleistungen von der Idee bis zur Marktreife zu begleiten • Dienstleistungen im Kontext von Produkt-Service-Ökosystemen zu beurteilen und zu optimieren • Entwicklungsprozesse für innovative Dienstleistungen in Unternehmensnetzwerken mithilfe geeigneter Modelle, Konzepte, Methoden und Tools zu gestalten • im Rahmen eines ganzheitlichen Dienstleistungs-managements das Zusammenspiel interner und externer Stakeholder zu optimieren | | |
| Inhalt: | <p>Im Modul Service Engineering werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besondere Charakteristika von Dienstleistungen, IT-Services, Produktions- und Beratungsdiensten • Grundlagen und Erweiterungen im Service Engineering • Unternehmensnetzwerke, Produkt-Service-Ökosysteme und Servitisierung • Interaktion mit Dienstleistungskunden • Innovations- und Wissensmanagement für F&E • Konzepte und Modelle, Organisation, Methoden und Tools entlang des Service Life Cycle • Fallbeispiele und Übungen <p>In der Präsenzphase wird das Konzipieren und Testen von Dienstleistungen in Form von Gruppenarbeiten im ServLab vertieft.</p> | | |
| Literatur: | <p>Basisliteratur:</p> <p>Bullinger, H.-J., Scheer, A.-W. (2003): Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen, Springer-Verlag</p> <p>Smart Service Engineering: Konzepte und Anwendungsszenarien für die digitale Transformation / Oliver Thomas, Markus Nüttgens, Michael Fellmann (Hrsg.).</p> | | |

Luczak, H., Reichwald, R., Spath, D. (2004): Service Engineering in Wissenschaft und Praxis, Gabler Verlag

Salvendy, G., Karwowski, W. (2010): Introduction to Service Engineering, Verlag John Wiley

Spath, D., Fähnrich K.-P. (2007): Advances in Services Innovations, Springer-Verlag

Burr, Wolfgang, Markt- und Unternehmensstrukturen bei technischen Dienstleistungen: Wettbewerbs- und Kundenvorteile durch Service Engineering

| | |
|---|--|
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <ul style="list-style-type: none"> • Online-Lernmodul auf der Lernplattform ILIAS (selbstinstruktive Lernmaterialien mit Fragen und Antworten zur Lernerfolgskontrolle), • Mehrere virtuelle Präsenzveranstaltungen via Videokonferenz • Ca. 7 stündige Präsenz-Übung |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Std., davon 7 Stunden Präsenz (1 Tag) 2 Stunden Online-Präsenz (abends, je 1 Stunde Auftaktveranstaltung und Prüfungsvorbesprechung) 171 Stunden Selbststudium/ILIAS |
| Studienleistungen | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Lernfortschrittskontrollen. |
| Prüfungsnummer/n und -name: | Schriftliche Prüfung (PL), 120 Min. |
| Angeboten von: | Universität Stuttgart |



VT-7: Business Development

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|--------------|
| Modul: | Business Development | | |
| Modulcontainer: | VT-7 | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, Hochschule der Medien Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Nils Högsdal Ggf. Dozierende/Lehrbeauftragte der HdM aus dem Bereich Business Development | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Vertiefung Wahlbereich (VT-W), Container (VT-7), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen Sie die Zusammenhänge von Strategie, Geschäftsmodell, Business Development & Innovation und können diese nutzen. • können Sie im Unternehmen Strukturen gestalten, die das weitere Wachstum fördern. • können Sie einschätzen, welche (digitalen) Vertriebs- und Marketingkanäle das größte Skalierungspotenzial bieten. • kennen Sie die relevanten Metriken, können diese interpretieren und steuern. • können Sie mit Strategien und Vertriebstechniken den persönlichen Kontakt mit Kunden gestalten. • können Sie mit Ihren Geschäftsverbindungen im In- und Ausland so zusammenarbeiten, dass Synergien entstehen. • ist Ihnen bewusst, wie Sie Strukturen und Kultur an Ihre Wachstumsstrategie in der Digitalisierung anpassen | | |
| Inhalt: | <p>Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business Development: Verständnis, Rollen und Modelle, Handlungsfelder für eine Skalierung des Geschäftsmodells: Marketing, Vertrieb, Geschäftsprozesse und Ressourcen • Aufbau und Gestaltung von Marketing- und Vertriebsstrukturen: Einführung in Growth Hacking und Traction, Rolle der Marketing- und Vertriebskanäle beim Wachstum eines Unternehmens, Vertrieb als Prozess: Management des Vertriebstrichters, Nachfrage schaffen mit Traction • Von der Kundenbasis zum langfristigen Unternehmenserfolg: Erlösmodelle, Wachstumstreiber, Metriken und deren Messung • Company Building: Geschäftsprozesse und deren Skalierung: Das Zusammenspiel von Aktivitäten, Ressourcen und Geschäftsverbindungen, Management von Geschäftspartner*innen: Strategien, Chancen und Risiken, vom Gründungsakteur*in zur Geschäftsführung: Gestaltung von Unternehmensstrukturen für das Wachstum, typische Wachstumskrisen und deren Überwindung | | |



| | |
|---|---|
| Literatur: | <p>Pflichtlektüre, Skript, E-Learning-Elemente</p> <p>Business Development Management: von der Geschäftsidee bis zur Umsetzung / hrsg. von Lutz Becker... . mit Beitr. von Shazeeb Akhtar... - 1. Aufl. - Düsseldorf: Symposion Publ., 2014.</p> |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <p>mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung</p> <p>An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme empfohlen und erwartet. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie zudem die Prüfungsleistung, die Sie zum Abgabetermin während des Modulzeitraums einreichen.</p> |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | <p>180 Std. (davon 3 Präsenztage)</p> <p>24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)</p> <p>6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)</p> <p>75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)</p> <p>75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)</p> |
| Studienleistungen: | <p>Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztagen, Bearbeitung von Aufgaben, Präsentation</p> |
| Prüfungsleistungen: | <p>Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): schriftliche Hausarbeit/Fallstudie (definierte Termine während des Semesters)</p> |
| Angeboten von: | <p>Hochschule der Medien</p> |



3. SPEZIALISIERUNG (S)

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|--------------|
| Modul: | Advanced Finance | | |
| Modulcontainer: | S | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, Hochschule der Medien Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Nils Högsdal Lehrbeauftragte und Gastdozierende auf Kapitalgeberseite bzw. aus dem Bereich M&A | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Spezialisierung (S), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | (solide) BWL Kenntnisse | | |
| Lernziele: | Nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> • sind die Studierenden in der Lage, einfache und komplexe Business Cases durchzurechnen und argumentativ zu begründen. Sie können qualitative Entscheidungsmodelle und die statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung anwenden. Sie kennen deren Grenzen, sind in der Lage vollständige Finanzpläne zu erstellen und sind mit Grundlagen der Finanzmathematik, insbesondere dem Zeitwert von Geld und Kapitalkosten, vertraut. • kennen unterschiedliche Finanzierungsformen für Projekte und Startups und sind in der Lage, diese optimal für Ihr Unternehmen zu nutzen. Dazu zählen Fragen wie das optimale Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital wie auch die Frage der Fristigkeit der Finanzierungsoptionen. Neben den Klassikern sind sie auch mit innovativen Ansätzen wie Crowdfunding vertraut und kennen die Eigenschaften mezzaniner Mittel. Sie wissen, welche Rolle insbesondere Bank-interne Ratings spielen und welche Faktoren grundsätzlich Ratings beeinflussen. • Sie erkennen die Wirkungsweise von Finanzinnovationen und sind in der Lage z.B. die Bewertung von Optionen nachzuvollziehen und diese sinnvoll zur Reduzierung von Risiken zu nutzen. Gleichzeitig kennen sie deren Grenzen und Gefahren wie z.B. „off-balance-sheet liabilities“. • Sie kennen die unterschiedlichen Verfahren der Unternehmensbewertung und die Besonderheiten bei Startups. Sie sind in der Lage solchen Unternehmensbewertungen vorzubereiten und anschließend auch zu vertreten. • Sie kennen Natur und Ablauf von M&A-Prozessen und sind in der Lage an einer Due Diligence-Teilzunehmen • Sie kennen die Grundlagen von Finanzsystemen | | |
| Inhalt: | Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt: Investitionsrechnung und Business Cases <ul style="list-style-type: none"> • Refresher Entscheidungstheorie • Finanzmathematische Grundlagen | | |



- Statische Verfahren der Investitionsrechnung
- Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
- Business Cases und vollständige Finanzpläne

Unternehmensfinanzierung

- Beteiligungsfinanzierung mit Eigenkapital
- Langfristiges Fremdkapital
- Kurzfristiges Fremdkapital
- Mezzanine Mittel
- Crowd-Funding und -financing
- Substitute für Fremdkapital
- Rating

Finanzsystem und Kapitalkosten

- CAPM und WACC
- Leverage und Risiko
- Finanzderivate und Optionsbewertung

Unternehmensbewertung

- Substanz- und Ertragswert
- Besonderheiten bei Startups
- Praktikerverfahren
- Realoptionen
- Einflussfaktoren

Mergers&Acquisitions

- Vorgehensweise und Anlässe bzw. „Liquidity Events“
- Due Diligence
- Closing
- Post Merger Integration

Unternehmensbesteuerung

- Umsatzsteuern
- Gewinnsteuern

Literatur:

Rechnungswesen, Finanzierung, Investition, Unternehmensbewertung / Jean-Paul Thommen; Aldo C. Schellenberg. - 5., überarb. Auflage. - Zürich: Versus, 2002.

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien:

- mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung
- An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen (Planspiel) wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme erwartet. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie die zudem Prüfungsleistung, die Sie zum Abgabetermin während des Modulzeitraums einreichen.



Abschätzung Arbeitsaufwand: 180 Std. (davon 3 Präsenztage)
24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)
6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)
75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur,
Übungen etc.)
75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten,
Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)

Studienleistungen: Unbenotete Studienleistungen als Vorleistung (USL-V): Aktive Teil-
nahme an Präsenztagen, Bearbeitung von Aufgaben, Ergebnispräsentation

Prüfungsleistungen: Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfungsleistung (LBP): schriftliche
Hausarbeit oder Portfolio (definierter Termin während des Semesters)

Angeboten von: Hochschule der Medien



| | | | |
|-----------------------------|--|----------|--------------|
| Modul: | Change Management und Organisationsentwicklung | | |
| Modulcontainer: | S | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Simon Werther, HdM Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Simon Werther, HdM Stuttgart | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Spezialisierung (S), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | keine | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls...</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen Sie zentrale Theorien und aktuelle, innovative Modelle zur Organisations- und Kulturentwicklung in der Digitalisierung und können diese auf Ihr berufliches Umfeld übertragen• haben Sie ein vertieftes Verständnis für die Bedürfnisse von Mitarbeitenden, die Anforderungen an organisationale Strukturen und Rahmenbedingungen sowie für neue Führungspraktiken in digitalen und agilen Arbeits- und Organisationskontexten und können damit einen Change Prozess mitgestalten und vorantreiben• besitzen Sie einen systematischen und fundierten Überblick über Arbeit 4.0, Agilität und New Work und kennen Stellschrauben zur Entwicklung in diese Richtung• haben Sie einen Überblick über innovative digitale Tools und moderne Prozesse, die Sie für die Entwicklung von Organisationen in der digitalisierten Arbeitswelt anwenden können | | |
| Inhalt: | <p>Das Seminar gibt Ihnen einen Einblick in wissenschaftliche fundierte, aktuelle Theorien und Modelle zur Veränderung von Organisationen und zur Gestaltung des Kulturwandels in Zeiten der Digitalisierung. Dabei wird auch aufgezeigt, wie Change Management als zentrale Führungsaufgabe verankert werden kann. Das Seminar bietet Ihnen dabei die Möglichkeit, sich über eigene Erfahrungen auszutauschen und Praxisbeispiele zu bearbeiten. Zudem bekommen Sie digitale und analoge Tools und Methoden an die Hand, um Veränderungsprozesse und einen kulturellen Wandel in Ihrer Organisation erfolgreich umzusetzen.</p> <ul style="list-style-type: none">• Einführung in Organisations- und Kulturentwicklung:• Zentrale Theorien und Modelle zur Organisations- und Kulturentwicklung• Fundierter Überblick über New Work und Arbeit 4.0: Veränderte Bedürfnisse von Mitarbeitern und neue Anforderungen von Kunden und Märkten• Agilität als Erfolgsfaktor: Scrum und Kanban als alternative Organisationsprinzipien für Mitarbeiter und Führungskräfte, darüber hinausgehende agile Theorien und Modelle zur Gestaltung agiler Strukturen und Organisationen• Organisationsstruktur als Einflussfaktor: Vorstellung und Diskussion alternativer struktureller Modelle für Organisationen wie Holacracy oder Soziokratie | | |



- Digital gestützte Organisations- und Kulturentwicklung:
- Darstellung zentraler Erfolgsfaktoren sowie Stolpersteine für Organisations- und Kulturentwicklung in Zeiten der Digitalisierung
- Erprobte Methoden und digitale Tools für die systematische Anwendung in der Organisations- und Kulturentwicklung und Verknüpfung mit Elementen der positiven Psychologie
- Reflexion des Spannungsfeldes zwischen analogen Präsenzformaten vs. digitalen Tools in der Kommunikation und Entwicklung in Organisationen
- Führung und Veränderung:
- Perspektiven auf Scheitern und Fehler: Veränderung als Chance begreifen und Fehlerkultur und Scheitern neu denken
- Theorien und Modelle moderner Führung für langfristige und nachhaltige Organisations- und Kulturentwicklung
- Prozesse der Organisations- und Kulturentwicklung: Notwendigkeit der strategischen Einbettung und Verantwortung

| | |
|---|--|
| Literatur: | Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben. |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <p>mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung</p> <p>An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme erwartet. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Aufgaben mit Zwischenabgaben während des Moduls. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie darauf aufbauend auch die Prüfungsleistung, die aus Übungsaufgaben (Zwischenabgabe) sowie der Konzeption, Präsentation und Dokumentation eines Change-Prozesses bzw. Programms/Prozesses für Organisations- und Kulturentwicklung besteht und die bis zum Modulende einzureichen ist.</p> |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Std. (davon 3 Präsenztage) |
| Studienleistungen: | Unbenotete Studienleistungen als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an den Präsenztagen, Lernfortschrittskontrollen/Zwischenabgaben |
| Prüfungsleistungen: | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Erarbeitung, Präsentation und Konzeptdokumentation/schriftliche Abgabe (definierte Termine während des Semesters) |
| Angeboten von: | Hochschule der Medien |



| | | | |
|-----------------------------|---|----------|--------------|
| Modul: | Innovationsentwicklung mit Design Thinking & Business Model Generation | | |
| Modulcontainer: | S | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, Hochschule der Medien Stuttgart, | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart Johanna Kutter, HdM Stuttgart Dr. Hartmut Rösch, HdM Stuttgart | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Spezialisierung (S), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | Nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none">• können Sie auf Basis von Theorien und Konzepten die Bedeutung des Kunden im Innovationsprozess einschätzen.• kennen Sie die Phasen des Design Thinking-Prozesses und haben mit Methoden des Design Thinking gearbeitet.• kennen Sie Konzepte und Methoden des Business Model Designs und können entsprechende Methoden und Tools (z.B. Business Model Canvas, Customer Discovery und Validation) anwenden.• wissen Sie, wie Sie Geschäftsmodelle analysieren und kennen Ansätze für deren Weiterentwicklung. | | |
| Inhalt: | <p>Bei der Entwicklung von neuen Geschäftsideen spielen Kunden eine große Rolle. Mit ihren Bedürfnissen und Vorstellungen sind sie wichtige Ideengeber*innen und Mit-Entwickler*innen für neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle. Im Seminar lernen Sie in Kleingruppen unterschiedliche Tools der Methoden Design Thinking und Business Model Design kennen und anwenden. Wir zeigen Ihnen anhand konkreter Anwendungsfälle, wie Sie Ihren Innovationsprozess – von der Ideenentwicklung bis hin zum Geschäftsmodelldesign – am tatsächlichen Kundenbedarf ausrichten können. Erfahren Sie Innovationsentwicklung als strukturierten, interaktiven Kreativitätsprozess, der schnell ein hohes Innovationspotenzial freisetzt und zu validierten digitalen wie physischen Produkten, Services oder neuen Geschäftsmodellen führt.</p> <p>Um den gesamten Innovationsprozess praxisorientiert zu erleben, entwickeln Sie eine fiktive Geschäftsidee, durchlaufen im Team mit dieser Idee die Phasen des Design Thinking-Prozesses und erarbeiten mit dem Business Model Canvas darauf aufbauend das Geschäftsmodell. Sie validieren die Idee im direkten Kundenkontakt durch Fokusinterviews und präsentieren am Ende ein tragfähiges Geschäftsmodell.</p> <p>Parallel reflektieren Sie Transfermöglichkeiten auf Ihre berufliche Praxis und erhalten von unseren Fachleuten Materialien zur Umsetzung im Unternehmen. So können Sie zukünftig den Innovationsprozess von der Ideenentwicklung bis hin zum Geschäftsmodelldesign am Kundenbedarf ausrichten und gestalten.</p> | | |

Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt:

Einführung

- in den kundenorientierten Innovationsprozess
- Überblick über Begrifflichkeiten und Methoden (Open Innovation, Lead User, Co-Creation, Design Thinking, Crowdsourcing)

Praktischer Design Thinking-Workshop

- Durchführung einer Analyse von Bedürfnissen und Nutzergruppen für die Geschäftsidee in Feldrecherchen (interviews for empathy, empathy mapping, persona)
- Erarbeitung von Lösungswegen und Entwicklung der fiktiven Geschäftsideen (brainstorming, rapid prototyping)
- Anforderungen für das Prototyping und Testing, Durchführung einer Testphase
- Visualisierung und Präsentation der Geschäftsidee (pitching)

Einführung in die Business Model Generation

- Einführung in Lean Startup und das Business Model Canvas
- Customer Discovery and Development, Customer Validation, Value Proposition Design, Revenue Streams
- Erkennen und Variieren von Geschäftsmodellmustern
- Digitale Geschäftsmodelle und Platform-Thinking

Praktischer Business Model Generation-Workshop

- Erarbeitung des Geschäftsmodells mit dem Business Model Canvas
- Präsentation des Geschäftsmodells

Reflektion

- Anwendungsmöglichkeiten von Design Thinking und Business Model Generation im eigenen Unternehmen

Literatur:

Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien:

mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung

An Präsenztage erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auf der praktischen Anwendung und Umsetzung der Methode des Design Thinkings und der Business Model Generation: In Kleingruppen durchlaufen Sie den Prozess und erarbeiten sowohl während der Präsenztage als auch in der E-Learning-Phase Ihre Geschäftsidee, validieren diese und entwickeln Sie zu einem Geschäftsbericht kontinuierlich weiter. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztage und der E-Learning-Phase (Gruppenarbeit) wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme erwartet. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie gemeinsam mit Ihrer Gruppe die Prüfungsleistung (Geschäftsmodell), die Sie zum Abgabetermin während des Modulzeitraums einreichen.



| | |
|-----------------------------|--|
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Std. (davon 3 Präsenztage) 24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten) 6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen) 75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.) 75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.) |
| Studienleistung: | Unbenotete Studienleistungen als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztagen, Bearbeitung von Aufgaben, Gruppenarbeit |
| Prüfungsleistungen: | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Zwischenpräsentation, Erarbeitung und schriftliche Dokumentation als Abgabe/Hausarbeit (definierte Termine während des Semesters) |
| Angeboten von: | Hochschule der Medien |



| | | | |
|-----------------------------|---|----------|--------------|
| Modul: | Digitale Technologien und Trends | | |
| Modulcontainer: | S | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Stephan Wilczek, HdM Stuttgart | | |
| Dozierende: | <ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. Johannes Maucher, HdM Stuttgart • Prof. Dr. Stephan Wilczek, HdM Stuttgart • Prof. Dr. Kevin Vidackovic, HdM Stuttgart | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Spezialisierung (S), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Das Modul richtet sich an Fach- und Führungskräfte mit Interesse an technologischen Entwicklungen und Themen. Das Modul gibt einen Überblick über die Anwendungen, es werden jedoch keine vertieften IT-/Informatikkenntnisse benötigt. Bitte bringen Sie für die praktischen Übungen einen eigenen Laptop (mit Installationsrechten) mit. | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls,</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben Sie ein Verständnis, was sich hinter den wichtigsten Treibern und Technologien der Digitalisierung verbirgt. • verstehen Sie, welche Anwendungsmöglichkeiten und Entwicklungen diese Technologien mit sich bringen. • haben Sie ein Verständnis dafür, welche aktuellen und zukünftigen Möglichkeiten und Geschäftspotenziale in einer vernetzten digitalen Welt bestehen. • können Sie einschätzen, welche Implikationen die Digitalisierung und digitale Technologien auf ein Geschäftsmodell und Unternehmen haben werden. | | |
| Inhalt: | <ul style="list-style-type: none"> • Im Modul lernen Sie die wichtigsten Technologien der Digitalisierung kennen und erfahren, welche Anwendungsmöglichkeiten und Geschäftspotenziale sich daraus ergeben. Unsere Expertinnen und Experten geben Ihnen einen Einblick in die Funktionsweisen und Anwendungsfelder der Innovationstechnologien. Sie erhalten dabei ein grundlegendes Verständnis dafür, wie diese Technologien die Geschäftsmodelle verändern und welche Chancen, Herausforderungen und Risiken mit dem Einsatz im Unternehmen verbunden sind. Mit diesem Wissen können Sie sich in der Diskussion um technologische Entwicklungen positionieren und die Erschließung neuer Geschäftspotenziale im digitalen Wandel aktiv vorantreiben. • Einführung: Innovationstechnologien in der Digitalisierung • Cloud Computing, IoT und Distributed Ledger Technologies/Blockchain • KI: Kategorien der KI, Planung/Suche/Wissensrepräsentation/Inferenz/Modellierung von Unsicherheit, Konzepte und Verfahren von Machine Learning und Deep Learning • Virtual und Augmented Reality: Grundlagen immersiver Technologien (inkl. Gerätetests), Use Cases und Geschäftspotenziale im Business Umfeld, inkl. Entwicklung einer eigenen Anwendung • Disruptionspotenzial von digitalen Technologien | | |



Literatur: Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung

An Präsenztage erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztage wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme empfohlen und erwartet. Zwischen den Präsenztage findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Übungs- und Projektaufgaben/Konzeptentwicklung anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie die Prüfungsleistung, die Sie zu den definierten Abgabeterminen während und Ende des Modulzeitraums einreichen. Sie haben die Möglichkeit, durch Abgabe von Zwischenergebnissen ein Feedback der Dozierende zur weiteren Ausarbeitung zu erhalten.

Abschätzung Arbeitsaufwand: 180 Std. (davon 3 Präsenztage)
24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)
6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)
75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)
75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)

Studienleistungen Unbenotete Studienleistungen als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztage, Lernfortschrittskontrollen/Zwischenabgaben

Prüfungsleistungen Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Bearbeitung und Abgabe von Übungsaufgaben; Erarbeitung & schriftliche Konzeptdokumentation (mehrere definierte Termine während des Semesters)

Angeboten von: Hochschule der Medien



| | | | |
|---|---|---------|-----------------------|
| Modul: | Innovation Ecosystems | | |
| Modulcontainer: | S | | |
| Lehrveranstaltungen | Understanding Innovation Ecosystems Using Innovation Ecosystems | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Jedes 2. Semester, SS |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache | Englisch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Alexander Brem, Uni Stuttgart | | |
| Dozierende: | Dr. Petra Nylund Dr. Ferran Giones | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Spezialisierung, Container: Spezialisierung (S), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | Nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> • haben die Studierenden vertiefte Kenntnisse über Theorien, Konzepte und Methoden von Innovation Ecosystems, • können Studierende theoretische und anwendungsbezogene Fragestellungen von Innovation Ecosystems verknüpfen, • sind die Studierenden in der Lage, Innovation Ecosystems anzuwenden, um einen realen Fall zu untersuchen und kritische Vorschläge zu machen. | | |
| Inhalt: | Im Modul werden die folgenden Themenbereiche behandelt: <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte, Theorien und Methoden von Innovation Ecosystems • Phasenmodelle zur Erzeugung neuer Ecosystems • Innovation Platforms as Competitive Strategy • Innovation Ecosystem vs. Product perspectives | | |
| Literatur: | Cusumano, Michael A., Annabelle Gawer, and David B. Yoffie. <i>The business of platforms: Strategy in the age of digital competition, innovation, and power</i> . New York, NY: HarperCollins, 2019. Weitere Literatur wird zu Beginn des Kurses bekannt gegeben. | | |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | Online-Lerneinheiten, Präsenzveranstaltungen An Präsenztagen: Fokus liegt auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie zudem die Prüfungsleistung, die Sie zum Abgabetermin während des Modulzeitraums einreichen. | | |



| | |
|-----------------------------|---|
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Stunden (davon ein halber Präsenztage) Teil 1 (Understanding Innovation Ecosystems) 88 Stunden Selbststudienzeit/ILIAS 2 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenz), an zwei Terminen, je 1 Stunde Teil 2 (Using Innovation Ecosystems) 4 Stunden Präsenz (ein halber Tag) 80 Stunden Selbststudienzeit/ILIAS 6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenz) |
| Studienleistungen: | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an virtuellen Treffen, Bearbeitung von Aufgaben, Bericht (definierte Termine während des Semesters) |
| Prüfungsleistungen: | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Abschlusspräsentation, Bericht (definierte Termine während des Semesters) |
| Angeboten von: | Universität Stuttgart, ENI |



| | | | |
|-----------------------------|--|----------|--------------|
| Modul: | Online-Marketing, Social-Media Marketing & Web Analytics | | |
| Modulcontainer: | S | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Jan Kirenz, HdM Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Jan Kirenz, HdM Stuttgart | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Spezialisierung (S), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Nach der Teilnahme an diesem Modul können Sie</p> <ul style="list-style-type: none">• eine digitale Marketing-Strategie entwickeln• User Personas und Customer Journey Maps erstellen• eine Content Marketing Strategie entwickeln• profitable digitale Marketing-Maßnahmen umsetzen• den Erfolg von digitalen Marketingmaßnahmen mit Hilfe von Web Analytics und Social Media Monitoring messen, analysieren und visualisieren. | | |
| Inhalt: | <p>In diesem Seminar erwerben Sie durch die Umsetzung realer Online Marketing- und Social Media-Kampagnen die wichtigsten Kenntnisse und Fähigkeiten im digitalen Marketing. Sie lernen die zentralen Grundlagen in den Bereichen Online Marketing, Social Media Marketing und Web Analytics kennen und werden darüber hinaus im Umgang mit praxisrelevanten Anwendungen wie Google AdWords, Facebook Werbung und Google Analytics geschult. Durch die starke Praxisorientierung und angeleitete Umsetzung und Erfolgskontrolle von digitalen Marketing-Kampagnen wird sichergestellt, dass die erlernten Inhalte optimal auf Ihre spezifischen Bedürfnisse und beruflichen Anforderungen angepasst sind.</p> <p>Die folgenden Themen werden in diesem Modul behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Einführung in das digitale Marketing• Grundlagen des digitalen Marketings und Social Media Plattformen• Aktuelle Entwicklungen (z.B. Mediennutzungsverhalten in Deutschland, Generation Z, künstliche Intelligenz, Programmatic Advertising)• Online-Marketing-Strategie• Durchführung einer Situationsanalyse und Zieldefinition mit KPIs• Zielgruppendefinition: Erstellung von User Personas und Customer-Journey-Mapping• Systematische Auswahl geeigneter digitaler Marketing-Kanäle• Entwicklung einer Content-Marketing-Strategie• Online Marketing-Maßnahmen und Social Media Marketing• Umsetzung einer Social Media-Kampagne in Facebook• Suchmaschinenoptimierung (SEO) - Grundlagen der Webseitenoptimierung | | |

- Umsetzung von Suchmaschinenwerbung (SEA) mit Google Ad-Words
- Überblick über weitere digitale Marketing-Maßnahmen
- Erfolgskontrolle mit Web Analytics und Social Media Monitoring
- Ermittlung des Return on Investment (ROI) und wichtiger Kennzahlen
- Überblick über aktuelle Web Analytics-Tools
- Umsetzung von Web Analytics mit Google Analytics
- Conversion-Messung mit dem Facebook-Pixel und Facebook Analytics
- Durchführung von Social Media Monitoring

| | |
|---|--|
| Literatur: | Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <p>mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung</p> <p>An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme erwartet. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie die Prüfungsleistung, die aus einzelnen Übungsaufgaben zum Aufbau einer Social Media-Kampagne besteht, die Sie regelmäßig (bis zur zweiten Präsenzphase) einreichen.</p> |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | <p>180 Std. (davon 3 Präsenztage)</p> <p>24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)</p> <p>6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)</p> <p>75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)</p> <p>75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)</p> |
| Studienleistungen | Unbenotete Studienleistungen als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an den Präsenztagen, Lernfortschrittskontrollen/Zwischenabgaben |
| Prüfungsleistungen | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Erarbeitung und Konzeptsdokumentation/schriftliche Abgabe (definierte Termine während des Semesters) |
| Angeboten von: | Hochschule der Medien |

4. SCHLÜSSELQUALIFIKATIONEN (SQ)

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|--------------|
| Modul: | Charismatisch sprechen, präsentieren und verhandeln | | |
| Modulcontainer: | SQ | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Assoc. Prof. Dr. phil. Oliver Niebuhr, Uni Stuttgart | | |
| Dozierende: | Assoc. Prof. Dr. phil. Oliver Niebuhr | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Schlüsselqualifikationen (SQ), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | keine | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Einblick in verbalen und nonverbalen Forschungen und Techniken charismatischen Sprechens; • Grundwissen über die Physiologie, Biomechanik und Akustik ihrer Stimme und Sprache; • einen Überblick über die nonverbalen Signale, die wir kontinuierlich „zwischen den Zeilen“ unbewusst kommunizieren; • Ein theoretisches wie praktisches Verständnis der Charismatic Leadership Tactics (CLTs); • ein geschultes Ohr und Auge, um die eigene nonverbale Performance einschätzen und korrigieren sowie die des Publikums bzw. Gegenübers „lesen“ zu können; • das nötige Wissen für den richtigen Umgang mit Bewertungs- und Trainingssoftware für die eigene Weiterbildung bzw. die Konsolidierung des erworbenen Wissens; <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • effektiver, ausdrucksstärker, überzeugender sowie ggf. angstfreier/befreiter präsentieren und verhandeln; • stimmliche und körpersprachliche Signale (sowohl von sich selbst als auch von anderen) deuten und darauf reagieren; • Ihre Präsentationen und Verhandlungen effektiv vorbereiten. • in Video-Meetings besser wirken und Inhalte nachhaltiger kommunizieren | | |
| Inhalt: | <p>Wie spreche ich vor anderen? Wie kann ich ggf. meine Angst vor dem Präsentieren vor Publikum in den Griff bekommen? Wie fühle ich mich wohl beim Reden und Verhandeln, und wie kann ich die Signale meines Publikums bzw. Gegenübers deuten und darauf reagieren? Was muss ich speziell bei Video-Meetings beachten bzw. anders machen? Alle diese Fragen sind Gegenstand charismatischen Sprechens. Eine charismatische Sprecherin bzw. ein charismatischer Sprecher zu sein, kann von entscheidender Bedeutung sein in praktisch allen privaten und beruflichen Bereichen des Lebens. Es ist im wörtlichen Sinne eine "Schlüssel"-Qualifikation, die Türen öffnet, z.B. bei Einstellungsgesprächen, in der Team-Führung, bei Investor-Vorträgen, ja sogar beim Speed Dating.</p> | | |



Vor diesem Hintergrund vermittelt das Modul die wissenschaftlich fundierten Erkenntnisse und Fertigkeiten charismatischen (d.h. persuasiven, expressiven, führungsstarken) kommunikativen Handelns: angefangen bei den verbalen Strategien der Wahl der Worte und des Aufbaus einer Rede bzw. eines Vortrags oder Gesprächs bis hin zu den nonverbalen Signalen der Körpersprache und Stimme. Letztere bildet aufgrund ihres großen Anteils am charismatischen Eindruck eines Sprechenden den Schwerpunkt des Moduls. Den Teilnehmenden lernen, wie Stimme bzw. Sprechmelodie funktioniert, wie man sie richtig einsetzt und wie man sie effektiv verbessern kann, und das alles mit modernen hardware- und softwaregestützten Methoden. Stimmanalysen und -bewertungen mittels Acoustic Voice Profiling® (AVP) sind ebenso Teil des Moduls wie Feedback-Software mit Echtzeit-Visualisierungen von Intonation, Pause, Tempo etc., Vibrationswesten, mit denen man die wichtigen, tiefen Tonhöhen der eigenen Stimme hautnah spürt – und VR-Brillen, die einem das Üben vor einem (in Größe und Alter einstellbaren) virtuellen Publikum erlauben. In Verbindung mit Video-Meetings werden zusätzlich Aspekte von Körperhaltung und Equipment thematisiert und trainiert, ebenfalls mit technischer Unterstützung.

Literatur:

- Antonakis, J., Bastardo, N. & Jacquart, P. (2016). Charisma: an ill-defined and ill-measured gift. *Ann. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 3, 293–319
- Fox, Cabane, O. (2012). *The Charisma Myth: How Anyone Can Master the Art and Science of Personal Magnetism*. New York: Penguin
- Michalsky, J. & O. Niebuhr (2019). Myth busted? Challenging what we think we know about charismatic speech. *AUC Philologica* 19/2, 27-56.
- Niebuhr, O., J. Neitsch & J. Michslaky (2020). Akustisches Charisma Profiling - Auf dem Weg zur digitalen Rhetorik. *DEGA Akustik Journal* 20/2, 7-22.
- Soorjoo, M. (2012). *Here's the Pitch: How to Pitch Your Business to Anyone, Get Funded, and Win Clients*. Hoboken: John Wiley & Sons

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien:

Lehrformen: Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform ILIAS, flankiert und ergänzt durch drei jeweils 4-stündige Präsenzseminare, insb. für praktische Übungen mit Einsatz digitaler Soft- und Hardware

Medien: E-Learning Videos, Quizfragen und Übungen; Software- und Hardware zur Echtzeitvisualisierung und Analyse der Stimme, VR-Brillen zum Üben vor virtuellen Gesprächskontakten; Woojer-Westen, IN-POCO Körperhaltungsgurte, weitere Hardware zur Vermessung und Bewertung von Atmung und Körpersprache je nach Modulfortschritt möglich.

Abschätzung Arbeitsaufwand:

180 Std., davon

- 24 Stunden Präsenz (3 Tage á 8 Stunden)
- 30 Stunden Online-Präsenz (5 Videokonferenzen á 6 Stunden)
- 44 Stunden Selbststudium (Übungen/Trainings/Hausaufgaben direkt mit Terminen verbunden und vom Dozenten kontrolliert bzw. bewertet)
- 82 Stunden Selbststudium (Literatur, Übungen, Verhaltensaufbau)

Studienleistungen:

Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Präsenztagen, Bearbeitung von Aufgaben



Prüfungsleistungen: Mündliche Prüfung (30 Min.) mit theoretischen Fragen und einer praktischen Präsentationsleistung

Angeboten von: Universität Stuttgart



| | | | |
|---|---|----------|--------------|
| Modul: | Leadership | | |
| Modulcontainer: | SQ | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart | | |
| Dozierende: | Prof. Dr. Tobias Seidl, HdM Stuttgart Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Schlüsselqualifikationen (SQ), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | keine | | |
| Lernziele: | Nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> • kennen Sie die grundsätzlichen Herausforderungen von Führung in Zeiten der Digitalisierung. • kennen Sie die historische Entwicklung der Führungsforschung und zentrale Modelle • haben Sie die Bedeutung von Theorie und Modellen für die eigene Führungspraxis erkannt • haben Sie sich mit "idealer" Führung und erfolgreicher Führung auseinandergesetzt • verstehen Sie Führung als Rolle, die mit besonderen Erwartungen einhergeht • haben Sie eine Standortbestimmung für sich selbst und Ihren Arbeitskontext erarbeitet • können Sie (Führungs-)Interventionen planen und durchführen • kennen Sie situative Persönlichkeitsmodelle, können mit den einzelnen Betroffenen angemessen kommunizieren und können auch herausfordernde Gespräche zielorientiert führen • sind Sie in der Lage, mit angemessenen Interventionen Beteiligte zu informieren, zu motivieren und sie mental zu verpflichten. • haben Sie Ihre Führungsrolle in einem Planspiel eingenommen und Ihre Entscheidungen in diesem Kontext reflektiert. | | |
| Inhalt: | <ul style="list-style-type: none"> • (Eigene) Rolle als Führungskraft • Führungskonzepte und Führungsinstrumente • Methoden der Teamführung • Kommunikations- und Verhandlungskompetenz praktisch • Führen von (schwierigen) Gesprächen • Anwendung und Vertiefung der Kompetenzen in einem Planspiel „Change und People Management“ | | |
| Literatur: | Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben. | | |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | mehrtägige Präsenzveranstaltung zur Einführung & Vertiefung (Modulbeginn & während des Moduls), Online-Lerneinheiten auf der Lernplattform Moodle zur Vertiefung | | |



An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Fallstudien-/Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird. Eine aktive Teilnahme an den Präsenztagen wird für eine gewinnbringende Modulteilnahme erwartet und empfohlen. Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie darauf aufbauend auch die Prüfungsleistung, die aus Übungsaufgaben (Zwischenabgabe) sowie der eigenständigen Konzeption, Umsetzung und Dokumentation einer Führungsintervention (Transferaufgabe) besteht und die sie bis zum Modulende einreichen.

| | |
|-----------------------------|--|
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 180 Std. (davon 3 Präsenztage) 24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten) 6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen) 75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.) 75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.) |
| Studienleistungen: | Unbenotete Studienleistungen als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an den Präsenztagen, Lernfortschrittskontrollen/Zwischenabgaben |
| Prüfungsleistungen: | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Konzeption, Umsetzung und Dokumentation, schriftliche Abgabe (definierte Termine während des Semesters) |
| Angeboten von: | Hochschule der Medien |



| | | | |
|---|---|----------|----------------------|
| Modul: | Intercultural Management | | |
| Modulcontainer: | SQ | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch und Englisch |
| Modulverantwortliche(r): | Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart | | |
| Dozierende: | Lehrende der HdM Stuttgart | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Schlüsselqualifikationen (SQ), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Gute Englischkenntnisse | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen Sie die theoretischen Kategorien, Konzepte und Modelle der interkulturellen Kommunikation • sind Sie in der Lage, diese kritisch einzuschätzen • kennen Sie Konfliktpotentiale und Bewältigungsstrategien in der interkulturellen (Wirtschafts-) Kommunikation • haben Sie einen Einblick in kulturspezifische Aspekte und Regeln des interkulturellen Managements erhalten. • können Sie Arbeitsprozesse im internationalen Kontext auf kulturelle Bedürfnisse abgestimmt gestalten. | | |
| Inhalt: | <ul style="list-style-type: none"> • Kulturbegriff, Kulturkonzepte • Interkulturelle Wahrnehmung / Sensibilisierung • Kulturvergleichende Theorien und Konzepte im interkulturellen Kontext • Interkulturelle (Wirtschafts-)Kommunikation und Management • Do's and Don't in der Zusammenarbeit, interkulturelle Kompetenz & Verhalten • Fallstudienarbeit | | |
| Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien: | <ul style="list-style-type: none"> • Live-Sessions (online oder Präsenz) zur Einführung in das Thema • Materialien und Übungen auf der Lernplattform Moodle | | |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | <p>180 Stunden (davon 3 Präsenztage)</p> <p>24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)</p> <p>6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)</p> <p>75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)</p> <p>75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)</p> | | |
| Studien- und Prüfungsleistungen | <ul style="list-style-type: none"> • Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Live-Sessions, Übungsaufgaben • Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (LBP): Abgabe (definierter Termine während des Semesters) | | |
| Angeboten von: | HdM Stuttgart | | |



| | | | |
|-----------------------------|---|----------|--------------|
| Modul: | Verhandlungsmanagement | | |
| Modulcontainer: | SQ | | |
| Moduldauer: | 1 Semester | Turnus: | Unregelmäßig |
| Leistungspunkte: | 6.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | Dr. rer.pol., Dr.phil. Dipl.-Kaufmann, M.A., Clifford Tjiok | | |
| Dozierende: | Dr. rer.pol., Dr.phil. Dipl.-Kaufmann, M.A., Clifford Tjiok | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Schlüsselqualifikationen (SQ), Wahlpflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Keine | | |
| Lernziele: | <p>Nach Abschluss des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none">• Haben Sie theoretische Konzepte als ganzheitlichen Ansatz (z.B. der Spiel- und Entscheidungstheorie, Sozial- und Verhaltenspsychologie, Rhetorik) kennen gelernt und diese in einer schriftlichen Ausarbeitung bis zur Präsenzphase reflektiert.• Lernen Sie, wie man a) sich vorbereitet, b) notwendige Rahmenbedingungen klärt c) Verhandlungen strukturiert und d) Verhandlungssituationen erfolgreich managt und steuert.• Haben Sie ein Gefühl für die Verhandlungssituation und ihre Dynamik und können diese vor dem Hintergrund des interaktiven Feedbacks und durch praktische Beispiele aus der eigenen Verhandlungserfahrung der Dozierenden einordnen.• Können Sie Ihre Wirksamkeit in Verhandlungssituationen als Grundlage für ein effektives Verhandlungsmanagement einschätzen.• Können Sie zukünftig zielgruppenorientiert in Verhandlungssituationen agieren. | | |
| Inhalt: | <p>Verhandlungsführung ist eine der wichtigsten Fähigkeiten, die Sie als Mitarbeiter*in oder Führungskraft täglich im Umgang mit Ihren beruflichen Kontakten unter Beweis stellen müssen. In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie in Verhandlungssituationen ergebnisorientiert vorgehen und trainieren diese Schlüsselfähigkeit in einem geschützten Kontext anhand von praktischen Beispielen, Rollenspielen und Feedback durch die Dozierenden.</p> <p>Inhalte im Überblick.</p> <ul style="list-style-type: none">• Vorstellung der Ergebnisse aus den schriftlichen Ausarbeitungen zu folgenden Themen (je ein Thema pro Studierenden):• Verhandlungsmanagement und Aspekte der Sozial-, Verhaltens- und Persönlichkeitspsychologie• Verhandlungsmanagement und Aspekte der Entscheidungstheorie• Verhandlungsmanagement und Rhetorik• Einführung in das Verhandlungsmanagement• Arten und Charakteristika von Verhandlungen• Verhandlungsmacht: Welchen Einfluss haben Sie? | | |



- Einführung in Verhandlungstheorien / Theoretische Untermauerung des Verhandlungsmanagements: Spiel- und Entscheidungstheorie (Rationale / Kalkulierte Aktion), Sozial- und Verhaltenspsychologie, klassische Rhetorik-Theorie
- Modell-Management: Von der Vorbereitung und Strukturierung bis zur Anbahnung und Verhandlungsführung
- Was braucht es, um Verhandlungen zu führen?
- Eine Transaktionsanalyse: Ebenen der Interaktion
- Besondere Herausforderungen: Interkulturelle Aspekte
- Übung von Verhandlungssituationen (anhand von Fallstudien und Rollenspielen; Coaching durch die Dozierenden)

Literatur:

Literaturliste zur Hausarbeit:

Conley, Thomas M. Rhetoric in the European Tradition, Univ. of Chicago Press, 1993.

Corbett, Edward P.J. / Connors, Robert J.: Classical Rhetoric for the Modern Student, Oxford Univ.Press,4. ed. 1998.

Diem, Andreas: Akquisitionsfinanzierungen. Kredite für Unternehmenskäufe, 2nd ed., Munich 2009.

Donaldson, Michael C.: Negotiating for Dummies, 2nd ed., Hoboken, N.J. 2007.

Gelfand, Michele J. / Brett, Jeanne M. (eds.): The Handbook for Negotiation and Culture, Standord, Ca. 2004.

Luce, R.Duncan / Raiffa, Howard: Game and Decisions. Introduction and Critical Survey, New York 1989.

Thomson, Leigh L. (ed.): Negotiation Theory and Research, New York / Hove 2006.

Further literature list will be provided.

Lehrveranstaltungen und Lehrformen, Medien:

In der Online-Phase erhalten Sie einführende Materialien über unsere Online-Plattform. Weiterhin bereiten Sie vor der Präsenzphase als Teil der Prüfungsleistung eine schriftliche Ausarbeitung (ca. 14 Seiten) zu einem von 3 Themen vor und bringen Ihre Ergebnisse in Form einer Präsentation zur Präsenzphase mit.

Die Präsenztage werden als interaktive Sessions durchgeführt, die sowohl Beiträge der Teilnehmenden als auch direktes Feedback und Spotlights vonseiten der Dozierenden beinhalten. Während der Präsenztage üben Sie anhand von Fallstudien und Rollenspielen und bauen so Ihre Verhandlungsfähigkeiten aus.

Als Teil der Prüfungsleistung präsentieren Sie die Ergebnisse Ihrer schriftlichen Ausarbeitung. Darüber hinaus ist die aktive Teilnahme während des Kurses mit individuellen Beiträgen zur Diskussionssitzung Teil der Prüfungsleistung.

Abschätzung Arbeitsaufwand:

180 Std. (drei Präsenztage)

24 Stunden in Präsenz (entspricht 30 Unterrichtseinheiten)

6 Stunden Online-Präsenz (Videokonferenzen)

75 Stunden Selbststudienzeit/ Moodle (Beinhaltet auch Literatur, Übungen etc.)

75 Stunden für die Prüfungsleistung (Beinhaltet auch Seminararbeiten, Übungsaufgaben, Vorbereitung von Zwischenpräsentationen etc.)



| | |
|-------------------|---|
| Studienleistung: | Unbenotete Studienleistung als Vorleistung (USL-V): Aktive Teilnahme an Online- und Präsenzphasen |
| Prüfungsleistung: | Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfungsleistung (LBP): Paper, aktive Teilnahme, Präsentation |
| Angeboten von: | Hochschule der Medien |



5. MASTERARBEIT

| Modul: | | Masterarbeit | |
|-----------------------------|--|--------------|----------------|
| Modulcontainer: | Masterarbeit | | |
| Moduldauer: | 2 Semester | Turnus: | Jedes Semester |
| Leistungspunkte: | 30.0 LP | Sprache: | Deutsch |
| Modulverantwortliche(r): | | | |
| Dozierende: | | | |
| Zuordnung zum Curriculum: | MBE Intra- und Entrepreneurship (tech), Pflicht | | |
| Empfohlene Voraussetzungen: | Mindestens 72 erworbene Leistungspunkte | | |
| Lernziele: | <p>Zur Erlangung des Mastergrades ist eine Masterarbeit anzufertigen. In ihr soll der/die Studierende die Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse in einer selbständigen wissenschaftlichen Arbeit auf Projekte aus dem Bereich des technologieorientierten Intra-/Entrepreneurship anzuwenden. Eine Problemstellung soll innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig strukturiert werden, nach wissenschaftlichen Methoden systematisch bearbeitet und schließlich transparent dokumentiert werden.</p> | | |
| Inhalt: | <p>Wird individuell definiert.</p> <p>Innerhalb der Bearbeitungsfrist (12 Monate) ist die fertige Masterarbeit in schriftlicher Form bei dem / der Prüfer(in) abzugeben. Zusätzlich muss ein Exemplar in elektronischer Form eingereicht werden. Bestandteil der Masterarbeit ist ein Vortrag von 20-30 Minuten Dauer über deren Inhalt.</p> | | |
| Abschätzung Arbeitsaufwand: | 900 Std. | | |
| Studienleistungen | | | |
| Prüfungsleistung | Masterarbeit (PL), schriftlich und mündlich | | |
| Angeboten von: | Individuelle Vereinbarung | | |



6. INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP

Ca. 1–2 Mal pro Jahr werden ausgewählte Module von Partnerhochschulen im Ausland angeboten. Diese umfassen i.d.R. eine Präsenzphase im Ausland vor Ort von ca. 7-12 Tagen und eine Online-Phase.

Je nach Inhalt können diese Auslandsmodule i.d.R. in den Bereichen Spezialisierung (S) oder Schlüsselqualifikationen (SQ) angerechnet werden. Informationen zu Anrechenbarkeit und Zuordnung zum Curriculum werden gemeinsam mit den jeweiligen Modulangeboten kommuniziert.