

Digital Entrepreneurship				
<i>Digital Entrepreneurship</i>				
Modulnummer	Workload	Credits	Häufigkeit des Angebots	Dauer
32901	300 h	10	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen			
	Einheit	Titel		Workload
	1	Introduction		40 h
	2	Envisioning the business		60 h
	3	Understanding the market		60 h
	4	Building the company		60 h
	5	Selected areas of Entrepreneurship		80 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes)			
	There are six intended learning outcomes for this module:			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Students can clearly define and explain fundamental terms and concepts in digital entrepreneurship. 2. Students can illustrate common strategies for envisioning a business concept, sketching a business model canvas, and developing a business plan. 3. Students can analyze market dynamics, identify key actors, and distinguish the elements of the marketing mix in digital entrepreneurship. 4. Students can critically assess the essential factors for building a company, including the optimal team composition, the appropriate legal form, and viable funding sources, and they can effectively utilize planning and management methods to navigate this process. 5. Students can adapt and apply digital entrepreneurship concepts, methods, and skills to specialized areas, including digital health, social ventures, female-led enterprises, and corporate intrapreneurship initiatives, recognizing the unique challenges and opportunities in each sector. 6. Students can generate innovative business ideas tailored to specific scenarios, craft and deliver persuasive pitch presentations, develop detailed business plans, and offer constructive feedback to peers in the formation of new entrepreneurial ventures. 			
3	Inhalte			
	Unit 1 introduces fundamental concepts of digital entrepreneurship and lays the foundations for the business course.			
	Unit 2 'Envisioning the Business' explores the critical aspects of conceptualizing a digital venture, from formulating a business idea to developing a sustainable business model and creating a strategic roadmap.			
	Unit 3 'Understanding the Market' delves into the dynamics of the market with a focus on customer analysis. Analyzing customer behavior, preferences, and demographics can help create a digital venture that meets specific market demands.			
	Unit 4 'Building the Company' synthesizes the insights required to bring the entrepreneurial vision to life. This includes delving into legal considerations, planning, financing strategies, and risk management to navigate the complexities of realizing a digital venture.			
	Unit 5 'Selected Areas of Entrepreneurship' provides specialized insights into digital entrepreneurship, including digital health, social entrepreneurship, female entrepreneurship, and digital intrapreneurship. These insights provide a comprehensive understanding of the challenges and opportunities within each niche.			

4	Lehrformen Die Einheiten werden als schriftliches Studienmaterial (Studienbriefe) in englischer Sprache präsentiert und sind didaktisch so aufbereitet, dass sie von den Studierenden in freier Zeiteinteilung und Ortswahl selbständig bearbeitet werden können. Die Einheiten entsprechen jeweils einer integrierten Vorlesungs- und Übungsveranstaltung. Zusätzlich wird eine Moodle-Plattform angeboten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges Inhaltlich: Keine speziellen Voraussetzungen
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung bestehend aus: <ul style="list-style-type: none"> • einer Gruppenarbeit, bei der ein Mini-Businessplan entwickelt und präsentiert wird (Paper + Video). Es können maximal 50 Prozentpunkte durch diese Gruppen- und Einzelleistungen erlangt werden. • einer einstündigen Klausur am Semesterende, in der maximal 50 Prozentpunkte erlangt werden können. Der organisatorische Ablauf der Gruppenarbeit gliedert sich in drei Phasen: Phase 1 (Vorbereitung): Zu Beginn des Semesters findet eine virtuelle Kick-off-Veranstaltung statt. Im Anschluss werden die Studierenden in Gruppen bestehend aus 4-5 Personen eingeteilt. Phase 2 (Ideen-Entwicklung): Zur initialen Ideengenerierung wird ein Design Thinking-Workshop angeboten. Die Studierenden wählen in ihren Gruppen eine Idee aus und entwickeln diese selbständig weiter. In einem virtuellen Zwischentreffen präsentieren sie ihre Fortschritte im Rahmen einer Pitch-Präsentation und erhalten hierauf Peer-Feedback. Phase 3 (Ausarbeitung): Die Studierenden erstellen ihren Mini-Businessplan in Form eines Papers mit einer vorgegebenen Gliederungsform. Bestimmte Abschnitte sind hierbei von einzelnen Studierenden beizutragen (Einzelleistung), andere von der Gruppe gesamtlich (Gruppenleistung). Nach Abgabe des Papers präsentieren die Gruppen ihr Konzept in Form einer Videopräsentation.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Erreichen von mindestens 50% der insgesamt möglichen Punkte aus der Gruppenarbeit und Modulabschlussklausur. Die Gruppenarbeit und die Modulabschlussklausur sind im gleichen Semester zu absolvieren.
8	Verwendung des Moduls Masterstudiengang Wirtschaftswissenschaft Masterstudiengang Wirtschaftsinformatik Masterstudiengang Wirtschaftswissenschaft für Ingenieur/-innen und Naturwissenschaftler/-innen Akademiestudium
9	Stellenwert der Note für die Endnote Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Till Winkler
11	Sonstige Informationen Die Portfolioleistungen (Pitch und Paper sowie die einstündige Abschlussklausur) werden in englischer Sprache gestellt und dürfen in englischer oder deutscher Sprache beantwortet werden.