

1	Modulbezeichnung	Perspektiven des Impact Entrepreneurship	5 ECTS
2	Lehrveranstaltung	How to Startup (Seminar der Hochschule Ansbach am Campus Ansbach)	5 ECTS
3	Dozenten	Prof. Johannes Hähnlein, Tamara Rogalski (Hochschule Ansbach)	

4	Modulverantwortlicher	Prof. Markus Beckmann
5	Inhalt	<p>Die Studierenden erlangen durch die Teilnahme am Blended-Learning-Kurs konkretes und praxisrelevantes Fachwissen sowie zeitgemäße Methoden zur Entwicklung und Gründung eines eigenen Startups. Dies umfasst die Kernbereiche Trendidentifikation, Ideengenerierung, Business Design und Go-To-Market. Dabei werden vor allem zu Beginn des Kurses die relevanten Trends, Entwicklungen & Methoden in den Bereichen KI und Nachhaltigkeit vorgestellt. Anschließend liegt der Fokus darauf, diese Themenfelder ganzheitlich in die zu erarbeitenden Geschäftsmodelle zu integrieren.</p> <p>Die Veranstaltung ist als praxisorientiertes Workshop-Format konzipiert, in welchem die TeilnehmerInnen digital vermitteltes Fachwissen (Lernplattform Moodle) direkt auf eigene Projektarbeit im Team anwenden können und sukzessive eine eigene Gründungsidee sowie ein entsprechendes Geschäftskonzept erarbeiten.</p> <p>Ziel der Veranstaltung ist es, dass die TeilnehmerInnen in Gründerteams zu jeweils 3-5 Personen ein eigenes Startup-Konzept entwickeln und dieses vor einer fachkundigen Jury im Rahmen einer Abschlussveranstaltung („Live-Pitch“) präsentieren.</p> <p>Inhalte: Teambuilding, Trendmanagement, Ideation, Business Design, Research & Development, Validation, Prototyping, Startup Finance, Marketing & Communication, Pitching</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden durchlaufen in der Veranstaltung einen realitätsnahen Prozess einer StartUp-Entwicklung mithilfe von state-of-the-art Methoden und –Kompetenzen. • Dies beinhaltet zunächst die grundsätzliche Zusammenstellung eines interdisziplinären Teams • Im weiteren Verlauf erfolgten die Identifikation und Systematisierung von Methoden und Tools im Bereich Trend- und Innovationsmanagement sowie Marktforschung. • Die Studierenden erlernen des weiteren Methoden zur Generierung von Produkt- oder Serviceideen, der Identifikation von Anwendungsfeldern, und der Validierung sowie Geschäftsmodellierung. • Eigenständiges Arbeiten auf Basis der digitalen Selbstlernerheiten

		<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau, Strukturierung und Arbeitskoordination von interdisziplinären Teams • Fokussiertes und zielorientiertes Arbeiten unter Zeitdruck und dabei Fokussierung auf die wesentlichen Elemente der Geschäftsidee • Die Studierenden müssen Präsentationsfähigkeiten durch Zwischenpräsentationen und Live-Pitches beweisen und anwenden • Die Studierenden erlernen und vertiefen Schlüsselkompetenzen in den Bereichen Projektmanagement, Problemlösungsmethoden, betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Präsentationstechniken.
7	Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme	Interesse an Unternehmensgründungen, unabhängig von eigenen Gründungsvorhaben
8	Einpassung in Musterstudienplan	Ab dem dritten Semester Bachelor
9	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Modul in der Studienrichtung Nachhaltigkeit • Modul im Studienbereich „Nachhaltigkeitsmanagement“ (Wahlveranstaltung) • Modul im Vertiefungsbereich des BA WiWi BWL • Modul im Vertiefungsbereich des Bachelor International Business Studies • Modul im Vertiefungsbereich des Bachelor Sozialökonomik
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<u>Studienleistung:</u> Teilnahme an den Seminareinheiten in Ansbach <u>Prüfungsleistung:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Präsentation: Abschlusspräsentation (Pitch Deck) - Hausarbeit: Schriftliche Beschreibung Geschäftskonzept (Read Deck, Umfang ca. 30 Seiten je Team)
11	Berechnung Modulnote	Die Note ergibt sich aus der Bewertung der Dozierenden der HSA und der Rücksprache mit dem Modulverantwortlichen der FAU
12	Turnus des Angebots	jährlich im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand	75 Kontaktstunden (Seminareinheiten, interne Gruppentermine und Feedbackgespräche mit den Dozierenden) 75 Stunden Selbststudium
14	Dauer des Moduls	17. Oktober 2024 (Auftaktveranstaltung) bis 16. Januar 2025 (Vorstellung der Ergebnisse)
15	Unterrichtssprache	Deutsch

16	Vorbereitende Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Faltin, G. (2017). Kopf schlägt Kapital: Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein. dtv Verlagsgesellschaft. • Freiling, J.; Harima, J. (2019). Entrepreneurship: Gründung und Skalierung von Startups. Springer Fachmedien Wiesbaden. • Kim, W.C.; Mauborgne, R. (2015). Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press. • Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag. • Osterwalder, A. et al. (2014). Value Proposition Design: How to create products and services customer want. Wiley. • Parker, D. (2021). Trajectory: Startup: Ideation to Product/Market Fit. Matt Holt Books. • Ries, E. (2014). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Redline Verlag. <p>Weiterführende Materialien werden in der Veranstaltung bereitgestellt</p>
----	--------------------------------	--