

Zertifikat Entrepreneurship

Modulhandbuch

Sommersemester 2026

Stand: 29.01.2026

Inhalt

Wichtige Adressen.....	3
BAUSTEIN 1: Einführung in Entrepreneurship.....	5
Modul E1: Virtuelle Unternehmensgründung	5
Modul E2: 5-Euro-Business Wettbewerb	8
Modul E4: Unternehmensgründung	11
Modul E7: Geschäftsmodelle und Finanzierung impactorientierter Gründungen	12
BAUSTEIN 2: Vertiefung.....	14
Modul V1: Businessplanung für Startups.....	14
Modul V2: Lean Startup.....	16
Modul V4: Social Entrepreneurship –Gemeinwohlorientierung und soziale Innovation in Unternehmen	18
Master-Studierende können zusätzlich folgende Veranstaltung belegen:	22
Modul V5: Innovationsfinanzierung und Venture Capital.....	22
Modul V7: Existenzgründungsberatung in der steuerlichen Beratungspraxis	27
Modul V10: Impact Entrepreneurship – Developing Social and Ecological Innovations	30
Hinweise auf Anerkennung von weiterengründungsbezogenen Modulen.....	32

Wichtige Adressen

Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm
Fakultät Betriebswirtschaft
Gründungsberatung Ohm-Potentiale
Brucknerstraße 11,
90429 Nürnberg

Mail: gruendungsberatung@th-nuernberg.de

Bezeichnung und Anschrift	Ansprechpartner/innen	Durchwahl 0911-5880-
Programmverantwortlicher BL.131	Prof. Dr. Dirk Honold	- 2843
Betreuerinnen für das Zertifikatsprogramm OIC.205	Jennifer Ulrich	MS Teams: ulrichje Oder Mail: jennifer.ulrich@th-nuernberg.de
Prüfungskommission BL.131 BB.115 B.2.392-NP	Prof. Dr. Dirk Honold Prof. Dr.-Ing. Carsten Rudolph Prof. Dr. Jan Niessen	- 2843 - 2867 -3303
Studierendenservice Das Studienbüro befindet sich Ecke Bahnhofstraße / Dürrenhofstraße 6, Gebäude BM (bekannt als „HDI-Turm“).		-4004

Bibliothek Keßlerplatz 12		-4000
Computerlabore (BL.102, BL.104, BL.106)	Roland Buhl	-2761
	Mike Schönert	-2768
	Dominik Wiendl	-2762
Studentenwerk (Wohnheimverwaltung) Andreij-Sacharow-Platz		58857-0

BAUSTEIN 1: Einführung in Entrepreneurship

Um das Zertifikatsprogramm zu absolvieren, muss mindestens ein Modul im Baustein 1 belegt werden (siehe SPO Zertifikat Entrepreneurship).

Modul E1: Virtuelle Unternehmensgründung

Bezeichnung:	Virtuelle Unternehmensgründung
Dozent/en:	Prof. Dr. Rudolph
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Winter- /Sommersemester
Leistungspunkte	5 ECTS (gilt für BW-B)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	150 Std.
Lernziel:	Qualifikationsziele des Moduls: In den Modulen des ersten Studienabschnitts setzen sich die Studierenden kritisch mit wirtschaftswissenschaftlichen Theorien auseinander und verbinden unterschiedliche Methoden des Fachgebiets. Die Studierenden können zentrale Aufgaben bei der Gründung und Führung eines Unternehmens beschreiben und einordnen: Sie können eine Marktanalyse vornehmen und relevante Kundensegmente identifizieren. Die Studierenden sind in der Lage eine Kosten- und Erlösschätzung für ein Geschäftsmodell durchzuführen und die

	grundlegende Finanzierung zu planen. Sie können Mitarbeiter für ein Unternehmen rekrutieren und einen Webauftritt konzeptionell gestalten. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ein Geschäftsmodell anhand vorgegebener Marktinformationen eigenständig zu konzipieren und die zentralen Schritte für eine Präsentation an potentielle Investoren aufzubereiten. Voraussetzungen: keine
Inhalte:	• Virtuelle Lernmodule zu Marktanalyse und Marktsegmentierung, Kosten- und Erlösplanung, Finanzierungsplanung, Mitarbeiterrekrutierung und einem Unternehmens-Webauftritt • Fallstudien zu den einzelnen Lernmodulen anhand einer vorgegeben Branche • Diskussion der erzielten Ergebnisse und best-practice-Beispiele zu den einzelnen Lernmodulen im Plenum • Videodokumentation zu den erzielten Erkenntnissen
Literatur	Empfohlene Literatur (Auszug) • Gabler Wirtschaftslexikon (Online 2016) • Hammer, N./Bensmann, K. (2013): Webdesign für Studium und Beruf • Hommel, M. (2015): Kostenrechnung – learning by stories • Koch, J./Gebhardt, P./Riedmüller, F. (2016): Marktforschung • Wolf, S. (2013): Stellenanzeigen erfolgreich texten
Art der Prüfung	Studienarbeit

Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung Lehrmethoden: Video-Lerneinheiten, Fallstudien, Plenums-Diskussionen
Weiteres	Workload in Zeitstunden (= 60 Minuten) Präsenzstunden im Forum: 24 Std. Bearbeiten der virtuellen Lerneinheiten: 24 Std. Marktrecherchen für die Fallstudien zur relevanten Branche: 18 Std. Ausarbeiten von fünf Fallstudien: 40 Std. Nachbereitung der Best-Practice- Präsentationen zu den Fallstudien: 20 Std. Erstellen einer Videodokumentation: 24 Std. Gesamter Workload: 150 Std. Mehr: Modulhandbuch BW_B SPO2016

Modul E2: 5-Euro-Business Wettbewerb

Bezeichnung:	5 Euro Business Wettbewerb
Dozent/en:	Prof. Dr. Honold
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Wintersemester
Leistungspunkte	3 ECTS (gilt für AW/AWPF je nach SPO jeweiliger Studiengänge)
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	90 Stunden
Lernziel:	Qualifikationsziele des Moduls: Beim 5 Euro Business Wettbewerb handelt es sich um einen praxisorientierten Wettbewerb zum Thema Existenzgründung für Studierende. Die Studierenden erlernen innerhalb des Wettbewerbs Methoden, Ideen zu generieren und die entstandene Geschäftsidee in Teamarbeit bis zur Marktreife zu entwickeln und schließlich unter realen Bedingungen zu vermarkten. Die Studierenden können • die in den wettbewerbsbegleitenden Seminaren vermittelten theoretischen Kenntnisse in den Bereichen Ideenentwicklung, Finanzierung, Marketing, Projektmanagement und Recht / Schutzrechte praktisch anwenden. • unterschiedliche Geschäftsideen auf Durchführbarkeit und Marktpotenzial analysieren und beurteilen, sowie die Entscheidung für eine Idee fundiert begründen.

	• die Geschäftsidee, unter realen Bedingungen, im Prozess von der Idee bis zum Markteintritt, auf Basis der erlernten Konzepte, weiterentwickeln. Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung können Studierende selbständig Geschäftsideen überprüfen und deren Erfolgsaussichten bewerten, um daraus Optionen für die Unternehmensgründung zu generieren.
Inhalte:	• Ideen kreativ und erfolgreich verwirklichen. • Geschäftsidee im Team entwickeln, analysieren und bewerten. • Theoretisches Wissen im Bereich Ideenentwicklung, Gründungsfinanzierung, Marketing, Projektmanagement und Recht / Schutzrechte unter realen Bedingungen anwenden.
Literatur	Literaturempfehlung (Auszug) • Russo/Gleich/Strascheg (2008): Von der Idee zum Markt
Art der Prüfung	Studienarbeit, Referat Studienarbeit (Geschäftsbericht): stellt 50 Prozent der Bewertung durch die Jury dar. Er soll alle Prozesse enthalten, die die Unternehmenstätigkeit dokumentieren (vom Beginn der Team-bildung bis zum Abschluss der Geschäftstätigkeit). Er enthält den Lagebericht und die Einnahmen-Überschussrechnung mit einem Umfang von maximal 8 DIN-A4-Seiten (zzgl. Abstract und Anhang). Ein DIN-A4-Format ist für den Geschäftsbericht nicht zwingend.

	Referat (Präsentation des Unternehmens) vor dem Plenum: Abschließend stellen Sie Ihr Unternehmen in einer fünfminütigen Präsentation der Jury und den geladenen Gästen vor. Sie können jede kreative Form der Darstellung verwenden (z.B. Pitch, Sketch, Rollenspiel, Werbespot u. a.), es darf, muss aber kein Vortrag sein.
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht, Übung
Weiteres	Workload des Moduls in Zeitstunden (= 60 Minuten) Präsenzstunden 24 Std. Vorbereitung von Vorlesungen: Lesen von Fachliteratur und Fallstudien 8 Nachbereitung von Vorlesungen: Nacharbeiten, Vervollständigen 8 Gruppenarbeiten / Tutorials 25 Präsentationsvorbereitung 15 Prüfungsvorbereitung 10 Gesamte Workload 90 Std. Mehr: Modulhandbuch BW_B SPO2016 oder AWPf Katalog: www.th-nuernberg.de/awpf

Modul E4: Unternehmensgründung

Bezeichnung:	Unternehmensgründung
Dozent/en:	Baldwin Schneider
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Winter- /Sommersemester
Leistungspunkte	3 ECTS
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	90 Stunden
Lernziel:	Kenntnis der maßgeblichen Faktoren für eine Unternehmensgründung, Evaluation einer Geschäftsidee, Erstellung eines praxistauglichen Businessplans
Inhalte:	• Gewinnerzielung und Wertschöpfung • Chancen und Risiken der Selbständigkeit • Rechtsformen von Unternehmen • Rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen für die Unternehmensgründung • Geschäftsidee und Geschäftsmodell • Alleinstellungsmerkmale, USP • Persönliche Zielsetzung und persönliche Eignung • Finanzierung und Fördermöglichkeiten • Businessplan
Art der Prüfung	Studienarbeit
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Hinweise	kaufmännische Grundkenntnisse erforderlich
Weiteres	Mehr: AWPf Katalog: www.th-nuernberg.de/awpf

Modul E7: Geschäftsmodelle und Finanzierung impactorientierter Gründungen

Bezeichnung:	Geschäftsmodelle und Finanzierung impactorientierter Gründungen
Dozent/in:	Prof. Dr. Carsten Rudolph, Dr. Niklas Hein, Berivan Zerze
Verwaltung und Prüfer/in	Prof. Dr. Carsten Rudolph, Dr. Niklas Hein, Berivan Zerze
Kursniveau	Bachelor
Angebotsturnus	Sommersemester
Leistungspunkte	2 ECTS
SWS	2 SWS
Lernziel:	Ziel ist es, dass Teilnehmende verschiedene Geschäftsmodelle für impactorientierte Gründungen kennenlernen und ihre Vor- und Nachteile abwägen können. Weiteres Lernziel ist das Kennenlernen von Finanzierungsoptionen für Geschäftsmodelle unter Berücksichtigung unterschiedlicher Kapitalbedarfe und unternehmerischer Strategien der Gründungen. Dabei soll bereits erworbenes nachhaltiges, wirkungsorientiertes und unternehmerisches Wissen konkretisiert und weiterentwickelt werden
Inhalte:	Der Kurs gibt zunächst eine Einführung in die generellen Strukturen von Social bzw. Impact Gründungen. Es werden impactorientierte Geschäftsmodelle aufgezeigt, wobei der Impact Business Modell Canvas von besonderer Bedeutung ist. Die Lehrveranstaltung legt einen besonderen Fokus auf die Herausforderung sozialökologischer Gründungsvorhaben, sowohl finanziell als auch von der gesellschaftlichen Wirkung her erfolgreich zu sein. Teilnehmende lernen, welche Finanzierungsmodelle grundsätzlich möglich sind und können diese auf (eigene) Gründungsvorgaben anwenden. Dabei werden vor allem die Besonderheit der Finanzplanung von Impact Unternehmen sowie verschiedene Modelle der Finanzierung von Impact Unternehmen besprochen. Im Rahmen der Veranstaltung setzen sich die Studierenden zudem kritisch mit fachlich angrenzenden Begrifflichkeiten, den Grenzen des Impact Entrepreneurship sowie methodischen Fragestellungen auseinander.

Art der Prüfung	Studienarbeit / Referat
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht; Präsenztermine
Hinweise	
Weiteres	Zeitraum der Prüfung: Vor Beginn des offiziellen Prüfungszeitraums (während der Vorlesungszeit) Mehr: AWPf Katalog: www.th-nuernberg.de/awpf

BAUSTEIN 2: Vertiefung

Um das Zertifikatsprogramm zu absolvieren, muss mindestens ein Modul mit 2 SWS im Baustein1 und mindestens ein Modul mit 2 SWS aus Baustein2 belegt werden.

Modul V1: Businessplanung für Startups

Bezeichnung:	Businessplanung für Startups
Dozent/en:	Herr Prof. Dr.-Ing. Carsten Rudolph
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Winter- / Sommersemester
Leistungspunkte	2 ECTS
SWS	2 SWS
Lernziel:	Die Studierenden verfügen über das grundsätzliche Wissen, den Prozess einer Unternehmensgründung zu überblicken und planerisch selbst anzugehen. Sie können abschätzen, welche Informationen in der Planungsphase einer Unternehmensgründung zusammenzutragen sind, welche Abschätzungen möglich und nötig sind und wie der Planungsprozess in einer geeigneten Art und Weise für Dritte dokumentiert werden kann (Businessplan oder Ähnliches). Weiterhin können Sie den zeitlichen Umfang einer Unternehmensgründung abschätzen.
Inhalte:	Lernmodule, Übungen und Fallstudien zu Elementen eines Businessplanes, dem Business Model Canvas als aktuellem Strukturierungstool, zu quantitativen Abschätzungen, zur

	Finanzplanung und Finanzierung sowie zur Zeitplanung einer Unternehmensgründung. Vorstellungen der typischen Formen der Präsentation einer Planung in Businessplan und „Pitchdeck“.
Literatur:	• Anna Nagl: Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen, Springer Gabler, 9. Auflage 2018 • Alexander Osterwalder: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag, 2011 • BayStartUp GmbH, Handbuch zur Businessplan Erstellung, 8.Auflage 2014, zum Download unter https://www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe/handbuch-businessplan/.
Art der Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Min.)
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Weiteres	Hilfsmittel: Die rechtsverbindliche Auskunft zu den Hilfsmitteln entnehmen Sie bitte dem Aushangkasten der Prüfungskommission. Prädikat des LNW: Note Zeitraum des LNW: Prüfungszeitraum Veranstaltungsart: regelmäßige Veranstaltung Regelmäßiger Termin: Do, 09:45 – 11:15 Uhr / Raum KA.302 Mehr: AWPf-Katalog: www.th-nuernberg.de/awpf

Modul V2: Lean Startup

Bezeichnung:	Lean Startup
Dozent/en:	Prof. Dr. Peter Rausch
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Wintersemester
Leistungspunkte	5 ECTS (gilt für IN_B)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	150h (60h Präsenzzeit, 90h Eigenstudium)
Lernziel:	Systematische Erarbeitung von technischen wie wirtschaftlichen Anforderungen Die Studierenden erlernen die Lean Innovation und Lean Startup Methoden und können diese auf Problemstellungen im IT Umfeld anwenden. Sie können Innovationen aus technischer und unternehmerischer Sicht bewerten und mit geeigneten Werkzeugen prototypische Lösungen realisieren. Schlüsselqualifikation: Problemanalyse, unternehmerisches Denken, agile Methoden
Inhalte:	Lean Innovation ist eine Methode zur Steigerung der Effizienz durch das frühe und konsequente Einbeziehen von Benutzer- bzw. Kundenfeedback. Eine Vorgehensweise zur strukturierten Generierung und Entwicklung von Ideen ist hierbei Design Thinking, bei dem Lösungen iterativ und in enger Abstimmung mit den Benutzern erfolgt. Lean Startup ist eine wissenschaftliche Herangehensweise zur Ausarbeitung von Geschäftsideen welche auf der strukturierten Definition und experimentellen Validierung oder Widerlegung von

	Hypothesen beruht. Dazu wird Schritt für Schritt ein Business Model Canvas (BMC) erstellt, bei dem das Wertversprechen (Value Proposition) im Vordergrund steht. Die folgenden Methoden und Aktivitäten werden erarbeitet und angewendet: Lean Innovation und Design Thinking Lean Startup Business Model Canvas Customer Development Zielgerichtete Interviews: Gesprächsführung und -beobachtung Pitchen: Ideen erfolgreich präsentieren
Literatur	• Steve Blank. The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company • Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers • Eric Ries. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses • Frank Rimalovski, Giff Constable, Tom Fishburne. Talking to Humans: Success starts with understanding your customers
Art der Prüfung	Leistungsnachweis in Teamarbeit setzt sich zusammen aus: - 2 Kurzpräsentationen (jeweils 15 Min.) - Referat (70 Min.)
Weiteres	Vorkenntnisse: Informatik Grundlagen oder Interesse an Informatik vorhanden Es besteht Anwesenheitspflicht. Unterrichtssprache: Kurs nur in Deutsch Weitere Informationen: s. Modulhandbuch IN-B

Modul V4: Social Entrepreneurship – Gemeinwohlorientierung und soziale Innovation in Unternehmen

Bezeichnung:	Social Entrepreneurship –Gemeinwohlorientierung und soziale Innovation in Unternehmen (Social Entrepreneurship – public welfare and social innovation in business)
Dozent/en:	Prof. Dr. Jan Niessen
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Winter- /Sommersemester
Leistungspunkte	3 ECTS
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	90h
Lernziel:	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Studierende in der Lage, die wesentlichen Charakteristika und Modelle des Social Entrepreneurship zu beschreiben und diese konventionellen Ansätze und Geschäftsmodellen gegenüberzustellen. Auf dieser Grundlage können Studierende Herausforderungen und Nutzenpotenziale im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld analysieren und Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsdimensionen und -aspekte identifizieren. Systemische Denkansätze und Zusammenhänge können beschrieben und auf eigene potenzielle Unternehmensorganisation und Geschäftsfelder übertragen und angewandt werden. Kritische Reflektion des Verhaltens in Organisationen und möglicher positiver wie negativer Auswirkungen befähigen Studierende, den Gründungsprozess von gemein-wohlorientierten Unternehmen oder Organisationen systematisch zu planen und die positiven

	Beiträge, den Impact, für die Gesellschaft abzuschätzen. Damit sind grundlegende Kompetenzen entwickelt, eigene Gründungs-ideen mit positiven Wirkungen für Bereiche wie Klima, Umwelt, Gesellschaft, Kultur, Bildung, Gesundheit etc. zu prüfen und zu konkretisieren.
Inhalte:	Bei Social Entrepreneurship (SE) stehen sozial-ökologische und gemeinwohlorientierte Wirkungen, Ziele und Werte des Unternehmertums im Vordergrund. Voraussetzung und Basis dafür ist gleichzeitig wirtschaftlicher Erfolg und Robustheit des Geschäftsmodells. Implizite Voraussetzungen zur Wirkung und Zielerreichung sind soziale Innovation und Transformation. Im Zentrum steht der Nutzen für Mensch und Gesellschaft, um als „Change Agents“ unternehmerische Beiträge zur „großen Transformation“ hin zu einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten zukunftsfähigen Wirtschaft und Gesellschaft zu leisten. Geschäftsideen und -modelle werden anhand einschlägiger Konzepte und Ansätze des SE und der Gründerpersonen auf ihre • Innovative Idee und Kreativität • Unternehmergeist und Vertrauenswürdigkeit sowie • Gesellschaftliche Wirkung hin analysiert und ausgerichtet. Dabei ist fortlaufend kritisch zu prüfen, ob die Geschäftsideen und -modelle stringent auf Nachhaltigkeit und die ursachenseitige Lösung gesellschaftlicher Probleme ausgerichtet sind. Diese Wirkungen sollen bei Erfolg anhand der jeweiligen unternehmerischen „theory of change“ messbar sein. Geschäftsfelder und -modelle basieren häufig auf identifizierten Lücken im derzeitigen Wirtschafts- und Sozialsystem und bieten dafür Lösungen an. Neben Analyse und Reflektion der Geschäftsidee werden auch soziale Innovationen und Potenziale kooperativer und integrativer Zusammenarbeit innerhalb eines geplanten Startups sowie den potenziellen Wertschöpfungsnetzwerken

	und Stakeholdergruppen systematisch einbezogen und betrachtet. Ebenfalls werden geeignete Finanzierungsmöglichkeiten, Rechtsformen und Marketingansätze vorgestellt. Als Grundlage für SE und Gründungsideen werden einfache Problem- und Umfeldanalysen durchgeführt, um gesellschaftliche und wirtschaftliche Herausforderungen (im eigenen Umfeld) zu identifizieren und sozial-innovative Lösungen mittels einfacher Kreativitätstechniken abzuleiten. Es werden Ansätze explorativen Lernens als Grundlage für die Analyse und Entwicklung eigener Geschäftsmodelle angeboten. Zur Inspiration und Veranschaulichung stellen Social Entrepreneur*innen aus der Metropolregion Nürnberg ihr Unternehmen vor.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Fachliche Voraussetzung: Nachhaltige Unternehmensführung wird empfohlen.
Literatur	• Abu-Saifan, S. (2021): Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. Technology Innovation Management Review, February 2012. • Ashoka und McKinsey (Hrsg.) (2019): Wenn aus klein systemisch wird. Das Milliardenpotenzial sozialer Innovationen. • Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.): Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum, Berlin: BMWi, 2018. • Treusch, W.-S. (2021): Social Entrepreneurs: Soziale Wirkung als Geschäftsmodell. Deutschlandfunk Kultur. • Fueglistaller, U.; Müller, C.; Müller, S.; Volery, T. (2012): Entrepreneurship, 3. Auflage. Wiesbaden: Springer, 2012.

	• Hoffmann, P.; Scharpe, K.; Wunsch, M. (2021): 3. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2020/21. Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V. (SEND), Euclid Network (Hrsg.). • Kurz, B. und Kubek, D. (2021): Kursbuch Wirkung. Das Praxishandbuch für alle, die gutes noch besser tun wollen. • Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland; Bundesverband Deutsche Startups (Hrsg.) (2017): Gesellschaftlicher Mehrwert durch Innovation und Unternehmertum, 2017. • Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V. (Hrsg.) (2020): Social Entrepreneurs effektiv fördern und unterstützen, Berlin: SEND, 2020. • Raith, M. und Siebold, N. (2018): Building Business Models around Sustainable Development Goals, in: Journal of Business Models, Vol. 6, Nr. 2, 2018, S. 71-77. • Raworth, K. (2018): Die Donut Ökonomie. Endlich ein Wirtschaftsmodell das den Planeten nicht zerstört
Art der Prüfung	StA. (70%); Ref. (30%)
Art der Lehrveranstaltung	SU, Ü, Gruppenarbeit
Weiteres	Mehr: s. Modulhandbuch BW-B

Master-Studierende können zusätzlich folgende Veranstaltung belegen:

Hinweis: Die Module dürfen belegt werden, wenn bereits ein Bachelorstudium abgeschlossen wurde.

Modul V5: Innovationsfinanzierung und Venture Capital

Bezeichnung:	Innovationsfinanzierung und Venture Capital
Dozent/en:	Prof. Dr. Dirk Honold
Kursniveau	Master
Angebotsturnus	Sommersemester
Leistungspunkte	6 ECTS (gilt für BW-M)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	180 Stunden
Lernziel:	Fachkompetenz: Die Studierenden können Konzepte und Instrumente zur Finanzierung aus Sicht der Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung von Risikoaspekten erläutern, von Innovationen und innovativen Geschäftsmodellen mit Eigenkapital. Sie verinnerlichen Verfahren und Modelle zur Quantifizierung von Eigenkapitalfinanzierungen und können deren Ergebnisse hinterfragen. Die Studierenden erläutern die Bedeutung einer risikoadäquaten Finanzierung und deren Ausgestaltungs-parameter. Zudem bestimmen und evaluieren sie Finanzierungsmöglichkeiten mit Eigenkapital. Die Studierenden können wichtige Methoden und Instrumente bei der Akquise und dem Management von Eigenkapital analysieren und deren Wirkung auf Risiko und Return-Profile der einzelnen Parteien quantifizieren.

	Lern- / Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Fragestellungen zur Anwendung von Konzepten und Theorien zur Finanzierung aus Sicht der Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung von Risikoaspekten zu beantworten, mit besonderem Fokus auf der Finanzierung von Startups und Wachstumsunternehmen mit Eigenkapital. Dazu erarbeiten sich die Studierenden auf Basis der einschlägigen Literatur die inhaltlich-methodischen Aspekte, können diese systematisch präsentieren und kritisch analysieren. Sie sind in der Lage, Entscheidungen zu unterschiedlichen Fragestellungen innerhalb des Themenkomplexes der Innovationsfinanzierung auf Basis geeigneter Fallstudien auszuarbeiten und deren Wirkungsweise zu reflektieren. Selbstkompetenz: Individuelle Handlungsziele können die Studierenden vor dem Hintergrund der Einstellungen und Werte des Unternehmens sowie der Gesellschaft bewerten und verknüpfen. Sie können die Wirkungsweise getroffener Entscheidungen im Hinblick auf unternehmens- und gesellschaftsbezogene Werte hinterfragen. Sozialkompetenz: Die Studierenden fertigen in Gruppen Lösungsstrategien an und überprüfen diese kritisch. Ergebnisse präsentieren und diskutieren sie zielgruppengerecht. In Diskussionen geben sie angemessenes Feedback und entwickeln ihre Fähigkeit der Fremdbewertung.
--	--

Inhalte:	• Ausgestaltungsmöglichkeiten von Corporate Governance und deren Wirkung auf den Kapitalmarkt • Übersicht und Analyse der Kapitalarten unter Berücksichtigung von Wachstumsoptionen und Insolvenzstatbeständen • Finanzierungsstrategien und Analyse der Finanzierung unterschiedlicher Geschäftsmodelle/ Branchen in • Abhängigkeit der Unternehmensphase mit Wirkungen auf die Entscheidungs-, Kontroll- und Informationsprozesse • Analyse und Ausgestaltung der Finanzierung von Technologieunternehmen von der Idee bis zum Markt • Ausgestaltung von Finanzierungsverträgen mit Wirkungen auf die Entscheidungs-, Kontroll- und Informationsprozesse inklusive Exit-Optionen und Rechteverteilung • Fallstudien
Voraussetzung der LV	Kompetenzen und Kenntnisse die vergleichbar mit jenen aus der Lehrveranstaltung Finanz- und Investitionswirtschaft des Bachelorstudiengangs Betriebswirtschaft der TH Nürnberg sind.
Literatur	• Simon (2010): Der Wert von Beteiligungsverträgen, Gabler, Wiesbaden. • Metrick/Yasuda (2011): Venture Capital & the Finance of Innovation, 2nd ed., Wiley, Hoboken. • Smith (2019): Entrepreneurial Finance, 2nd ed., Stanford Business Books, Stanford.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Honold (2014): Wagniskapitalfinanzierung durch den High- Tech Gründerfonds (HTGF), in CORPORATE FINANCE, S. 220-236. • Honold/Hümmer/Oed (2019): Bewertung bei der Beteiligung zur Finanzierung von digitalen Unternehmen mit Risikokapital, in: Ballwieser/Hachmeister (Hrsg.): Digitalisierung und Unternehmensbewertung, S. 85-118, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. • Gompers; Lerner (2006): The venture capital cycle. 2. ed., MIT Press, Cambridge. • Fabozzi (2016): Entrepreneurial Finance and Accounting for High-Tech-Companies, MIT Press, Cambridge. • Vries / Loon (2016): Venture Capital Deal Terms, HMS Media Vof. • Honold/Hümmer/Oed (2018): Ökonomische Analyse von VC-typischen Klauseln. In: Drygala/Wächter (Hrsg.): Venture Capital, Beteiligungsverträge und „Unterkomplexitätsprobleme“, S. 143-174, C.H. Beck, München. • Kaplan/Strömberg (2003): Financial Contracting Theory Meets the Real World. An Empirical Analysis of Venture Capital Contracts. In: Review of Economic Studies, Band 70, • Heft 2, S. 281–315. |
|--|--|

Art der Prüfung	Referat
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Weiteres	Sprache Deutsch/ Englisch Mehr: s. Modulhandbuch BW-M

Modul V7: Existenzgründungsberatung in der steuerlichen Beratungspraxis

Bezeichnung:	Existenzgründungsberatung in der steuerlichen Beratungspraxis
Dozent/en:	Tomas Wirth (Lehrbeauftragter)
Kursniveau	Master
Angebotsturnus	Winter- / Sommersemester
Leistungspunkte	6 ECTS (gilt für BW-M)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	180 Stunden
Lernziel:	Fachkompetenz: Aufgrund der erfolgreichen Absolvierung dieses Wahlpflichtmoduls sind die Studierenden in der Lage, mittels DATEV-gestützter Anwendungssoftware eine praxisorientierte (Unternehmens-)Existenzgründung steuerlich vorzunehmen und beratungsorientiert die weitere Unternehmensentwicklung zu begleiten. Sie lernen auch einen effizienten Einsatz von Software-Programmen und entwickeln daraus eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Frage- und Problemstellungen. Lern-bzw. Methodenkompetenz: Die Studierenden können Arbeitsschritte anwendungsorientiert planen und durchführen; dabei sammeln, analysieren und interpretieren sie empirische Daten und Informationen (z.B. über steuerrechtliche Datenbanken), woraufhin sie selbständig konkrete Lösungsansätze fachübergreifend gestalten.

	Selbstkompetenz: Gerade auf Grundlage des in diesem Modul verzahnten wissenschaftlichen und praxisvertiefenden Wissens verstehen es die Studierenden, sowohl eigene Berufs- als auch persönliche Verhaltensziele näher zu bestimmen. Daraus können sie selbst ihre Stärken und Schwächen reflektieren und lenken, folglich ihre eigene Entwicklung unter Berücksichtigung der gesellschaftsrechtlichen Auswirkungen weiter vorantreiben. Sozialkompetenz: Die Studierenden lernen, die kontextübergreifenden Fachinhalte und Lösungsstrategien situationsgerecht und zielorientiert zu präsentieren und argumentativ zu „verteidigen“. Dabei können sie mit ihren Kommilitonen/-innen wertschätzend, fair und kooperativ kommunizieren und über eine positive Grundhaltung entwicklungsförderndes Feedback austauschen
Inhalte:	Mithilfe von anwendungsorientierter und berufsbezogener EDV-Software (DATEV-Programme) werden folgende den steuerberatenden Beruf betreffende (Praxis-)Themen behandelt: • Einführung in den DATEV-Arbeitsplatz bzw. in die DATEV-Programmanwendung (sofern noch ohne Vorkenntnisse) • Grundberatung (u.a. Checklistenstellung, Prüfung Gründungsmodell, Markt-bzw. Standortanalyse) • Beratung zur Standortwahl (mit Tools zur Standortbewertung) • Beratung zur Rechtsformwahl unter besonderer Berücksichtigung des Gründungsvorhabens

	• steuerliche Gründungsberatung (Relevanz der Einkommen-, Körperschaft-, Gewerbe-, Umsatz-, Lohnsteuer in Bezug auf den konkreten Fall) • Betriebswirtschaftliche Vorgründungsberatung für ein Bankgespräch mit integrierter Planungsrechnung (Erstellung Liquiditätsplanung, BWA etc., insbesondere durch Unterstützung von DATEV-Arbeitspapieren) • Implementierung der festgeschriebenen Maßnahmen zur Gründung • EDV-gestützte, beratungsorientierte Begleitung der Unternehmensentwicklung (unter Bedarfserkennung weiterer Maßnahmen etc.)
Literatur	• Böttges-Papendorf, Dorothee: Gründungsberatung durch den Steuerberater, Nürnberg 2016 • König, Rolf/Maßbaum, Alexandra/Sureth-Sloane, Caren: Besteuerung und Rechtsformwahl, nwb, aktuelle Auflage
Art der Prüfung	Seminararbeit 70 % und Präsentation 30%
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Weiteres	Voraussetzungen zur Teilnahme: Grundkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre und des Steuerrechts, Anwendung von DATEV-Standard-Software Mehr: s. Modulhandbuch BW-M TAX

Modul V10: Impact Entrepreneurship – Developing Social and Ecological Innovations

Bezeichnung:	Impact Entrepreneurship – Developing Social and Ecological Innovations
Dozent/in:	Prof. Dr. Rebecca Preller (Bayreuth), Prof. Dr. Eva Jakob (Bayreuth), Eileen Straube (Bayreuth)
Verwaltung und Prüfer/in	Nicklas Hein (OHM)
Kursniveau	Master
Angebotsturnus	Winter- /Sommersemester
Leistungspunkte	6 ECTS
SWS	4 SWS
Lernziel:	Ziel ist es, Masterstudierende aller Fakultäten interdisziplinär zu vernetzen. Dabei werden mit Hilfe von innovativen Methoden gemeinsam Lösungen für soziale und/oder ökologische Probleme erarbeitet. Beispiele hierfür sind akute und globale Herausforderungen wie Biodiversitätsverlust, Klimawandel, umweltfreundliche Produktion/additive Fertigung, Ernährung und Smart Cities. Durch die Teilnahme am Kurs wird nachhaltiges, wirkungsorientiertes Handeln erlebbar gemacht und Lösungen für globale Probleme erarbeitet. Durch diesen Kurs erlernen Sie nicht nur eine Reihe von Methoden zur Bewältigung globaler Herausforderungen, sondern entwickeln auch ein tieferes Verständnis für diese, welches insbesondere auch durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit verstärkt wird.
Inhalte:	Sie erlernen vertiefte Kenntnisse im Bereich Impact Entrepreneurship (d. h. die Lösung sozialer und/oder ökologischer Probleme durch innovative Methoden). Darüber hinaus erfahren Sie, wie Sie eigene nachhaltige Lösungen für soziale und/oder ökologische Herausforderungen entwickeln. Neben der Vermittlung wissenschaftlich fundierter Inhalte zum Thema Impact Entrepreneurship, erlernen Sie in praxisorientierten Workshops die notwendigen Werkzeuge und deren Anwendung und werden zudem in einem interdisziplinären Team von Lehrenden persönlich beraten

	1. Kick-Off-Veranstaltung (Themen-/Problemvorstellung) 2. Interaktive Workshops (Entwicklung von Ideen/Lösungen, Geschäftsmodellen) 3. Eigenständige Weiterentwicklung des Projekts 4. Personal Coaching (individuelle Teamberatung) 5. Abschlusspräsentationen 6. Einreichung des Konzepts
Art der Prüfung	Studienarbeit / Referat und Präsentation
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht und interaktive Workshops; kombinierte Hybride Lehrveranstaltung (Angebote werden sowohl online als auch in Präsenz angeboten)
Hinweise	Kurs findet in einer Blockveranstaltung statt (zu speziellen Terminen). Die Termine müssen der Fakultät rechtzeitig vor Semesterbeginn genannt werden: Für das Wintersemester bis 30. Sept. - für das Sommersemester bis 28. Febr. Modul auf Englisch
Weiteres	Vor Beginn des offiziellen Prüfungszeitraums (während der Vorlesungszeit) (Abschlusspräsentation) und während des Prüfungszeitraums (Abgabe Studienarbeit). Dieses Modul ist Teil des Projektes U4Impact. Daher findet das Modul teilweise in Bayreuth statt. Weitere Informationen: https://www.sent.uni-bayreuth.de/de/Projekte/U4Impact/index.html

Hinweise auf Anerkennung von weiteren gründungsbezogenen Modulen

Folgende gründungsbezogene Module können für das Zertifikatsprogramm auf Anfrage anerkannt werden:

A01 Existenzgründung – Rechtliche und steuerliche Aspekte (BW-B)

A02 Unternehmensplanspiel (IN-B)

A03 Entrepreneurship und Businessplan (BBB) A04 Business Model Generation (IB-B)

A05 Existenzgründung und Businessplanung (Design-B)

A08 Patent-, Design- und Markenrecht

Alte Module, die noch angerechnet werden, jedoch nicht regulär als Vorlesungen in den Studiengängen stattfinden:

A09 Impact Entrepreneurship Ideas (AWPF U4Impact)

A10 Aktuelle Fragen des Strategischen Managements: Bewertung und Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle (BW-M)

A11 Entrepreneurship (BW-M)

A12 Social Entrepreneurship Cases (AWPF U4Impact)