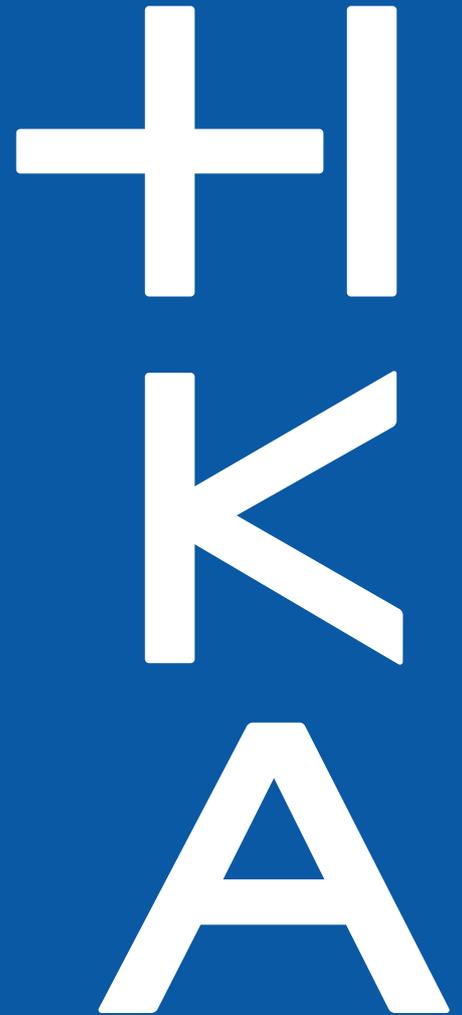


Hochschule Karlsruhe
University of
Applied Sciences

Fakultät für
Wirtschafts-
wissenschaften



Modulhandbuch

für den Studiengang

Technologie-Entrepreneurship (TEEM)

Abschluss: Master of Science (M.Sc.)
Stand: 20.11.2020
(SPO Version 2 vom 19.07 2017)

Masterstudiengang Technologie-Entrepreneurship
Studienbeginn: Wintersemester

Semester 3	Wahlpflicht- modul A (5 ECTS)	Wahlpflicht- modul B (5 ECTS)	Master-Thesis (17 ECTS)				Master Kolloquium (3 ECTS)
Semester 2	Leadership und Unter- nehmertum (5 ECTS)	Risiko- managment und Unter- nehmens- bewertung (5 ECTS)	Recht (5 ECTS)	Spezialisierung (10 ECTS)		Technologie- projekt 2 (5 ECTS)	
Semester 1	Recht- und Steuer- kolloquium (2 ECTS)	Entre- preneurial Marketing und Sales (5 ECTS)	Radikale Disruption und Innovation (5 ECTS)	Finanzierung, Kosten- management und Investition (5 ECTS)	Strategie- entwicklung (5 ECTS)	Technologie- projekt 1 (3 ECTS)	Technologie- entwicklung (5 ECTS)

Rechts- und Steuerkolloquium

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM100
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. jur. Oliver Keßler
Modulumfang (ECTS): 2 CP
Einordnung (Semester): 1. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Grundkenntnisse im Wirtschaftsrecht und der Steuerlehre
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Durch die Wiederholung und Vertiefung der im Bachelorstudium erworbenen Grundkenntnisse des Wirtschaftsrechts und der Steuerlehre werden die Studierenden in die Lage versetzt, an den Vorlesungen im Rahmen des Masterstudiums informiert und mit Erfolg teilnehmen zu können. Die Studierenden werden darüber hinaus für Problemstellungen aus den Bereichen Recht und Steuern sensibilisiert und werden befähigt, solche Problemstellungen frühzeitig zu erkennen.
Prüfungsleistung: -
Studienleistung: Referat, 15 Minuten erstes oder zweites Semester
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Grundzüge der Steuerlehre und des Steuerrechts
EDV-Bezeichnung: TEEM101
Dozent/in: Prof. Dr. Katrin Haußmann
Umfang (SWS): Blockveranstaltung
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: - Einführung in die Steuerlehre - Steuerliche Kriterien für die Rechtsformwahl - Veranlagungssimulation Einkommensteuer
Empfohlene Literatur: Freichel et al., Ertragsteuern, neueste Auflage; Schwind et al., Einkommensteuer leicht gemacht, neueste Auflage
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Grundzüge des Unternehmens- und Technikrechts
EDV-Bezeichnung: TEEM102
Dozent/in: Prof. Dr. jur. Oliver Keßler
Umfang (SWS): Blockveranstaltung
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: - Grundzüge des Kapitalgesellschaftsrechts (inklusive Compliance und CSR) - Grundzüge des Rechts der Unternehmenstransaktionen (Umwandlungsrecht, M&A)

- **Grundzüge des Vertrags- und Technikrechts (inklusive Technikverträge) und des gewerblichen Rechtsschutzes**

Empfohlene Literatur:

Grunewald, Gesellschaftsrecht, 10. Auflage, 2017; Gesmann-Nuissl/Müller, Technikrecht, 1.

Auflage, 2012; Götting, Gewerblicher Rechtsschutz, 11. Auflage, 2020

Anmerkungen:

-

Entrepreneurial Marketing und Sales

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM110
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Christian Braun
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 1. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Kenntnis allgemeiner Grundlagen des Marketing (Literatur: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Meffert, H. et al., 13. Auflage, 2019; Grundlagen des Marketing, Kotler, P. et al, 6. Auflage, 2016)
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden haben mit Abschluss des Kurses ein umfassendes Verständnis von Kundenzentrierung entwickelt. Sie sind in der Lage, vor dem Hintergrund marktspezifischer Rahmenbedingungen Vermarktungsstrategien zu entwickeln und operative Handlungsalternativen zur Marktbearbeitung zu entwerfen. Der Veranstaltungsteil Vertrieb befähigt die Kursteilnehmenden dazu, spezifische Vertriebsstrategien und -organisationen zu entwickeln sowie Vertriebsansätze, -prozesse und -maßnahmen zu definieren, mit denen eine zielbezogene Marktausschöpfung erreicht werden soll.
Prüfungsleistungen: Klausur, 60 Minuten
Studienleistung: Fallstudie, 1 Semester
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Entrepreneurial Marketing und Sales
EDV-Bezeichnung: TEEM111
Dozent/in: Prof. Dr. Christian Braun
Umfang (SWS): 4
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Seminar / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none">- Einführung Entrepreneurship und Marketing- Marktorientierte Entwicklung und Ausgestaltung neuer Geschäftsmodelle- Zentrale Markttrends als Chancen für Entrepreneure- Value proposition Design: Vom Kunden zum Wertversprechen- Marktforschung zur Suche nach unternehmerischen Gelegenheiten- Übergang in die Vermarktungsphase<ul style="list-style-type: none">• Markteinführung• Kundvalidierungsphase (bei Startups)- Markenführung- Kommunikationspolitik<ul style="list-style-type: none">• Kommunikationsstrategie• Online Kommunikationspolitik- Preispolitik<ul style="list-style-type: none">• Marktorientierte Preispolitik• Wertbezogene Verkaufsstrategien• Innovative Bezahl- und Preismodelle- Vertrieb<ul style="list-style-type: none">• Grundprinzipien: „Delivering value to the customer“

- **Kundenidentifikation, -ansprache und -aufbau (Fokus Startup)**
- **Vertriebswege und -organisation**
- **Verkaufsprozess**
- **Vertriebssysteme**
- **Vertrieb im Kontext sozialer Medien**

Empfohlene Literatur:

- **Aulet, B.: Disciplined Entrepreneurship, 2013**
- **Blank, Steve, Dorf, Bob: Das Handbuch für Startups – Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, 2017**
- **Ulwick, A.W.: Jobs to Be Done: Theory to Practice, 2016**

Anmerkungen:

-

Radikale und Disruptive Innovationen

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM120
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Carsten H. Hahn
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 1. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden das Wissen für ein systematisches Innovationsmanagement erlangt, um radikale (disruptive) Innovationen voranzutreiben. Dazu gehören Erkennen und Bewerten zukünftiger Trends, Entwickeln und Umsetzen einer umfassenden Innovationsstrategie, Generieren, Sammeln und Bewerten von Ideen sowie ihre Umsetzung in marktfähige Produkte, das Nutzen von Kreativitätspotenzialen sowie das Zusammenarbeiten in Innovationsnetzwerken. Werkzeuge, Methoden und Organisationsformen für die Unterstützung des gesamten Innovationsprozesses werden verständlich und anwendungsnah vermittelt.
Prüfungsleistungen: Fallstudie, 1 Semester
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Innovationsmanagement
EDV-Bezeichnung: TEEM121
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 2
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none">- Was sind radikale Innovationen: Definition, Entwicklung, Ziele- Innovationsstrategien- Innovationskultur- Innovationsprozesse- Planungs- und Analysemethoden- Produktinnovation- Serviceinnovation- Aktuelle Trends
Empfohlene Literatur: Clayton Christensen (2011): The Innovators Dilemma
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Managen eines Innovationsprozesses
EDV-Bezeichnung: TEEM122
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 2
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Übung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Übung zur praktischen Umsetzung anhand eines Beispiels aus der Industrie.
Empfohlene Literatur: Clayton Christensen (2011): The Innovators Dilemma
Anmerkungen: -

Finanzierung, Kostenmanagement und Investition

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM130
Modulverantwortliche(r): N. N. (Prof. Dr. Jörg Wöltje)
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 1. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Grundkenntnisse im Finanz- und Rechnungswesen
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage die Finanzierungsformen und -planungen sowie Investitionen zu beurteilen und die Investitionsrechenverfahren zu beherrschen. Hierbei werden insbesondere die alternativen Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen der Unternehmensfinanzierung – gerade auch für Start-ups bzw. Wachstumsunternehmen – betrachtet. Ferner beherrschen sie die Verfahren zur Kostenermittlung von (neuen) Gütern/Dienstleistungen und deren Preiskalkulation. Basierend auf der Preiskalkulation werden die Studierenden befähigt, qualifizierte Investitionsentscheidungen zu treffen. Die Studierenden müssen Investoren und Kapitalgeber von ihrem Geschäfts-/Finanzierungsmodell überzeugen, damit diese bereit sind in ihr Unternehmen zu investieren.
Prüfungsleistungen: Klausur, 90 Minuten
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Finanzierung
EDV-Bezeichnung: TEEM131
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 2 SWS
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die Finanzierungsquellen (Eigen- und Fremdfinanzierung, Außen- und Innenfinanzierung) - Möglichkeiten der Beteiligungsfinanzierung durch den Unternehmer von Private Equity, Venture Capital, Business Angels, Crowdfunding etc. - Außenfremdfinanzierung: Formen der Fremdkapitalfinanzierung, Rating und Kreditsicherheiten - Sonderformen der Finanzierung: Mezzanines Kapital und Kreditsubstitute (Leasing, Factoring), - Funding Strategien für Start-ups - Subventionen und öffentliche Fördermittel - Projektfinanzierung - Kapitalbedarfsplanung sowie kurz-, mittel- und langfristige Finanzplanung - Finanzplanung und Liquiditätsmanagement - Finanz- und Kapitalstrukturanalyse

Empfohlene Literatur:

Bieg, H.; Kußmaul, H.; Waschbusch, G.: Finanzierung, 3. Aufl. München, 2016.

Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A., Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München, 2017.

Schäfer, H., Unternehmensfinanzen – Grundzüge in Theorie und Management, 2. Aufl., Heidelberg, 2002.

Wöhe, G.; Bilstein, J.; Ernst, D.; Häcker, J., Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, 11. Aufl., München, 2013.

Wöltje, J., Investition und Finanzierung, 2. Aufl., Freiburg u. München, 2016.

Wöltje, J. (Hrsg.), Finanzierung für Start-ups und junge Unternehmen – Businessplan, Preiskalkulation, Finanzierungsmöglichkeiten, Freiburg, München, Stuttgart, 2019.

Zantow, R. u. Dinauer, J., Finanzwirtschaft des Unternehmens – Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements – , 3. Aufl., München, 2011.

Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Kostenmanagement und Investitionen

EDV-Bezeichnung: **TEEM132**

Dozent/in: **N. N. (Prof. Dr. Jörg Wöltje)**

Umfang (SWS): **2 SWS**

Turnus: **1. Studiensemester**

Art/Modus: **Vorlesung / Pflicht**

Lehrsprache: **Deutsch oder Englisch**

Inhalte:

Grundlagen des Kostenmanagements und der Investitionsrechnung Herausforderungen bei jungen Wachstumsunternehmen Kostenmanagement

- **Kostenrechnungssysteme**
- **Preiskalkulation in einem Start-up**
- **Zuschlagskalkulation**
- **Deckungsbeitragsrechnung**
- **Break-even-Analyse und Make-or-Buy-Entscheidung**
- **Preispolitische Ansätze**
- **Target Costing**

Controlling und Bilanzierung

- **Ausgewählte Elemente eines Jahresabschlusses**
- **Planbilanz und Plan-Gewinn- und Verlustrechnung**
- **Finanzkennzahlen**
- **Controlling-Kennzahlen**

Investitionsrechnung

Dynamische Investitionsrechenverfahren

- **Cashflow-Ermittlung**
- **Kapitalwertmethode**
- **Amortisationsrechnung**

Investitionsverfahren unter Unsicherheit

- **Szenario-Analyse**
- **Entscheidungsbaum-Verfahren**

Empfohlene Literatur:

Bieg, H., Kußmaul, H., Waschbusch, G., Investition, 3. Aufl., München, 2016.

Friedl, B., Kostenrechnung – Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung – , 2. Aufl., München, 2010.

Friedl, G., Hofmann, C. u. Pedell, B., Kostenrechnung – Eine entscheidungsorientierte Einführung – 3. Aufl., München, 2017.

Götze, U., Investitionsrechnung – Modelle und Analysen zur Beurteilung von Investitionsvorhaben – , 6. Aufl., Heidelberg, 2008.

Kruschwitz, L., Investitionsrechnung, 12. Aufl., München, 2009.

Schmidt, A., Kostenrechnung – Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, 7. Aufl., Stuttgart, 2014.

Wöltje, J., Investition und Finanzierung, 2. Aufl., Freiburg u. München, 2017.

Wöltje, J., Kosten- und Leistungsrechnung, 2. Aufl., Freiburg u. München, 2016.

Wöltje, J., Betriebswirtschaftliche Formelsammlung, 7. Aufl., Freiburg, München, Stuttgart, 2020.

Wöltje, J. (Hrsg.), Finanzierung für Start-ups und junge Unternehmen – Businessplan, Preiskalkulation, Finanzierungsmöglichkeiten, Freiburg, München, Stuttgart, 2019.

Zantow, R. u. Dinauer, J., Finanzwirtschaft des Unternehmens – Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements – , 3. Aufl., München, 2011.

Anmerkungen:

-

Strategieentwicklung

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM140
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Anna Heszler
Modulumfang (ECTS): 5
Einordnung (Semester): 1. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing
Voraussetzungen nach SPO: Immatrikulation im Studiengang
Kompetenzen: Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, Strategien für die Erarbeitung und Umsetzung von neuen Geschäftsideen für eine potenzielle Unternehmensgründung oder unternehmensinterne Umsetzung zu entwickeln. Sie können markt- und wettbewerbsspezifische Rahmenbedingungen eines Unternehmens systematisch analysieren und die Erkenntnisse in die Gestaltung, Entwicklung, Visualisierung sowie Bewertung von Wertangeboten und Geschäftsmodellen einfließen lassen. Sie kennen die relevanten Theorien und Methoden der Entrepreneurship-Literatur zum Business Design und können diese auf die Praxis übertragen und umsetzen.
Prüfungsleistungen: Studienarbeit, 3 Wochen
Studienleistung: Übungen, 1 Semester
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Business Development
EDV-Bezeichnung: TEEM141
Dozent/in: Prof. Dr. Anna Heszler
Umfang (SWS): 2
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Seminar, Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des Unternehmensumfeldes anhand von Beispielen aus den Bereichen Unternehmensnachfolge, Corporate Entrepreneurship und Startup - Analyse der 5 Wettbewerbskräfte anhand von Beispielen aus den Bereichen Unternehmensnachfolge, Corporate Entrepreneurship und Startup - Market Intelligence Methoden - Open Innovation - Patentanalyse
Empfohlene Literatur: Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P.: Strategisches Management – Eine Einführung, 11. Auflage, 2018 Habicht, H., Moeslein, K., Reichwald, R.: Open Innovation - Grundlagen, Werkzeuge, Kompetenzentwicklung, Information Management & Consulting, 44-51, 2011
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Business Design
EDV-Bezeichnung: TEEM142
Dozent/in: Prof. Dr. Anna Heszler

Umfang (SWS): 2
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Übung, Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Vision, Mission und Unternehmensziele - Customer Development und Lean Startup - Entwicklung von Wertangeboten für neue Geschäftsideen - Arten und Gestaltungsprinzipien von Geschäftsmodellen
Empfohlene Literatur: Blank, S.: The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win, 2020 Blank, S., Dorf, B.: Das Handbuch für Startups – Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, 2017 Christensen, C. M.: The Innovator's Dilemma, 2016 Gassmann, O., Frankenberger K., Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln - 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, 2017 Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P.: Strategisches Management – Eine Einführung, 11. Auflage, 2018 Osterwalder, A., Pigneur, Y.: Business Model Generation - Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011 Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A.: Value Proposition Design 2015 Ries, E.: Lean Startup - Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, 2014
Anmerkungen: -

Technologieentwicklung

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM150
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Florian Finsterwalder
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 1. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden können Technologien analysieren und bewerten sowie Technologieprozesse und eine Roadmap für die Technologieentwicklung planen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, eine systematische und nachhaltige Technologieentwicklung zu beurteilen und in einer Organisation zu implementieren. Hierzu lernen sie die Methoden und Werkzeuge des Technologiemanagements kennen. Auf Basis sowohl der bestehenden als auch der für die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens notwendigen Technologiekompetenzen können die Studierenden eine Technologiestrategie mit einer Roadmap für die Technologieentwicklung erarbeiten. Die Studierenden kennen verschiedenen Kooperationsmodelle und deren Konsequenzen bei der Technologieentwicklung. Im Rahmen der Technologiefrüherkennung identifizieren, analysieren und bewerten die Studierenden relevante Technologien und planen auf dieser Basis entsprechende Entwicklungen. Die Studierenden sind mit aktuellen Technologietrends und Forschungsschwerpunkten vertraut.
Prüfungsleistungen: Praktisches Studiensemester, 1 Semester oder Referat, 20 Minuten
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Technologieentwicklung
EDV-Bezeichnung: TEEM151
Dozent/in: N.N.
Umfang (SWS): 2
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none">- Einführung- Was ist Technologieentwicklung?- Aktuelle Technologietrends (Digitalisierung, Industrie 4.0)- Auszug Innovationsmethoden und Kreativitätstechniken- Technologiemanagement (Konzepte, Prozesse, Implementierung)- Technologiestrategien (Randbedingungen und Einflussfaktoren)- Technologiefrüherkennung- Technologieplanung, -analyse und -bewertung- Technologieentwicklungsprozess- Kooperationen in der Technologieentwicklung (Kooperationsmodelle, Verträge, Erfolgs- und Misserfolgskriterien)- Technologieschutz

<p>Empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technologiemanagement: Handbuch Produktion und Management 2, Springer, 2011 Schuh, G. und Klappert, S. - Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement / Albers, Sönke [Hrsg.] , Internationales F&E-Management: Potentiale und Gestaltungskonzepte transnationaler F&E- Projekte, O. Gassmann, 1997, Oldenbourg 2011, Gabler - Management von Technologieplattformen in diversifizierten Unternehmen. Shaker Verlag, Aachen 2006 - Strategic Management of Technology and Innovation, 5th Edition, McGraw-Hill, New York 2009, Breuer, T. - Methoden zur Analyse und Bewertung technologischer Alternativen. In: Zahn, E. (Hrsg.) Handbuch Technologiemanagement. Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1995, Pfeiffer, W., Weiß, E. - Technologie-Früherkennung: Organisation und Prozess. In: Gassmann, O., Kobe, C. (Hrsg.) Management von Innovation und Risiko. Quantensprünge in der Entwicklung erfolgreich managen, 2. überarb. Aufl., S. 303–329. Springer, Berlin (2006), Reger, G. - Innovationsmanagement: von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. Schäffer-Poeschel, 2015, Vahs, D., Brem, A.
<p>Anmerkungen:</p> <p>-</p>

Lehrveranstaltung: Übung - Managen eines Technologieprozesses
EDV-Bezeichnung: TEEM152
Dozent/in: N.N.
Umfang (SWS): 2
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Übung
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Übung zur praktischen Umsetzung anhand eines Beispiels aus der Industrie
Empfohlene Literatur: -
Anmerkungen: -

Leadership und Unternehmertum

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM210
Modulverantwortliche(r): Prof. Christoph Ewert
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 2. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden verinnerlichen die wesentlichen Fähigkeiten und Eigenschaften einer starken Unternehmerpersönlichkeit. Sie sind nach Besuch dieses Moduls in der Lage, die wesentlichen Führungsmethoden zu reflektieren und anzuwenden. Die Kursteilnehmenden haben die Fähigkeit erworben, sich mit visionären Führungskonzepten auseinanderzusetzen und alternative Umsetzungsstrategien zu entwickeln.
Prüfungsleistungen: Mündliche Prüfung, 30 Minuten
Studienleistung: Schriftlicher Bericht, 1 Semester
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Leadership
EDV-Bezeichnung: TEEM211
Dozent/in: Prof. Christoph Ewert
Umfang (SWS): 2
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Übung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none">- Entwicklung von Visionen- Führungsmethoden- Persönlichkeitsentwicklung- Mitarbeiterführung- Mitarbeitermotivation- Kundenorientierung- Umgang mit Krisen- Teamentwicklung- Zusammenstellen und Führen von Teams- Konfliktmanagement- Arbeitsorganisation und Zeitmanagement- Ideen und Konzepte „verkaufen“- Changemanagement
Empfohlene Literatur: -
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Unternehmertum
EDV-Bezeichnung: TEEM212
Dozent/in: Wechselnde Dozierende (Unternehmer, Entrepreneur, Führungskräfte)
Umfang (SWS): 2
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Seminar / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Vorstellung von erfolgreichen Unternehmenskonzepten <ul style="list-style-type: none"> • Start-ups • Intrapreneur-start-ups • Familiennachfolge - Entwicklung von Fallstudien - Erarbeitung von alternativen Marktbearbeitungsstrategien - Chancen und Risiken der grenzüberschreitenden Marktbearbeitung - Die Bedeutung der Ressource Mensch - Persönlichkeitsmerkmale erfolgreicher Unternehmer - Diskussion möglicher Führungsstile - Zentrale/dezentrale Unternehmensorganisation
Empfohlene Literatur: -
Anmerkungen: -

Unternehmensbewertung und Risikomanagement

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM220
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Hendrik Kunz, Prof. Dr. Jörg Wöltje
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 2. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sowie Grundkenntnisse in Finanzierung und Investition
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ein effektives Risikomanagementsystem in seinen Grundzügen zu entwickeln und den Wert eines Unternehmens zu ermitteln. Hierzu werden die Studierenden befähigt alle wesentlichen Risiken eines neu gegründeten und etablierten Unternehmens zu erkennen, zu priorisieren und anschließend geeignete Steuerungsmaßnahmen abzuleiten. Des Weiteren verstehen die Studierenden die wesentlichen Unternehmensbewertungsverfahren und können diese kritisch hinterfragen und anwenden.
Prüfungsleistungen: Klausur, 90 Minuten
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Risikomanagement
EDV-Bezeichnung: TEEM221
Dozent/in: Prof. Dr. Hendrik Kunz
Umfang (SWS): 2
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Funktionsweise eines effektiven Risikomanagementsystems. Rechtliche und betriebswirtschaftliche Anforderungen an das Risikomanagement in den Phasen des Lebenszyklus eines Unternehmens (Start-up, Wachstum, Reife). Diskussion des Risikomanagementprozesses: Erkennung aller wesentlichen Risiken in neu gegründeten und etablierten Unternehmen (Identifikation), Priorisierung von Risiken (Risikobewertung) und Ableitung von Steuerungsmaßnahmen (Risikobewältigung). Organisatorische Verankerung der Risikomanagementfunktion in Unternehmen.
Empfohlene Literatur: Diederichs M.: Risikomanagement und Risikocontrolling, 4. Auflage, München 2018 Vanini, U.: Risikomanagement: Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis, Stuttgart 2012 Hoffmann, J.: Risikomanagement für mittelständische Unternehmen, Norderstedt 2012
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Unternehmensbewertung
EDV-Bezeichnung: TEEM222
Dozent/in: Prof. Dr. Jörg Wöltje
Umfang (SWS): 2 SWS
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Wertbegriffe, Bewertungsfunktionen und Bewertungsanlässe im Unternehmenszyklus Methodische Grundlagen (Gesamtbewertungsverfahren, Einzelbewertungsverfahren, relevante Überschüsse, Ermittlung des Kapitalisierungszinssatzes) Verfahren der Unternehmensbewertung, unter anderem: <ul style="list-style-type: none"> - Einzelbewertungsverfahren: Reproduktionswertverfahren, Liquidationswertverfahren - Gesamtbewertungsverfahren <ul style="list-style-type: none"> • Ertragswertverfahren • DCF-Verfahren: Entity-Methode, APV-Methode, Equity-Methode - Multiplikator-Methode
Empfohlene Literatur: Aschauer, E. u. Purtscher, V.: Einführung in die Unternehmensbewertung, Wien, 2011. Ballwieser, W. u. Hachmeister, D.: Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, 4. Aufl., Stuttgart, 2013. Ernst, D., Schneider, S., Thielen, B.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen: Ein Praxisleitfaden, 5. Aufl., München, 2012. Matschke, M. J. u. Brösel, G.: Unternehmensbewertung: Funktionen – Methoden – Grundsätze, 4. Aufl., Wiesbaden, 2013. Peemöller, V. H. (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 7. Aufl., Herne, 2019. Schacht, U. und Fackler, M.: Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 2. Aufl., Wiesbaden, 2009. Schwetzer, B. u. Aders, C. (Hrsg.): Jahrbuch der Unternehmensbewertung, Düsseldorf, 2020. Seppelfricke, P.: Handbuch der Aktien- und Unternehmensbewertung, 4. Aufl., Stuttgart, 2012. Wöltje, J.: Investition und Finanzierung, 2. Aufl., Freiburg, 2017. Wöltje, J.: Unternehmensbewertung und Finanzkennzahlen, Freiburg, München, Stuttgart, 2020.
Anmerkungen: -

Recht

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM230
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Oliver Keßler
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 2. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Grundkenntnisse in: Bürgerlichem Recht (Recht A), Arbeitsrecht (Recht A), Schuldrecht (Recht B), Handelsrecht (Recht B), Gesellschaftsrecht (Recht C), Wettbewerbsrecht (Recht C), Steuerlehre/Steuerrecht
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden lernen anhand von Fällen aus der Unternehmenspraxis, die Grundsätze des Wirtschaftsprivatrechts und insbesondere des Vertrags- und Gesellschaftsrechts sowie des Steuerrechts auf die gegebene unternehmerische Situation optimal anzuwenden und rechtliche Gestaltungsprozesse insbesondere bei der unternehmerischen Verwertung von technischen Innovationen anstoßen und überwachen zu können. Hierzu gehören die Auswahl und das Management externer Berater, insbesondere von Rechts- und Steuerberatern und die Steuerung von Dokumentations- und Risikomanagementprozessen. Sie werden lernen, dass, und auf welche Art und Weise, unternehmerische Entscheidungen verantwortlich und im Lichte der gesellschaftlichen Anforderungen getroffen werden (Corporate Social Responsibility) und welche international-rechtlichen Aspekte zu berücksichtigen sind.
Prüfungsleistungen: Referat mit anschließender Mündlicher Prüfung, 60 Minuten
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Recht
EDV-Bezeichnung: TEEM231
Dozent/in: Prof. Dr. Oliver Keßler
Umfang (SWS): 4
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: - Gesellschaftsrecht <ul style="list-style-type: none">• Gründungsphase: Rechtsformwahl, Gestaltung von Gesellschafts- und Beteiligungsverträgen (Gesellschaftervereinbarungen, auch mit Venture Capital-Finanzierern), Aufbau von Governance- und Compliance-Strukturen• Wachstumsphase: Wechsel der Rechtsform/Umstrukturierungen (Umwandlungsrecht), Aufnahme von neuen Investoren (Private Equity-Finanzierung), Ausdifferenzierung von Beteiligungsvereinbarungen, gesellschaftsrechtliche Anforderungen an die Innenfinanzierung (Cash Pooling etc.); Grundzüge des Konzernrechts• Exit-Phase: Strukturierung der Gesellschaft für Verkauf (Ausstieg Private Equity-Investoren) oder Börsengang; gesellschaftsrechtliche Kapitalmarktfähigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR)• Etablierter Konzern (im Rahmen des Corporate Entrepreneurship): Organisations- und Strukturierungsfragen, insbesondere Reorganisationen nach dem UmwG (Verschmelzungen, Ausgliederungen)• Haftung
- Vertragsrecht

- **Moderne („innovative“) Vertragstypen: Rechtliche Vorgaben und Risiken; Dokumentation**
- **Vertragsmanagement, Einsatz von rechtlichen Beratern und Verwendung von „Smart Contracts“**
- **Auswirkung von Unternehmensreorganisationen auf Verträge („Change of Control“ etc.)**
- **Haftung**
- **Arbeitsrecht**
 - **Gestaltung von Arbeitsverträgen im Start-Up-Unternehmen, im Wachstumsunternehmen und bei „reifen“ Unternehmensstrukturen**
 - **Arbeitnehmermitbestimmung**
 - **Restrukturierungen und Personalbestandsanpassungen**
 - **Mitarbeiterbeteiligung (virtuelle und tatsächliche Beteiligung); Steuern**
 - **Soziale Verantwortung des Unternehmers**
- **Gewerblicher Rechtsschutz**
 - **Schutz und rechtliches Management von neuen Technologien (Patente, Marken, Gebrauchsmuster, Design etc.)**
 - **Lizenzverträge und andere Formen der Nutzung von gewerblichen Schutzrechten und Know-how**
 - **Auswirkungen von Unternehmensreorganisationen auf die Nutzung von Schutzrechten und Know-how**
- **Steuerrecht**
 - **Steuroptimierte Rechtsformwahl**
 - **Grundprinzipien der Einkommens- und Körperschaftsteuer**
 - **Steuroptimierungen im Konzern**
 - **Steuerrechtliche Risiken, Compliance und Haftung**

Empfohlene Literatur:

Tillmann/Schiffers/Wälzholz/Rupp, Die GmbH im Gesellschafts- und Steuerrecht, 6. Auflage 2015; Kessler, Unternehmensfinanzierung Mittelstand, 1. Auflag 2015; Schulz, Compliance-Management, 1. Auflage 2016; Willemsen/Hohenstatt/Schweibert/Seibt, Umstrukturierung und Übertragung von Unternehmen, 5. Auflage 2016 sowie die üblichen Lehrbücher zu den jeweiligen Rechtsgebieten.

Anmerkungen:

-

Spezialisierungsmodule

Zu wählen ist eines aus drei möglichen Spezialisierungsmodulen

Spezialisierung: Corporate Entrepreneurship

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM240
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Anna Heszler
Modulumfang (ECTS): 10 CP
Einordnung (Semester): 2. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Geschäftsideen in Geschäftsaktivitäten durch den Aufbau von internen Startups in etablierten Unternehmen losgelöst von dessen bestehendem Geschäftsmodell organisatorisch umzusetzen. Sie können dabei die besonderen Methoden und Werkzeuge zur Förderung interner Startups, zur Kooperation mit und Integration von externen Startups sowie zum Management des Innovationsportfolios vergleichen, bewerten und anwenden. Die Studierenden können die Barrieren für innovative Projekte und Startups in etablierten Unternehmen, insbesondere in den Bereichen Businessplanung, Organisation, Führung und Unternehmenskultur erkennen, analysieren und bewerten. Sie können weiterhin Konzepte entwickeln, die geeignet sind, nachhaltig innovatives unternehmerisches Denken und Handeln in ganzheitlicher Form im Unternehmen zu verankern und sichtbar zu machen. Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsideen für ein definiertes, etabliertes Unternehmen als Entrepreneurship-Projekt zu entwickeln, analysieren und bewerten. Sie können Methoden, Werkzeuge und Rahmenbedingungen zur erfolgreichen Umsetzung von Corporate Entrepreneurship-Projekten analysieren, bewerten und anwenden.
Prüfungsleistungen: Klausur 90 Minuten (TEEM241 und TEEM242 gemeinsam) Studienarbeit (TEEM243)
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Corporate Entrepreneurship - Strategien und Werkzeuge
EDV-Bezeichnung: TEEM241
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 2
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Seminar / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none">- Motivation, Ziele und Einbettung von Corporate Entrepreneurship in die Strategie-Implementierung etablierter Unternehmen- Corporate Innovation Werkzeuge und Formate zur Förderung interner Startups und Kooperation von etablierten Unternehmen mit Startups: Kontaktformate, Akzeleration, Inkubation, Company Building und Venture Client Model- Corporate Venture Kapital und M&A: Identifikation, Beurteilung, finanzielle Bewertung, Due Diligence und Des-Investition von Startups- Partnermanagement in etablierten Unternehmen: Kooperationsformen, Joint Ventures und Plattform Geschäftsmodelle- Integration erfolgreicher Corporate Startups und Post Merger Integration von

jungen Unternehmen - Portfolio Management interner und externer Startups, Produkte und Services
Empfohlene Literatur: Kuckertz, A.: Management: Corporate Entrepreneurship, 2017 Jansen, S. A.: Mergers & Acquisitions, 6. Auflage, 2016 Croll, A., Yoskovitz, B.: Lean Analytics, 2013
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Unternehmerisches Denken und Handeln für den Aufbau neuer Geschäftsaktivitäten
EDV-Bezeichnung: TEEM242
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 2
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Seminar / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Nachhaltig unternehmerisches Denken und Handeln: - Grundlagen der Führung (Persönlich, Team, Unternehmen) - Wesentliche Elemente der Businessplanung (operativ, strategisch, methodisch) - Nachhaltige Unternehmensziele - Organisationsstrukturen - Verhalten und Unternehmenskultur (verstehen, gestalten, verändern) - Konzepte für innovatives unternehmerisches Denken und Handeln
Empfohlene Literatur: Malik, F.: Führen Leisten Leben - Wirksames Management für eine neue Welt, Neuauflage, 2019 von Cube, F.: Lust an Leistung - Die Naturgesetze der Führung, 12. Aufl., 2005 Felber, C., Gemeinwohl-Ökonomie, 4. Aufl., 2018 Rose, D. S.: Angel Investing - The Gust Guide to Making Money and Having Fun Investing in Startups, 1. Aufl., 2014 Moore, Geoffrey A.: Crossing the Chasm - Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers, 3rd Edition, 2014 Gladwell, M.: Tipping Point - Wie kleine Dinge Großes bewirken können, 2016
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Corporate Entrepreneurship – Realisierung eines Projekts
EDV-Bezeichnung: TEEM243
Dozent/in: Prof. Dr. Anna Heszler
Umfang (SWS): 4
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Projekt und Seminar / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: - Konzeption und Validierung einer konkreten Geschäftsidee für ein definiertes, etabliertes Unternehmen als Entrepreneurship-Projekt - Einbezug relevanter Methoden und Werkzeuge in die Projektarbeit: Design Thinking, Geschäftsmodellinnovation, Kreativitätstechniken, Scrum, Lean Startup - Analyse und Reflektion von aktuellen Corporate Entrepreneurship-Konzepten anhand von z.B. Gastvorträgen oder Fallstudien

Empfohlene Literatur:

Blank, S.: The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win, 2020

Blank, S., Dorf, B.: Das Handbuch für Startups – Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, 2017

Christensen, C. M.: The Innovator's Dilemma, 2016

Gassmann, O., Frankenberger K., Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln - 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, 2017

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P.: Strategisches Management – Eine Einführung, 11. Auflage, 2018

Osterwalder, A., Pigneur, Y.: Business Model Generation - Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A.: Value Proposition Design 2015

Ries, E.: Lean Startup - Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, 2014

Anmerkungen:

-

Spezialisierung: Startup

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM240
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Carsten H. Hahn
Modulumfang (ECTS): 10 CP
Einordnung (Semester): 3. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden verstehen, dass es bei der Gründung eines Startups darum geht, den Markt und den Kunden zu verstehen. Die Studierenden sind weiterhin mit einem systematischen Ansatz vertraut, eine Unternehmensgründung schrittweise voranzutreiben und zu evaluieren. Darüber hinaus besitzen die Studierenden die Kompetenz, das richtige Team für ein Unternehmen zu finden.
Prüfungsleistungen: Mündliche Prüfung, 20 Minuten und Projektarbeit
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung 1: Customer Development
EDV-Bezeichnung: TEEM241
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 2
Turnus: 3. Studiensemester
Art/Modus: Übung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: <ul style="list-style-type: none">- Grundsätze: Ein Startup ist keine kleine Version eines Großunternehmens! Der Weg zur Epiphanie: das Kundenentwicklungsmodell- Erster Schritt: Kundenentdeckung Entwicklung der Geschäftsmodell-Hypothesen Gebäude verlassen und Hypothesen und Problem testen- Zweiter Schritt: Customer Validation Introduction to customer Validation Phase 1: Bereit zum Verkauf Phase 2: Gebäude verlassen und verkaufen Phase 3: Entwickeln einer Produkt- und Unternehmenspositionierung Phase 4: Die schwerste Frage von allen: Pivot und/oder Voranschreiten
Empfohlene Literatur: Bill Aulet (2013), Disciplined Entrepreneurship Steve Blank/Bob Dorf (2012): The Startup Owner's Manual
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung 2: Startup Development
EDV-Bezeichnung: TEEM242
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 4
Turnus: 3. Studiensemester
Art/Modus: Übung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Case Study based 24 steps towards a venture (nach Bill Aulet) <ol style="list-style-type: none"> 0. Erste Schritt 1. Marktsegmentierung 2. Auswahl eines Beachhead Markts 3. Aufbau eines Endnutzerprofils 4. Kalkulation des Total Adressable Markets 5. Entwicklung einer Persona 6. Vollständiger Lebenszyklus Anwendungsfall 7. High Level Product Spezifizierung 8. Quantifizierung der Value Proposition 9. Die 10 nächsten Kunden identifizieren 10. Definieren des Kerns 11. Wettbewerbsposition darstellen 12. Bestimmen der Decision Making Unit (DMU) beim Kunden 13. Kundenakquisition darstellen 14. Kalkulation des Total Adressable Market für Follow-On Markets 15. Design eines Business Model 16. Erstellen des Pricing Framework 17. Kalkulieren des Lifetime Value (LTV) eines Kunden 18. Kundenakquisition darstellen 19. Kalkulation der Cost of Customer Acquisition (COCA) 20. Kernannahmen aufzeigen 21. Kernannahmen testen 22. Definieren des Minimum viable Business Product (MVBP) 23. Zeigen Sie „The Dog Will Eat the Dog Food“ 24. Entwicklung eines Produktplans
Empfohlene Literatur: Bill Aulet (2013), Disciplined Entrepreneurship Steve Blank/Bob Dorf (2012): The Startup Owner's Manual
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung 3: Team Up Development
EDV-Bezeichnung: TEEM243
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 2
Turnus: 3. Studiensemester
Art/Modus: Übung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: How to find the right team for the startup.
Empfohlene Literatur: Bill Aulet (2013), Disciplined Entrepreneurship Steve Blank/Bob Dorf (2012): The Startup Owner's Manual
Anmerkungen: -

Spezialisierung: Unternehmensnachfolge

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM240
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Hendrik Rust
Modulumfang (ECTS): 10 CP
Einordnung (Semester): 3. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die rechtzeitige Planung und Gestaltung der Unternehmensnachfolge gewinnt insbesondere im Mittelstand zunehmend an Bedeutung. Die Studierenden lernen im Rahmen des Moduls vertrags-, gesellschafts- und erbrechtliche sowie steuerliche Themen und Risiken kennen und sind in der Lage, daraus Konsequenzen für die unternehmerische Nachfolgeplanung abzuleiten. Die Studierenden verstehen die prinzipiellen Verfahren der Unternehmensanalyse und -bewertung. Sie lernen, welche Rechtsformen für die Nachfolgeplanung in Betracht kommen und wie die Governance-Strukturen zu gestalten sind. Unterschiedliche Gestaltungsformen von Nachfolgemodellen werden diskutiert. Dies schließt steuerliche Effekte und Finanzierungsmöglichkeiten und -bedarfe sowie Übertragungskosten ein. Die Studierenden erkennen steuerliche Risiken im Erb- und Schenkungsfall, aber auch die Möglichkeiten der steuerlichen Gestaltung von Unternehmensnachfolgen. Einen Schwerpunkt bilden die Bewertungsverfahren für Grund- und Betriebsvermögen. Darauf aufbauend werden wesentliche steuerliche Aspekte der Vermögensübergabe sowie die steuerliche Privilegierung von Unternehmensvermögen besprochen. Die Studierenden kennen die Bedeutung der Nachfolgeplanung und der Qualifikation des Nachfolgers. Sie verstehen die Problematik bei der Veränderung der Führungsstile und Verantwortungsübertragung und können diese Prozesse positiv beeinflussen. Damit sind die Studierenden in der Lage, die Gesamtsituation des Unternehmens mit seinen betriebswirtschaftlichen, vertrieblichen, prozessualen, technischen und technologischen Aspekten zu analysieren und zu beurteilen.
Prüfungsleistungen: 2 (schriftliche oder mündliche) Prüfungsleistungen aus drei Lehrveranstaltungen
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Unternehmensanalyse, -bewertung und -übertragung
EDV-Bezeichnung: TEEM241
Dozent/in: N.N.
Umfang (SWS): 2
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch

Inhalte: Nachfolgemodelle
<ul style="list-style-type: none"> • Definition Unternehmensnachfolge <ul style="list-style-type: none"> ○ Im Rahmen einer Nachfolgeplanung durch lebzeitige Verfügungen (Beteiligung, Veräußerung, Schenkung, geplanter Erbgang) ○ Ohne Nachfolgeplanung durch Erbgang • Gestaltungsformen von Nachfolgemodellen <ul style="list-style-type: none"> ○ Interne Nachfolge mit Beteiligung (MBO, mit und ohne Finanzinvestor/PE); Familie („nächste Generation“) ○ (Teilweise) externe Nachfolge durch Börsengang, Verkauf oder Beteiligung (strategischer Investor oder Management – MBI, wiederum mit oder ohne Finanzinvestor/PE) ○ Stiftung • Rechtsformen von Nachfolgen
Unternehmensübertragung
<ul style="list-style-type: none"> • Steuerliche und rechtliche Treiber (Ertrags-, Körperschaftsteuer- und Erbschaftssteuer; Erb- und Gesellschaftsrecht; Recht des Unternehmenskaufs; Kapitalmarktrecht) • Finanzierung von Nachfolgen und Beteiligungen • Zeitliche Gestaltung der Übertragung • Übertragung auf Familienmitglieder und Nichtfamilienmitglieder • Kosten der Übertragung
Empfohlene Literatur: -
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Erbschaftsteuer und Unternehmensnachfolge
EDV-Bezeichnung: TEEM242
Dozent/in: Prof. Dr. Katrin Haußmann
Umfang (SWS): 3
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte:
<ul style="list-style-type: none"> ○ erbrechtliche Fragestellungen (Erbfolge, Ehegattenerbrecht und Ausgestaltung von Testamenten) ○ Aufbau und Systematik der Erbschaft- und Schenkungsteuer ○ Bewertung von Grund- und Betriebsvermögen ○ steuerliche Begünstigung von Betriebsvermögen ○ Konsequenzen für die unternehmerische Nachfolgeplanung ○ Besonderheiten bei Familienunternehmen ○ Gestaltungsoptionen
Empfohlene Literatur:
Heil, Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer, Schäffer Poeschel
Horschitz et al., Erbschaft- und Schenkungsteuer, Bewertungsrecht, Schäffer Poeschel
Anmerkungen: -

Lehrveranstaltung: Unternehmensnachfolgeprozess
EDV-Bezeichnung: TEEM243
Dozent/in: Prof. Dr. Hendrik Rust
Umfang (SWS): 3
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Vorlesung / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch

Inhalte:

- **Bedeutung der Unternehmensnachfolgeplanung**
- **Qualifikation von Unternehmernachfolgern**
- **Auswahl und Entwicklung von Nachfolgerpersönlichkeitsprofilen**
- **Change-Management bei der Nachfolge**
 - **Management der Übergänge von Führungsstilen**
 - **Prozess der Übertragung von Verantwortung**
 - **Aufbau von Vertrauen zwischen den Unternehmergenerationen**
 - **Aufbau von Vertrauen des Nachfolgers bei Geschäftspartnern, Mitarbeitern und Stakeholdern**
 - **Konfliktmanagement und Rollenverteilung beim Generationenübergang**
 - **Zeitmanagement des Übergangs**
 - **Erkennen von Nachfolgerisiken und deren Absicherung**
 - **Übertragung von Verantwortung**
 - **Gestaltung des Netzwerks des Unternehmernachfolgers**
 - **Externe Unterstützung und Coaching von Nachfolgern**

Empfohlene Literatur:

B. Felden und A. Klaus (2007). Nachfolgeregelung. Handelsblatt Mittelstands-Bibliothek Band 8. Stuttgart: Schäffer-Pöschel.

H. Habig und J. Berninghaus (2010). Die Nachfolge im Familienunternehmen ganzheitlich regeln. Berlin: Springer.

W. Kempert, Wolf (2008). Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen. Wiesbaden: Gabler.

Anmerkungen: -

Technologieprojekt

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM250
Modulverantwortliche(r): Studiendekan/-in TEEM
Modulumfang (ECTS): 8 CP
Einordnung (Semester): 1. und 2.Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Kenntnisse im gewählten Technologiebereich, ggf. abgeschlossenes Technologieprojekt 1 für die Durchführung des Technologieprojektes 2
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre aus anderen Modulen erworbenen Kenntnisse im Rahmen eines individuell gewählten Technologieprojekts in Theorie und/oder Praxis anzuwenden. Sie konzipieren und entwickeln die jeweilige Projekt- oder Prozessidee, setzen sie um und fassen die wesentlichen Ergebnisse allgemeinverständlich zusammen.
Prüfungsleistungen: 1. Referat, 30 Minuten oder Schriftlicher Bericht, 1 Semester oder mündliche Prüfung, 20 Minuten und 2. Referat, 30 Minuten oder Schriftlicher Bericht, 1 Semester oder mündliche Prüfung, 20 Minuten
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Technologieprojekt 1
EDV-Bezeichnung: TEEM251
Dozent/in: individuelle Betreuer
Umfang (SWS): 3
Turnus: 1. Studiensemester
Art/Modus: Projekt nach individueller Wahl des Studierenden in Abstimmung mit dem Dozierenden / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Im Rahmen des individuell gewählten Technologiefeldes werden die aktuellen Kenntnisse vermittelt und in Theorie, Praxis und/oder Übung behandelt
Empfohlene Literatur: Je nach Technologiebereich festzulegen
Anmerkungen: Das Technologieprojekt soll den Studierenden die Möglichkeit geben, die Fähigkeiten und Kenntnisse in einem selbstbestimmten spezifischen Technologiebereich zu vertiefen. Das kann durch den Besuch vertiefender Fachvorlesungen, die Durchführung eines strategisch ausgerichteten Projektes in einem Unternehmen oder auch der weiteren Bearbeitung und Konkretisierung einer eigenen unternehmerischen Idee, z.B. eines Geschäftsmodells oder der Gestaltung unternehmerischer Prozesse erfolgen. Dieses Modul ist bewusst sehr frei beschrieben, um die unternehmerischen Denkprozesse und Zielsetzungen der Studierenden in möglichst vielfältiger Weise zu fördern und zu entwickeln.

Lehrveranstaltung: Technologieprojekt 2
EDV-Bezeichnung: TEEM252
Dozent/in: individuelle Betreuer
Umfang (SWS): 5
Turnus: 2. Studiensemester
Art/Modus: Projekt nach individueller Wahl des Studierenden in Abstimmung mit dem Dozierenden / Pflicht
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Im Rahmen des individuell gewählten Technologiefeldes werden die aktuellen Kenntnisse vermittelt und in Theorie, Praxis und/oder Übung behandelt. Das Technologieprojekt II kann auf der Vorleistung des Technologieprojektes I aufsetzen, aber auch ein eigenständiges Thema behandeln.
Empfohlene Literatur: Je nach Technologiebereich festzulegen
Anmerkungen: Das Technologieprojekt soll den Studierenden die Möglichkeit geben, die Fähigkeiten und Kenntnisse in einem selbstbestimmten spezifischen Technologiebereich zu vertiefen. Das kann durch den Besuch vertiefender Fachvorlesungen, die Durchführung eines strategisch ausgerichteten Projektes in einem Unternehmen oder auch der weiteren Bearbeitung und Konkretisierung einer eigenen unternehmerischen Idee, z.B. eines Geschäftsmodells oder der Gestaltung unternehmerischer Prozesse erfolgen. Dieses Modul ist bewusst sehr frei beschrieben, um die unternehmerischen Denkprozesse und Zielsetzungen der Studierenden in möglichst vielfältiger Weise zu fördern und zu entwickeln. Außerdem kann das Technologieprojekt in der Behandlung der Masterarbeit fortgeführt werden.

Wahlpflichtmodul A

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM310
Modulverantwortliche(r): Studiendekan/-in TEEM
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 3. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Die angebotenen Lehrveranstaltungen bauen auf dem Grundlagenwissen vorheriger Bachelorstudiengänge und/oder spezifischer Mastermodule auf.
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Teilnehmenden lernen, neue bzw. aktuelle Fachthemen und Fragestellungen im Kontext unternehmerischer Entscheidungen in Bezug auf Anwendbarkeit und Einsetzbarkeit zu bewerten und Grenzen zu bestimmen. Am Ende eines Wahlpflichtmoduls sollen die Studierenden neue, grundlegende Erkenntnisse für zukünftige unternehmerische Entscheidungen gewonnen haben.
Prüfungsleistungen: Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung.
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Wahlpflichtmodul A
EDV-Bezeichnung: TEEM311
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 4
Turnus: Wintersemester
Art/Modus: Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung / Pflichtfach
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Es werden für den Master-Studiengang TEEM relevante Fachthemen behandelt. Die Themen sind aktuell in der wirtschaftlichen Praxis oder in der Forschung. Anstelle von Themen mit aktuellem Bezug können auch Modelle behandelt werden, die im Rahmen der Lehrveranstaltung aus ihrem ursprünglichen Umfeld herausgenommen und auf ein neues Fachgebiet angewandt werden.
Empfohlene Literatur: Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden.
Anmerkungen: -

Wahlpflichtmodul B

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM320
Modulverantwortliche(r): Studiendekan/-in TEEM
Modulumfang (ECTS): 5 CP
Einordnung (Semester): 3. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: Die angebotenen Lehrveranstaltungen bauen auf dem Grundlagenwissen vorheriger Bachelorstudiengänge und/oder spezifischer Mastermodule auf.
Voraussetzungen nach SPO: -
Kompetenzen: Die Teilnehmenden lernen, neue bzw. aktuelle Fachthemen und Fragestellungen im Kontext unternehmerischer Entscheidungen in Bezug auf Anwendbarkeit und Einsetzbarkeit zu bewerten und Grenzen zu bestimmen. Am Ende eines Wahlpflichtmoduls sollen die Studierenden neue, grundlegende Erkenntnisse für zukünftige unternehmerische Entscheidungen gewonnen haben.
Prüfungsleistungen: Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung.
Verwendbarkeit: -

Lehrveranstaltung: Wahlpflichtmodul B
EDV-Bezeichnung: TEEM321
Dozent/in: Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS): 4
Turnus: Wintersemester
Art/Modus: Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung / Pflichtfach
Lehrsprache: Deutsch oder Englisch
Inhalte: Es werden für den Master-Studiengang TEEM relevante Fachthemen behandelt. Die Themen sind aktuell in der wirtschaftlichen Praxis oder in der Forschung. Anstelle von Themen mit aktuellem Bezug können auch Modelle behandelt werden, die im Rahmen der Lehrveranstaltung aus ihrem ursprünglichen Umfeld herausgenommen und auf ein neues Fachgebiet angewandt werden.
Empfohlene Literatur: Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden.
Anmerkungen: -

Master-Thesis

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM330
Modulverantwortliche(r): Studiendekan/-in TEEM
Modulumfang (ECTS): 17 CP
Einordnung (Semester): 3. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: Erfolgreicher Abschluss der Module aus dem 1. und 2. Studiensemester im Umfang von 50 Kreditpunkten (CP)
Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, ein abgegrenztes Thema eigenständig, ergebnisorientiert und sachgerecht nach dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnis zu bearbeiten. Sie eignen sich das relevante Fachwissen selbstständig an und übertragen bestehende Erkenntnisse auf die Fragestellung der Master-Thesis. Darüber hinaus leistet die Master-Thesis einen Erkenntnisfortschritt. Die Studierenden kennen und nutzen die relevanten Forschungsmethoden und setzen sich kritisch mit den für das Thema relevanten Lehrmeinungen auseinander. Die Studierenden formulieren die Inhalte ihrer Master-Thesis nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen und für das Fachpublikum verständlich.
Prüfungsleistungen: Master-Thesis: Bearbeitungsdauer 4 Monate Themen für Master-Thesen werden von den Professorinnen und Professoren der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften als forschungsorientierte, theoretische und/oder empirische Arbeiten ausgegeben. Unter Hilfestellung der betreuenden Dozierenden bearbeiten die Studierenden das Thesis-Thema eigenständig.
Verwendbarkeit: -

Master-Kolloquium

Modulübersicht
EDV-Bezeichnung: TEEM330
Modulverantwortliche(r): Studiendekan/-in TEEM
Modulumfang (ECTS): 3 CP
Einordnung (Semester): 3. Studiensemester
Inhaltliche Voraussetzungen: -
Voraussetzungen nach SPO: Erfolgreicher Abschluss der Master-Thesis und aller vorhergehenden Module
Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, in Kurzform die wesentlichen Inhalte und Erkenntnisse ihrer Master-Thesis einem fachfremden Publikum darzustellen. Auf Basis dieser Darstellung nehmen sie zu kritischen Fragen der betreuenden Dozierenden und anderen Zuhörer/-innen Stellung. Sie sind dabei in der Lage, Fragestellungen zu erörtern und einen Bezug zum Thema ihrer Master-Thesis herzustellen.
Prüfungsleistungen: Referat und mündliche Prüfung, 30 Minuten
Verwendbarkeit: -