



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Lerneinheiten, die während der ENTREHUBS Value Co-Creation Hubs erstellt wurden in der Türkei

Zuständiger Partner:

BOSEV



Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Karlshochschule
International University



STİMMÜLİ
for social change

Inhaltsverzeichnis

Vorlesungsplan 1: Einführung in das Unternehmertum	3
Vorlesungsplan 2: Nutzung des EntreCompe-Frameworks.....	5
Vorlesungsplan 3: Entrepreneurship und Projektmanagement	7
Vorlesungsplan 4: Entrepreneurship im Informationszeitalter.....	10
Vorlesungsplan 5: Green Entrepreneurship.....	12
Vorlesungsplan 6: Innovations- und Entrepreneurship-Management	15
Vorlesungsplan 7: IT-Innovation und Entrepreneurship	17
Vorlesungsplan 8: Social Entrepreneurship	19
Vorlesungsplan 9: Soziologie des Unternehmertums	21
Vorlesungsplan 10: Tourism Entrepreneurship.....	24



ENTREHUBS

Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Vorlesungsplan 1: Einführung in das Unternehmertum

Name / Titel	Einführung in das Unternehmertum
Kurzbeschreibung	Ziel dieses Kurses ist es, die Studierenden über die grundlegenden Fragen des Unternehmertums zu informieren. Wer ist ein Unternehmer, was sind die grundlegenden Motivationen des Unternehmers, was braucht es, um ein guter und effektiver Unternehmer zu sein, die Zukunft des Unternehmertums soll den Studenten vermittelt werden.
Zeitfenster / Dauer	3h
Modus	(x) vor Ort () Hybride () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Flipchart-Marker, Post-its
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Arten von Tests zur unternehmerischen Initiative Selbsteinschätzung des unternehmerischen Potenzials Unterstützung von Unternehmerinnen
Quellen / Links	https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/entrepreneurial-potential-self-assessment https://www.humanmetrics.com/entrepreneur https://kagider.org/en https://en.kosgeb.gov.tr/
Literatur	Assist.Assoc.Dr.Orhan KÜÇÜK (2010), Unternehmertum und Management von Kleinunternehmen, Seçkin Publishing, Ankara Assoc.Prof.Dr.Gülçimen YURTSEVER - Assoc.Prof.Dr.Caner ATIŞ - Av. Şaziye YURTSEVER (2008), Unternehmertum
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium () Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	-
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> Um festzustellen, ob es notwendige Merkmale des Unternehmertums gibt,



ENTREHU

	<ul style="list-style-type: none"> • Erlernen der Rechtsvorschriften in Bezug auf Unternehmensformen und Gründungsverfahren im Bereich des Unternehmertums • Analyse von Erfolgsstrategien im Unternehmertum • In der Lage zu sein, die Probleme von Frauen im Unternehmertum zu analysieren • Einrichten des neuen Arbeitsteams
Inhalt	<p>Definition, Bedeutung und Entstehung von unternehmerischer Initiative</p> <p>Erfolgreiche Unternehmer und ihre Eigenschaften</p> <p>KMU und ihre Betriebsstrukturen</p> <p>Prüfung der für die Organisation erforderlichen Rechtsvorschriften.</p> <p>Im Rahmen des Kurses werden die Gefahren auf dem Weg zum Erfolg, die Gründe, die zu Scheitern und Konkurs führen, sowie die Frage, was getan werden muss, um den Erfolg zu sichern, analysiert.</p>
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Fallstudie, Einzelstudie
Ansatz(e) für EE	<input checked="" type="checkbox"/> Lehre über Entrepreneurship <input type="checkbox"/> Lehre für Entrepreneurship <input type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	<input checked="" type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	KOSGEB - Organisation für die Entwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen Der Unternehmerinnenverband der Türkiye (KAGIDER)
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	3 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium (1h) & "externe" Tätigkeiten
Bewertung	<i>Schriftliche Prüfungen</i>
Besonderer Fokus	<input type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input checked="" type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen



ENTREHU

	<input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft
--	--

Vorlesungsplan 2: Nutzung des EntreCompe-Frameworks

Name / Titel	Verwendung des EntreComp-Frameworks
Kurzbeschreibung	Das EntreComp-Rahmenwerk dient als gemeinsames Referenzinstrument für Pädagogen, politische Entscheidungsträger und andere Interessengruppen bei der Konzeption und Bewertung von Bildungs- und Ausbildungsprogrammen für unternehmerische Initiativen. Es bietet eine ganzheitliche Sicht auf Unternehmertum als eine Reihe von Kompetenzen, die in verschiedenen Kontexten entwickelt und angewendet werden können, einschließlich der Schaffung von Arbeitsplätzen, sozialer Innovation und Organisationsentwicklung.
Zeitfenster / Dauer	5h
Modus	<input checked="" type="checkbox"/> vor Ort <input type="checkbox"/> Hybride <input checked="" type="checkbox"/> Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	<p>Vor Ort: Flipchart, ausgedrucktes Entrecomp Rahmendiagramm, Flipchart-Marker, Post-its</p> <p>Remote: Online-Konferenzsoftware , Entrecomp Framework vollständige PDF-Version , interaktive Präsentationstools</p>
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<p>Entrecomp-Rahmen</p> <p>Leitfaden für Entrecomp in Aktion</p>



ENTREHU

Quellen / Links	https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JR_C101581 https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4542fd58-20f3-11e8-ac73-01aa75ed71a1/language-en/#_publicationDetails_PublicationDetailsPortlet_pa
Literatur	-
Zielgruppe	<input checked="" type="checkbox"/> Studenten im Grundstudium <input checked="" type="checkbox"/> Doktoranden <input type="checkbox"/> Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	-
Lernziele	Die Struktur des Entrecomp Frameworks verstehen Kenntnis des Verwendungszwecks von Entrecomp Framework Verständnis der Struktur und Klassifizierung von Entrecomp Framework Die Kompetenzen des Entrecomp Frameworks verstehen Beschreibung der Entstehung und der Teile des EntreComp-Rahmenwerks Analysieren, wie das Framework verwendet werden kann.
Inhalt	<i>15 Schlüsselkompetenzen in den 3 Hauptbereichen des Entrecomp-Rahmens</i>
Lehr- und Lernmethoden	Vorträge , Fallstudien , Gruppenaktivitäten
Ansatz(e) für EE	<input checked="" type="checkbox"/> Lehre über Entrepreneurship <input type="checkbox"/> Lehre für Entrepreneurship <input type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	<input type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	KOSGEB - Entwicklungsorganisation für kleine und mittlere Unternehmen. Handelskammern
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	<i>5 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (3h), Selbststudium, (1h) & "externe" Aktivitäten (1h)</i>
Bewertung	<i>Schriftliche Prüfungen</i>



ENTREHU

Besonderer Fokus

- Multidisziplinärer Ansatz
- Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit
- Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen
- Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen
- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze
- Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfungsansatz
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL)
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 3: Entrepreneurship und Projektmanagement

Name / Titel	Unternehmertum und Projektmanagement
Kurzbeschreibung	<p>UNTERNEHMERTUM Ziel ist es, unternehmerische Kenntnisse und Eigenschaften zu verbessern, um den Einzelnen mit den notwendigen Fähigkeiten auszustatten, um sein eigenes Unternehmen zu gründen.</p> <p>PROJEKTMANAGEMENT Erwerb von technischen Kenntnissen und Fähigkeiten im Zusammenhang mit dem Projektmanagement. Ziel ist es, theoretisches und praktisches Wissen zu vermitteln, um die Phasen der Projektvorbereitung und der Projektmanagementprozesse zu bewerten.</p>
Zeitfenster / Dauer	4h
Modus	<input checked="" type="checkbox"/> vor Ort



ENTREHU

	x) Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart , Flipchartmarker , Computer , Internetanschluss Remote: Online-Konferenzsoftware, interaktive Präsentationstools,
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Projektstrukturplan (PSP) Kanban-Boards Risiko-Matrix Basislager
Quellen / Links	https://monday.com/ https://basecamp.com/ https://www.projectmanager.com/blog/project-management-techniques-for-every-pm
Literatur	"Grundsätze für die Umsetzung des KMU-Projektunterstützungsprogramms" "Leitfaden zur Bewertung des KOSGEB-Businessplans"
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Grundlegendes unternehmerisches Wissen Grundlegendes Wissen im Projektmanagement
Lernziele	UNTERNEHMERTUM <i>1. Reflektiert über eigene unternehmerische Merkmale auf der Grundlage unternehmerischer Merkmale. Vergleicht die Tätigkeiten, die in den verschiedenen Arten des Unternehmertums beschrieben werden.</i> <i>2. Entwickelt eigene unternehmerische Eigenschaften, indem es die unternehmerischen Eigenschaften in erfolgreichen unternehmerischen Geschichten bewertet.</i> <i>3. Vergleicht die Möglichkeiten in den einschlägigen Sektoren, indem er sich über die Hindernisse und Anreize für das Unternehmertum informiert.</i> <i>4. Strukturiert den Karriereplan als Unternehmer auf der Grundlage erfolgreicher unternehmerischer Beispiele. Gibt Empfehlungen, indem Hindernisse und Anreize für die Entwicklung des Unternehmertums bewertet werden.</i> PROJEKTMANAGEMENT <i>1. Erwirbt technisches Wissen und soziale Kompetenzen im Bereich des Projektmanagements.</i>



ENTREHU

	<p>2. <i>Erwirbt theoretische und praktische Kenntnisse in der Bewertung der Phasen der Projektvorbereitung und der Projektmanagementprozesse.</i></p> <p>3. <i>Versteht die Qualitäten eines Projektmanagers.</i></p>
Inhalt	<p>Projekt => Projektkonzept, Projektarten, Projekterfolg, Programm und Portfolio, Projektmanagementprozesse, Kompetenzen des Projektpersonals, Rahmenkompetenzen, Fachkompetenzen: Integration, Stakeholder, Umfang, Ressource, Zeit, Kosten, Risiko, Qualität, Beschaffung, Kommunikation und persönliche Kompetenzen.</p> <p>Entrepreneurship=> Entrepreneurship-Konzept, Merkmale, Bedeutung und Klassifizierung, Entrepreneurship-Prozess und Interaktion mit der Umwelt, Unternehmer und ihre Merkmale, Gründungs-/Unternehmensgründungsprozess</p>
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung Präsentation Diskussion Frage-Antwort Übung und Praxis Projektbasiertes Lernen Gruppenarbeit
Ansatz(e) für EE	<p>(x) Lehre über Entrepreneurship () Lehre für Entrepreneurship (x) Lehre durch unternehmerische Initiative</p>
Aktivitäten zur Wertschöpfung	<p>() Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung (x) Sonstiges: Projektmanagement</p>
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	<ul style="list-style-type: none"> ● Kunden und Anwender ● Investoren und Finanzierungsquellen
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	6 Stunden Gesamtarbeitsaufwand, aufgeteilt in die Vorlesung (2h), Selbststudium (3h) und "externe" Aktivitäten (1h)
Bewertung	<i>Projektvorstellung, Peer-Assessment, Selbsteinschätzung</i>
Besonderer Fokus	<p>(x) Multidisziplinärer Ansatz (x) Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften (x) Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze</p>



ENTREHU

	<input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft
--	--

Vorlesungsplan 4: Entrepreneurship im Informationszeitalter

Name / Titel	Unternehmertum im Informationszeitalter
Kurzbeschreibung	Vermittlung der konzeptionellen Grundlagen des Unternehmertums, der unternehmerischen Funktionen, des Franchisings, der Unternehmensübergabe und der Vermittlung unternehmerischer Prinzipien auf der Grundlage der Grundlagen des Businessplans und der Sicherstellung ihrer Anwendung im Informationszeitalter.
Zeitfenster / Dauer	6h
Modus	<input type="checkbox"/> vor Ort <input checked="" type="checkbox"/> Hybridtechnik <input type="checkbox"/> ferngesteuert



ENTREHU

(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, ausgedruckte DIN A0 Business Model Canvas Vorlagen, ausgedruckte DIN A0 Ecogood Business Canvas Vorlagen (EBC), Flipchart-Marker, Post-its Remote: Online-Konferenzsoftware, interaktive Präsentationstools (Prezi, Genial.ly, Canva)
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> ● ● Projektmanagement-Software ● ● Tools zur Geschäftsautomatisierung ● ● Cloud-basierte Speicher- und Kollaborationsplattformen ● ● Tools zur Marketing-Automatisierung ● ● E-Commerce-Plattformen
Quellen / Links	https://basecamp.com/ https://albato.com/ https://workspace.google.com/
Literatur	Awakening the Entrepreneur Within (2008) , Int. Tayfur Keskin, Sistem Publishing, Istanbul. Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular ("Unternehmertum: Grundkonzepte und einige aktuelle Fragen"), Semra Güney, Siyasal Kitabevi.
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium () Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Kenntnisse über grundlegende Konzepte des Unternehmertums.
Lernziele	Definition von Konzepten im Zusammenhang mit unternehmerischem Denken Erklären, wie man ein Unternehmen gründet und einen Businessplan erstellt Implementierung von Marketing- und Finanzierungspraktiken in kleinen und mittleren Unternehmen Definition von unternehmerischen Prozessen, insbesondere im Informations- und Technologiesektor Kenntnis der staatlichen Unterstützung für die Informationstechnologiebranche.
Inhalt	Grundlegende unternehmerische und wirtschaftliche Konzepte Der Prozess der Gründung eines neuen Unternehmens Internationales Unternehmertum Unterstützung und Praktiken für die IT-Branche Umsetzung eines Businessplans im Bereich Entrepreneurship
Lehr- und Lernmethoden	Aktive Teilnahme und Diskussion, Geschäftsbesuche und Gastredner
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum



ENTREHU

	() Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	<ul style="list-style-type: none"> • Technologie- und Innovationszentren • Branchen- und Branchenführer
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	[Gesamtarbeitsaufwand (3h), Aufteilung in der Vorlesung, Selbststudium (2h) & "externe" Aktivitäten (1h)]
Bewertung	Schriftliche Prüfungen, Präsentationen
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 5: Green Entrepreneurship

Name / Titel	Grünes Unternehmertum
Kurzbeschreibung	Die Vorlesung Green Entrepreneurship gibt einen Überblick über das Konzept des Unternehmertums mit besonderem Fokus auf ökologische Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. Es wird untersucht, wie



ENTREHU

	Unternehmer Unternehmen gründen können, die nicht nur Gewinne generieren, sondern auch einen positiven Einfluss auf den Planeten und die Gesellschaft haben.
Zeitfenster / Dauer	4h
Modus	(x) vor Ort () Hybride Mischung () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Flipchart-Marker, Post-its
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	B Corp Bewertung Globaler Pakt der Vereinten Nationen Werkzeuge für die Kreislaufwirtschaft Marktplätze für erneuerbare Energien
Quellen / Links	https://sdgs.un.org/goals
Literatur	-
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Grundlegendes unternehmerisches Wissen. Basiswissen über die Ziele für nachhaltige Entwicklung. Basiswissen zur Agenda 2030.
Lernziele	Nachhaltige Entwicklung verstehen Identifizierung von Nachhaltigkeitsherausforderungen Integration von Nachhaltigkeitsprinzipien Prinzipien der Kreislaufwirtschaft Nachhaltiges Lieferkettenmanagement
Inhalt	Umweltwissen und -bewusstsein Umweltrisiken und -chancen Grüne Finanzierungen und Geschäftsmodelle Grüne Produkt- und Dienstleistungsentwicklung Grüne Geschäftsmodelle und Technologien
Lehr- und Lernmethoden	Vorträge Fallstudien Gruppen-Workshop Reflexion und Selbsteinschätzung
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen



ENTREHU

	<input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Aktivisten, NGOs, akademische Einrichtungen und Forschungszentren, Angel-Investoren, Zuschuss- und Fördermittelgeber.
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	<i>4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand, Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium (1h) & "externe" Aktivitäten (1h)</i>
Bewertung	<i>Schriftliche Prüfung, Präsentation</i>
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input checked="" type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input checked="" type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input checked="" type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenarbeit/Verbindung mit dem Unternehmenssektor



ENTREHUBS

Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Vorlesungsplan 6: Innovations- und Entrepreneurship-Management

Name / Titel	Innovations- und Entrepreneurship-Management
Kurzbeschreibung	Der Inhalt konzentriert sich auf die Bereitstellung grundlegender Informationen über Unternehmertum und Innovation und zielt darauf ab, Einzelpersonen dabei zu helfen, Einblicke in die aktuelle Position und Bedeutung dieser Konzepte auf dem heutigen Geschäftsmarkt zu gewinnen.
Zeitfenster / Dauer	5h
Modus	() vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Remote: Online-Konferenzsoftware, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), Interaktive Präsentationstools
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Geschäftsmodell-Leinwand
Quellen / Links	BMC: https://canvanizer.com/new/business-model-canvas https://ideabuddy.com/
Literatur	İnovasyon ve Girişimcilik Yönetimi, Prof. Dr. Kahraman ÇATI ,Nobel Akademik Yayıncılık ,2021
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium () Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Kenntnisse über die grundlegenden Konzepte des Unternehmertums zu haben.
Lernziele	1. İnovasyon kavramı hakkında bilgi sahibi olma 2. İnovasyon çeşitlerini tanıma 3. Dünyadan ve Türkiye'den yenilikçi ürün ve hizmet örneklerini araştırma 4. Girişimci olmak üzere iş fikri geliştirme yöntemlerini anlamak, 5. Girişimcilerin özelliklerini öğrenme 6. Girişimcilere sağlanan güncel teşvik ve destekleri öğrenme
Inhalt	Unternehmer- und Entrepreneurship-Konzepte Die Bedeutung von Unternehmertum, Entwicklung, Funktionen

Karlshochschule
International University



STİMMÜLİ
for social change



ENTREHU

	Kreativität und Innovation im unternehmerischen Denken Grundkonzepte, Arten und Beispiele von Innovation F&E-Arbeit
Lehr- und Lernmethoden	Projektbasiertes Lernen Design-Thinking-Ansatz Innovation, Simulationen und Spiele
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Inkubationszentren Technopolen
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	<i>Gesamtarbeitsaufwand (3h), Aufteilung in der Vorlesung, Selbststudium (1h) & "externe" Aktivitäten (1h)</i>
Bewertung	<i>Online-Selbsteinschätzungstests</i>
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften (x) Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Vorlesungsplan 7: IT-Innovation und Entrepreneurship

Name / Titel	IT-Innovation und Unternehmertum
Kurzbeschreibung	Ziel des Kurses ist es, den Studierenden grundlegende Kenntnisse über Innovation und Unternehmertum in der Informationstechnologie zu vermitteln. Der Kurs umfasst die Gründung von Technologieunternehmen in der Informationstechnologie, das Schreiben eines Geschäftsplans, das Management von Innovationen zur Aufrechterhaltung des Wachstums und Tipps.
Zeitfenster / Dauer	3h
Modus	(X) vor Ort () Hybride () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Computer, Business Model Canvas
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Geschäftsmodell-Leinwand
Quellen / Links	BMC: https://canvanizer.com/new/business-model-canvas
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Innovation und Unternehmertum, Drucker P. F., HarperBusiness, 2006. • Die Quellen der Innovation, von Hippel E., Oxford University Press, 1994. • Management von Forschung, Entwicklung und Innovation: Umgang mit dem Unüberschaubaren (3. Aufl.), Jain R., Triandis H. C., Weick C.W., Wiley, 2010.
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium () Doktoranden



ENTREHU

	() Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeines Verständnis von Informationstechnologien und unternehmerischem Denken.
Lernziele	Wissen über Innovation und Innovationsprozess zum Ausdruck bringen In der Lage zu sein, die Quellen und Ergebnisse des Innovationsprozesses zu diskutieren Erläuterung der Rolle des Unternehmertums bei der Innovation Verfassen eines vollständigen Businessplans Wissen, wie man ein neues technisches Unternehmen in der Informationstechnologie gründet Sich der Bedeutung des Innovationsmanagements und der Rechte an geistigem Eigentum bewusst zu sein
Inhalt	<i>Einführung in das Unternehmertum, Identifizierung von Chancen und Generierung von Ideen, Machbarkeitsanalyse, Entwicklung eines effektiven Geschäftsmodells, Branchen- und Wettbewerbsanalysen, Erstellung eines Geschäftsplans, Vorbereitung geeigneter ethischer und rechtlicher Grundlagen, Bewertung der Finanzkraft und Rentabilität des neuen Unternehmens</i>
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung , Projektbasiertes Lernen , Erfahrungsorientiertes Lernen
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant (x) Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Der Rat für wissenschaftliche und technologische Forschung der Türkei (TÜBİTAK), Berater
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	5 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium (2h) & "externe" Aktivitäten (1h)
Bewertung	Projekte (%40) , schriftliche Prüfung(%30) , Präsentation (%30)
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz



ENTREHU

	<input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input checked="" type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft
--	---

Vorlesungsplan 8: Social Entrepreneurship

Name / Titel	Soziales Unternehmertum
Kurzbeschreibung	<p>Der Kurs zielt darauf ab, verschiedene Perspektiven auf Ansätze, Kultur und Bereiche des Social Entrepreneurship zu entwickeln.</p> <p>Die Antworten darauf, wie Sozialunternehmen oder Non-Profit-Organisationen gegründet, betrieben und entwickelt werden, um soziale Probleme zu lösen oder einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft zu haben, sind die Hauptthemen.</p>
Zeitfenster / Dauer	5h
Modus	<input type="checkbox"/> vor Ort <input checked="" type="checkbox"/> Hybridtechnik <input type="checkbox"/> ferngesteuert



ENTREHU

(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Flipchart-Marker, Post-its Remote: Online-Konferenzsoftware, interaktive Präsentationstools
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	AshokaGlobal Social Benefit Institute (GSBI)Allianz für Sozialunternehmen (SEA)
Quellen / Links	https://www.ashoka.org/en-nrd https://www.f6s.com/gsbi https://socialenterprise.us/
Literatur	"Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know" von David Bornstein und Susan Davis, 2010, "The Social Entrepreneur's Playbook: Pressure Test, Plan, Launch and Scale Your Social Enterprise" von Ian C. MacMillan und James D. Thompson
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Grundkenntnisse der Gesellschaftssoziologie
Lernziele	Verständnis des Konzepts des sozialen Unternehmertums und seiner besonderen Merkmale im Vergleich zum traditionellen UnternehmertumErkundung erfolgreicher Beispiele für Sozialunternehmen und ihres Einflusses auf die Bewältigung sozialer und ökologischer ProblemeVerständnis der Bedeutung von Stakeholder- Engagement, Partnerschaften und ZusammenarbeitLernen über verschiedene Modelle des sozialen Unternehmertums, einschließlich gemeinnütziger Organisationen, hybrider Unternehmen und gewinnorientierter Einrichtungen mit einer sozialen Mission.
Inhalt	Einführung in Social Entrepreneurship Arten von Sozialunternehmen Fallstudien und Beispiele Innovation und Kreativität im sozialen Unternehmertum Identifizierung sozialer Probleme und Stakeholder- Analyse
Lehr- und Lernmethoden	Interaktive VorträgeFallstudien und SimulationenGruppenprojekte und Präsentationen Debatten und kritische Reflexion
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum



ENTREHU

	(x) Lehre durch Unternehmertum
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Akademische Einrichtungen und Forschungszentren, NGOs, Sozialinvestitionsfonds, Förderprogramme, Crowdfunding-Plattformen, Social Impact Investments
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	5 Stunden Gesamtarbeitsaufwand, Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium (2h) & "externe" Aktivitäten (1h)
Bewertung	<i>Online-Tools zur Selbsteinschätzung</i>
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz x) Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften (x) Eine Perspektive des lebenslangen Lernens () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Venture-Creation-Ansatz (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 9: Soziologie des Unternehmertums

Name / Titel	Soziologie des Unternehmertums
Kurzbeschreibung	"Ziel dieses Kurses ist es, den Studierenden Kenntnisse über die Soziologie des Unternehmertums zu vermitteln. Ziel ist es, eine



ENTREHU

	vergleichende Analyse der türkischen und westlichen unternehmerischen Denkweisen durchzuführen."
Zeitfenster / Dauer	5h
Modus	(x) vor Ort () Hybride () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Flipchart-Marker, Post-its
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Soziale Netzwerke und Beziehungen • Mentoring und Beratung • Bildungs- und Förderprogramme für unternehmerisches Denken • Investoren und Finanzierungsquellen • Staatliche Richtlinien und Vorschriften • Zusammenarbeit zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor
Quellen / Links	https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266242607076524 https://www.researchgate.net/profile/Howard-Aldrich/publication/291165757_Entrepreneurship_Through_Social_Networks/links/569ea49a08ae2c638eb584d0/Entrepreneurship-Through-Social-Networks.pdf
Literatur	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Politische Gedanken und Verwaltungen", Prof. Dr. Ayferi Göze, Beta Publications, 2013 2. Die kulturellen Grundlagen der Industrialisierung, John U. Nef, MEB, 1970.
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzung en / Vorkenntnisse	Unternehmerisches Grundwissen
Lernziele	<ol style="list-style-type: none"> 1. Theoretische Ansätze zu Entrepreneurship und entrepreneurship-bezogene Theorien 2. Klassifizierung des Unternehmertums auf der Grundlage der Denkweise 3. Durchführung einer vergleichenden Analyse der türkischen und westlichen unternehmerischen Denkweisen 4. Erklärung der Soziologie des Unternehmertums 5. Beschreibung des Zusammenhangs zwischen Unternehmertum und Mindset



ENTREHU

Inhalt	Verstehen, Analysieren und Fördern des kritischen Denkens darüber, wie Unternehmer in sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontexten agieren sollten.
Lehr- und Lernmethoden	<i>Vortrag, Fallstudien und Analysen, Feldforschung, Bibliotheks- und Online-Ressourcen</i>
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrepreneurure ● Anleger ● Regierung und öffentliche Einrichtungen ● Industrie- und Handelskammern ● Bildungseinrichtungen und Forschungszentren ● Nichtregierungsorganisationen
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	<i>4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand, Aufteilung in der Vorlesung (1h), Selbststudium (2h) & "externe" Aktivitäten (1h)</i>
Bewertung	<i>Schriftliche Prüfungen, Präsentationen</i>
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz (x) Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Vorlesungsplan 10: Tourism Entrepreneurship

Name / Titel	Tourismus Unternehmertum
Kurzbeschreibung	In diesem Kurs lernen die Studierenden die Grundlagen von Entrepreneurship-Konzepten und die Eckpunkte unternehmerischer Aktivitäten im Tourismussektor kennen.
Zeitfenster / Dauer	3h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart , Flipchart-Marker, Post-its , Hardware für die Präsentation , IT-Geräte Remote: Software für Online-Konferenzen
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Ziele für nachhaltige Entwicklung Small Business Administration (SBA) Businessplan-Vorlage für Lean Startup Plan Rebecca
Quellen / Links	https://tourism4sdgs.org/wp-content/uploads/2018/07/T4SDGsRecommendations_Companies.pdf https://www.unwto.org/resources-un-tourism https://www.liveplan.com/ https://www.sba.gov/document/support-rebeccas-business-plan-template-traditional
Literatur	Quelle: Turzim Girişimciliği (Tourism Entrepreneurship), Dr. Ülker Çolakoğlu, Dr. Ülker Can, 2023 Detay Rezension.
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium () Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	-
Lernziele	Grundlegende Konzepte im Zusammenhang mit dem Prozess und dem Management von Unternehmertum Die Bestandteile eines erfolgreichen Businessplans kennen Analyse der Hindernisse für Tourismusinitiativen Bewertung der Entwicklungen im Zusammenhang mit Tourismusinitiativen
Inhalt	Dieser Kurs behandelt Themen wie Unternehmertum und seine Arten, Beispiele für Unternehmertum, Tourismusunternehmertum, grundlegende Schritte bei der Gründung eines Unternehmens und das Verfassen eines Geschäftsplans.



ENTREHU

Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung , Erfahrungslernen , Gruppenarbeit
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship () Lehre für Entrepreneurship (x) Lehre durch Unternehmertum
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder- /Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Türkischer Verband der Tourismusinvestoren (TTYD)
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand, Aufteilung in der Vorlesung (1h), Selbststudium (2h) & "externe" Aktivitäten (1h)
Bewertung	Schriftliche Prüfungen
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz x) Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694

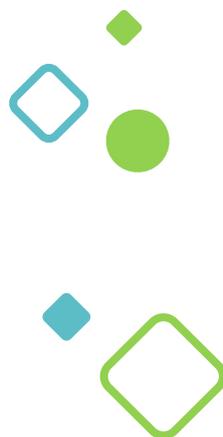


Co-funded by
the European Union

Karlshochschule
International University



STİMMÜLİ
for social change





Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Lerneinheiten, die während der ENTREHUBS Value Co-Creation Hubs erstellt wurden in Deutschland

Zuständiger Partner:

KARLS Universität

Gefördert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch nur die des Autors/der Verfasser und spiegeln nicht unbedingt die Ansichten und Meinungen der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Karlshochschule
International University



STÍMÚLI
for social change

Inhaltsverzeichnis

Vorlesungsplan 1: Kunst, Kultur und Unternehmertum – Über Grenzen hinaus.....	3
Vorlesungsplan 2: Critical Entrepreneurship Studies	6
Vorlesungsplan 3: Von der Neoklassik zur Gemeinwohl-Ökonomie – wie Geschäftsmodelle anders entwickelt werden können.....	9
Vorlesungsplan 4: Internationale Beziehungen und Entrepreneurship.....	11
Vorlesungsplan 5: Umgang mit Unsicherheit, Ambiguität und Risiko	14
Vorlesungsplan 6: Unternehmerisches Storytelling durch Podcasting	17
Vorlesungsplan 7: Ethik und Entrepreneurship	20
Vorlesungsplan 8: Guerilla Marketing für sozialen Wandel.....	24
Vorlesungsplan 9: Interkulturelle Kompetenzen und Entrepreneurship.....	26
Vorlesungsplan 10: Andere mobilisieren	29



ENTREHUBS

Vorlesungsplan 1: Kunst, Kultur und Unternehmertum – Über Grenzen hinaus

Name / Titel	Kunst, Kultur und Unternehmertum - Über Grenzen hinweg
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs erforscht den Zusammenhang zwischen Kunst, Kultur und Unternehmertum. Es wird kritisch untersucht, wie die Kreativwirtschaft als Katalysatoren für wirtschaftliche Innovation und gesellschaftlichen Wandel wirkt, indem kulturelles Unternehmertum, der Einfluss von Kunst auf soziale Innovation und der Einfluss der Kulturpolitik auf unternehmerische Ökosysteme integriert werden.
Zeitfenster / Dauer	3-4 Stunden
Modus	() vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Remote: MS Teams oder Zoom mit Break-out-Sessions, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), PowerPoint
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Fortgeschrittene Fallstudien aus der Kreativwirtschaft, Augmented-Reality-Touren durch kulturelles Unternehmertum, kuratierte Interviews mit führenden Persönlichkeiten aus Kunst und Wirtschaft
Quellen / Links	Zugang zu wissenschaftlichen Fachzeitschriften, Brancheneinblicken und innovativen Multimedia-Ressourcen von Kulturinstitutionen und Think Tanks
Literatur	<p>- Lingo, Elizabeth L. und Tepper, Steven J. "Rückblick, Blick nach vorne: Kunstbasierte Karrieren und kreative Arbeit." Arbeit und Berufe, 40(4),) 337–363, 2013: Blick zurück, Blick nach vorne: Kunstbasierte Karrieren und kreative Arbeit (sagepub.com)</p> <p>- Henry, C., Unternehmertum in der Kreativwirtschaft: Eine internationale Perspektive. Edward Elgar Verlag, 2007.</p> <p>- Oakley, Kate. "Kunstwerke: Kulturelle Arbeitsmärkte: Eine Literaturübersicht." Kreative Partnerschaften, 2009.</p> <p>- Throsby, David, Die Ökonomie der Kulturpolitik., Cambridge University Press, 2012</p>



ENTREHU

	Clark, H., Creative economy report, Widening local development pathways, UNESCO 2013: Creative economy report, 2013, Sonderausgabe: Verbreiterung lokaler Entwicklungspfade - UNESCO Digital Library
Zielgruppe	() Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeine Kenntnisse in Entrepreneurship, Kunst oder Kulturwissenschaften. Die Neugierde, die Kreativwirtschaft aus einer multidisziplinären Perspektive zu erkunden, ist unerlässlich.
Lernziele	- Identifizieren Sie die komplexe Dynamik zwischen Kunst, Kultur und Unternehmertum.- Bestimmen und analysieren Sie die Rolle der Kulturpolitik bei der Gestaltung unternehmerischer Unternehmungen.- Klassifizieren Sie innovative Modelle des kulturellen Unternehmertums und ihre gesellschaftlichen Auswirkungen.- Synthese von Theorien und Praktiken zur Förderung von Nachhaltigkeit und Innovation in der Kreativwirtschaft.
Inhalt	- Vertiefte Analyse des kulturellen Unternehmertums- Erforschung sozialer Innovationen durch Kunst- Folgenabschätzung der Kulturpolitik auf das Unternehmertum- Entwicklung nachhaltiger und innovativer Geschäftsmodelle in der Kunst
Lehr- und Lernmethoden	Mischung aus wissenschaftlichen Vorträgen, Fallstudien, interaktiven Workshops und Podiumsdiskussionen mit Experten der Kunstbranche.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____



ENTREHU

Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Kulturpolitische Entscheidungsträger, renommierte Künstler, innovative Unternehmer in der Kreativwirtschaft, Wissenschaftler aus den Bereichen Kulturmanagement und Unternehmertum
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2 Stunden Unterricht, ergänzt durch 2 Stunden Projektarbeit zu einer Herausforderung/einem Thema, das von Experten präsentiert wird
Bewertung	Projektpräsentation und Teilnahme an Debatten
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen <input type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Vorlesungsplan 2: Critical Entrepreneurship Studies

Name / Titel	Kritische Studien zum Unternehmertum
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs untersucht kritisch die Grundlagen, Annahmen, Implikationen und Auswirkungen von Unternehmertum jenseits konventioneller Rahmenbedingungen, Narrative und Praktiken. Insbesondere integriert sie globale Perspektiven und betont die Rolle sozioökonomischer, kultureller und ethischer Überlegungen bei unternehmerischen Unternehmungen.
Zeitfenster / Dauer	6 Stunden verteilt auf 2 Sitzungen
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Zoom für Remote-Sitzungen, Miro für kollaborative Aktivitäten, Canvas für die Materialverteilung
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Peer-Review-Artikel, Fallstudien, Interviews mit Unternehmern mit unterschiedlichem Hintergrund
Quellen / Links	
Literatur	Akademische Datenbanken wie z.B. www.istor.org - Ahl, H., Warum die Forschung über Unternehmerinnen neue Richtungen braucht. Theorie und Praxis des Unternehmertums, 30(5), 595-621, 2006 Essers, C., Dey, P., Tedmanson, D., & Verduyn, K. (2017). Studien zum kritischen Unternehmertum. Ein Manifest.



ENTREHU

	<p>IN: Essers, Caroline; Dey, Pascal; Tedmanson, Deirdre & Verduyn, Karen (Hrsg.): Kritische Perspektiven auf Unternehmertum: Dominante Diskurse in Frage stellen. Abingdon: Routledge, S. 1-14.</p> <p>- Calás, M. B., Smircich, L., & Bourne, K. A.: Die Grenzen erweitern: Neuausrichtung von "Unternehmertum als sozialer Wandel" durch feministische Perspektiven. Akademie für Management Review, 34(3), 552-569, 2009</p> <p>Steyaert, C., Katz, J., Rückeroberung des Raums des Unternehmertums in der Gesellschaft: Geografische, diskursive und soziale Dimensionen. Entrepreneurship & Regionalentwicklung, 16(3), 179-196, 2006</p> <p>Violina Rindova, Daved Barry, David J. Ketchen, Jr., Unternehmertum als Emanzipation. Die Akademie für Management Review, 34(3), 477-491, 2009</p>
Zielgruppe	<p>() Studierende im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten</p>
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	<p>Ein Grundkurs in Unternehmertum oder Betriebswirtschaftslehre; Vertrautheit mit grundlegenden sozialtheoretischen Konzepten empfohlen</p>
Lernziele	<p>- Entrepreneurship aus einer kritischen, multidisziplinären Perspektive analysieren- die wirtschaftlichen, soziokulturellen und politischen Dimensionen bestimmen, die das Unternehmertum beeinflussen- die vorherrschenden Paradigmen und Narrative innerhalb der Entrepreneurship Studies identifizieren und hinterfragen- alternative Ansätze und Praktiken, integrative Modelle des unternehmerischen Erfolgs oder der unternehmerischen Wirkung erforschen</p>
Inhalt	<p>- Kritische Theorie und ihre Anwendung auf die Entrepreneurship-Forschung- Die Rolle von Kultur, Geschlecht und Ethnizität in der unternehmerischen Praxis- Ethische Überlegungen und soziale Verantwortung im Unternehmertum- Fallstudien: Eine</p>



ENTREHU

	globale Perspektive auf unternehmerische Unternehmungen
Lehr- und Lernmethoden	Kombination aus Vorträgen, Diskussionen im Seminarstil, Gastvorträgen von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern und von Studierenden geleiteten Vorträgen
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung (x) Sonstiges: Entwicklung und Präsentation eines Projekts zur kritischen Analyse
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), GWÖ-Beraterin
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	Vorlesungen und Seminare: 4 Stunden, Selbststudium und Gruppenarbeit: 8 Stunden
Bewertung	Präsentation des Projekts der kritischen Analyse; evtl. Einreichung einer Gruppenforschungsarbeit
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
 Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
 der unternehmerischen Bildung in Europa
 2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
 the European Union

Vorlesungsplan 3: Von der Neoklassik zur Gemeinwohl-Ökonomie – wie Geschäftsmodelle anders entwickelt werden können

Name / Titel	Von der Neoklassik zur Gemeinwohl-Ökonomie – wie Geschäftsmodelle anders entwickelt werden können
Kurzbeschreibung	Verwendung und Vergleich von Business Model Canvas (BMC; Osterwalder/Pigneur) und Ecogood Business Canvas (EBC; Gemeinwohl-Ökonomie", um die Unterscheidung zwischen kapitalistischer Geschäftsmodellgenerierung und sozial-ökologischer Geschäftsmodellgenerierung zu lehren.
Zeitfenster / Dauer	3-4 Stunden
Modus	() vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, ausgedruckte DIN A0 Business Model Canvas Vorlagen, ausgedruckte DIN A0 Ecogood





ENTREHU

	Business Canvas Vorlagen (EBC), Flipchart-Marker, Post-its Remote: MS Teams oder Zoom mit Break-out-Sessions, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), PowerPoint
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Business Model Canvas, Ecogood Business Canvas
Quellen / Links	BMC: https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas EKG-Matrix: https://www.ecogood.org/apply-ecg/common-good-matrix/ EBC: https://www.ecogood.org/start-ups/
Literatur	Quelle: J. Dolderer, C. Felber, P. Teitscheid, Von der Neoklassik zur Gemeinwohl-Ökonomik, Nachhaltigkeit, Band 13, Heft 4, 2021.
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeines Verständnis der Volkswirtschaftslehre und der Idee von Geschäftsmodellen.
Lernziele	Förderung des unternehmerischen Selbstverständnisses und Entwicklung einer unternehmerischen Denkweise, Pflege effektiver Teamarbeit,
Inhalt	Geschäftsmodellgenerierung, sozial-ökologisches Unternehmertum
Lehr- und Lernmethoden	Kurzvortrag, Geschäftsmodell Canvas, Ecogood Business Canvas
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), GWÖ-Beraterin
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	3h Workshop für max. 30 Studierende
Bewertung	Teampräsentation



ENTREHU

Besonderer Fokus

- Multidisziplinärer Ansatz
- Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit
- Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen
- Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen
- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze
- Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL)
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 4: Internationale Beziehungen und Entrepreneurship

Name / Titel	Internationale Beziehungen und Unternehmertum
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs untersucht das dynamische Zusammenspiel zwischen internationalen Beziehungen und Unternehmertum und konzentriert sich darauf, wie globale politische, wirtschaftliche und soziale Trends unternehmerische Unternehmungen beeinflussen und umgekehrt. Zu den Themen gehören globale



ENTREHU

	Marktchancen, internationale Handelspolitik, interkulturelle Kommunikation und die Rolle internationaler Organisationen bei der Förderung des Unternehmertums.
Zeitfenster / Dauer	3 Stunden
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Remote: MS Teams oder Zoom mit Break-out-Sessions, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), PowerPoint
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Global Entrepreneurship Reports, Fallstudien internationaler Startups, Interviews mit globalen Unternehmern
Quellen / Links	Daten der Weltbank, WTO-Berichte und OECD-Erkenntnisse zum Unternehmertum
Literatur	- McDougall, Patricia Phillips und Benjamin M. Oviatt. "Internationales Unternehmertum: Die Schnittmenge zweier Forschungspfade." Zeitschrift der Akademie für Management, 2000. - Zahra, Shaker A. "Eine Theorie internationaler neuer Unternehmungen: Ein Jahrzehnt der Forschung." Zeitschrift für Internationale Wirtschaftsstudien, 2005. - Peng, Mike W. "Globales Geschäft". Cengage Lernen, 2016.
Zielgruppe	() Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Grundkenntnisse in Unternehmertum oder internationalen Beziehungen werden empfohlen.
Lernziele	- Verstehen Sie die Auswirkungen internationaler Beziehungen auf das Unternehmertum.- Identifizieren Sie Chancen und Herausforderungen für Unternehmer auf dem globalen Markt.- Analysieren Sie die Rolle kultureller Unterschiede bei internationalen Geschäftsvorhaben.- Entwickeln Sie Strategien für den Umgang mit internationalen Handelspolitiken und -vorschriften.



ENTREHU

Inhalt	- Globale Ökosysteme des Unternehmertums- Theorien und Politiken des internationalen Handels, die sich auf das Unternehmertum auswirken- Interkulturelle Kommunikation und Verhandlungen im Unternehmertum- Fallstudien zu erfolgreichen und gescheiterten internationalen Unternehmungen
Lehr- und Lernmethoden	Vorträge, Fallstudienanalyse
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Internationale Unternehmer, Handelsexperten, Diplomaten
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	1 Stunde Selbststudium, 1 Stunde Vortrag, 1 Stunde Diskussion und Debatten
Bewertung	Teilnahme an Diskussionen
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz x) Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



ENTREHUBS

Vorlesungsplan 5: Umgang mit Unsicherheit, Ambiguität und Risiko

Name / Titel	Umgang mit Unsicherheit, Ambiguität und Risiko
Kurzbeschreibung	Bei der Durchführung von Projekten müssen Unternehmer, Projektmanager oder andere Führungskräfte Entscheidungen treffen, wenn das Ergebnis dieser Entscheidung ungewiss ist, wenn die verfügbaren Informationen unvollständig oder mehrdeutig sind oder wenn das Risiko unbeabsichtigter Ergebnisse besteht. Im Anschluss an den Wertschöpfungsprozess lernen die Lernenden in dieser Lektion, wie sie strukturierte Methoden zum Testen von Ideen und Prototypen von Anfang an einbeziehen können, um das Risiko des Scheiterns zu verringern.
Zeitfenster / Dauer	3-4 Stunden
Modus	(x) vor Ort () Hybride () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Remote: MS Teams oder Zoom mit Break-out-Sessions, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), PowerPoint
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	
Literatur	Rebecca Zucker , Darin Rowell: 6 Strategien für Führung durch Unsicherheit. 2021: 6 Strategien für Führung durch Unsicherheit (hbr.org) Ortwin Renn, Andreas Klinke, Marjolein van Asselt : Umgang mit Komplexität, Unsicherheit und Ambiguität in der Risiko-Governance: Eine Synthese. 2011 Adrian Furnham, Joseph Marks: Toleranz gegenüber Ambiguität: Ein Überblick über die neuere Literatur. 2013: Toleranz gegenüber Ambiguität: Ein Überblick über die neuere Literatur (ucl.ac.uk) Ronald A. Beghetto, Garrett J. Jaeger: Unsicherheit: Ein Katalysator für Kreativität, Lernen und Entwicklung. 2022, Springer
Zielgruppe	() Studenten im Grundstudium



ENTREHU

	(x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Keine besondere Anforderung
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> - Versteht, was Mehrdeutigkeit bedeutet und wie sie sich auf die Entscheidungsfindung und Emotionen auswirkt. - Er weiß, wie man verschiedene Informationsquellen sucht, vergleicht und gegenüberstellt, die dazu beitragen, Unklarheiten, Unsicherheiten und Risiken bei der Entscheidungsfindung zu reduzieren - Bewertet kritisch die Risiken, die mit der formellen Einrichtung eines wertschöpfenden Unternehmens in einem bestimmten Arbeitsbereich verbunden sind.
Inhalt	<p>Einführung in das Konzept der Ambiguität aus der Perspektive des Entscheidungsprozesses und der Psychologie</p> <p>Studienfälle und Best-Practice-Beispiele für Entscheidungen, die trotz Unklarheiten und Unsicherheiten in verschiedenen Bereichen getroffen wurden. Nutzen Sie Beispiele aus dem Covid-Bereich. Reflexion der getroffenen eigenen Entscheidungen, um den persönlichen Entscheidungsprozess zu erkennen</p> <p>Führen Sie Risikomanagement-Tools und -Prozesse ein und wenden Sie sie auf einen bestimmten Arbeitsbereich an.</p> <p>Gastredner einladen</p>
Lehr- und Lernmethoden	Mischung aus wissenschaftlichen Vorträgen, Fallstudien, interaktiven Workshops und Podiumsdiskussionen.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	



ENTREHU

Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	1 Stunde Lesung, 3 Stunden Unterricht
Bewertung	z.B. Dokumentation eines Entscheidungsprozesses in einer Situation der Unsicherheit (aus dem wirklichen Leben)
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Vorlesungsplan 6: Unternehmerisches Storytelling durch Podcasting

Name / Titel	Unternehmerisches Storytelling durch Podcasting
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs erforscht die Kunst des Geschichtenerzählens durch Podcasting und ist auf Unternehmer zugeschnitten, die ihre Reisen, Erkenntnisse und Innovationen teilen möchten. Es behandelt die technischen Aspekte des Podcastings, Storytelling-Techniken und Strategien, um ein Publikum zu begeistern.
Zeitfenster / Dauer	4h, verteilt auf 2 Sitzungen
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Zoom oder eine ähnliche Plattform für Live-Sitzungen, Anchor, Audacity usw. (siehe unten) für die Podcast-Produktion, Moodle für die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Aufgaben.
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Beispiele für erfolgreiche unternehmerische Podcasts, Audioaufnahme- und -bearbeitungssoftware, Podcasting-Mikrofone und -Geräte.
Quellen / Links	Anker: www.medium.com/anchor Kühnheit: www.audacityteam.org



ENTREHU

	<p>Podcast-Einblicke: www.podcastinsights.com</p> <p>Spotify für Podcaster: Spotify für Podcaster</p>
Literatur	<p>J. Abel, Out on the Wire: Die Geheimnisse des Geschichtenerzählens der neuen Meister des Radios, 2025</p> <p>Michael W. Geoghegan , Dan Klass, Der vollständige Leitfaden für Audio- und Video-Podcasting, 2007</p> <p>Jonathan Kern, Sound Reporting: The NPR Guide to Audio Journalism and Production, 2008</p> <p>Daniel Diaz Vidal, Thomas G. Pittz, Giles Hertz, Rebecca White, Verbesserung unternehmerischer Kompetenzen durch absichtlich gestaltete Podcasts, The International Journal of Management Education. Jahrgang 19, Heft 3, November 2021, Seite 100537</p>
Zielgruppe	<p>(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten</p>
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	<p>Keine spezifischen Voraussetzungen, aber ein ausgeprägtes Interesse an Unternehmertum und Storytelling ist von Vorteil.</p>
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> - die Kraft des Geschichtenerzählens im Unternehmertum zu nutzen - Erfolgreiches Storytelling auf Entrepreneurship Journeys analysieren - Erkennen Sie Werkzeuge, Methoden und Praktiken des unternehmerischen Geschichtenerzählens- Erwerben Sie Fähigkeiten in Bezug auf die technischen Fähigkeiten, die für die Podcast-Produktion erforderlich sind.- Üben Sie das Geschichtenerzählen und skizzieren Sie Ihre persönliche oder geschäftliche Marke durch Podcasting.- Entwickeln Sie eine Pilotfolge eines unternehmerischen Podcasts.
Inhalt	<p>- Einführung in das Podcasting und seine Bedeutung für das Unternehmertum- Storytelling-Techniken und narrative Konstruktion- Technische Aspekte der Podcast-</p>



ENTREHU

	Produktion: Aufnahme, Bearbeitung und Veröffentlichung- Fallstudien erfolgreicher unternehmerischer Podcasts- Erstellung einer Podcast-Strategie für persönliches oder geschäftliches Branding
Lehr- und Lernmethoden	Interaktive Vorträge, Hands-on-Workshops, Gruppendiskussionen, Gastredner-Sessions von erfolgreichen Podcastern.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung (x) Sonstiges: Die Schülerinnen und Schüler konzipieren, produzieren und präsentieren eine Pilotfolge ihrer Podcast-Idee, die darauf abzielt, unternehmerische Themen oder Geschichten zu erforschen.
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Lokale Unternehmer, Podcasting-Experten, Medienschaffende.
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	Vor- und Nachbereitung: 2 Stunden Interaktive Sessions und Workshops: 2 Stunden
Bewertung	Einreichung und Präsentation einer Pilot-Podcast-Folge. Bewertung basierend auf Kreativität, technischer Qualität und Effektivität des Geschichtenerzählens.
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz



ENTREHU

	<input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft
--	--

Vorlesungsplan 7: Ethik und Entrepreneurship

Name / Titel	Ethik und Unternehmertum: Navigieren in moralischen Landschaften
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs befasst sich mit den ethischen und philosophischen Problemen, mit denen Unternehmer konfrontiert sind, und bietet einen Überblick über die wichtigsten ethischen Denkschulen, die auf das Unternehmertum angewendet werden. Die Studierenden werden untersuchen, wie ethische Probleme und Dilemmata in der Wirtschaft bewältigt werden können, wobei der Schwerpunkt auf Fallstudien



ENTREHU

	liegt, an denen vergessene oder unterrepräsentierte Unternehmer und nicht-westliche Formen des Unternehmertums sowie des sozialen Unternehmertums beteiligt sind.
Zeitfenster / Dauer	4h, 2 Stunden pro Sitzung
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	MS Teams oder Zoom mit Break-out Sessions, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), PowerPoint
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Ethische Fallstudien zum Unternehmertum, Biographien von ethischen Führungskräften in der Wirtschaft
Quellen / Links	Akademische Zeitschriften zur Wirtschaftsethik, Online-Ethikdatenbanken und Multimedia-Ressourcen
Literatur	<p>- De George, Richard T. "Geschäftsethik". Pearson, 2010.</p> <p><i>Dey, P., & Steyaert, C. (2016). Den Raum der Ethik im sozialen Unternehmertum neu denken: Macht, Subjektivität und Praktiken der Freiheit. Zeitschrift für Wirtschaftsethik, 133, 627-641.</i></p> <p>- Clarke, J., & Holt, R. (2010). <i>Reflektierendes Urteilsvermögen: Unternehmertum als ethische Praxis verstehen. Zeitschrift für Wirtschaftsethik, 94, 317-331.</i></p> <p>- Crane, Andrew und Dirk Matten. "Geschäftsethik: Management von Corporate Citizenship und Nachhaltigkeit im Zeitalter der Globalisierung". Oxford University Press, 2016.</p> <p>- Karanda, C., & Toledano, N. (2018). Die Förderung von ethischem Unternehmertum in der Dritten Welt: Erforschung von Realitäten und Komplexitäten aus einer eingebetteten Perspektive. <i>Geschäftliche Horizonte</i>. 61(6) DOI: 10.1016/j.bushor.2018.07.008 (Fallstudien-NGO in Simbabwe mit Unterstützungsprogrammen zur Förderung von ethisch orientiertem Unternehmertum)</p> <p>- Solomon, Robert C. "Ethik und Exzellenz:</p>



ENTREHU

	Zusammenarbeit und Integrität in der Wirtschaft." Oxford University Press, 1992. - Werhane, Patricia H. "Moralische Vorstellungskraft und Managemententscheidungen." Oxford University Press, 1999.
Zielgruppe	() Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Ein Einführungskurs in Business oder Entrepreneurship wird empfohlen.
Lernziele	- Verstehen Sie die ethischen Herausforderungen, Probleme und Dilemmata, mit denen Unternehmer konfrontiert sind.- Analysieren Sie verschiedene ethische Ansätze und Rahmenwerke und deren Anwendung auf das Unternehmertum.- Erforschen Sie den Einfluss kultureller und gesellschaftlicher Werte auf die Geschäftsethik.- Entwickeln Sie praktische Strategien für die ethische Entscheidungsfindung in unternehmerischen Unternehmungen.
Inhalt	- Einführung in die Ethik im Unternehmertum - Wichtige Schulen und Ansätze der Ethik und ihre Relevanz für die unternehmerische Praxis - Ethische Probleme und Dilemmata im Unternehmertum: Fallstudien und Diskussionen - Nichtwestliche Perspektiven auf Wirtschaftsethik und soziales Unternehmertum
Lehr- und Lernmethoden	Vorträge, Fallstudien, Diskussionsrunden
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship () Lehre für unternehmerische Initiative () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Ethiker, Unternehmer mit Fokus auf ethische Geschäftspraktiken



ENTREHU

Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2 Stunden Vorlesung, 2 Stunden Selbststudium
Bewertung	Schriftliche Analysen ethischer Dilemmata
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



ENTREHUBS



Vorlesungsplan 8: Guerilla Marketing für sozialen Wandel

Name / Titel	Guerilla-Marketing für sozialen Wandel
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung führt die Studierenden in Guerilla-Marketing-Taktiken ein, die auf Sozialunternehmer zugeschnitten sind und sich darauf konzentrieren, mit begrenzten Ressourcen wirkungsvolle Ergebnisse zu erzielen. Es betont Kreativität, Viralität und ethische Überlegungen bei der Erstellung von Kampagnen, die den sozialen Wandel vorantreiben.
Zeitfenster / Dauer	2-3 Stunden
Modus	(x) vor Ort () Hybride () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Fallstudien zu erfolgreichen Guerilla-Marketing-Kampagnen, Social-Media-Plattformen.
Quellen / Links	
Literatur	- Levinson, Jay Conrad, Guerilla-Marketing: Einfache und kostengünstige Strategien, um mit Ihrem kleinen Unternehmen große Gewinne zu erzielen. 2007 - Kotler, Philip und Nancy R. Lee, Social Marketing: Verhaltensweisen zum Guten beeinflussen. 2011 - Andreasen, Alan R., Marketing Social Change: Verhaltensänderung zur Förderung von Gesundheit, sozialer Entwicklung und Umwelt. 1995 - Holiday, Ryan., Vertrau mir, ich lüge: Geständnisse eines Medienmanipulators, 2013
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Es sind keine besonderen Voraussetzungen erforderlich.
Lernziele	- Verstehen Sie die Prinzipien des Guerilla-Marketings.- Entwickeln Sie kreative und kostengünstige



ENTREHU

	Marketingstrategien.- Analysieren Sie die Auswirkungen von Marketingkampagnen auf den sozialen Wandel.- Wenden Sie ethische Überlegungen im Guerilla-Marketing an.
Inhalt	- Einführung in das Guerilla-Marketing - Fallstudien erfolgreicher Kampagnen - Gestaltung einer Guerilla-Marketing-Kampagne - Ethische Überlegungen im Marketing für den sozialen Wandel
Lehr- und Lernmethoden	Vorträge, Gruppendiskussionen, Workshop zur Kampagnengestaltung.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Lokale NGOs, Sozialunternehmen, Gemeindeorganisationen.
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2 Stunden Workshop, 2 Stunden Studium
Bewertung	Präsentation eines Plans für eine Guerilla-Marketing-Kampagne.
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz



ENTREHU

	<input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft
--	--

Vorlesungsplan 9: Interkulturelle Kompetenzen und Entrepreneurship

Name / Titel	Interkulturelle Kompetenzen und Unternehmertum
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs bietet eine vertiefte Erkundung der Frage, wie interkulturelle Kompetenzen für den unternehmerischen Erfolg in einer globalisierten Welt entscheidend sind. Es integriert akademische Theorien und praktische Rahmenbedingungen, um die Studierenden mit den Fähigkeiten auszustatten, die sie benötigen, um sich in verschiedenen Kulturlandschaften zurechtzufinden, und befasst sich mit ethischen und philosophischen Fragen, die sich für Unternehmer in verschiedenen Kulturen stellen.
Zeitfenster / Dauer	6h, 2 Sitzungen
Modus	<input type="checkbox"/> vor Ort <input checked="" type="checkbox"/> Hybridtechnik <input type="checkbox"/> ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Remote: MS Teams oder Zoom mit Break-out-Sessions, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), PowerPoint
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Fallstudien zu globalem Unternehmertum, Interviews mit interkulturellen Unternehmern, Simulationen interkultureller Geschäftsszenarien
Quellen / Links	Wissenschaftliche Zeitschriften, Online-Bibliotheken, TED Talks zur interkulturellen Kommunikation
Literatur	- Hofstede, Geert, Die Konsequenzen der Kultur: Vergleich von Werten, Verhaltensweisen, Institutionen und Organisationen in verschiedenen Nationen. Sage Publications, 2001.



ENTREHU

	<p>- Trompenaars, Fons und Charles Hampden-Turner: Auf den Wellen der Kultur reiten: Vielfalt im globalen Geschäft verstehen. McGraw-Hill, 1998.</p> <p>- Meyer, Erin: Die Kulturkarte: Die unsichtbaren Grenzen des globalen Geschäfts durchbrechen. PublicAffairs, 2014.</p> <p>- Thomas, David C. und Kerr Inkson: Kulturelle Intelligenz: Globales Leben und Arbeiten, Berrett-Koehler Publishers, 2009.</p> <p>- Adler, Nancy J. und Allison Gundersen: Internationale Dimensionen des Organisationsverhaltens. Südwestliches Cengage Lernen, 2007.</p>
Zielgruppe	<p>() Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten</p>
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	<p>Ein Einführungskurs in Entrepreneurship oder International Business wird empfohlen.</p>
Lernziele	<p>- Analysieren Sie die wichtigsten Theorien und Rahmenbedingungen interkultureller Kompetenz, die für das Unternehmertum relevant sind.- Identifizieren Sie Fähigkeiten für eine effektive interkulturelle Kommunikation und Verhandlung.- Untersuchen Sie die Auswirkungen kultureller Vielfalt auf unternehmerische Unternehmungen.- Listen Sie Strategien für den Umgang mit ethischen Dilemmata in verschiedenen kulturellen Umgebungen auf.</p>
Inhalt	<p>- Theoretische Grundlagen interkultureller Kompetenz im Unternehmertum.- Kulturelle Dimensionen und ihre Auswirkungen auf die Geschäftspraktiken.- Ethische Überlegungen und Entscheidungsfindung im globalen Kontext.- Praktische Anwendung interkultureller Kompetenzen in unternehmerischen Szenarien.</p>
Lehr- und Lernmethoden	<p>Kombination aus theoretischen Vorträgen, Fallstudiendiskussionen, interkulturellen Workshops, evtl. Gastvortrag durch Experten</p>
Ansatz(e) für EE	<p>(x) Lehre über Entrepreneurship</p>



ENTREHU

	<input checked="" type="checkbox"/> Lehre für Unternehmertum <input type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	<input type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Entwicklung eines interkulturellen Verhandlungsplans
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Interkulturelle Trainer, internationale Unternehmer, Experte für interkulturelle Studien
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2 Stunden Vortrag, 1 Stunde Selbststudium, 1 Stunde Debatte, 2 Stunden Projektarbeit in Gruppen
Bewertung	Präsentationen von Gruppenprojekten
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
 Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
 der unternehmerischen Bildung in Europa
 2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
 the European Union

Vorlesungsplan 10: Andere mobilisieren

Name / Titel	Andere mobilisieren
Kurzbeschreibung	In diesem Vortrag wird das Konzept der Mobilisierung anderer untersucht, eine entscheidende Fähigkeit für effektive Führung. Es geht darum, Einzelpersonen oder Gruppen zu inspirieren, zu motivieren und anzuleiten, kollektive Maßnahmen für ein gemeinsames Ziel zu ergreifen. Die Sitzung befasst sich mit der Bedeutung der Mobilisierung in verschiedenen Kontexten, Strategien für eine effektive Mobilisierung und der Rolle von Kommunikation und Überzeugung, Verhandlung und Führung.
Zeitfenster / Dauer	3-4 Stunden
Modus	() vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung



ENTREHU

(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Sie können den Social-Media-Kanal nutzen, um eine effektive Mobilisierung zu demonstrieren
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	Social-Media-Wertschöpfungskette: Was sie ist und warum sie für Sie wichtig sein sollte (agorapulse.com)
Literatur	Sihame Benmira , Moyosolu Agboola: Evolution der Führungstheorie. 2020. Evolution der Führungstheorie (bmj.com) Catherine Campbell: Mobilisierung von Gemeinschaften im 21. Jahrhundert: Aktualisierung unserer Theorie des sozialen Wandels? (2013) Mobilisierung von Gemeinschaften im 21. Jahrhundert: Aktualisierung unserer Theorie des sozialen Wandels? (sagepub.com)
Zielgruppe	() Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden () Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Sehr grundlegende Kenntnisse im Unternehmertum.
Lernziele	Die Lernenden zeigen persönliche Strategien, um Schwierigkeiten zu überwinden, ohne frustriert zu werden. Der Lernende kann andere überzeugen, indem er Beweise für seine Argumente liefert. Der Lernende weiß, wie man einfallsreiche Designlösungen vermittelt. Die Lernenden identifizieren und sind in der Lage, verschiedene Methoden, einschließlich sozialer Medien, zu implementieren, um wertschöpfende Ideen effektiv zu kommunizieren.
Inhalt	Einführung in die Mobilisierung: Definition und Bedeutung in der Führung. Die Psychologie der Mobilisierung: Verstehen, was Menschen zum Handeln antreibt. Strategien zur Mobilisierung: Praktische Schritte, um andere zu motivieren und zu inspirieren. Fallstudien: Beispiele aus der Praxis für erfolgreiche Mobilisierungsbemühungen.



ENTREHU

	Laden Sie Führungspersönlichkeiten, die andere erfolgreich mobilisiert haben, ein, über ihre Erfahrungen zu berichten.
Lehr- und Lernmethoden	Mix aus interaktiven Elementen, Lesungen und Pitch-Präsentationen und Social-Media-Elementen: Interaktive Aktivitäten: Individuelle Reflexion: Bitte denken Sie an drei verschiedene Situationen in Ihrem Leben, in denen andere Menschen Sie motivieren könnten, an einem bestimmten Projekt teilzunehmen (5 Minuten) Stellen Sie eine Fünfergruppe zusammen und erstellen Sie eine Liste von Faktoren, die Sie für diese wertschöpfenden Aktivitäten mobilisiert haben. (15 Minuten) Plenum: Wie können wir mobilisierende Faktoren clustern? (10 Minuten) Gruppenarbeit: Jede Gruppe entwickelt eine didaktische Idee, um die Teilnehmer/Schüler zu befähigen, andere zu inspirieren und sie für wertschöpfende Aktivitäten im Unterricht zu gewinnen (15 Minuten) Präsentationen: Jede Gruppe stellt ihre Idee vor! (15 Minuten)
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	Nicht spezifisch
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	4h
Bewertung	Präsentation oder Tagebuch
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen



ENTREHU

- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze
- Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL)
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Lerneinheiten, die während der ENTREHUBS Value Co-Creation Hubs erstellt wurden in Zypern

Verantwortliche Partner:

Universität von Zypern

ZURÜCKSETZEN

Gefördert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch nur die des Autors/der Verfasser und spiegeln nicht unbedingt die Ansichten und Meinungen der Europäischen

Karlshochschule
International University



STİMMÜLİ
for social change



ENTREHUBS

von oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Inhaltsverzeichnis

Vorlesungsplan 1: Verstehen, wie man einen Businessplan unabhängig vom Studienbereich entwickelt	3
Vorlesungsplan 2: Verstehen, wie man einen One-Pager entwickelt Zusammenfassung.....	5
Vorlesungsplan 3: Verstehen, wie man das Business Canvas entwickelt	7
Vorlesungsplan 4: Erlösmodelle	11
Vorlesungsplan 5: Wettbewerbsanalyse.....	14
Vorlesungsplan 6: Unternehmerische Führung und Teambildung	17
Vorlesungsplan 7: Kundenerkennung und -validierung	20
Vorlesungsplan 8: Fundraising und Venture Capital	23
Vorlesungsplan 9: Marketing- und Vertriebsplan	27
Vorlesungsplan 10: Entwicklung von persönlichen Kompetenzen, die für den unternehmerischen Erfolg erforderlich sind.....	31

Vorlesungsplan 1: Verstehen, wie man einen Businessplan unabhängig vom Studienbereich entwickelt

Name / Titel	Verstehen, wie man einen Businessplan entwickelt, unabhängig vom Studienbereich
Kurzbeschreibung	Ein Businessplan ist für das Unternehmertum von zentraler Bedeutung und dient sowohl als interner Leitfaden für die Umsetzung von Ideen in tragfähige Unternehmen als auch als externes Instrument, um Investoren und Partner anzuziehen. Es skizziert die Strategie, das Marktpotenzial und die Finanzprognosen des Unternehmens und ist damit für die operative Planung unerlässlich und für die Sicherung von Investitionen und Partnerschaften unerlässlich.
Zeitfenster / Dauer	2-3 Stunden
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Eine Standard-Businessplan-Vorlage Remote: MS Teams oder Zoom und eine digitale Datei der Standard-Businessplan-Vorlage
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Business Model Canvas, Ecogood Business Canvas
Quellen / Links	Businessplan-Vorlage: https://drive.google.com/drive/folders/1SC5K9QQF2dJS_eLCtQui_p3y5xUCcMIZQ?usp=sharing
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Sie haben eine Idee, die sie entwickeln möchten, oder ein Interesse an einem eigenen Unternehmen.
Lernziele	Zu den Zielen eines Geschäftsplans gehören die Definition der strategischen Ausrichtung und des operativen Rahmens eines Unternehmens, die Identifizierung von Marktchancen, die



ENTREHU

	Festlegung finanzieller Ziele sowie die Gewinnung von Investitionen und Partnerschaften. Es dient als Roadmap für die Geschäftsentwicklung und als Kommunikationsinstrument für Stakeholder.
Inhalt	Ein Geschäftsplan umfasst in der Regel eine Zusammenfassung, einen Unternehmensüberblick, eine Marktanalyse, eine Organisationsstruktur, eine Produkt- oder Dienstleistungsbeschreibung, eine Marketing- und Vertriebsstrategie, einen Finanzplan und Prognosen. Dieser Inhalt bietet einen umfassenden Überblick über die Ziele, Strategien, Marktpositionierung, operativen Mechanismen und finanziellen Erwartungen des Unternehmens.
Lehr- und Lernmethoden	Dies wird am besten vermittelt, indem erklärt wird, was jeder Abschnitt beinhalten soll, und vor allem der Prozess entmystifiziert wird, damit sich die Schüler in allen Kategorien befähigt fühlen, einen Plan zu entwickeln.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2-3h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens



ENTREHU

	<input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft
--	--

Vorlesungsplan 2: Verstehen, wie man einen One-Pager entwickelt Zusammenfassung

Name / Titel	Verstehen, wie man einen One-Pager entwickelt Zusammenfassung
Kurzbeschreibung	Die Executive Summary ist ein wichtiger Bestandteil eines Geschäftsplans und fasst die Essenz der Vision, der strategischen Ziele und des Marktpotenzials des Unternehmens zusammen. Er stellt das Geschäftsmodell, die Wettbewerbsvorteile und die finanziellen Highlights kurz und bündig dar und dient den Stakeholdern als überzeugender Überblick und als entscheidender Faktor für die Gewinnung von Investoren und Partnern. Als Tor zum detaillierten Plan muss er klar, prägnant und überzeugend sein, um sicherzustellen, dass die Leser motiviert sind, sich mit den folgenden Abschnitten zu beschäftigen. Es wird auch als eigenständiges Dokument verwendet, um Investoren (als ersten Eindruck) dazu zu verleiten, die Möglichkeit einer Partnerschaft oder Investition mit Ihrem Unternehmen weiter zu diskutieren.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	<input type="checkbox"/> vor Ort <input checked="" type="checkbox"/> Hybridtechnik <input type="checkbox"/> ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Eine Standard-Businessplan-Vorlage Zugriff auf die CANVA-Software, damit diese professionell gestaltet werden kann.



ENTREHU

	Remote: MS Teams oder Zoom und eine digitale Datei der Standard-Businessplan-Vorlage
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Business Model Canvas, Ecogood Business Canvas
Quellen / Links	Businessplan-Vorlage: https://drive.google.com/drive/folders/1SC5K9QQF2dJS_eLCtQui_p3y5xUCcMIZQ?usp=sharing
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Sie haben eine Idee, die sie entwickeln möchten, oder ein Interesse an einem eigenen Unternehmen.
Lernziele	Zu den Zielen eines Geschäftsplans gehören die Definition der strategischen Ausrichtung und des operativen Rahmens eines Unternehmens, die Identifizierung von Marktchancen, die Festlegung finanzieller Ziele sowie die Gewinnung von Investitionen und Partnerschaften. Es dient als Roadmap für die Geschäftsentwicklung und als Kommunikationsinstrument für Stakeholder.
Inhalt	Ein Geschäftsplan umfasst in der Regel eine Zusammenfassung, einen Unternehmensüberblick, eine Marktanalyse, eine Organisationsstruktur, eine Produkt- oder Dienstleistungsbeschreibung, eine Marketing- und Vertriebsstrategie, einen Finanzplan und Prognosen. Dieser Inhalt bietet einen umfassenden Überblick über die Ziele, Strategien, Marktpositionierung, operativen Mechanismen und finanziellen Erwartungen des Unternehmens.
Lehr- und Lernmethoden	Dies wird am besten vermittelt, indem erklärt wird, was jeder Abschnitt beinhalten soll, und vor allem der Prozess entmystifiziert wird, damit sich die Schüler in allen Kategorien befähigt fühlen, einen Plan zu entwickeln.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative



ENTREHU

Aktivitäten zur Wertschöpfung	<input checked="" type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2-3h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 3: Verstehen, wie man das Business Canvas entwickelt

Name / Titel	Verstehen, wie man das Business Canvas entwickelt
Kurzbeschreibung	Das Business Canvas bietet einen prägnanten und wirkungsvollen Überblick über Ihr Unternehmen und destilliert die wichtigsten Aspekte Ihrer Geschäftsstrategie, Ihrer Marktposition und Ihres Wertversprechens. Es skizziert effektiv und klar und ansprechend Ihr Geschäftsmodell, Ihre



ENTREHU

	Alleinstellungsmerkmale und Ihre finanziellen Aussichten und ist ein entscheidendes Instrument, um Ihre Geschäftsvision an die Stakeholder zu kommunizieren. Diese prägnante Darstellung trägt maßgeblich dazu bei, das Interesse potenzieller Investoren und Partner zu wecken, und dient als erster Berührungspunkt, um weitere Gespräche über Kooperations- oder Investitionsmöglichkeiten anzustoßen. Als grundlegendes Element Ihrer strategischen Planung stellt das Business Canvas sicher, dass Ihr Geschäftskonzept sofort verstanden und überzeugend ist, und ebnet den Weg für eine tiefere Erkundung und Auseinandersetzung.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Eine gedruckte Canvas-Vorlage Remote: MS Teams oder Zoom und eine digitale Datei der Standard-Businessplan-Vorlage
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	Geschäftsmodell-Leinwand
Quellen / Links	Businessplan-Vorlage: https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Sie haben eine Idee, die sie entwickeln möchten, oder ein Interesse an einem eigenen Unternehmen.
Lernziele	Der Zweck eines Business Canvas besteht darin, die Kernkomponenten eines Unternehmens herauszukristallisieren und einen optimierten Überblick über seine strategische Ausrichtung, sein Wertversprechen, seinen Zielmarkt und seine Einnahmequellen zu bieten. Ziel ist es, den einzigartigen Ansatz des Unternehmens hervorzuheben, Marktchancen zu nutzen, klare Ziele zu setzen und die Mechanismen zur Erzielung von Einnahmen zu skizzieren. Als vielseitiges und dynamisches Instrument



ENTREHU

	erleichtert das Business Canvas die Erkundung potenzieller Wachstumsmöglichkeiten und Partnerschaftsmöglichkeiten und dient sowohl als Leitfaden für die interne Entwicklung als auch als effektives Mittel zur Einbindung externer Stakeholder.
Inhalt	Ein Business Model Canvas artikuliert das Wertversprechen eines Unternehmens, Kundensegmente, Kanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen, Schlüsselaktivitäten, Schlüsselressourcen, wichtige Partnerschaften und Kostenstruktur eines Unternehmens. Dieses umfassende Rahmenwerk bietet einen ganzheitlichen Überblick darüber, wie ein Unternehmen arbeiten und Werte schaffen will. Es dient als strategische Blaupause und umreißt die Kernaspekte des Unternehmensansatzes zur Nutzung von Marktchancen, zur Bereitstellung von Produkten oder Dienstleistungen und zum Erreichen finanzieller Nachhaltigkeit. Das Business Model Canvas ist ein wichtiges Instrument für Unternehmer und Unternehmen, die ihre Geschäftstätigkeit mit ihrer strategischen Vision und ihren Marktbedürfnissen in Einklang bringen wollen.
Lehr- und Lernmethoden	Die effektive Vermittlung der Komponenten eines Business Model Canvas erfordert eine detaillierte Erklärung jedes Segments und seiner Bedeutung, gepaart mit der Vereinfachung des Prozesses, um sicherzustellen, dass er für Lernende auf allen Ebenen zugänglich ist. Der Schlüssel liegt darin, die Planungsphase zu entmystifizieren und es Studenten mit unterschiedlichem Hintergrund zu ermöglichen, sich bei der Entwicklung ihrer Geschäftsstrategien sicher und befähigt zu fühlen. Dieser Ansatz fördert eine integrative Lernumgebung, in der sich jeder Schüler in der Lage fühlt, seine Ideen in strukturierte, umsetzbare Geschäftspläne umzusetzen.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen



ENTREHU

	<input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 4: Erlösmodelle

Name / Titel	Verstehen, wie man Ertragsmodelle entwickelt
Kurzbeschreibung	Die Entwicklung von Ertragsmodellen ist ein wesentlicher Bestandteil der Entwicklung einer nachhaltigen Geschäftsstrategie. Es beinhaltet eine umfassende Analyse des einzigartigen Wertversprechens, der Marktdynamik und der Kundensegmente Ihres Unternehmens, um tragfähige Einnahmequellen zu identifizieren. Dieser Prozess ist wichtig, um abzugrenzen, wie Ihr Unternehmen Einnahmen generieren wird, sei es durch Direktvertrieb, Abonnementdienste, Werbung oder andere Mittel. Ein gut durchdachtes Ertragsmodell unterstreicht nicht nur die finanzielle Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens, sondern erhöht auch seine Attraktivität für Investoren und Partner. Indem Sie Ihren Ansatz zur Umsatzgenerierung klar formulieren, bieten Sie den Stakeholdern einen transparenten Überblick über das Wachstums- und Rentabilitätspotenzial Ihres Unternehmens. Diese Klarheit ist entscheidend für das Vertrauen potenzieller Investoren und Partner und dient als Eckpfeiler für Verhandlungen und Kooperationen. Im Wesentlichen ist ein robustes Ertragsmodell ein Dreh- und Angelpunkt, um Ihre Geschäftsvision in die Realität umzusetzen und sicherzustellen, dass Ihr Unternehmen nicht nur innovativ, sondern auch finanziell solide ist.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Beispiele für Erlösmodelle: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1IXQUcPXKCPZVkp4kN38ldr8Z-8jSaC3rq72vG3xnunA/edit?usp=sharing https://mailchimp.com/resources/revenue-model/ Remote: MS Teams oder Zoom und



ENTREHU

Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1IXQUcPXKCPZVkp4kN38ldr8Z-8jSaC3rq72vG3xnunA/edit?usp=sharing
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Sie haben eine Idee, die sie entwickeln möchten, oder ein Interesse an einem eigenen Unternehmen.
Lernziele	Die Erforschung verschiedener Ertragsmodelle ist entscheidend, um zu verstehen, wie ein Unternehmen Einnahmen generiert. Jedes Modell, von SaaS und Abonnementdiensten bis hin zu Werbung und E-Commerce, beinhaltet einzigartige Strategien zur Monetarisierung von Produkten oder Dienstleistungen. Diese Modelle bestimmen den Ansatz des Unternehmens in Bezug auf Marktengagement, Kundeninteraktion und Wertbereitstellung. Die effektive Nutzung eines geeigneten Ertragsmodells ist der Schlüssel zum Erreichen finanzieller Ziele und zur Aufrechterhaltung des Wachstums, weshalb es für Unternehmen unerlässlich ist, das Modell, das mit ihrer Vision und Marktdynamik übereinstimmt, sorgfältig zu bewerten und auszuwählen.
Inhalt	Ein Umsatzmodell beschreibt, wie ein Unternehmen plant, Einnahmen zu erzielen, und beschreibt Strategien für verschiedene Ströme wie Verkäufe, Abonnements oder Werbung. Es ist ein wichtiger Bestandteil der Finanzplanung eines Unternehmens und gibt Aufschluss darüber, wie Wertversprechen monetarisiert, Kundensegmente angesprochen und Ressourcen zugewiesen werden. Durch die Definition der Wege zur Umsatzgenerierung fungiert es als Leitfaden für nachhaltiges finanzielles Wachstum, das sich an den umfassenderen strategischen Zielen und der Marktpositionierung des Unternehmens orientiert.
Lehr- und Lernmethoden	Um Ertragsmodelle effektiv zu erklären, müssen die einzelnen Arten und ihre Mechanismen aufgeschlüsselt werden, um Klarheit und Zugänglichkeit zu gewährleisten.



ENTREHU

	Ziel ist es, die Umsatzgenerierung zu entmystifizieren und Lernende aller Hintergründe in die Lage zu versetzen, diese Konzepte selbstbewusst auf ihre Geschäftsideen anzuwenden. Dieser integrative Ansatz ermutigt eine Vielzahl von Schülern, sich intensiv mit dem Material auseinanderzusetzen, und fördert ein Umfeld, in dem innovative und tragfähige Geschäftsstrategien entwickelt werden.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz (x) Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen (x) Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) (x) Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
 Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
 der unternehmerischen Bildung in Europa
 2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
 the European Union

Vorlesungsplan 5: Wettbewerbsanalyse

Name / Titel	Verstehen, wie man eine Wettbewerbsanalyse entwickelt
Kurzbeschreibung	Die Entwicklung einer wettbewerbsfähigen Strategie ist entscheidend, um Ihr Unternehmen auf dem Markt zu differenzieren. Dazu gehört die Analyse von Branchentrends, das Verständnis des Verhaltens der Wettbewerber und die Identifizierung Ihrer Alleinstellungsmerkmale. Eine solide Wettbewerbsstrategie positioniert Ihr Unternehmen nicht nur vorteilhaft, sondern erhöht auch die Attraktivität für Kunden und Investoren. Indem Sie definieren, wie Ihr Unternehmen wettbewerbsfähig und innovativ sein wird, legen Sie eine Grundlage für nachhaltiges Wachstum und Erfolg und stellen sicher, dass sich Ihr Unternehmen in einem überfüllten Markt abhebt.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert



ENTREHU

<p>(Online-Diskussion) Tools / Plattformen</p>	<p>Vorlage für die Wettbewerbsanalyse: https://www.canva.com/design/DAF9gKCKiD4/Ofmqu2hBXJ-gmcTuSzX9mw/edit?utm_content=DAF9gKCKiD4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton</p> <p>Remote: MS Teams oder Zoom und</p>
<p>Praktische/branchenspezifische Ressourcen</p>	
<p>Quellen / Links</p>	<p>https://www.canva.com/design/DAF9gKCKiD4/Ofmqu2hBXJ-gmcTuSzX9mw/edit?utm_content=DAF9gKCKiD4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton</p>
<p>Literatur</p>	<p>n/a</p>
<p>Zielgruppe</p>	<p>(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten</p>
<p>Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse</p>	<p>Zu wissen, wer ihre Konkurrenten sind und wie sie ihr Produkt differenzieren können, damit sie einen Wettbewerbsvorteil im Marketing haben</p>
<p>Lernziele</p>	<p>Die Durchführung einer Wettbewerbsanalyse ist entscheidend, um die Position eines Unternehmens in seiner Branche zu verstehen. Dabei werden die Strategien, Stärken und Schwächen aktueller und potenzieller Wettbewerber untersucht. Eine solche Analyse hilft Unternehmen, Marktlücken, strategische Vorteile und potenzielle Bedrohungen zu identifizieren. Dies ist ein wichtiger Schritt bei der Formulierung einer robusten Geschäftsstrategie, die es Unternehmen ermöglicht, Möglichkeiten zur Differenzierung zu erkennen und ihre einzigartigen Stärken zu nutzen, um sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.</p>
<p>Inhalt</p>	<p>Eine Wettbewerbsanalyse bewertet systematisch die Strategien, Stärken und Schwächen Ihrer Wettbewerber und vergleicht sie mit Ihrem eigenen Unternehmen. Es ist wichtig, um Marktchancen, Bedrohungen und Bereiche zu identifizieren, in denen sich Ihr Unternehmen abheben kann. Diese Analyse bildet die Grundlage für strategische Entscheidungen und hilft Ihnen, Ihre Angebote und Ihren Marktansatz so anzupassen, dass sie die Kundenbedürfnisse besser erfüllen und die Konkurrenz übertreffen.</p>



ENTREHU

Lehr- und Lernmethoden	Um sich mit der Wettbewerbsanalyse zu befassen, ist eine klare und zugängliche Aufschlüsselung der Strategien, Stärken und Schwächen jedes Wettbewerbers erforderlich. Ziel ist es, die Wettbewerbslandschaft zu verdeutlichen und Lernende mit unterschiedlichem Hintergrund in die Lage zu versetzen, diese Erkenntnisse selbstbewusst auf ihren eigenen Geschäftskontext anzuwenden. Dieser Ansatz fördert das Engagement und die Entwicklung effektiver Geschäftsstrategien, indem er ein integratives Lernumfeld fördert.
Ansatz(e) für EE	<input checked="" type="checkbox"/> Lehre über Entrepreneurship <input checked="" type="checkbox"/> Lehre für Unternehmertum <input checked="" type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	<input checked="" type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input checked="" type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input checked="" type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input checked="" type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfungsansatz <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 6: Unternehmerische Führung und Teambildung

Name / Titel	Verstehen, wie man unternehmerische Führung und Teambildung betreibt
Kurzbeschreibung	Unternehmerische Führung und Teambildung konzentriert sich auf die Kultivierung von Führungsqualitäten und Teamfähigkeiten, die für den unternehmerischen Erfolg unerlässlich sind. Es erforscht Strategien zur Inspiration und Führung von Teams, zur Förderung einer Kultur der Zusammenarbeit und zur Förderung von Innovationen. Dieses Modul betont die Bedeutung einer effektiven Kommunikation, der Konfliktlösung und der Fähigkeit, sich an sich verändernde Geschäftsumgebungen anzupassen. Durch die Entwicklung starker Führungs- und Teambuilding-Fähigkeiten können Unternehmer die Leistung und Widerstandsfähigkeit ihres Unternehmens verbessern und sicherstellen, dass ihr Unternehmen nicht nur innovativ, sondern auch in der Lage ist, nachhaltiges Wachstum und Erfolg zu erzielen.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	PowerPoint-Präsentation Remote: MS Teams oder Zoom
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten



ENTREHU

Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Wenn sie eine Idee haben, wollen sie Führungsqualitäten entwickeln und ein Team mit der gleichen Mission und Vision aufbauen
Lernziele	Die Beherrschung von unternehmerischer Führung und Teambildung ist der Schlüssel zum Erfolg eines Unternehmens. Dazu gehört das Verständnis verschiedener Führungsstile, Teamdynamiken und Motivationsstrategien, um ein innovatives und kollaboratives Arbeitsumfeld zu fördern. Es geht darum, Teams durch Herausforderungen und Wachstumsphasen zu führen und sicherzustellen, dass sie sich an der übergeordneten Vision und den Zielen des Unternehmens orientieren. Dieses Modul vermittelt angehenden Unternehmern die Fähigkeiten, effektiv zu führen und kohärente, leistungsstarke Teams aufzubauen.
Inhalt	Entrepreneurial Leadership and Team Building befasst sich mit der Essenz der Führung eines Unternehmens durch visionäre Führung und kohärente Teamarbeit. Es unterstreicht, wie wichtig es ist, dass eine Führungskraft in der Lage ist, eine klare Vision zu formulieren, das Team zu inspirieren und ein Umfeld zu fördern, das Innovation und Wachstum fördert. Dieses Modul unterstreicht die entscheidende Rolle, die Teambemühungen mit den strategischen Zielen des Unternehmens in Einklang zu bringen und sicherzustellen, dass jedes Mitglied effektiv zum gemeinsamen Erfolg beiträgt.
Lehr- und Lernmethoden	Die Lehre von unternehmerischer Führung und Teambildung beinhaltet die Klärung wichtiger Konzepte und Praktiken, um effektive Führungskräfte und kohärente Teams in einem unternehmerischen Umfeld zu fördern. Der Schwerpunkt liegt darauf, Führungsprinzipien und Teamdynamiken verständlich und nachvollziehbar zu machen, um sicherzustellen, dass sich Lernende mit unterschiedlichem Hintergrund befähigt fühlen, diese Erkenntnisse auf reale Szenarien anzuwenden. Dieser Ansatz fördert das aktive Engagement und die Entwicklung praktischer Fähigkeiten, die für die Führung innovativer und erfolgreicher Unternehmen erforderlich sind.



ENTREHU

Ansatz(e) für EE	<input checked="" type="checkbox"/> Lehre über Entrepreneurship <input checked="" type="checkbox"/> Lehre für Unternehmertum <input checked="" type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	<input checked="" type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Teamentwicklung und Selbstentwicklung
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	<input checked="" type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input checked="" type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input checked="" type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input checked="" type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 7: Kundenerkennung und -validierung

Name / Titel	Verstehen, wie Sie Ihr Produkt validieren können, bevor Sie auf den Markt kommen
Kurzbeschreibung	Customer Discovery and Validation ist ein zentraler Aspekt des Unternehmertums, der die systematische Erforschung und Validierung von Kundenbedürfnissen, -präferenzen und -problemen umfasst. Dieses Modul führt angehende Unternehmer durch den Prozess der Identifizierung von Zielkundensegmenten, der Durchführung von Marktforschung und des Sammelns von Feedback, um ihre Geschäftsideen zu validieren. Durch das Verständnis der Kundenbedürfnisse und die Validierung der Marktnachfrage können Unternehmer ihr Wertversprechen verfeinern, ihre Angebote anpassen und die mit der Produkt-Markt-Anpassung verbundenen Risiken mindern. Dieser iterative Prozess der Kundenerkennung und -validierung legt den Grundstein für den Aufbau eines nachhaltigen und kundenzentrierten Geschäftsmodells.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	PowerPoint-Präsentation Remote: MS Teams oder Zoom
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium



ENTREHU

	<p>(x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten</p>
<p>Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse</p>	<p>Die Produktidee, das Wertversprechen und die Preisgestaltung sind fertig. Vorzugsweise ein MVP, das zum Testen bereit ist. Alternativ eine klare Präsentation der Idee oder des Produkts, damit sie in Fokusgruppen präsentieren und eine Umfrage durchführen können, um ihren Zielmarkt zu testen.</p>
<p>Lernziele</p>	<p>Customer Discovery and Validation ist ein grundlegender Schritt auf dem Weg des unternehmerischen Handelns, der sich darauf konzentriert, die Bedürfnisse, Vorlieben und Verhaltensweisen der Kunden zu verstehen. Dieses Modul stattet Unternehmer mit den Werkzeugen und Methoden aus, um Zielkundensegmente zu identifizieren, Feedback zu sammeln und ihre Geschäftsideen zu validieren. Durch Marktforschung, Interviews und Prototypentests können Unternehmer Einblicke in die Schmerzpunkte der Kunden gewinnen und ihr Wertversprechen verfeinern, um den Marktanforderungen besser gerecht zu werden. Durch die frühzeitige Validierung ihrer Ideen können Unternehmer das Risiko verringern, Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt zu bringen, die bei den Kunden keinen Anklang finden, und so ihre Erfolgchancen auf dem Markt erhöhen.</p>
<p>Inhalt</p>	<p>Customer Discovery and Validation ist ein wichtiger Bestandteil des unternehmerischen Prozesses, der sich auf die Identifizierung und Validierung von Marktchancen konzentriert. Dieses Modul vermittelt Unternehmern die Fähigkeiten, Kundenforschung zu betreiben, Feedback zu sammeln und Hypothesen zu testen, um ihre Geschäftsideen zu validieren. Durch den direkten Kontakt mit potenziellen Kunden können Unternehmer wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse, Vorlieben und Probleme der Kunden gewinnen und ihnen helfen, ihre Produkte oder Dienstleistungen zu verfeinern, um die Marktnachfrage besser zu erfüllen. Durch iteratives Experimentieren und Validieren können Unternehmer das Risiko mindern, Lösungen zu entwickeln, die bei den Kunden keinen Anklang finden, und so ihre Chancen auf erfolgreiche Unternehmen erhöhen.</p>



ENTREHU

Lehr- und Lernmethoden	Customer Discovery and Validation ist ein wesentlicher Aspekt des Unternehmertums, der sich auf das Verständnis der Kundenbedürfnisse und die Validierung von Geschäftsideen konzentriert. Dieses Modul betont, wie wichtig es ist, eine gründliche Marktforschung durchzuführen, mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten und Hypothesen iterativ zu testen, um die Produkt-Markt-Eignung sicherzustellen. Durch die Verbesserung dieser Fähigkeiten können Unternehmer umsetzbare Erkenntnisse sammeln, ihre Wertversprechen verfeinern und das Risiko mindern, Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt zu bringen, die nicht den Kundenbedürfnissen entsprechen. Letztendlich führt eine effektive Kundenerkennung und -validierung zu erfolgreicherem und nachhaltigerem Unternehmungen.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant (c) Entwicklung des Kunden () andere:
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen () Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen (x) Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften (x) Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze



ENTREHU

	<input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfungsansatz <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft
--	---

Vorlesungsplan 8: Fundraising und Venture Capital

Name / Titel	Verstehen, wie man Kapital für den Aufbau des Unternehmens sammelt
Kurzbeschreibung	Fundraising und Venture Capital sind ein entscheidender Bestandteil unternehmerischer Bemühungen und umfassen verschiedene Methoden, um die Finanzierung von Unternehmenswachstum und -expansion zu sichern. Dieses Modul befasst sich mit den Feinheiten des Fundraisings, einschließlich traditioneller Wege wie Bankkredite, Bootstrapping und Angel-Investitionen sowie moderner Ansätze wie



ENTREHU

	Crowdfunding, Risikokapital und strategische Partnerschaften. Durch das Verständnis der Feinheiten jeder Finanzierungsmethode können Unternehmer Ressourcen strategisch nutzen, um das Wachstum ihrer Unternehmen voranzutreiben. Darüber hinaus befasst sich das Modul mit der Dynamik von Risikokapital und behandelt Themen wie das Pitchen vor Investoren, das Verhandeln von Term Sheets und das Management von Investor Relations. Durch diese umfassende Erkundung erwerben aufstrebende Unternehmer das Wissen und die Fähigkeiten, die sie benötigen, um sich in der komplexen Landschaft des Fundraisings und des Risikokapitals effektiv zurechtzufinden.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	PowerPoint-Präsentation Remote: MS Teams oder Zoom
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Haben Sie einen Businessplan, eine Zusammenfassung, ein Bewertungskonzept (oder ein Modell), damit jemand mit dem Fundraising fortfahren kann. Für die Zwecke dieses Moduls besteht keine wirkliche Notwendigkeit für die oben genannten Punkte, da das Modul so konzipiert ist, dass es ihnen hilft, alle Möglichkeiten zu verstehen, wenn sie bereit sind.
Lernziele	Fundraising und Venture Capital sind integrale Bestandteile unternehmerischer Unternehmungen und bieten Möglichkeiten, wesentliches Kapital für das Wachstum und die Entwicklung von Unternehmen zu sichern. Dieses Modul vermittelt ein umfassendes



ENTREHU

	<p>Verständnis verschiedener Fundraising-Methoden, einschließlich traditioneller Ansätze wie Bankkredite und Angel-Investitionen, aber auch moderner Techniken wie Crowdfunding und Venture Capital Funding. Unternehmer lernen, wie sie den Fundraising-Prozess steuern können, von der Erstellung überzeugender Pitches und Geschäftspläne bis hin zur Aushandlung von Bedingungen mit potenziellen Investoren. Darüber hinaus untersucht das Modul die Rolle von Risikokapital bei der Finanzierung wachstumsstarker Startups und behandelt Themen wie Due Diligence, Bewertung und Investor Relations. Durch die Beherrschung der Grundlagen des Fundraisings und des Risikokapitals können Unternehmer effektiv auf das Kapital zugreifen, das für das Wachstum und den Erfolg ihrer Unternehmen erforderlich ist.</p>
<p>Inhalt</p>	<p>Fundraising und Risikokapital spielen eine entscheidende Rolle bei der Förderung unternehmerischer Unternehmungen und stellen wesentliches Kapital für Wachstum und Expansion bereit. Dieses Modul bietet eine umfassende Erkundung verschiedener Fundraising-Methoden, einschließlich traditioneller Wege wie Bankkredite und Angel-Investitionen, sowie innovativer Ansätze wie Crowdfunding und Risikokapitalfinanzierung. Unternehmer lernen, wie sie sich in der Fundraising-Landschaft zurechtfinden, von der Erstellung überzeugender Pitches und Geschäftspläne bis hin zur Aushandlung von Bedingungen mit potenziellen Investoren. Darüber hinaus befasst sich das Modul mit den Feinheiten der Risikokapitalfinanzierung und behandelt Themen wie Due Diligence, Bewertung und Investor Relations. Durch die Beherrschung der Grundlagen des Fundraisings und des Risikokapitals können Unternehmer effektiv die finanziellen Ressourcen sichern, die erforderlich sind, um ihre Unternehmungen voranzutreiben und Wachstumschancen zu nutzen.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Fundraising und Risikokapital sind integrale Bestandteile der unternehmerischen Reise und bieten eine entscheidende finanzielle Unterstützung für das</p>



ENTREHU

	<p>Wachstum und die Entwicklung des Unternehmens. Dieses Modul befasst sich mit der vielfältigen Palette von Fundraising-Methoden, die Unternehmen zur Verfügung stehen, von traditionellen Optionen wie Bankkrediten und Angel-Investitionen bis hin zu modernen Ansätzen wie Crowdfunding und Risikokapitalfinanzierung. Die Teilnehmer lernen, wie sie sich in der Fundraising-Landschaft zurechtfinden, von der Erstellung überzeugender Pitches und Geschäftspläne bis hin zur Verhandlung von Bedingungen mit potenziellen Investoren. Darüber hinaus bietet das Modul Einblicke in die Feinheiten der Venture-Capital-Finanzierung und deckt Themen wie Due Diligence, Bewertung und Investor Relations ab. Durch die Beherrschung der Grundlagen des Fundraisings und des Risikokapitals können Unternehmer die notwendigen finanziellen Ressourcen sichern, um ihre Unternehmungen voranzutreiben und Wachstumschancen zu nutzen.</p>
Ansatz(e) für EE	<p>(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative</p>
Aktivitäten zur Wertschöpfung	<p>(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () andere:</p>
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	<p>() Multidisziplinärer Ansatz (x) Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen (x) Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens</p>



ENTREHU

	<p>(x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze</p> <p>(x) Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz</p> <p>() Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz</p> <p>() Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking</p> <p>() Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL)</p> <p>(x) Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft</p>
--	---

Vorlesungsplan 9: Marketing- und Vertriebsplan

Name / Titel	Verstehen, wie man einen Marketing- und Vertriebsplan entwickelt
Kurzbeschreibung	<p>Marketing- und Vertriebsplanung sind wesentliche Säulen des unternehmerischen Erfolgs und bilden den Rahmen, um Zielgruppen zu erreichen und zu binden und gleichzeitig das Umsatzwachstum voranzutreiben. Dieses Modul befasst sich mit den strategischen Komponenten der Erstellung effektiver Marketing- und Vertriebspläne und deckt Schlüsselthemen wie Marktanalyse, Kundensegmentierung, Branding und Vertriebskanäle ab. Die Teilnehmer lernen, wie sie umfassende Marketingstrategien entwickeln können, die auf das einzigartige Wertversprechen und den Zielmarkt ihres Unternehmens zugeschnitten sind. Darüber hinaus untersucht das Modul Verkaufstechniken und -taktiken zur Umwandlung von Leads in Kunden, einschließlich Strategien zum Aufbau von Beziehungen, Preisstrategien und</p>



ENTREHU

	Umsatzprognosen. Durch die Beherrschung der Grundlagen der Marketing- und Vertriebsplanung können Unternehmer ihre Angebote effektiv bewerben, die Kundenakquise vorantreiben und letztendlich ein nachhaltiges Geschäftswachstum erzielen.
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	() vor Ort x) Hybridtechnik () ferngesteuert
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	PowerPoint-Präsentation Remote: MS Teams oder Zoom
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Die Marketing- und Vertriebsplanung ist ein grundlegendes Element des unternehmerischen Erfolgs und leitet Unternehmen dabei, ihre Zielgruppe zu erreichen und mit ihr in Kontakt zu treten und gleichzeitig das Umsatzwachstum voranzutreiben. Dieses Modul soll den Teilnehmern ein umfassendes Verständnis der strategischen Komponenten vermitteln, die an der Entwicklung effektiver Marketing- und Vertriebspläne beteiligt sind. Zu den behandelten Themen gehören Marktanalyse, Kundensegmentierung, Branding-Strategien und die Auswahl der Vertriebskanäle. Die Teilnehmer lernen auch verschiedene Verkaufstechniken und -taktiken kennen, um Leads in Kunden umzuwandeln, einschließlich Strategien zum Aufbau von Beziehungen, Preisstrategien und Umsatzprognosen. Durch die Beherrschung der Grundlagen der Marketing- und Vertriebsplanung können Unternehmer ihre Produkte oder Dienstleistungen effektiv bewerben, die



ENTREHU

	Kundenakquise vorantreiben und letztendlich ein nachhaltiges Geschäftswachstum erzielen.
Lernziele	Das Modul Marketing- und Vertriebsplan soll Unternehmern helfen, effektive Strategien für die Vermarktung und den Verkauf ihrer Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln. In einer Kombination aus Vorträgen, Fallstudien und praktischen Übungen lernen die Teilnehmer, wie sie Marktforschung betreiben, Zielkundensegmente definieren und überzeugende Wertversprechen erstellen. Sie werden auch verschiedene Marketingkanäle und -taktiken erkunden, um Kunden zu erreichen und mit ihnen in Kontakt zu treten, sowie Strategien zur Optimierung von Vertriebsprozessen und zur Förderung des Umsatzwachstums. Am Ende des Moduls verfügen die Teilnehmer über die Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie benötigen, um einen umfassenden Marketing- und Vertriebsplan zu erstellen, der auf ihre Geschäftsziele abgestimmt ist.
Inhalt	Das Modul Marketing und Vertrieb vermittelt Unternehmern grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten, um effektive Strategien für die Förderung und den Verkauf ihrer Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln. Die Teilnehmer lernen, wie sie Marktforschung betreiben, Zielkundensegmente identifizieren und überzeugende Wertversprechen erstellen. Sie werden verschiedene Marketingkanäle und -taktiken erkunden, um Kunden zu erreichen und mit ihnen in Kontakt zu treten, sowie Strategien zur Optimierung von Vertriebsprozessen und zur Förderung des Umsatzwachstums. In interaktiven Vorträgen, Fallstudien und praktischen Übungen sammeln die Teilnehmer praktische Erfahrungen in der Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsplänen, die auf ihre Geschäftsziele zugeschnitten sind. Am Ende des Moduls verfügen die Teilnehmer über die Werkzeuge und das Selbstvertrauen, um erfolgreiche Marketing- und Vertriebsstrategien umzusetzen, die den Geschäftserfolg fördern.



ENTREHU

<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Vertrieb und Marketing sind unverzichtbare Aspekte jedes Unternehmens und dienen als treibende Kräfte für die Umsatzgenerierung und die Sichtbarkeit der Marke. Dieses Modul erforscht den facettenreichen Bereich von Vertriebs- und Marketingstrategien und stattet Unternehmer mit dem Wissen und den Fähigkeiten aus, die erforderlich sind, um ihre Produkte oder Dienstleistungen effektiv zu bewerben und Kunden zu gewinnen. Die Teilnehmer werden sich mit verschiedenen Verkaufstechniken befassen, darunter Akquise, Beziehungsaufbau und Geschäftsabschluss sowie Marketingtaktiken wie Branding, Werbung und Social-Media-Engagement.</p> <p>Das Modul befasst sich mit der Bedeutung des Verständnisses von Zielmärkten, der Durchführung von Marktforschung und der Entwicklung überzeugender Wertversprechen, um Produkte oder Dienstleistungen in einem Wettbewerbsumfeld zu differenzieren. Darüber hinaus befasst sich das Modul mit der sich entwickelnden digitalen Landschaft und ihren Auswirkungen auf Vertriebs- und Marketingpraktiken und untersucht Themen wie E-Commerce-Plattformen, Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Content-Marketing-Strategien. Durch die Beherrschung der Prinzipien von Vertrieb und Marketing können Unternehmer ihre Zielgruppen effektiv erreichen, die Kundenbindung fördern und letztendlich ein nachhaltiges Geschäftswachstum erzielen.</p>
<p>Ansatz(e) für EE</p>	<p>(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative</p>
<p>Aktivitäten zur Wertschöpfung</p>	<p>(x) Erstellung von Geschäftsmodellen () Stakeholder-Pitches und andere externe Präsentationen von Interessenvertretern/Zuhörern, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant (x) Kundenentwicklung () andere:</p>
<p>Unternehmerische(r) Stakeholder(s)</p>	



ENTREHU

Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	<input type="checkbox"/> Multidisziplinärer Ansatz <input checked="" type="checkbox"/> Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen <input type="checkbox"/> Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen <input checked="" type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften <input checked="" type="checkbox"/> Eine Perspektive des lebenslangen Lernens <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze <input checked="" type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking <input type="checkbox"/> Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 10: Entwicklung von persönlichen Kompetenzen, die für den unternehmerischen Erfolg erforderlich sind

Name / Titel	Entwicklung von persönlichen Kompetenzen, die für den unternehmerischen Erfolg erforderlich sind
Kurzbeschreibung	Die Entwicklung persönlicher Kompetenzen, die für den unternehmerischen Erfolg erforderlich sind, umfasst ein breites Spektrum an Fähigkeiten und Eigenschaften, die den Einzelnen befähigen, die Herausforderungen und Chancen der Unternehmenslandschaft zu meistern. Dieses Modul konzentriert sich auf die Verbesserung der wesentlichen Kompetenzen, die für den Erfolg von Unternehmern erforderlich sind, und umfasst Aspekte wie Resilienz, Anpassungsfähigkeit, Kreativität, Problemlösung und Führung.



ENTREHU

	<p>Die Teilnehmer werden sich mit Strategien zur Kultivierung einer wachstumsorientierten Denkweise und zum Umgang mit Widrigkeiten befassen und lernen, Misserfolge als Chance für Lernen und Wachstum zu begreifen. Darüber hinaus erforscht das Modul Techniken zur Förderung von Kreativität und Innovation und ermutigt die Teilnehmer, über den Tellerrand hinauszuschauen und einzigartige Lösungen für komplexe Probleme zu entwickeln.</p> <p>Darüber hinaus befasst sich das Modul mit der Bedeutung effektiver Kommunikation und zwischenmenschlicher Fähigkeiten für den Aufbau starker Beziehungen zu Stakeholdern, einschließlich Kunden, Mitarbeitern, Investoren und Partnern. Die Teilnehmer lernen, wie sie ihre Vision artikulieren, andere inspirieren und effektiv zusammenarbeiten können, um gemeinsame Ziele zu erreichen.</p> <p>Darüber hinaus befasst sich das Modul mit der Bedeutung des strategischen Denkens und der Entscheidungsfindung und gibt den Teilnehmern Rahmenwerke an die Hand, um Markttrends zu analysieren, Risiken zu bewerten und Chancen zu nutzen. Die Teilnehmer werden sich auch mit den Prinzipien der Finanzkompetenz und des Ressourcenmanagements auseinandersetzen und lernen, Ressourcen effizient und effektiv einzusetzen, um nachhaltiges Wachstum zu fördern.</p> <p>Durch die Entwicklung dieser persönlichen Kompetenzen können Unternehmer ihre Innovationsfähigkeit verbessern, sich an Veränderungen anpassen und ihre Unternehmen in einem dynamischen und wettbewerbsintensiven Umfeld zum Erfolg führen.</p>
Zeitfenster / Dauer	2h
Modus	<input type="checkbox"/> vor Ort <input checked="" type="checkbox"/> Hybridtechnik <input type="checkbox"/> ferngesteuert



ENTREHU

(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	PowerPoint-Präsentation Remote: MS Teams oder Zoom
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	
Quellen / Links	
Literatur	n/a
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	<p>Die Entwicklung persönlicher Kompetenzen, die für den unternehmerischen Erfolg erforderlich sind, beinhaltet den Erwerb einer Vielzahl von Fähigkeiten und Qualitäten, die den Einzelnen befähigen, die Herausforderungen zu meistern und die Chancen des Unternehmertums zu nutzen. Dieses Modul konzentriert sich auf die Verbesserung der wesentlichen Kompetenzen, die Unternehmer benötigen, um sich in den Bereichen Marketing und Vertriebsplanung zu profilieren, die die Grundpfeiler des Geschäftserfolgs sind.</p> <p>Die Teilnehmer werden sich mit den strategischen Aspekten der Erstellung effektiver Marketing- und Vertriebspläne befassen und ein tiefes Verständnis für Schlüsselkomponenten wie Marktanalyse, Kundensegmentierung, Branding-Strategien und Auswahl von Vertriebskanälen erlangen. Anhand von praktischen Übungen und Fallstudien lernen die Teilnehmer, umfassende Marketingstrategien zu entwickeln, die auf das einzigartige Wertversprechen und den Zielmarkt ihres Unternehmens zugeschnitten sind.</p> <p>Darüber hinaus erforscht das Modul verschiedene Verkaufstechniken und -taktiken, die darauf abzielen, Leads in treue Kunden umzuwandeln. Die Teilnehmer lernen Strategien zum Aufbau von Beziehungen, Preisstrategien und Methoden zur Umsatzprognose</p>



ENTREHU

	<p>kennen, um ihre Verkaufsprozesse zu optimieren und das Umsatzwachstum voranzutreiben.</p> <p>Darüber hinaus betont das Modul die Bedeutung effektiver Kommunikations- und Verhandlungsfähigkeiten im Verkaufsprozess und befähigt die Teilnehmer, Wertversprechen überzeugend zu formulieren und effektiv auf Kundenbedürfnisse einzugehen.</p> <p>Durch die Beherrschung der Grundlagen der Marketing- und Vertriebsplanung können Unternehmer ihre Produkte oder Dienstleistungen effektiv bewerben, ihren Kundenstamm erweitern und letztendlich ein nachhaltiges Geschäftswachstum erzielen. Diese Kompetenzen ermöglichen es Unternehmern nicht nur, sich in der Komplexität des Marktes zurechtzufinden, sondern auch Chancen zu ergreifen und Innovationen auf eine Weise zu entwickeln, die den langfristigen Erfolg fördert.</p>
<p>Lernziele</p>	<p>Die Entwicklung persönlicher Kompetenzen, die für den unternehmerischen Erfolg entscheidend sind, beinhaltet die Kultivierung vielfältiger Fähigkeiten und Denkweisen, die es dem Einzelnen ermöglichen, Herausforderungen zu meistern, Beziehungen aufzubauen und seine Vision effektiv zu kommunizieren. Dieses Modul betont Schlüsselkompetenzen wie Resilienz, Networking, Präsenz und öffentliches Sprechen, die für Unternehmer unerlässlich sind, um in einem dynamischen Geschäftsumfeld erfolgreich zu sein.</p> <p>Die Teilnehmer nehmen an erfahrungsorientierten Lernaktivitäten teil, die darauf abzielen, ihre Widerstandsfähigkeit angesichts von Widrigkeiten zu stärken. Sie lernen Strategien, um sich von Rückschlägen zu erholen, Hindernisse zu überwinden und den Fokus und die Entschlossenheit bei der Verfolgung ihrer unternehmerischen Ziele zu bewahren.</p> <p>Networking ist eine weitere wichtige Kompetenz, die in diesem Modul behandelt wird. Die Teilnehmer lernen,</p>



ENTREHU

	<p>wie sie berufliche Beziehungen aufbauen und nutzen können, um Zugang zu Ressourcen, Möglichkeiten und Unterstützungsnetzwerken zu erhalten. Durch interaktive Übungen und Networking-Veranstaltungen entwickeln sie die Fähigkeiten, Gespräche zu initiieren, Beziehungen aufzubauen und wertvolle Verbindungen innerhalb ihrer Branche und darüber hinaus zu pflegen.</p> <p>Darüber hinaus konzentriert sich das Modul auf die Wichtigkeit, in verschiedenen Geschäftsumgebungen authentisch und selbstbewusst aufzutreten. Die Teilnehmer üben Techniken, um ihre Präsenz und ihre persönliche Marke zu verbessern, einschließlich Körpersprache, Stimmmodulation und Selbstpräsentationsfähigkeiten. Sie werden lernen, Aufmerksamkeit zu erregen und Vertrauen zu schaffen, während sie mit Stakeholdern, Investoren und potenziellen Kunden in Kontakt treten.</p> <p>Öffentliches Reden ist eine grundlegende Fähigkeit für Unternehmer, um ihre Ideen effektiv zu kommunizieren und andere zu überzeugen. Die Teilnehmer erhalten eine Schulung in der Erstellung und Durchführung überzeugender Präsentationen, Pitches und Reden. Sie lernen Techniken, um das Publikum zu fesseln und zu fesseln, ihr Wertversprechen überzeugend zu vermitteln und Fragen und Einwände selbstbewusst zu behandeln.</p> <p>Durch die Beherrschung dieser Kompetenzen können Unternehmer die Resilienz, Netzwerke, Präsenz und Redefähigkeiten aufbauen, die erforderlich sind, um in der wettbewerbsintensiven Welt des Unternehmertums erfolgreich zu sein. Sie werden besser gerüstet sein, um Herausforderungen zu meistern, Chancen zu ergreifen und andere zu inspirieren, ihre Vision und Unternehmungen zu unterstützen.</p>
<p>Inhalt</p>	<p>Das Modul "Entwicklung von Schlüsselkompetenzen" konzentriert sich darauf, Unternehmer mit grundlegenden Fähigkeiten und Denkweisen auszustatten, um in Bereichen, die für ihren Erfolg entscheidend sind, wie Resilienz, Networking, Präsenz</p>



ENTREHU

und öffentliches Reden, hervorragende Leistungen zu erbringen. Durch immersive Lernerfahrungen werden die Teilnehmer diese Kompetenzen verbessern, um Herausforderungen zu meistern und Chancen effektiv zu nutzen.

Resilienz: Die Teilnehmer lernen Strategien, um Resilienz zu kultivieren, sich von Rückschlägen zu erholen und inmitten von Widrigkeiten den Fokus und die Entschlossenheit zu bewahren. Durch erfahrungsorientierte Übungen und reflektierende Übungen entwickeln sie die mentale Stärke, die erforderlich ist, um Hindernisse zu überwinden und auf ihrem unternehmerischen Weg durchzuhalten.

Networking: Der Aufbau und die Nutzung beruflicher Beziehungen ist der Schlüssel zum unternehmerischen Erfolg. Die Teilnehmer entwickeln Networking-Fähigkeiten, um Gespräche zu initiieren, eine Beziehung aufzubauen und wertvolle Verbindungen zu pflegen. Sie werden lernen, ihre Netzwerke zu nutzen, um auf Ressourcen, Möglichkeiten und Unterstützungsnetzwerke zuzugreifen, die für ihr Wachstum entscheidend sind.

Präsenz: Authentisch und selbstbewusst aufzutreten ist unerlässlich, um einen bleibenden Eindruck im Geschäftsleben zu hinterlassen. Die Teilnehmer verbessern ihre Präsenz durch Techniken wie Körpersprache, Stimmmodulation und Selbstpräsentationsfähigkeiten. Sie werden lernen, Aufmerksamkeit zu erregen und Vertrauen zu schaffen, während sie mit Stakeholdern, Investoren und Kunden interagieren.

Öffentliches Sprechen: Effektive Kommunikation ist von grundlegender Bedeutung, um Ideen zu vermitteln und Unterstützung zu gewinnen. Die Teilnehmer erhalten eine Schulung in der Erstellung und Durchführung überzeugender Präsentationen, Pitches und Reden. Sie lernen, das Publikum zu fesseln, ihr Wertversprechen überzeugend zu vermitteln und mit Fragen und Einwänden souverän umzugehen.



ENTREHU

	<p>Durch eine Kombination aus interaktiven Vorträgen, Erlebnisaktivitäten und realen Simulationen entwickeln die Teilnehmer die Schlüsselkompetenzen, die für den Erfolg als Unternehmer erforderlich sind. Durch die Beherrschung von Resilienz, Networking, Präsenz und öffentlichem Reden sind sie besser gerüstet, um die Herausforderungen des Unternehmertums zu meistern und den Geschäftserfolg voranzutreiben.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Das Modul "Entwicklung persönlicher Kompetenzen" konzentriert sich auf die Förderung einer Reihe grundlegender Fähigkeiten und Attribute, die für den unternehmerischen Erfolg unerlässlich sind und nichts mit Vertrieb und Marketing zu tun haben. Durch eine Kombination aus immersiven Erfahrungen und interaktiven Lernmethoden werden die Teilnehmer diese Kompetenzen kultivieren, um ihre Gesamteffektivität als Unternehmer zu verbessern.</p> <p>Resilienz-Workshops: Die Teilnehmenden nehmen an Resilienz-Workshops teil, um die Fähigkeit zu entwickeln, sich von Rückschlägen und Herausforderungen zu erholen. Durch erlebnisorientierte Aktivitäten und angeleitete Diskussionen lernen sie Strategien, um angesichts von Widrigkeiten standhaft zu bleiben und sich auf ihre Ziele zu konzentrieren.</p> <p>Networking-Veranstaltungen: Networking-Veranstaltungen bieten den Teilnehmern die Möglichkeit, sinnvolle Verbindungen aufzubauen und ihre Unterstützungsnetzwerke zu erweitern. Durch strukturierte Networking-Aktivitäten und moderierte Diskussionen verbessern sie ihre Networking-Fähigkeiten, einschließlich der Initiierung von Gesprächen, des aktiven Zuhörens und der Förderung gegenseitig vorteilhafter Beziehungen.</p> <p>Präsenz-Workshops: Bei Präsenz-Workshops geht es darum, die persönliche Präsenz und das Selbstvertrauen der Teilnehmenden zu stärken. Durch Rollenspiele und Feedbackgespräche entwickeln sie ausgeprägte</p>



ENTREHU

Kommunikationsfähigkeiten, Körpersprachbewusstsein und Selbstsicherheit, die es ihnen ermöglichen, in verschiedenen beruflichen Kontexten Aufmerksamkeit zu erregen und Vertrauen zu schaffen.

Seminare für öffentliches Sprechen: Seminare für öffentliches Reden befähigen die Teilnehmer, ihre Ideen effektiv und überzeugend zu kommunizieren. Durch Redeproben, Präsentationskritik und konstruktives Feedback verfeinern sie ihre Fähigkeiten zum Sprechen in der Öffentlichkeit, einschließlich Artikulation, Geschichtenerzählen und Techniken zur Einbindung des Publikums.

Übungen zur Entwicklung von Führungskräften: Übungen zur Entwicklung von Führungskräften bieten den Teilnehmern die Möglichkeit, ihre Führungsqualitäten und -fähigkeiten zu verbessern. Durch Teambuilding-Aktivitäten, Problemlösungsherausforderungen und Führungssimulationen entwickeln sie Qualitäten wie Entscheidungsfindung, Delegation und Konfliktlösung, die für die Führung erfolgreicher Unternehmen unerlässlich sind.

Durch die Beschäftigung mit diesen vielfältigen Lehr- und Lernmethoden erwerben die Teilnehmer des Moduls "Entwicklung persönlicher Kompetenzen" die Resilienz, die Networking-Fähigkeiten, die Präsenz, die Redefähigkeiten in der Öffentlichkeit und die Führungsqualitäten, die erforderlich sind, um als Unternehmer in der heutigen dynamischen Geschäftslandschaft erfolgreich zu sein. Das Modul befasst sich mit der Bedeutung des Verständnisses von Zielmärkten, der Durchführung von Marktforschung und der Entwicklung überzeugender Wertversprechen, um Produkte oder Dienstleistungen in einem Wettbewerbsumfeld zu differenzieren. Darüber hinaus befasst sich das Modul mit der sich entwickelnden digitalen Landschaft und ihren Auswirkungen auf Vertriebs- und Marketingpraktiken und untersucht Themen wie E-Commerce-Plattformen, Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Content-



ENTREHU

	Marketing-Strategien. Durch die Beherrschung der Prinzipien von Vertrieb und Marketing können Unternehmer ihre Zielgruppen effektiv erreichen, die Kundenbindung fördern und letztendlich ein nachhaltiges Geschäftswachstum erzielen.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum (x) Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere Präsentationen externer Interessenträger/Zuhörer, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung (x) Sonstiges: Entwicklung von Denkweisen
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	2h Workshop für max. 20 Studierende
Bewertung	Präsentation
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit (x) Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen (x) Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften (x) Eine Perspektive des lebenslangen Lernens () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfungsansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) (x) Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Lerninhalte, die während der ENTREHUBS Value Co-Creation Hubs erstellt wurden in Griechenland

Verantwortliche Partner:

Universität von Mazedonien

STIMMULI FÜR DEN SOZIALEN WANDEL

Gefördert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch nur die des Autors/der Verfasser und spiegeln nicht unbedingt die Ansichten und Meinungen der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Karlshochschule
International University



STIMMULI
for social change

Inhaltsverzeichnis

Vorlesungsplan 1: DIGITALE WERKZEUGE FÜR DIE GRÜNDUNG NEUER UNTERNEHMEN	3
Vorlesungsplan 2: OPEN INNOVATION (OI) – Wie Sie mit Ihrem lokalen Ökosystem zusammenarbeiten können.....	6
Vorlesungsplan 3: Digitale Plattformen für Extrovertiertheit und digitale Synergien nutzen	9
Vorlesungsplan 4: IKT nutzen, um Kreativität und digitale Geschäftsmodelle zu fördern	13
Vorlesungsplan 5: Technische Aspekte im Zusammenhang mit den digital notwendigen Vernetzungswerkzeugen	16
Vorlesungsplan 6: Erstelle dein eigenes Startup	19
Vorlesungsplan 7: Agile Methoden	22
Vorlesungsplan 8: Grundlagen des Technologietransfers.....	25
Vorlesungsplan 9: Innovation Mindset	28
Vorlesungsplan 10: Geschäftsmodelle	31

Vorlesungsplan 1: DIGITALE WERKZEUGE FÜR DIE GRÜNDUNG NEUER UNTERNEHMEN

Titel	DIGITALE TOOLS FÜR DIE GRÜNDUNG NEUER UNTERNEHMEN
Beschreibung	In diesem Kapitel werden die Studierenden mit digitalen Freemium-Tools wie Canvanizer für die Entwicklung von Geschäftsmodellen, Proto.io für das Prototyping und Trello für die Projektkoordination vertraut gemacht. Ziel ist es, die Studenten mit diesen Kollaborationstools vertraut zu machen und die Qualität ihrer endgültigen Ergebnisse bei der Unternehmensgründung zu verbessern.
Zeitfenster / Dauer	2-3 h
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Canvanizer, Proto.io, Trello
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsentwicklung von Canvanizer • Proto.io Prototyping • Trello-Projektkoordination
Quellen / Links	https://canvanizer.com/new/business-model-canvas Proto.io, (o.J.), https://proto.io/ Trello, (o.D.), https://trello.com/ https://www.igi-global.com/dictionary/digital-tools
Literatur	
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeines Verständnis von digitalen Business-Tools.



ENTREHU

<p>Lernziele</p>	<p><i>Verbesserung der Fähigkeiten zur Unternehmensgründung durch die Beherrschung von Canva für visuelle Elemente, Proto.io für interaktive Prototypen und Trello für optimiertes Projektmanagement. Lernen Sie, diese digitalen Tools für optimale Kreativität, Effizienz und Zusammenarbeit zu nutzen und Unternehmen zum Erfolg zu führen.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Verbesserung der Zusammenarbeit ● Canvanizer - Geschäftsmodell-Tool ● Proto.io - Prototyping- und User-Experience-Tool ● Trello - Management-Tool ● Gründung von Unternehmen
<p>Inhalt</p>	<p><i>Zusammenarbeit, digitale Freemium-Tools, Unternehmensgründung, Teammanagement</i></p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Entdecken Sie Online-Kurse und Tutorials, die sich auf die Optimierung der Zusammenarbeit durch Freemium-Tools konzentrieren. Verschiedene Plattformen bieten umfassende Einblicke in die Förderung einer effektiven Zusammenarbeit innerhalb der Unternehmenslandschaft.</p> <p>Beteiligen Sie sich an einer Lerngemeinschaft, in der Teilnehmer, die Canivazer, Trello und Proto.io verwenden, Erfahrungen austauschen, Fragen stellen und vom Peer-to-Peer-Lernen profitieren können. Gruppendiskussionen tragen wertvolle Erkenntnisse zum Lernprozess bei.</p> <p>Integrieren Sie Tools für die Online-Zusammenarbeit wie Trello, Canivazer Proto.io oder andere relevante Plattformen nahtlos in die Lernreise. Diese Integration erleichtert die Vertrautheit der Teilnehmer mit Tools, die häufig zur Verbesserung der kollaborativen Umgebungen eingesetzt werden</p>
<p>Ansatz(e) für EE</p>	<p>() Lehre über Unternehmertum (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative</p>
<p>Value-Methoden</p>	<p>() Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____</p>



ENTREHU

Geschäft Stakeholder(s)	Unendlichkeit Griechenland
Gesamtarbeitsbe- lastung & Zusammensetzun- g	4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium, (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)
Bewertung	Selbsteinschätzung Pairing-Übung
Besonderer Fokus	<p>(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf Venture-Creation annähern () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung annähern (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL) (x) Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft</p>



Vorlesungsplan 2: OPEN INNOVATION (OI) – Wie Sie mit Ihrem lokalen Ökosystem zusammenarbeiten können

Titel	OPEN INNOVATION (OI) – So arbeiten Sie mit Ihrem lokalen Ökosystem zusammen
Beschreibung	In diesem Abschnitt wird der Open-Innovation-Ansatz hervorgehoben und die Bedeutung der Zusammenarbeit bei der Entwicklung neuer Geschäfte hervorgehoben. Die Trainees erhalten Einblicke in Open Innovation, unterscheiden zwischen geschlossenen und offenen Ansätzen, identifizieren Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Akteuren des Ökosystems und verstehen den INSPIRE-Open-Innovation-Ansatz.
Zeitfenster / Dauer	2 h
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Post-its Remote: Google Classroom oder Zoom, Miro Digital Collaboration Board
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> ● Offene Innovation ● Unterschiede zwischen geschlossener und offener Innovation ● Akteure des Ökosystems ● INSPIRE-Open-Innovation-Ansatz



ENTREHU

Quellen / Links	https://www.idiainnovation.org/ecosystem-actors https://www.forbes.com/sites/theyec/2022/12/20/the-importance-of-a-business-network-and-how-to-build-a-strong-one/?sh=63d80cfb1392 https://advancedbusinessabilities.com/why-is-networking-important-for-entrepreneurs/ https://inspire.load.digital/ https://www.inspire-smes.info/index.php https://www.youtube.com/watch?v=n_vgcxG0y88
Literatur	
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeine Kenntnisse in Management und Geschäftsmodellen.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Open & Closed Innovation • Offene Innovationsprozesse • Typische Akteure in einem Innovationsökosystem • Art der Partner, mit denen Sie zusammenarbeiten möchten • Open-Innovation-Methodik - Schritte
Inhalt	<i>Geschlossene & offene Innovation, Outside-In-Prozess, Inside-Out-Prozess, gekoppelter Prozess, Akteure des Ökosystems, Entwicklung eines Aktionsplans</i>
Lehr- und Lernmethoden	<p>Erfahren Sie mehr über den Bereich der offenen Innovation in speziellen Kursen und Tutorials, die sich mit der Dynamik der Zusammenarbeit innerhalb von Ökosystemen befassen. Verschiedene Plattformen bieten umfassende Einblicke in die Rollen und Interaktionen von Akteuren innerhalb von Innovationsökosystemen.</p> <p>Tauschen Sie durch Diskussionen und Lernen Erfahrungen aus und erwerben Sie Wissen über offene Innovationspraktiken. Der Austausch mit der Community ermöglicht ein tieferes Verständnis der Unterschiede zwischen offenen und geschlossenen Innovationsansätzen.</p> <p>Integrieren Sie Tools und Methoden im Zusammenhang mit Open Innovation in den Lernprozess. Dieser praxisorientierte Ansatz hilft den Teilnehmern, sich mit den Strategien vertraut zu machen, die häufig in offenen Innovationsumgebungen eingesetzt werden, und fördert eine dynamischere und kollaborativere Denkweise.</p>



ENTREHU

Ansatz(e) für EE	<input checked="" type="checkbox"/> Lehre über Entrepreneurship <input checked="" type="checkbox"/> Lehre für Unternehmertum <input type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	<input checked="" type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	KiNNO Innovation Berater
Gesamtarbeitsbe- lastung & Zusammensetzun- g	4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium, (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)
Bewertung	Multiple-Choice-Übung zur Selbsteinschätzung



ENTREHU

Besonderer
 Fokus

- Multidisziplinärer Ansatz*
- Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit*
- Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen*
- Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen*
- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften*
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf Venture-Creation annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL)*
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft*

Vorlesungsplan 3: Digitale Plattformen für Extrovertiertheit und digitale Synergien nutzen

Titel	Nutzen Sie digitale Plattformen für Extrovertiertheit und digitale Synergien
-------	--



ENTREHU

Beschreibung	In diesem Kapitel wird die wichtige Rolle digitaler Plattformen in der Geschäftsentwicklung hervorgehoben und ihre Auswirkungen auf Effizienz, Reichweite, Kundenerfahrung und Innovation behandelt. Die Leser können ein prägnantes Verständnis der digitalen Plattformen, ihrer Typen, Funktionen und der erheblichen Vorteile, die sie Unternehmen bieten, erwarten.
Zeitfenster / Dauer	2 h
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Post-its Remote: Google Classroom oder Zoom, Miro Digital Collaboration Board
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung digitaler Plattformen • Geschäftsentwicklung und Nachhaltigkeit • Merkmale, Formen und Merkmale einer digitalen Plattform • Frameworks für die Entwicklung digitaler Plattformen
Quellen / Links	https://www.adobe.com/acrobat/resources/digital-entrepreneurship-starting-a-business-online.html https://startup.google.com/ https://pimcore.com/en/resources
Literatur	
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeines Verständnis von digitalen Plattformen und Business-Tools.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Definition des Konzepts der digitalen Plattform • Arten von digitalen Plattformen • Bedeutung digitaler Plattformen • Die Vorteile, die die digitalen Plattformen für Unternehmen bringen
Inhalt	<i>Entwicklung und Nachhaltigkeit, Effizienz, größere Reichweite, verbessertes Kundenerlebnis, verbesserte Daten, erhöhte Innovation, Merkmale digitaler Plattformen</i>



ENTREHU

Lehr- und Lernmethoden	Entdecken Sie die wichtige Rolle digitaler Plattformen für die Geschäftsentwicklung und Nachhaltigkeit in Online-Kursen. Erfahren Sie mehr über die Merkmale, Formen und Merkmale digitaler Plattformen in kollaborativen Diskussionen. Gewinnen Sie Einblicke in Frameworks für die Entwicklung digitaler Plattformen, um deren Bedeutung und praktische Anwendung besser zu verstehen.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant (x) Kundenentwicklung () Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	Unendlichkeit Griechenland
Gesamtarbeitsbelastung & Zusammensetzung	4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)
Bewertung	Selbsteinschätzung durch Fragen



ENTREHU

Besonderer
Fokus

- Multidisziplinärer Ansatz*
- Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit*
- Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen*
- Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen*
- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften*
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf Venture-Creation annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL)*
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft*



ENTREHUBS

Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Vorlesungsplan 4: IKT nutzen, um Kreativität und digitale Geschäftsmodelle zu fördern

Titel	Nutzen Sie IKT, um Kreativität und digitale Geschäftsmodelle zu fördern
Beschreibung	In der sich schnell entwickelnden digitalen Umgebung von heute müssen Unternehmen Kreativität und Innovation fördern, um wettbewerbsfähig zu bleiben. In diesem Kapitel wird die Nutzung von Werkzeugen und Technologien der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) befürwortet, um die Kreativität zu steigern und digitale Geschäftsmodelle zu formulieren.
Zeitfenster / Dauer	3 Std.
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, Post-its Remote: Google Classroom oder Zoom, Miro Digital Collaboration Board
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Kreativität • IKT-Tools und -Technologien
Quellen / Links	https://medium.com/@marksss/boost-your-productivity-and-creativity-with-the-5-hour-rule-4f7cf7161b52
Literatur	"Steigern Sie Ihre Produktivität und Kreativität mit der 5-Stunden-Regel" Mark und Sweet Sour Sauce Co
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeines Verständnis der Idee des lebenslangen Lernens.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Definition des Konzepts der digitalen Plattform • Arten von digitalen Plattformen • Bedeutung digitaler Plattformen



ENTREHU

	<ul style="list-style-type: none"> Die Vorteile, die die digitalen Plattformen für Unternehmen bringen
Inhalt	<i>Kreativität, Produktivität, IKT-Tools und -Technologien, Effizienz, Entwicklung</i>
Lehr- und Lernmethoden	Entdecken Sie die Synergie von Kreativität, Produktivität und IKT-Tools, um Effizienz und Entwicklung durch spezialisierte Online-Kurse zu fördern. Erfahren Sie mehr über die dynamische Beziehung zwischen diesen Elementen und verstehen Sie, wie Technologie die Produktivität steigert. Tauchen Sie ein in Frameworks, die die Effizienz fördern und den Teilnehmern wertvolle Erkenntnisse für die persönliche und berufliche Entwicklung vermitteln.
Ansatz(e) für EE	<input type="checkbox"/> Lehre über Entrepreneurship <input checked="" type="checkbox"/> Lehre für Unternehmertum <input type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	<input checked="" type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	Unendlichkeit Griechenland
Gesamtarbeitsbelastung & Zusammensetzung	<i>4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)</i>
Bewertung	<i>Selbsteinschätzung durch Fragen</i>



ENTREHU

Besonderer
Fokus

- Multidisziplinärer Ansatz*
- Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit*
- Zusammenhänge zwischen formalem/nichtformalem Lernen*
- Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen*
- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften*
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt auf der Gründung von Unternehmen*
- annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung*
- annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL)*
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft*



ENTREHUBS

Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Vorlesungsplan 5: Technische Aspekte im Zusammenhang mit den digital notwendigen Vernetzungswerkzeugen

Titel	Technische Aspekte im Zusammenhang mit den digital notwendigen Vernetzungswerkzeugen, sowie der MOOC-Produktion und der notwendigen digitalen Umsetzung auf der eplatform
Beschreibung	In diesem Abschnitt wird das Konzept des digitalen Netzwerks vorgestellt und es werden Einblicke in die wichtigsten Business-Networking-Tools sowie wertvolle Tipps für den Aufbau sinnvoller beruflicher Verbindungen gegeben. Die Leser erhalten Wissen über die effektive Nutzung digitaler Netzwerkwerkzeuge.
Zeitfenster / Dauer	3 Std.
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Blinq, Hunter.io, Lunchclub, Slack, X Communities (ex Twitter), Clay
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> ● Digitale Vernetzung ● Business-Networking-Tools ● Massive Open Online Courses (MOOCs) ● Erlernen neuer Fähigkeiten
Quellen / Links	https://slack.com/help/articles/115004071768-What-is-Slack- https://www.oerknowledgecloud.org/archive/MOOC_Final.pdf https://www.tricycle-europe.com/why-is-digital-networking-important/ https://blinq.me/blog/top-business-networking-tools-to-supercharge-your-growth
Literatur	
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeine Idee von Online-Kursen.
Lernziele	Wie man Blinq, Hunter.io, Lunchclub, Slack, X Communities (ex Twitter), Clay zum Vorteil des Geschäftswachstums nutzt.

Karlshochschule
International University



STİMMÜLİ
for social change



ENTREHU

	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der digitalen Vernetzung • Die besten Tools für Business-Networking • So verwenden Sie diese Tools
Inhalt	<i>Arten von Networking-Tools, Geschäftsbeziehungen, Möglichkeiten, Online-Kursen</i>
Lehr- und Lernmethoden	Entdecken Sie das Potenzial des digitalen Netzwerks und der geschäftlichen Zusammenarbeit mit spezialisierten Online-Kursen. Entdecken Sie die wichtigsten Business-Networking-Tools und das Bildungspotenzial von Massive Open Online Courses (MOOCs) für den Erwerb neuer Fähigkeiten. Erweitern Sie Ihr Wissen, um sich effektiv in der digitalen Landschaft zurechtzufinden und das berufliche Wachstum durch kontinuierliches Lernen zu fördern.
Ansatz(e) für EE	<input type="checkbox"/> Lehre über Entrepreneurship <input checked="" type="checkbox"/> Lehre für Unternehmertum <input type="checkbox"/> Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	<input checked="" type="checkbox"/> Erstellung von Geschäftsmodellen <input checked="" type="checkbox"/> Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback <input type="checkbox"/> Praktikum oder Praktikant <input type="checkbox"/> Kundenentwicklung <input type="checkbox"/> Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	Unendlichkeit Griechenland
Gesamtarbeitsbelastung & Zusammensetzung	<i>5 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (3h), Selbststudium, (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)</i>
Bewertung	<i>Selbsteinschätzung durch Fragen</i>



ENTREHU

Besonderer
Fokus

- Multidisziplinärer Ansatz*
- Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit*
- Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen*
- Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen*
- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften*
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt auf der Gründung von Unternehmen*
- annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung*
- annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL)*
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft*



ENTREHUBS

Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
der unternehmerischen Bildung in Europa
2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
the European Union

Vorlesungsplan 6: Erstelle dein eigenes Startup

Titel	Erstellen Sie Ihr eigenes Startup
Beschreibung	Dieser Abschnitt zielt darauf ab, Startup-Unternehmen zu definieren und die Leser durch die Schritte zur Gründung ihrer eigenen Startup-Unternehmen zu führen. Zu den erwarteten Ergebnissen gehören ein klares Verständnis von Startup-Konzepten und das Wissen, das für die Initiierung und Entwicklung eines eigenen Startups erforderlich ist.
Zeitfenster / Dauer	3 Std.
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Blinq, Hunter.io, Lunchclub, Slack, X Communities (ex Twitter), Clay
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des Start-up-Geschäftsmodells • Schritte für eine Starterstellung • Häufige Fehler beim Starten
Quellen / Links	https://www.youtube.com/watch?v=Ez671hHxeak https://blog.hubspot.com/sales/startups https://sendpulse.com/support/glossary/startup https://www.gs4e.com/best-tips-for-start-up-success/?gclid=Cj0KCQjwk7ugBhDIARIsAGuvGPZOw_k7ZHwnPtjQB12yiebHeC_890EOBwP3xuQTAaaMvgD59xTn5mwaAtDREALw_wcB https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp#toc-what-is-a-startup
Literatur	
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeines Verständnis des Geschäfts
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Das Geschäftsmodell von Start-ups verstehen • Gründen Sie Ihr eigenes Start-up



ENTREHU

	<ul style="list-style-type: none"> • 6 Arten von Startups • Was ist zu tun, um Startfehler zu vermeiden?
Inhalt	junges Unternehmen, Innovation, neue Produkte, Markt, BUSINESSPLAN, Finanzen, Werbung, Marke
Lehr- und Lernmethoden	Beginnen Sie mit einer gründlichen Erkundung der Geschäftsmodelle von Startups durch immersive Online-Kurse und erlangen Sie ein tiefes Verständnis für die entscheidenden Schritte, die mit der Gründung eines Startups verbunden sind. Entdecken Sie die Nuancen des Unternehmertums, indem Sie die weit verbreiteten Startup-Fehler untersuchen und daraus lernen und sich mit unschätzbaren Erkenntnissen ausstatten, um sich in der komplexen Landschaft der Gründung und Aufrechterhaltung eines erfolgreichen Unternehmens zurechtzufinden.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	KiNNO Innovation Berater
Gesamtarbeitsbelastung & Zusammensetzung	8 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (3h), Selbststudium, (1h) & "externe" Tätigkeiten (4h)
Bewertung	Bewertung der Geschäftsidee



ENTREHU

Besonderer
Fokus

- Multidisziplinärer Ansatz*
- Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit*
- Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen*
- Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen*
- Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften*
- Eine Perspektive des lebenslangen Lernens*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf Venture-Creation annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung annähern*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking*
- Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL)*
- Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft*

Vorlesungsplan 7: Agile Methoden

Name / Titel	Agile Methoden
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs erforscht das Wesen von Agilität anhand des agilen Manifests, der Methoden und Beispiele. Was ist die agile Methodik? Die agile Methodik ist ein Projektmanagementansatz, bei dem das Projekt in Phasen unterteilt wird und die kontinuierliche Zusammenarbeit und Verbesserung im Vordergrund steht. Teams folgen einem Zyklus aus Planung, Ausführung und Bewertung. Die Leser erhalten Einblicke in agile Elemente, verstehen ihren Nutzen und lernen, zu erkennen, wann und wie agile Methoden angewendet werden sollten.
Zeitfenster / Dauer	2-3 h
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Vor Ort: Flipchart, ausgedruckte DIN A0 Business Model Canvas Vorlagen, ausgedruckte DIN A0 Ecogood Business Canvas Vorlagen (EBC), Flipchart-Marker, Post-its Remote: MS Teams oder Zoom mit Break-out-Sessions, Digital Collaboration Board (Miro, Mural, Conceptboard, Klaxoon etc.), PowerPoint
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> ● Agiles Management ● Agile Schritte ● Agile Methoden ● Agiles Denken
Quellen / Links	https://agilemanifesto.org/ https://www.youtube.com/watch?v=Z9QbYZh1YXY&ab_channel=MarkShead https://www.youtube.com/watch?v=1evfn3qTYGM&ab_channel=GoogleCareerCertificates https://www.youtube.com/watch?v=KNBHQ0pyaG8&ab_channel=InvensisLearning
Literatur	"Agiles Manifest": Autoren: Kent Beck, Mike Beedle, Arie van Bennekum, Alistair Cockburn, Ward Cunningham, Martin Fowler, James Grenning, Jim Highsmith, Andrew Hunt, Ron Jeffries, Jon Kern, Brian Marick, Robert C. Martin, Steve Mellor, Ken Schwaber, Jeff Sutherland und Dave Thomas.



ENTREHU

	<p>Das Agile Manifest ist ein grundlegendes Dokument, das die Werte und Prinzipien der agilen Entwicklung umreißt. Es bietet eine Reihe von Leitwerten für agile Teams.</p> <p>"Scrum: Die Kunst, die doppelte Arbeit in der Hälfte der Zeit zu erledigen" von Jeff Sutherland: Autor: Jeff Sutherland</p> <p>Dieses Buch bietet Einblicke in das Scrum-Framework, eine der beliebtesten agilen Methoden. Jeff Sutherland ist einer der Mitschöpfer von Scrum.</p> <p>"Kanban: Erfolgreicher evolutionärer Wandel für Ihr Technologiegeschäft" von David J. Anderson: Autor: David J. Anderson</p> <p>David Andersons Buch konzentriert sich auf Kanban, eine visuelle Managementmethode für die Softwareentwicklung. Es enthält Anleitungen zur Implementierung von Kanban, um die Effizienz und den Workflow zu verbessern.</p>
Zielgruppe	<p>(x) Studenten im Grundstudium</p> <p>(x) Doktoranden</p> <p>(x) Postgraduierte Studenten</p>
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	<p>Allgemeines Verständnis der Volkswirtschaftslehre und der Idee von Geschäftsmodellen.</p>
Lernziele	<p>Erkennen, Bewerten und Nutzen agiler Methoden sowie Entwicklung einer unternehmerischen Denkweise und Produktivitätsmethoden durch effektive Teamarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Elemente und Werte von Agile ● Den Nutzen von Agile verstehen ● Gedränge ● Kanban ● Schlankes Management
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ● Agiles Management ● Agile Schritte ● Agile Methoden ● Agiles Denken
Lehr- und Lernmethoden	<p>Online-Kurse und Tutorials: Nutzen Sie Online-Kurse und Tutorials, die agile Methoden abdecken. Es gibt zahlreiche Plattformen, die umfassende Agile-Schulungen anbieten, darunter interaktive Lektionen, Quizfragen und Zertifizierungsprogramme.</p> <p>Kollaboratives Lernen: Fördern Sie eine kollaborative Lernumgebung, in der die Teilnehmer ihre Erfahrungen austauschen, Fragen stellen und voneinander lernen können. Gruppendiskussionen und Peer-to-Peer-Lernen können wertvoll sein.</p>



ENTREHU

	Tools für die Online-Zusammenarbeit: Integrieren Sie Tools wie Jira, Trello oder andere agile Projektmanagement-Tools in den Lernprozess. Dies ermöglicht es den Teilnehmern, sich mit den in agilen Umgebungen üblichen Tools vertraut zu machen.
Ansatz(e) für EE	() Lehre über Unternehmertum (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Aktivitäten zur Wertschöpfung	() Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder-/Publikumspräsentationen, einschließlich direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Unternehmerische(r) Stakeholder(s)	KINNO Innovationsberatung
Gesamtarbeitsbelastung und Zusammensetzung	4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)
Bewertung	Fragebogen zur Selbsteinschätzung
Besonderer Fokus	(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze () Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf dem Venture-Creation-Ansatz () Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf den Wertschöpfungsansatz (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasiertes Lernen (PBL) () Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft

Vorlesungsplan 8: Grundlagen des Technologietransfers

Titel	Grundlagen des Technologietransfers
Beschreibung	In diesem Kurs wird das Konzept des Technologietransfers als treibende Kraft für Innovation und Unternehmensentwicklung im Kontext des digitalen Unternehmertums vorgestellt. Es behandelt die Methodik der Entwicklung neuartiger Produkte und Dienstleistungen, Lizenzierungsstrategien und den Erwerb vorhandener Technologien zur Unterstützung unternehmerischer Ideen.
Zeitfenster / Dauer	3 Std.
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Prozess des Technologietransfers • Beispiele für Technologietransferprozesse
Quellen / Links	https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm
Literatur	OECD/Eurostat (2018). Oslo-Handbuch 2018: Richtlinien für die Erfassung, Berichterstattung und Nutzung von Innovationsdaten, 4. Auflage, Die Messung wissenschaftlicher, Technologische und Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxemburg.



ENTREHU

	Axinte, S (2020). Technologietransfer: Schulung. CIT-IRECSON Training Center, Bukarest, Rumänien
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeine Idee des digitalen Unternehmertums
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Erklären Sie das Konzept des Technologietransfers • Verstehen Sie die Vorteile des Technologietransfers für Innovationen • Bereitstellung von Werkzeugen zur Förderung unternehmerischer Ideen
Inhalt	<i>Definition und Umfang des Technologietransfers</i> <i>Vorteile des Technologietransfers in der Innovation</i> <i>Prozess und Phasen des Technologietransfers</i> <i>Beispiele für Technologietransferprozesse</i>
Lehr- und Lernmethoden	Tauchen Sie ein in die Welt des Technologietransfers, erkunden Sie die Konzepte von Lizenzvereinbarungen, kollaborativer Forschung und anderen Transferprozessen. Verbessern Sie Ihr Verständnis mit praktischen Übungen, die Verhandlungen und Überwachung simulieren.
Ansatz(e) für EE	() Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	KiNNO Berater



ENTREHU

Gesamtarbeitsbe- lastung & Zusammensetzun- g	<i>4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in Vorlesung (2h) und Selbststudium, (1h)</i>
Bewertung	<i>Übung für eingereichte Abtretung</i>
Besonderer Fokus	<ul style="list-style-type: none"> <i>(x) Multidisziplinärer Ansatz</i> <i>() Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit</i> <i>() Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen</i> <i>(x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen</i> <i>() Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften</i> <i>() Eine Perspektive des lebenslangen Lernens</i> <i>() Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze</i> <i>(x) Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf Venture-Creation annähern</i> <i>(x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung annähern</i> <i>(x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking</i> <i>() Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL)</i> <i>() Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft</i>



Wertschöpfung Co-Creation Hubs zwischen
 Universitäten und Unternehmen zur Förderung der Infusion
 der unternehmerischen Bildung in Europa
 2022-1-DE01-KA220-HED-000085694



Co-funded by
 the European Union

Vorlesungsplan 9: Innovation Mindset

Titel	INNOVATIVE DENKWEISE
Beschreibung	Dieser Kurs zielt darauf ab, den Prozess der Kultivierung einer Innovationsmentalität zu erklären und seine wesentlichen Elemente zu skizzieren. Die Teilnehmer werden die Schritte zur Implementierung einer Innovationsmentalität in einem Geschäftskontext untersuchen.
Zeitfenster / Dauer	3 Std.
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00X96H.pdf
Quellen / Links	https://elearning.mla.com.au/lessons/elements-of-an-innovation-mindset/ https://www.acceptmission.com/blog/innovation-mindset/ https://www.mjvinnovation.com/blog/innovation-mindset-in-your-business/ https://elearning.mla.com.au/lessons/elements-of-an-innovation-mindset/ https://hbr.org/video/2192249931001/creating-an-innovation-mindset
Literatur	



ENTREHU

Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Nein
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Definition und Elemente eines Innovations-Mindsets • Quick Facts: Treiber des Innovationsdenkens • Hintergrund und Beschreibung des Innovation Mindsets • Elemente des Innovationsdenkens: Glaube, Perspektiven, Verhaltensweisen, Handeln • Schritte zur Implementierung einer Innovationsmentalität in der Wirtschaft
Inhalt	Konzept der Innovationsmentalität, Kenntnisse über die Umsetzung der Innovationsmentalität in einem Unternehmen
Lehr- und Lernmethoden	Entdecken Sie die Essenz einer Innovationsmentalität durch entsprechende Blogs, Fallstudien aus der Praxis und interaktive Gruppendiskussionen. Tauchen Sie ein in die wichtigsten Aspekte von Glauben, Perspektive, Verhalten und Handeln in einem Geschäftskontext.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship () Lehre für unternehmerische Initiative () Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant () Kundenentwicklung () Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	KiNNO Berater
Gesamtarbeitsbelastung	3 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (1h), Selbststudium, (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)



ENTREHU

<p>& Zusammensetzun g</p>	
<p>Bewertung</p>	<p><i>Übung zur Selbsteinschätzung des Teams</i></p>
<p>Besonderer Fokus</p>	<p><i>(x) Multidisziplinärer Ansatz () Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit () Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen (x) Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen () Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften () Eine Perspektive des lebenslangen Lernens (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf Venture-Creation annähern (x) Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung annähern (x) Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking () Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL) (x) Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft</i></p>

Vorlesungsplan 10: Geschäftsmodelle

Titel	GESCHÄFTSMODELLE
Beschreibung	Dieses Modul bietet eine eingehende Untersuchung von Geschäftsmodellen und erläutert deren Definition, Schlüsselkomponenten und Merkmale. Die Teilnehmer werden in das Business Model Canvas eingeführt und angeleitet, wie sie ihre eigenen Geschäftsmodelle gestalten können.
Zeitfenster / Dauer	4 h
Modus	(x) vor Ort () Hybride (x) Fernbedienung
(Online-Diskussion) Tools / Plattformen	Canvanizer: https://canvanizer.com/book/business-model-generation https://canvanizer.com/new/business-model-canvas
Praktische/branchenspezifische Ressourcen	https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-business-models
Quellen / Links	Geschäftsmodell-Generation, Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010 Harvard Business Review. " Warum Geschäftsmodelle wichtig sind https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter Geschäftsmodellgenerierung: Ein Handbuch für Visionäre, Game Changer und Herausforderer. https://www.strategyzer.com/business-model-canvas/building-blocks https://canvanizer.com/book/business-model-generation



ENTREHU

Literatur	
Zielgruppe	(x) Studenten im Grundstudium (x) Doktoranden (x) Postgraduierte Studenten
Zugangsvoraussetzungen / Vorkenntnisse	Allgemeine Vorstellung von Geschäftsmodellen.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Definition eines Geschäftsmodells • Analyse der Definition des Geschäftsmodells • Einführung in Geschäftsmodelle • Die Hauptmerkmale des Geschäftsmodells • 9 Bausteine eines Geschäftsmodells • Analyse von Geschäftsmodellbausteinen
Inhalt	Ansprechende Vorträge, Fallstudien aus der Praxis, Interaktive Gruppendiskussionen, Praktische Übungen mit dem Business Model Canvas
Lehr- und Lernmethoden	Erkunden Sie die Geschäftsmodelle in Vorträgen, Videos und Studien. Die Initiierung von Gemeinschaften mit gemeinsamen Interessen wird ebenfalls als ideal angesehen.
Ansatz(e) für EE	(x) Lehre über Entrepreneurship (x) Lehre für Unternehmertum () Lehre durch unternehmerische Initiative
Value-Methoden	(x) Erstellung von Geschäftsmodellen (x) Stakeholder-Pitches und andere externe Stakeholder/Zielgruppen Präsentationen mit direktem Feedback () Praktikum oder Praktikant (x) Kundenentwicklung () Andere: _____
Geschäft Stakeholder(s)	Unendlichkeit Griechenland
Gesamtarbeitsbelastung	4 Stunden Gesamtarbeitsaufwand (in h), Aufteilung in der Vorlesung (2h), Selbststudium, (1h) & "externe" Tätigkeiten (1h)



ENTREHU

<p>& Zusammensetzun g</p>	
<p>Bewertung</p>	<p><i>Übung zur Präsentation des Geschäftsmodells</i></p>
<p>Besonderer Fokus</p>	<p>(x) <i>Multidisziplinärer Ansatz</i> () <i>Partnerschaften und sektorübergreifende Zusammenarbeit</i> () <i>Zusammenhänge zwischen formalem und nichtformalem Lernen</i> (x) <i>Verknüpfungen zu Schlüsselkompetenzen</i> () <i>Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften</i> () <i>Eine Perspektive des lebenslangen Lernens</i> (x) <i>Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf partizipative und erfahrungsorientierte Ansätze</i> (x) <i>Lern- und Lehrpädagogik mit Schwerpunkt auf Venture-Creation annähern</i> (x) <i>Lern- und Lehrpädagogik mit Fokus auf Wertschöpfung annähern</i> (x) <i>Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Design Thinking</i> () <i>Lern- und Lehrpädagogik mit dem Schwerpunkt Projektbasierte Lernen (PBL)</i> (x) <i>Zusammenarbeit/ Verbindung mit der Wirtschaft</i></p>