

Businessplanung in neuen Märkten



Lernziele:

Die Studierenden sollen **Kenntnisse** (Fachkompetenz) zur selbständigen Erstellung eines Businessplans erwerben, einschließlich der Planrechnungen.

Sie sollen die Kenntnisse über den Prozess einer erfolgreichen Existenzgründung sowie alternativer Finanzierungsmodelle unter Integration der Möglichkeiten einer öffentlichen Förderung des Vorhabens erlangen (Praktikervortrag/-vorträge).

Sie sollen die Kenntnisse insbesondere auf neue Märkte und **Geschäftsideen im Bereich E-Business** anwenden können.

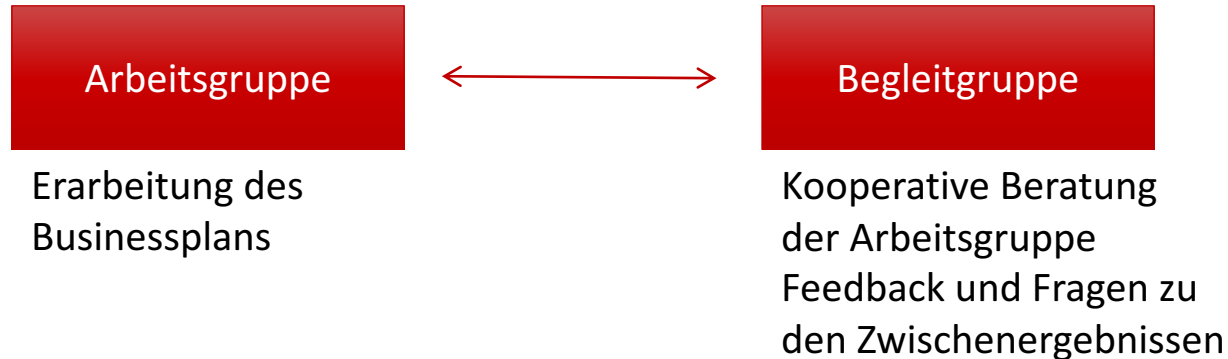
Sie sollen die **Fähigkeit** erwerben, einen Businessplan selbständig erstellen zu können (Methodenkompetenzen: Recherche, Machbarkeitsbeurteilung, kooperative/kollegiale Beratungsprozesse moderieren bzw. an diesen teilnehmen).

Credits und Workflow:

- 6 Credit
- Workload $6 * 25$ Stunden = 150 h (90 h Selbststudium + 60 h Kontaktzeit)
- Selbststudium: Recherche/Einzelarbeit + Gruppenarbeit (Teamsitzungen, Abstimmungen im Team)
- Kontaktzeit: fachliche Inputs (Dozent u. Gastvorträge), Ergebnis-/Zwischenpräsentationen mit begleitender/anschließender kooperativer/kollegialer Beratung durch Begleitgruppe.

Gruppenbildung:

- Bildung von sechs Arbeitsgruppen → sechs Businesspläne
- Gruppengröße (Ziel: vier bis fünf Teilnehmer/innen je Gruppe)
- Paarbildung für den kooperativen/kollegialen Betreuungsprozess:



Gruppenbildung durch die Teilnehmer

Zuordnung der Begleitgruppe durch den Dozenten (Zufallsprinzip)

Vorkenntnisse:

Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse in den Themenfeldern:

- Geschäftsidee und Geschäftsmodelle (Teilmodelle), Business Canvas
- Gewerblicher Rechtsschutz
- Rechtsformen/Rechtsformenwahl, geeignete Rechtsform für Start-Ups, Gründungskosten u. rechtsformspezifischer Aufwand, Gründungsprozess (rechtliche und formale Erfordernisse, Pflichtmitgliedschaften und (An-)Meldeerfordernisse)
- Steuerliche Grundüberlegungen (relevante Steuerarten: Umsatzsteuer, Einkommens-/Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Zahlungswirksamkeit (Abführungs-/Vorauszahlungs-termine, Verlustbehandlung)

Vorkenntnisse:

Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse in den Themenfeldern:

- Kostenrechnung und Kalkulation
- Bilanzierung und Bewertung (Anschaffungs-/Herstellungskosten, Abschreibungen)
- Liquidität, Liquiditätsrechnungen
- Kapitalbedarfsermittlung und Möglichkeiten der Kapitalbedarfsdeckung (Eigen-/Fremdfinanzierung, Venture Capital, Crowdfunding (Mezzanine-Kapital), Förderkredite)
- Bilanz-/Erfolgs-/Liquiditätsanalysen (Kennzahlen); Break-Even Analyse
- Güterwirtschaftliche Pläne (Beschaffung, Lagerhaltung, Produktion, Personal, Logistik, Absatz)

Vorkenntnisse:

Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse in den Themenfeldern:

- Marktforschung (Quellen, Methoden, relevante Datenbasen)
- Ermittlung Markt- und Absatzpotenziale (Abgrenzung relevanter Markt, Kaufkraft und Kaufverhalten, Wettbewerbssituation und prognostizierte Marktanteile)
- Umsetzung Marketingmix (Produktinnovationen und Produktpolitik, Preisbildung/Kalkulation, preispolitische Anpassungen im Zeitverlauf, Kommunikationspolitik und kommunikationspolitische Maßnahmen, Vertriebsmöglichkeiten und Vertriebsweggestaltung inkl. Partnervertriebe und kooperative Vertriebsformen)

Wie sind Ihre Vorkenntnisse? Wo haben Sie einen verstärkten Informationsbedarf?

Methodik (Lehrformen):

Online-Lehre

Adobe Connect (Input und Praktikervorträge, Teilnehmerpräsentationen)
Lernplattform Moodle (lms.edu4business.de)
→ Nachrichtenform, Gruppenforen auf lms.edu4business.de

Präsenz-Lehre

kooperative/kollegiale Beratung
Gruppenberatung durch Dozenten
fachliche Inputs und Reflexion (Diskussion)

Prüfungsleistung:

Hausarbeit

Businessplan (Abgabe und Präsentation) 11.07.2017

Zwischenpräsentationen

**Geschäftsidee und
Geschäftsmodell**

11.4./24. u.25.4.(Präsentation und kooperative Beratung)

**Markt- und
Wettbewerb**

15./16.05.(Präsentation und kooperative Beratung)

**Beschaffung/Produktion
Kernprozesse**

05./06.06.(Präsentation und kooperative Beratung)

**Kapitalbedarf und
Finanzierung**

26./27.06. (Präsentation und kooperative Beratung)

Prüfungsleistung (Bewertung)

Hausarbeit

100 Prozent der Gesamtnote

Zwischenpräsentationen

zwei Präsentationen je Gruppe (ohne Bewertung/nur Teilnahme)

kooperative/kollegiale
Beratung

zwei Beratungen (Ergebnis/Prozess) je Gruppe Feedback durch Empfängergruppe

Gruppeneinteilung (Zielgröße 4 Personen)

Gruppe: Nr.			
Name:	Vorname	E-Mail	registriert auf edu4business (ja/nein)

großer
Info-Bedarf

Themenprioritäten

Thema	1	2	3	4	5	6
• Geschäftsidee und Geschäftsmodelle (Teilmodelle), Business Canvas						
• Gewerblicher Rechtsschutz						
• Rechtsformen/Rechtsformenwahl, geeignete Rechtsform für Start-Ups, Gründungskosten u. rechtsformspezifischer Aufwand, Gründungsprozess (rechtliche und formale Erfordernisse, Pflichtmitgliedschaften und (An-)Meldungserfordernisse)						
• Steuerliche Grundüberlegungen (relevante Steuerarten: Umsatzsteuer, Einkommens-/Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Zahlungswirksamkeit (Abführungs-/Vorauszahlungs- termine, Verlustbehandlung)						
• Kostenrechnung und Kalkulation						
• Bilanzierung und Bewertung (Anschaffungs-/Herstellungskosten, Abschreibungen)						
• Liquidität, Liquiditätsrechnungen						
• Kapitalbedarfsermittlung und Möglichkeiten der Kapitalbedarfsdeckung (Eigen-/Fremdfinanzierung, Venture Capital, Crowdfunding (Mezzanine-Kapital), Förderkredite						

Themenprioritäten

großer
Info-Bedarf

Thema	1	2	3	4	5	6
• Bilanz-/Erfolgs-/Liquiditätsanalysen (Kennzahlen); Break-Even Analyse						
• Güterwirtschaftliche Pläne (Beschaffung, Lagerhaltung, Produktion, Personal, Logistik, Absatz)						
• Marktforschung (Quellen, Methoden, relevante Datenbasen)						
• Ermittlung Markt- und Absatzpotenziale (Abgrenzung relevanter Markt, Kaufkraft und Kaufverhalten, Wettbewerbssituation und prognostizierte Marktanteile)						
• Umsetzung Marketingmix (Produktinnovationen und Produktpolitik, Preisbildung/Kalkulation, preispolitische Anpassungen im Zeitverlauf, Kommunikationspolitik und kommunikationspolitische Maßnahmen, Vertriebsmöglichkeiten und Vertriebswegegestaltung inkl. Partnervertriebe und kooperative Vertriebsformen)						
•						
•						