

Zertifikat Entrepreneurship

Modulhandbuch

Wintersemester 2021/2022

Stand: 21.07.2021

Übersicht

BAUSTEIN 1: Einführung in Entrepreneurship.....	5
Modul E1: Virtuelle Unternehmensgründung.....	5
Modul E2: 5-Euro-Business Wettbewerb.....	8
Modul E3: Businessplan	11
Modul E4: Unternehmensgründung.....	12
Modul E5: Startup-Planspiel	14
BAUSTEIN 2: Vertiefung	16
Modul V1: Businessplanung für Startups	16
Modul V2: Lean Startup	18
Modul V3: Marketing for Startups	20
Modul V4: Social Entrepreneurship –Gemeinwohlorientierung und soziale Innovation in Unternehmen	22
Master-Studierende können zusätzlich folgende Veranstaltung belegen:	26
Modul V5: Innovationsfinanzierung und Venture Capital	26
Modul V6: Aktuelle Fragen des Strategischen Managements: Bewertung und Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle	29
Modul V7: Existenzgründungsberatung in der steuerlichen Beratungspraxis.....	32
Hinweise auf Anerkennung von weiteren gründungsbezogenen Fächern	35
AO1 Existenzgründung – Rechtliche und steuerliche Aspekte (BW-B)	35
AO2 Unternehmensplanspiel (IN-B).....	35
AO3 Entrepreneurship und Businessplan (BBB)	35
AO4 Business Model Generation (IB-B).....	35
AO5 Existenzgründung und Businessplanung (Design-B).....	35

Wichtige Adressen

Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm

Fakultät Betriebswirtschaft

Projekt OHM-Potentiale

Bahnhofstraße 87

90402 Nürnberg

Bezeichnung und Anschrift	Ansprechpartner/innen	Durchwahl 0911-5880-
Programmverantwortlicher: BL.131	Prof. Dr. Dirk Honold	- 2843
Betreuerinnen für das Zertifikatsprogramm BL. 238 BL.117	Thu Van Le Thi Sarah Grözinger	-2731 + MS-Teams
Prüfungskommission: BL.131 BB.115	Prof. Dr. Dirk Honold Prof. Dr.-Ing. Carsten Rudolph	- 2843 - 2867
Studierendenservice Keßlerplatz 12 Gebäude KJ (direktvor dem Studienbüro) auf dem		-4004

Campus 1		
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.

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:	<p>Qualifikationsziele des Moduls:</p> <p>In den Modulen des ersten Studienabschnitts setzen sich die Studierenden kritisch mit wirtschaftswissenschaftlichen Theorien auseinander und verbinden unterschiedliche Methoden des Fachgebiets.</p> <p>Die Studierenden können zentrale Aufgaben bei der Gründung und Führung eines Unternehmens beschreiben und einordnen: Sie können eine Marktanalyse vornehmen und relevante Kundensegmente identifizieren.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage eine Kosten- und Erlösschätzung für ein Geschäftsmodell durchzuführen und die</p>

	<p>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.</p> <p>Voraussetzungen: keine</p>
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Virtuelle Lernmodule zu Marktanalyse und Marktsegmentierung, Kosten- und Erlösplanung, Finanzierungsplanung, Mitarbeiterrekrutierung und einem Unternehmens-Webauftritt - Fallstudien zu den einzelnen Lernmodulen anhand einer vorgegebenen Branche - Diskussion der erzielten Ergebnisse und best-practice-Beispiele zu den einzelnen Lernmodulen im Plenum - Videodokumentation zu den erzielten Erkenntnissen
Internetlink:	
Literatur	<p>Empfohlene Literatur (Auszug)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	Seminaristischer Unterricht 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	2SWS
Arbeitsaufwand gesamt	90 Stunden
Lernziel:	<p>Qualifikationsziele des Moduls:</p> <p>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.</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.

	<ul style="list-style-type: none"> • die Geschäftsidee, unter realen Bedingungen, im Prozess von der Idee bis zum Markteintritt, auf Basis der erlernten Konzepte, weiterentwickeln. <p>Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung können Studierende selbständig Geschäftsideen überprüfen und deren Erfolgsaussichten bewerten, um daraus Optionen für die Unternehmensgründung zu generieren.</p>
Inhalte:	<p>Inhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
Internetlink:	
Literatur	<p>Literaturempfehlung (Auszug)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Russo/Gleich/Strascheg (2008): Von der Idee zum Markt
Art der Prüfung	<p>Studienarbeit, Referat</p> <p>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.</p>

	<p>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.</p>
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht, Übung
Weiteres	<p>Workload des Moduls in Zeitstunden (= 60 Minuten)</p> <p>Präsenzstunden 24 Std.</p> <p>Vorbereitung von Vorlesungen: Lesen von Fachliteratur und Fallstudien 8</p> <p>Nachbereitung von Vorlesungen: Nacharbeiten, Vervollständigen 8</p> <p>Gruppenarbeiten / Tutorials 25</p> <p>Präsentationsvorbereitung 15</p> <p>Prüfungsvorbereitung 10</p> <p>Gesamte Workload 90 Std.</p> <p>Mehr: Modulhandbuch BW_B SPO2016 oder AWPf Katalog: www.th-nuernberg.de/awpf</p>

Modul E3: Businessplan

Bezeichnung:	Businessplan
Dozent/en:	Dipl.-Kfm., Dr., Florian Roski, DBA, MBA, M-NLP
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Sommer- und Wintersemester
Leistungspunkte	2 ECTS
SWS	2SWS
Arbeitsaufwand gesamt	90 Stunden
Lernziel:	<p>Erfahre "Wie Unternehmer denken" und lerne für Dein Geschäftsvorhaben einen Businessplan zu erstellen!</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Basisfähigkeiten für erfolgreiches Unternehmertum vermittelt.</p>
Inhalte:	<p>Der Kurs wird u.a. praxisnah auf die Kernaspekte der Gründung und des Unternehmertums eingehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung des „entrepreneurial mindsets“ • Wie entwickle ich eine Geschäftsidee? • Wie kann ich sicherstellen, dass der Markt meine Idee annimmt? • Wie finanziere ich mich und mein Vorhaben? und • Was muss ich tun? (Kfm. Grundlagen und Anforderungen an den Gründer) <p>Studenten entwickeln und präsentieren angeleitet ihre Ideen. Die theoretische Umsetzung erfolgt auf Basis eines</p>

	<p>konzeptionellen Businessplans, dessen Schwerpunkt jedoch nicht in der Anfertigung von Prosaelementen, sondern in der praxisnahen Weiterentwicklung der eigenen Idee besteht.</p> <p>Kursbegleitend erstellen Gründer-Studenten Ihren eigenen Elevator Pitch und präsentieren diesen zusammen mit ihrer Geschäftsidee im Rahmen einer eigenen Smartphone Aufzeichnung.</p>
Literatur	Buch: Feuer Deinen Boss & Werde Unternehmer, Dr. Florian Roski (Studentisches Angebot im ersten Webinar).
Art der Prüfung	01: konzeptioneller Businessplan und 02: Video-PPP.
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht, Übung
Weiteres	Mehr: 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	Sommersemester
Leistungspunkte	3 ECTS
SWS	2SWS
Arbeitsaufwand gesamt	90 Stunden

Lernziel:	Kenntnis der maßgeblichen Faktoren für eine Unternehmensgründung, Evaluation einer Geschäftsidee, Erstellung eines praxistauglichen Businessplans
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none">• 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
Literatur	
Art der Prüfung	Studienarbeit
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Hinweise	kaufmännische Grundkenntnisse erforderlich
Weiteres	Mehr: AWPf Katalog: www.th-nuernberg.de/awpf

Modul E5: Startup-Planspiel

Bezeichnung:	Startup-Planspiel
Dozent/en:	Stefan Frank
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Sommer- und Wintersemester
Leistungspunkte	Wahlfach
SWS	2
Arbeitsaufwand gesamt	90 Stunden
Lernziel:	<p>Die Studierenden sind nach absolviertem Modul in der Lage relevante Marktinformationen aus vorbereiteten Quellen zu extrahieren und in Kenngrößen für ihren eigenen Businessplan umzumünzen.</p> <p>Sie verstehen die wichtigsten Zusammenhänge eines Geschäftsplans und lernen diesen in die Realität umzusetzen.</p> <p>Durch die aktive und eigenständige Planung der unternehmerischen Entscheidungen, wie bspw. Festlegung der Fertigungsmenge und Werbebudgets, wird die Steuerung und Führung eines jungen Unternehmens erlernt. Dabei ist die dynamische Reaktion auf Handlungen der Wettbewerber und andere äußere Einflüsse ein entscheidender Lernfaktor.</p> <p>Ergänzend kennen Studierende die grundsätzlichen Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung und bauen erste Kompetenzen für die Präsentation vor Kapitalgebern auf.</p>
Inhalte:	Mit Hilfe einer interaktiven computergestützten Simulationssoftware, durchlaufen Studierende Planungsperioden ihres (fiktiven) Startups. Die

	<p>Produktidee und die Marktbedingungen sind dabei grob vorgegeben.</p> <p>Studierende nehmen die Rolle der Gründer ein, erstellen einen Businessplan, präsentieren vor Investoren, steuern und führen vor allem ihr Startup.</p> <p>Dabei müssen typische unternehmerische Entscheidungen zu bspw. Fertigungsmenge, Fertigungsstandort, Produktpreis und Budgetverteilung, vor dem Hintergrund der eigenen Strategie und Planung, getroffen werden.</p> <p>Anschließend wird das Geschäftsjahr simuliert und der Markterfolg mit gängigen Kennzahlen, wie bspw. Gewinn, Absatzmenge, etc., für jeden Startup aufgezeigt.</p> <p>Der Markterfolg ist dabei abhängig von den getroffenen Entscheidungen aller Teams sowie weiteren externen Einflüssen am Markt. Die Zusammenhänge müssen anschließend analysiert werden, um für das nächste Planjahr die Weichen richtig zu stellen. Am Ende erfolgt eine Reflexion über die getroffenen Entscheidungen und Abweichungen zum ursprünglichen Plan.</p>
Literatur	
Art der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> - schriftliche Ausarbeitungen - Referat
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Hinweise	

BAUSTEIN 2: Vertiefung

Um das Zertifikatsprogramm zu absolvieren, muss mindestens ein Modul im Baustein 2 belegt werden.

Modul V1: Businessplanung für Startups

Bezeichnung:	Businessplanung für Startups
Dozent/en:	Herr Prof. Carsten Rudolph
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Winter- / Sommersemester
Leistungspunkte	2 ECTS
SWS	2SWS
Arbeitsaufwand gesamt	
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“.
Internetlink:	http://
Literatur:	<p>Anna Nagl: Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen, Springer Gabler, 9. Auflage 2018</p> <p>Alexander Osterwalder: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag, 2011</p> <p>BayStartUp GmbH, Handbuch zur Businessplan Erstellung, 8. Auflage 2014, zum Download unter https://www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe/handbuch-businessplan/.</p>
Art der Prüfung	schriftliche Prüfung (60 Min.)
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Weiteres	<p>Prädikat des LNW: Note</p> <p>Zeitraum des LNW: Prüfungszeitraum</p> <p>Veranstaltungsart: regelmäßige Veranstaltung</p> <p>Mehr: AWPf-Katalog: www.th-nuernberg.de/awpf</p>

Modul V2: Lean Startup

Bezeichnung:	Lean Startup
Dozent/en:	Prof. Dr. Korbinian Riedhammer
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Winter- /Sommersemester Einmalig NICHT im WiSe21/22
Leistungspunkte	5 ECTS (gilt für IN_B)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	150h (60h Präsenzzeit, 90h Eigenstudium)
Lernziel:	<p>Lernziel: 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.</p> <p>Schlüsselqualifikation: Problemanalyse, unternehmerisches Denken, agile Methoden</p>
Inhalte:	<p>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</p>

	<p>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:</p> <p>Lean Innovation und Design Thinking Lean Startup Business Model Canvas Customer Development Zielgerichtete Interviews: Gesprächsführung und -beobachtung Pitchen: Ideen erfolgreich präsentieren</p>
Internetlink:	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • 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 Semesterbegleitende Projektarbeit mit 12 wöchentlichen Milestones (je max. 10 Punkte) und abschließender Präsentation (max. 20 Punkte). Die Note wird aus der Gesamtpunktzahl (max. 140) bestimmt.
Art der Lehrveranstaltung	Semesterbegleitende Projektarbeit
Weiteres	Vorkenntnisse Keine

	Mehr: s. Modulhandbuch IN-B
--	-----------------------------

Modul V3: Marketing for Startups

Bezeichnung:	Marketing for Startups
Dozent/en:	Prof. Dr. Alexander Hahn
Kursniveau	Bachelor, Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)
Angebotsturnus	Wintersemester (English)
Leistungspunkte	3.5 ECTS (gilt für IB_B)
SWS	2SWS
Total Workload	90 hours
Learning Objectives and Competences	<p>Startups are growth drivers of the digital economy. More and more graduates are starting their careers in fast-growing young companies or founding them themselves.</p> <p>In startups, customer centricity and market-oriented business management are considered key success factors, from product development to market access to scaling the business model. These challenges are solved in startups through empirical, user-centered testing using the approaches of design thinking and lean startup. In this subject, students are empowered to make user-centered and data-driven marketing decisions for startups. They learn to deal with the speed of decision-making and growth orientation of these young organizations and transform risky ideas into viable and scalable business models.</p> <p>After successfully completing this module, the students shall demonstrate the following main learning objectives and competencies:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Explain the importance of customer-centricity and data-driven decision making ■ Design, execute and evaluate business hypothesis testing experiments including direct user interactions to test problem-solution, product-market fit and scaling decisions. ■ know, understand, apply, and adapt lean startup and rapid prototyping. ■ Find, evaluate, and assess contemporary tools for digital, analog and hybrid customer-centric testing projects and processes. <p>Understand and practice how to communicate data-driven decision-making across various types and levels of stakeholders.</p>
<p>Module contents:</p>	<p>The course covers the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Introduction to data-driven, customer-centric marketing for Startups ■ Foundations of Cyberpsychology and Human Computer Interaction ■ Applying customer-centric decision making - Rapid Digital Prototyping and User Testing <p>Marketing Objectives and KPIs</p>
<p>Internetlink:</p>	
<p>Literature (excerpt)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Blank, S. 2013. Why the Lean Start-Up Changes Everything, Harvard Business Review, 1–9. ■ Liedtka, J. 2018. Why Design Thinking Works, Harvard Business Review, 96(5), 72-79. ■ Zhang, V. 2018. Design for our primal nature, MEDIUM, https://uxplanet.org/design-for-our-primal-nature-55cdd2787b46 Plus latest and specific articles from journals, as announced in class
<p>Method of Examination and Grading Procedure</p>	<p>Seminar paper [50 % of total grade] and group presentation [50% of total grade]. Both assessments have to be passed successfully in the same semester.</p>

Teaching and Learning Method(s)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Class room lectures ■ Class room workshops ■ Own case work and presentations
Others	Prerequisites none More: s. Module catalogue IB-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	Wintersemester
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.

	<p>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 gemeinwohlorientierten 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.</p>
Inhalte:	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Innovative Idee und Kreativität <input type="checkbox"/> Unternehmergeist und Vertrauenswürdigkeit sowie <input type="checkbox"/> Gesellschaftliche Wirkung <p>hin analysiert und ausgerichtet. Dabei ist fortlaufend kritisch zu prüfen, ob die Geschäftsideen und -modelle stringent auf Nachhaltigkeit und die ursachenseitige Lösung</p>

	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Fachliche Voraussetzung: Nachhaltige Unternehmensführung wird empfohlen.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • 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

	<p>Innovationen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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:

Modul V5: Innovationsfinanzierung und Venture Capital

Bezeichnung:	Innovationsfinanzierung und Venture Capital
Dozent/en:	Prof. Dr. Dirk Honold
Kursniveau	Master
Angebotsturnus	Winter- / Sommersemester
Leistungspunkte	6 ECTS (gilt für BW-M)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand gesamt	180 Stunden
Lernziel:	<p>Fachkompetenz:</p> <p>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.</p>

	<p>Lern- / Methodenkompetenz:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Selbstkompetenz:</p> <p>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.</p> <p>Sozialkompetenz:</p> <p>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.</p>
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgestaltungsmöglichkeiten von Corporate Governance

	<p>und deren Wirkung auf den Kapitalmarkt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übersicht und Analyse der Kapitalarten unter Berücksichtigung von Wachstumsoptionen und Insolvenztatbeständen • 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 Investitions-wirtschaft des Bachelorstudiengangs Betriebswirtschaft der TH Nürnberg sind.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • 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.,

	<p>MIT Press, Cambridge.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	Ref
Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Weiteres	Sprache: WiSe: eng, SoSe: deu Mehr: s. Modulhandbuch BW-M

Modul V6: Aktuelle Fragen des Strategischen Managements: Bewertung und Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle

Bezeichnung:	Aktuelle Fragen des Strategischen Managements: Bewertung und Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle
Dozent/en:	Prof. Dr. Carsten Rudolph
Kursniveau	Master
Angebotsturnus	Wintersemester
Leistungspunkte	5 ECTS (gilt für BW-M)
SWS	4 SWS

Arbeitsaufwand gesamt	180 Stunden
Lernziel:	<p>Fachkompetenz: Die Studierenden analysieren, bewerten und entwickeln innovative Geschäftsmodelle im Rahmen von durch den Dozenten begleiteten Übungen und Referaten. Sie analysieren die aktuelle Situation realer Startup Projekte und entwickeln Optionen zur weiteren Entwicklung der Geschäftsmodelle.</p> <p>Lern- / Methodenkompetenz: Die Studierenden verstehen aktuelle theoretische Konzepte und unternehmenspraktische Vorgehensweisen auf dem Gebiet innovativer Geschäftsmodelle und können diese analysieren und auf reale und aktuelle Startup Fragestellungen anwenden. Durch Übungen in Form von Gruppenarbeiten und / oder Projekten können sie selbstständig typische Fragestellungen und Probleme der strategischen Planung und Führung von Unternehmen analysieren und Lösungswege für die Anforderungen der Praxis entwickeln.</p> <p>Selbstkompetenz: Studierende setzen sich selbst Arbeits- und Verhaltensziele und können Ihre Stärken und Schwächen im Hinblick auf strategisches Management reflektieren.</p> <p>Sozialkompetenz: In Übungen arbeiten Studierende kooperativ und verantwortlich zusammen und können das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern. Sie können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten.</p>
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung innovativer Geschäftsmodelle (insbesondere in

	<p>Abweichung der klassischen Wertschöpfungsketten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstständige Analyse und Präsentation der Geschäftsmodelle ausgewählter innovativer Unternehmen einschließlich einer Bewertung der wirtschaftlichen Erfolge und Zukunftsperspektiven • Betrachtung der Besonderheiten von Venture Capital finanzierten Unternehmen mit langen Verlustphasen und Analyse der wirtschaftlichen Entwicklung • Analyse realer (vorzugsweise regionaler) Startup Projekte und der aktuellen Planung der Geschäftsmodelle • Planung und Entwicklung von Geschäftsmodelloptionen für die ausgewählten Startup Projekte • Gemeinsame Bewertung der entwickelten Geschäftsmodelloptionen
Literatur (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Eric Ries: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Crown Business, New York, NY 2011 • Tobias Kollmann, E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler, 2019 • BayStartUp GmbH: Handbuch zur Businessplan Erstellung, 8. Auflage 2014, zum Download unter https://www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe/handbuch-businessplan/.
Art der Prüfung	Präsentationen

Art der Lehrveranstaltung	Seminaristischer Unterricht
Weiteres	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:	<p>Fachkompetenz:</p> <p>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.</p> <p>Lern-bzw. Methodenkompetenz:</p> <p>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.</p>

	<p>Selbstkompetenz:</p> <p>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.</p> <p>Sozialkompetenz:</p> <p>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</p>
Inhalte:	<p>Mithilfe von anwendungsorientierter und berufsbezogener EDV-Software (DATEV-Programme) werden folgende den steuerberatenden Beruf betreffende (Praxis-)Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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.)
Internetlink:	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • 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	Seminararbeit70%und Präsentation30%
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

Hinweise auf Anerkennung von weiteren gründungsbezogenen Fächern

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

AO1 Existenzgründung – Rechtliche und steuerliche Aspekte (BW-B)

AO2 Unternehmensplanspiel (IN-B)

AO3 Entrepreneurship und Businessplan (BBB)

AO4 Business Model Generation (IB-B)

AO5 Existenzgründung und Businessplanung (Design-B)