

M11: Businessplanung in neuen Märkten					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M11	250 h	10	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Businessplanung in neuen Märkten		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 190 h	geplante Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Nach der Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anlässe, Ziele und Adressaten von Businessplänen in unterschiedlichen Anwendungskontexten zu benennen und zu unterscheiden. • den Aufbau eines Businessplans zu erläutern, die Wechselbeziehungen und Abhängigkeiten der einzelnen Bestandteile zu erklären und sie je nach Kontext zu priorisieren. • eine eigene Geschäftsidee mit Hilfe von Business Model Canvas selbst zu entwickeln und zu konkretisieren und auf ihre Markt- und Umsetzungsfähigkeit kritisch zu bewerten und zu reflektieren. • einen (niedrig-komplexen) Businessplan selbst zu entwickeln und mit Hilfe von Businessplan-Softwaretools adressatengerecht aufzubereiten und zu dokumentieren. • die Qualität eines Businessplans einzuschätzen und ein Peer-to-Peer-Feedback zu geben. • einen Businessplan in verschiedenen Kontexten (z.B. vor potenziellen Kapitalgebern, möglichen Lieferanten/Kooperationspartnern) zu präsentieren. • Konflikte im Team der „Gründer/Businessplan-Erarbeiter“ sowie mit externen Stakeholdern zu erkennen und im Rahmen einer Peer-to-Peer-Beratung Konfliktbewältigungsstrategien zu entwickeln und auf den eigenen Gruppenprozess anzuwenden. 				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Businessplanung und Businessplan in verschiedenen Verwendungskontexten (z.B. Gründung, Geschäftsfeldentwicklung etc.), • Analyse und Planungsprozess „Von der Geschäftsidee zum Businessplan“ (Business Model Canvas-Methode) • Bestandteile eines Businessplans (z.B. Problem, Geschäftsidee, Marktgröße, Konkurrenz, Businessmodell, Team u.a.) • Iterative Entwicklung und Konkretisierung der einzelnen Komponenten eines Businessplans • Kontexte und Zielgruppen eines Businessplans • Konflikte und Konfliktlösungsstrategien im Businessplan-Prozess 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Lehrvorträge, Praxisvorträge, Fallstudien (best practice), Gruppenarbeiten, Präsentationen, Reflexions- und Feedbackgespräche (Peer-to-Peer- und Dozenten-Feedback)</p> <p>Die primär informationsvermittelnden Lehranteile (Lehrvorträge, best-practice-Beispiele, Praxisvorträge) können unter Kosten-Nutzenaspekten (Reduzierung von Reisezeiten externer Referenten/Praktiker) sowie unter methodisch-didaktischen Aspekten auch als Online-Veranstaltungen (via Adobe Connect) angeboten werden. Ebenso sind Gruppenbetreuungen (Einzelfeedbackgespräche) situativ via Adobe Connect-Meetings möglich. Peer-to-Peer-Beratungen sowie Gruppendiskussionen sind grundsätzlich als seminaristischer Unterricht (Präsenz im Hörsaal) durchzuführen. Eine Einweisung in Adobe Connect sowie eine Abstimmung über die Online-Anteile im jeweiligen Semester sind in den ersten beiden Veranstaltungssitzungen durchzuführen.</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine spezifischen (betriebswirtschaftliche Vorkenntnisse aus dem Bachelorstudium gem. der Einschreibevoraussetzungen des § 4 PO).</p>
6	Prüfungsformen: Projektdokumentation (Umfang 20-25 Seiten; Bearbeitungszeit 70 Zeitstunden)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung (Projektdokumentation)</p>
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10/120
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Modulverantwortlicher)</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Lehrender)</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p> <p>Literatur (Pflichtlektüre):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Genadinik, Alex: Business plan template and example: how to write a business plan: Business planning made simple, Alex Genadinik 2017. • McKinsey & Company (Hrsg.) Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 5. Aufl., München 2010. • Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves: Business Model Generation, Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt, New York 2011. • Vogelsang, Eva; Fink, Christian; Baumann, Matthias: Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups, Berlin 2016. <p>Literatur (zusätzlich empfohlen):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.): Starthilfe - Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin 2016. • Nagel, Anna: Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen, Wiesbaden 2015. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>