



OSTBAYERISCHE
TECHNISCHE HOCHSCHULE
REGENSBURG

Modulhandbuch

Grow4Digital Zertifikat

Vorläufiges Modulhandbuch zur Orientierung

Stand: 07.04.2020

Erläuterungen

Hinweis

Bitte beachten Sie insbesondere die Regelungen der APO und RaPO

Anmeldeformalitäten

Prinzipiell gilt für alle Prüfungsleistungen Anmeldepflicht in der Anmeldezeit. Zusätzliche Formalitäten sind in den Modulbeschreibungen aufgeführt.

Abkürzungen

ECTS-Credits = Das European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) ist ein Punktesystem zur Anrechnung von Studienleistungen.

SWS = Semesterwochenstunden

Workload

Einem Credit-Point wird ein Workload von 30 Gesamtstunden zu Grunde gelegt.

Inhaltsverzeichnis

Themenbereich „Digitale Technologien“

Digitalisierung und digitale Gesellschaft.....	4
Mobil- und Webtechnologien.....	7
Human Computer Interaction.....	10

Themenbereich "Innovation und Digitalisierung"

Digitale Produktentwicklung und Innovationsgenerierung.....	13
Digitale Trends und Trendbewertung.....	15

Themenbereich "Gründung und Wachstum"

Entrepreneurship – Grundlagen und Cases zu Start-ups, Wachstum und Exits.....	18
Entrepreneurial Marketing.....	22
IT- und Digital Business-Recht.....	24

Themenbereich "Persönlichkeitsentwicklung"

ICH in der Selbstständigkeit.....	27
ICH in Präsentation und Verhandlung.....	29

Modulnummer 1.1.1	Modultitel Digitalisierung und digitale Gesellschaft (Digitalisation and Digital Society)		
Kurzbezeichnung DDG	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (WiSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Christian Wolff	Veranstaltungstyp Vorlesung mit Übung		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Prof. Dr. Christian Wolff	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen -			
<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die nachfolgenden Qualifikationsziele werden in verschiedene Dimensionen unterteilt. Jede Dimension entspricht dabei einer angestrebten Kompetenzstufe. Folgende Kompetenzstufen werden unterteilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niveaustufe 1 (Kennen): oberflächliches Verstehen einfacher Strukturen bzw. Abfrage erworbenen Wissens • Niveaustufe 2 (Können): oberflächliches Verstehen mehrerer Strukturen bis zu tieferem Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bzw. Gelerntes übertragen, zerlegen, kombinieren und einsetzen • Niveaustufe 3 (Verstehen und Anwenden): tieferes Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bis zur Abstraktion und Erweiterung auf andere Strukturen bzw. Wissen hinterfragen und/oder bewerten, Zusammenhänge und Auswirkungen erläutern <p>Die jeweilige Dimensionszuordnung der Qualifikationsziele wird durch die Ergänzung der jeweiligen Ziffer (1,2 oder 3) in der Kompetenzbeschreibung dargestellt.</p> <p>Vermittelt werden Kenntnisse zu grundlegenden Methoden, Techniken und Anwendungsfelder der Digitalisierung sowie zu deren gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen. Die in der Vorlesung theoretisch vermittelten Inhalte werden in einer begleitenden Übung praktisch vertieft.</p> <p><u>Fachkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende Definitionen, Theorien & Hintergründe der digitalen Transformation als gesellschaftliches. Sie lernen relevante Phänomene und Prozesse sowie wichtige Akteure und Betätigungsfelder kennen (1).</p> <p><u>Methodenkompetenz</u></p> <p>Studierende werden an konkrete Strategien und Methoden herangeführt, die im Kontext digitaler Transformations- und Entwicklungsprozesse zum Einsatz kommen. Studierende lernen, geeignet Methoden für unterschiedliche Anwendungsfelder auszuwählen und anzuwenden (3).</p> <p><u>Sozialkompetenz</u></p> <p>Im Rahmen des Vorlesungszyklus erlernen und erproben Studierende auch teambasierte Methoden zur Innovationsentwicklung und die digitale Transformation (2).</p>			

Persönliche Kompetenz

Studierende sind in der Lage, Techniken, Methoden und Phänomene der Digitalisierung auch mit Blick auf deren Auswirkung für die individuelle Lebensgestaltung einzuordnen und zu bewerten und sich ergebende Chancen zu nutzen (2).

Inhalt der Lehrveranstaltung

Die Vorlesung bereitet im Semesterwechsel die Grundlagen der Digitalisierung und die wichtigsten Anwendungsfelder auf. Insgesamt werden drei Veranstaltungen angeboten, die auch unabhängig voneinander besucht werden können. Bezugsbereiche sind dabei:

- Bildung und Wissenschaft (Forschung und Lehre)
- Wirtschaft
- Mobilität / Verkehr / Logistik
- Legal Tech / Fin Tech / InsurTech
- Politik / Verwaltung / eGovernment
- Medien
- Kultur
- Medizin und Gesundheit
- Alltag und Freizeit

Die einzelnen Vorlesungen setzen unterschiedliche Schwerpunkte und behandeln die theoretischen und praktischen Hintergründe und Grundlagen der digitalen Gesellschaft und der Digitalisierung, mögliche Branchen und Anwendungsfelder dieser sowie konkrete Methoden, Modelle und Strategien der digitalen Transformation.

Digitalisierung und digitale Gesellschaft I: Grundlagen

Die Vorlesung behandelt die technischen Grundlagen der Digitalisierung und der digitalen Transformation. Dazu gehört die Digitalisierung i. e. S., (Predictive) Analytics, deep learning und andere Verfahren der neuen künstlichen Intelligenz, Verfahren im Bereich Big Data, Krypto-Infrastrukturen, neue Produktionstechniken und die Themenbereiche Visualität und Interaktion.

Digitalisierung und digitale Gesellschaft II: Branchen und Anwendungsfelder

Die Vorlesung stellt konkrete Anwendungsfelder im Bereich der digitalen Transformation von und verweist auf die jeweils spezifische Bedeutung von Digitalisierung. Dazu wird anhand konkreter Beispiele das Änderungspotential vorgestellt, das durch die Kerntechnologien der Digitalisierung erzeugt wird. In der Vorlesung wird die aktuell erkennbare Entwicklung aufgezeigt und es werden Perspektiven, Visionen sowie das Disruptionspotential der digitalen Transformation diskutiert.

Digitalisierung und digitale Gesellschaft III: Digitale Transformation: Methoden, Modelle, Strategien

Die Vorlesung behandelt Modelle, Methoden und Strategien für die Digitalisierung und die digitale Transformation. Die verschiedenen Verfahren und Theorien entstammen dabei ganz unterschiedlichen Quellen: Wirtschaftswissenschaften, Designtheorie, Innovationsforschung oder Projektmanagement und Software Engineering. Dabei werden die wichtigsten Strukturmerkmale der verschiedenen Ansätze auch anhand von Beispielen aufgezeigt. Ein Ziel ist dabei, für unterschiedliche Kontexte (KMUs, Großunternehmen, Behörden etc.) geeignete Herangehensweise auswählen und anwenden zu können.

Ein vierter Teil der Vorlesung, der ethische, rechtliche und politische Aspekte der Digitalisierung

in den Blick nimmt, ist in Vorbereitung.		
<p>Literatur</p> <p>Eder, M. (2017). Digitale Evolution: Wie die digitalisierte Ökonomie unser Leben, Arbeiten und Miteinander verändern wird. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Floridi, L. (2014). The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality. OUP.</p> <p>Katz, R. L., and P. Koutroumpis. "Measuring Digitization: A Growth and Welfare Multiplier." Technovation 33.10-11 (2013): 314-19. Print.</p> <p>Mainzer, K. (2016). Künstliche Intelligenz – Wann übernehmen die Maschinen? Berlin: Springer.</p> <p>Neugebauer, R. (2017). Digitalisierung: Schlüsseltechnologien für Wirtschaft und Gesellschaft. Berlin / Heidelberg: Springer.</p> <p>Olleros, F. X., & Zhegu, M. (2016). Research handbook on digital transformations. Cheltenham: Elgar Publishing.</p> <p>Palfrey, J. G., & Gasser, U. (2008). Born digital: Understanding the first generation of digital natives. New York: Basic Books.</p> <p>Schmidt, J. E., & Cohen, J. (2013). The new digital age: Reshaping the future of people, nations and business. New York: Vintage Books.</p> <p>Schmidt, H., & Kollmann, T. (2016). Deutschland 4.0: Wie die Digitale Transformation gelingt. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.</p> <p>Tapscott, D. (2009). Grown up digital: How the net generation is changing your world. New York: McGraw-Hill.</p> <p>Westera, W. (2013). The digital turn: How the internet transforms our existence. Bloomington: AuthorHouse.</p>		
<p>Lehr- und Lernmethoden</p> <p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p>		
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</p>		<p>B.A. Medieninformatik / Master Public History und Kulturvermittlung / Master Digital Humanities</p>
<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>		<p>Klausur</p>
<p>Besonderes</p>		
<p>ECTS-Credits</p> <p>5</p>	<p>Gesamtarbeitsaufwand</p> <p>150 Stunden</p> <p>Kontakt/Präsenzzeit: 60 h</p> <p>Studentische Eigenarbeit: 90 h</p>	<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p> <p>1</p>

Modulnummer 1.1.2	Modultitel Mobil- und Webtechnologien (Web and Mobile Application Technology)		
Kurzbezeichnung MWT	Semester 1/2	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Semester
Modulverantwortlich Prof. Dr. Christian Wolff	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Alexander Bazo, M.A.	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen Grundkenntnisse im Bereich der objekt-orientierter Programmierung werden für ein erfolgreiches Absolvieren des Kurses dringend empfohlen. Die Fähigkeit zur eigenständigen Produktion qualitativ hochwertigen Quellcodes wird vorausgesetzt. Grundlagenwissen in JavaScript, HTML5 und CSS sind vom Vorteil. Im Kurs wird hauptsächlich mit der Programmiersprache Javascript gearbeitet, deren Verwendung sich zu Teilen im Selbststudium erarbeitet werden muss.			
Qualifikationsziele Die nachfolgenden Qualifikationsziele werden in verschiedene Dimensionen unterteilt. Jede Dimension entspricht dabei einer angestrebten Kompetenzstufe. Folgende Kompetenzstufen werden unterteilt: <ul style="list-style-type: none"> • Niveaustufe 1 (Kennen): oberflächliches Verstehen einfacher Strukturen bzw. Abfrage erworbenen Wissens • Niveaustufe 2 (Können): oberflächliches Verstehen mehrerer Strukturen bis zu tieferem Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bzw. Gelerntes übertragen, zerlegen, kombinieren und einsetzen • Niveaustufe 3 (Verstehen und Anwenden): tieferes Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bis zur Abstraktion und Erweiterung auf andere Strukturen bzw. Wissen hinterfragen und/oder bewerten, Zusammenhänge und Auswirkungen erläutern Die jeweilige Dimensionszuordnung der Qualifikationsziele wird durch die Ergänzung der jeweiligen Ziffer (1,2 oder 3) in der Kompetenzbeschreibung dargestellt. In diesem Modul erhalten Sie eine Einführung in den Entwurf und die Entwicklung interaktiver Systeme durch den Einsatz aktueller, webbasierter Technologien (<i>browser as a platform</i>). Sie wenden verschiedene Prinzipien des Software Engineerings auf den Bereich der User Interface- und Grafikprogrammierung an. Das Modul vermittelt dabei theoretischen Grundlagen und bietet die Möglichkeit zur praktische Vertiefung anhand von Beispielen, Übungsaufgaben und einer Projektarbeit. Im Rahmen dieses Abschlussprojekts konzipieren und implementieren Kleingruppen eine eigene interaktiven Anwendung. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind studierende in der Lage, die notwendigen Schritte zur Umsetzung von komplexeren Webanwendungen einzuschätzen und zu planen. Die Studierende sind in der Lage einfache Anwendungsprojekte selbstständig auf der Basis aktueller Web- und Browsertechnologien umzusetzen und dabei gängige Methoden und Werkzeuge des Software Engineerings einzusetzen. Vorhanden Kenntnisse im Bereich des Software Engineerings und der Programmierung wurden aufgefrischt und erweitert. <u>Fachkompetenz</u>			

Die Studierenden erwerben grundsätzliche Kenntnisse zur Umsetzung komplexer Anwendungskonzepte auf der Basis moderner Webtechnologien. Dazu gehören die Konzeption und Verwendung geeigneter Softwarearchitekturen und -Designs, die strukturierte Planung und Implementierung der Anwendungen und die Ausnutzung moderner *Browser APIs* (3).

Methodenkompetenz

Die Studierende werden an aktuelle Maßnahmen im Kontext gemeinschaftlichen Softwareentwicklung herangeführt. Dazu gehören geeignete Werkzeuge und Prozesse zur Versionsverwaltung und Anforderungsdokumentation, Maßnahmen zur Qualitätssicherung sowie kollaborative Methoden wie *Pair Programming* oder *Code Reviews* (3).

Sozialkompetenz

Im Rahmen der Abschlussprojekte lernen die Studierenden gemeinschaftliche Ideen und Anforderungen für die Umsetzung von Softwareprojekten zu entwickeln, zu diskutieren und umzusetzen. Studierende lernen, den eigenen sowie fremden Quellcode zu beschreiben, zu diskutieren und qualitativ einzuschätzen (2).

Persönliche Kompetenz

Studierende sind in der Lage ein geeignetes technisches und inhaltliches Konzept für die Umsetzung einer komplexen Softwareproblemstellung zu entwickeln und umzusetzen (2).

Inhalt der Lehrveranstaltung

- Entwurfsmuster, Software Design und UI-Architektur
- Event-basierte Programmierung
- Software- und Codequalität
- Versionskontrolle und kollaborative Softwareentwicklung
- *Browser as a platform*
- Entwicklung verteilter Systeme

Literatur

Literaturempfehlungen und Lesetexte zu einzelnen Kursthemen werden im Laufe des Semesters bereitgestellt. Die folgenden (Standard-)Werke behandeln kursübergreifende Themen:

- Design Patterns. Elements of Reusable Object-Oriented Software (Gamma 1994)
- Pro Git (Chacon & Straub 2009)
- Eloquent JavaScript (Haverbeke 2011)
- Design for Software. A playbook for developers (Klimczak, 2013)
- A Philosophy of Software Design (Ousterhout, 2018)
- Refactoring. Improving the Design of Existing Code (Fowler, 2019)

Lehr- und Lernmethoden

Der Kurs vermittelt theoretisches Wissen und vertieft die Inhalte anhand von praktischen Entwicklungsaufgaben. Der Kurs besteht aus einer zwei-stündigen Übung, die von einem ebenfalls zwei-stündigen Praktikum begleitet wird. Beide Veranstaltungen finden während der Vorlesungszeit statt. Ein Teil der Präsenzveranstaltungen wird durch selbst-organisiertes Lernen ersetzt. Dazu werden passende Lernmaterialien bereitgestellt. In der Übung erfolgt die inhaltliche Vermittlung der Kursinhalte. Im Praktikum werden diese anhand praktischer Beispiele demonstriert und vertieft.

Eine Einführung in die Methoden, Werkzeuge und Inhalte des Kurses findet in der ersten Sitzung

<p>statt.</p> <p>Im Anschluss an die Vorlesungszeit setzen die Studierenden in Kleingruppen selbstständig und unter Anwendung der gelernten Methoden und Techniken ein Anwendungsprojekt um. Die Planung und Implementierung des Projekts wird durch regelmäßige Sprechstunden begleitet und gesteuert.</p>		
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</p>		-
<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>		<p>Im Anschluss an den semesterbegleitenden Teil arbeiten kleine Teams an ihrem Projekt. Die Konzeption des Projekts beginnt bereits während der Vorlesungszeit und wird im den Präsenzveranstaltungen begleitet. Im Rahmen dieser Projektarbeit sind während des Semesters vorbereitende Programmier- und Konzeptionsaufgaben verpflichtend abzugeben. Die Kursnote ergibt sich zu 100% aus der Projektarbeit.</p>
<p>Besonderes</p>		-
<p>ECTS-Credits</p> <p>5</p>	<p>Gesamtarbeitsaufwand</p> <p>150 Stunden</p> <p>Kontakt/Präsenzzeit: 60 h</p> <p>Studentische Eigenarbeit: 90 h</p>	<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p> <p>1</p>

Modulnummer 1.1.3	Modultitel Human Computer Interaction (Human computer Interaction)		
Kurzbezeichnung HCI	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Heckner	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Isabella Hastreiter M.A.	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen -			
<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die nachfolgenden Qualifikationsziele werden in verschiedene Dimensionen unterteilt. Jede Dimension entspricht dabei einer angestrebten Kompetenzstufe. Folgende Kompetenzstufen werden unterteilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niveaustufe 1 (Kennen): oberflächliches Verstehen einfacher Strukturen bzw. Abfrage erworbenen Wissens • Niveaustufe 2 (Können): oberflächliches Verstehen mehrerer Strukturen bis zu tieferem Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bzw. Gelerntes übertragen, zerlegen, kombinieren und einsetzen • Niveaustufe 3 (Verstehen und Anwenden): tieferes Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bis zur Abstraktion und Erweiterung auf andere Strukturen bzw. Wissen hinterfragen und/oder bewerten, Zusammenhänge und Auswirkungen erläutern <p>Die jeweilige Dimensionszuordnung der Qualifikationsziele wird durch die Ergänzung der jeweiligen Ziffer (1,2 oder 3) in der Kompetenzbeschreibung dargestellt.</p> <p>Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht:</p> <p><u>Fachkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden erlangen Verständnis für den systematischen Usability Engineering Prozess (1), der ein Prozessmodell zur Entwicklung benutzerzentrierter digitaler Produkte vorgibt sowie sie befähigt eine Einschätzung über die Relevanz des Entwicklungsprozesses abzugeben (2).</p> <p><u>Methodenkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden erlangen weiter die Fähigkeit die dazu notwendigen Methoden (z.B. Prototyping, Card Sorting, Usability Testing inkl. Auswertung) selbstständig einzusetzen (2), um das User Interface für den Benutzer effizient und effektiv zu konzipieren (3).</p> <p><u>Sozialkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden verfügen über Diskussionsvermögen und Kritikfähigkeit. (3) Sie sind in der Lage</p>			

ihre Stärken in den Entwicklungsprozess einzubringen und eigene Annahmen zurückzustellen. (3)		
<u>Persönliche Kompetenz</u>		
Die Studierenden sind in der Lage nutzerzentriert zu denken und zu entwickeln. (3)		
Inhalt der Lehrveranstaltung		
<ul style="list-style-type: none"> • Usability Engineering Framework • Methoden der nutzerzentrierten Anforderungsanalyse • Information Design und Information Architecture • Sketching • Paper Prototyping • Toolbasiertes Prototyping mit Axure I (Desktop und Web) • Toolbasiertes Prototyping mit Axure II (Mobile) • Guerilla Usability Testing • Usability Testing Tool – Morae • Usability Messen 		
Literatur		
<u>Pflichtliteratur</u>		
Nodder, C. & J. Nielsen (2009). Agile Usability: Best Practices for User Experience on Agile Development Projects.		
Tullis, T., & Albert, B. (2008). Measuring the User Experience. Morgan Kaufmann.		
<u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u>		
DIN EN ISO 9241-210. Human-centred design for interactive systems.		
Warfel, T. Z. (2009). Prototyping: A Practitioner’s Guide (1st ed.). Rosenfeld Media		
Norman, D. A.(1990). The Design of Everyday Things. New York: Doubleday.		
Lehr- und Lernmethoden		
Vorlesung mit Übungen, Diskussion von Übungsaufgaben		
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	-	
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit bestehend aus: Teilnahme Zwischenpräsentation (20 Minuten Präsentation und 10 Minuten Diskussion, Gewichtung 25 %) Abgabe einer Dokumentation und prototypischen Umsetzung (digitales Dokument, während des Semesters, Gewichtung 75%)	
Besonderes	-	
ECTS-Credits	Gesamtarbeitsaufwand	Gewichtung der Note in der Gesamtnote

Modulhandbuch Grow4Digital Zertifikat

5	150 Stunden Kontakt/Präsenzzeit: 60 h Studentische Eigenarbeit: 90 h	1
---	--	---

Modulnummer 1.2.1	Modultitel Digitale Produktentwicklung und Innovationsgenerierung (Design Thinking) (Digital product development in innovation)		
Kurzbezeichnung DPI	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (WiSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Heckner	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Isabella Hastreiter M.A.	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen -			
<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die nachfolgenden Qualifikationsziele werden in verschiedene Dimensionen unterteilt. Jede Dimension entspricht dabei einer angestrebten Kompetenzstufe. Folgende Kompetenzstufen werden unterteilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niveaustufe 1 (Kennen): oberflächliches Verstehen einfacher Strukturen bzw. Abfrage erworbenen Wissens • Niveaustufe 2 (Können): oberflächliches Verstehen mehrerer Strukturen bis zu tieferem Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bzw. Gelerntes übertragen, zerlegen, kombinieren und einsetzen • Niveaustufe 3 (Verstehen und Anwenden): tieferes Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bis zur Abstraktion und Erweiterung auf andere Strukturen bzw. Wissen hinterfragen und/oder bewerten, Zusammenhänge und Auswirkungen erläutern <p>Die jeweilige Dimensionszuordnung der Qualifikationsziele wird durch die Ergänzung der jeweiligen Ziffer (1,2 oder 3) in der Kompetenzbeschreibung dargestellt.</p> <p>Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht:</p> <p><u>Fachkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, im Rahmen des Design Thinking Prozesses iterativ Lösungen für eine Problemstellung zu generieren und zu evaluieren (2). Sie können aus einem Methodenset auswählen und an geeigneter Stelle Problemstellungen hinterfragen und analysieren (3). Sie können ihre Ideen in Prototypen umsetzen und diese mit ihren Nutzern testen und evaluieren (2).</p> <p><u>Methodenkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden sind befähigt, Methoden zu den geeigneten Phasen des Design Thinking Prozesses zuzuordnen und anzuwenden. (3)</p> <p><u>Sozialkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden verfügen über Diskussionsvermögen, Teamfähigkeit und Kritikfähigkeit.(2) Sie sind in der Lage ihre Stärken in den Entwicklungsprozess einzubringen und verfügen über ein</p>			

kreatives Selbstbewusstsein. (3) <u>Persönliche Kompetenz</u> Die Studierenden haben ein Mindset, dass sie befähigt Problemstellungen zu erfassen und nutzerzentrierte Lösungen zu entwickeln. (3) Im Fall einer eignen Geschäftsidee oder Problemstellung konnten Sie ihr Verständnis für den Nutzer erweitern. (3)		
Inhalt der Lehrveranstaltung <ul style="list-style-type: none"> • Methodenset aus Design Thinking & UX • Kooperative Produktentwicklung in interdisziplinären Teams • Requirements Engineering • Qualitative Methoden (Interview, Beobachten, etc.) • Prototyping • Testing (Usability, UX) 		
Literatur <u>Pflichtliteratur</u> Meinel, Christoph; Weinberg, Ulrich; Krohn, Timm (Hg.) (2015): Design Thinking Live. Wie man Ideen entwickelt und Probleme löst. Hamburg: Murmann Publishers GmbH. <u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u> Dark Horse Innovation; Murmann Publishers GmbH (2017): Digital innovation playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager : Taktiken, Strategien, Spielzüge. 2. Auflage. Hamburg: Murmann Publishers.		
Lehr- und Lernmethoden Seminar mit Übungen, Diskussion von Übungsaufgaben		
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	-	
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit bestehend aus: Teilnahme am Design Thinking Workshop Teilnahme Zwischenpräsentation (15 Minuten Präsentation und 15 Minuten Diskussion, Gewichtung 50 %) Abgabe einer Dokumentation und prototypischen Umsetzung (digitales Dokument, während des Semesters, Gewichtung 50%)	
Besonderes	-	
ECTS-Credits 5	Gesamtarbeitsaufwand 150 Stunden Kontakt/Präsenzzeit: 60 h Studentische Eigenarbeit: 90 h	Gewichtung der Note in der Gesamtnote 1

Modulnummer 1.2.2	Modultitel Digitale Trends und Trendbewertung <i>[IP- Technologie und Trendbewertung]</i> (Digital Trends and Trend Evaluation) <i>[IP- Technology and Trends]</i>		
Kurzbezeichnung DTT <i>[ITT]</i>	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Süzeroglu-Melchiors	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht mit Übungen		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Prof. Dr. Süzeroglu-Melchiors	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen -			
<p>Die nachfolgenden Qualifikationsziele werden in verschiedene Dimensionen unterteilt. Jede Dimension entspricht dabei einer angestrebten Kompetenzstufe. Folgende Kompetenzstufen werden unterteilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niveaustufe 1 (Kennen): oberflächliches Verstehen einfacher Strukturen bzw. Abfrage erworbenen Wissens • Niveaustufe 2 (Können): oberflächliches Verstehen mehrerer Strukturen bis zu tieferem Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bzw. Gelerntes übertragen, zerlegen, kombinieren und einsetzen • Niveaustufe 3 (Verstehen und Anwenden): tieferes Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bis zur Abstraktion und Erweiterung auf andere Strukturen bzw. Wissen hinterfragen und/oder bewerten, Zusammenhänge und Auswirkungen erläutern <p>Die jeweilige Dimensionszuordnung der Qualifikationsziele wird durch die Ergänzung der jeweiligen Ziffer (1,2 oder 3) in der Kompetenzbeschreibung dargestellt.</p> <p>Qualifikationsziele</p> <p>Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht:</p> <p><u>Fachkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen (1) digitale Trends und Technologien und wenden Methoden zur Trendrecherche und Analyse unter Verwendung von öffentlich zugänglichen Daten, vor allem Patentdaten an (2). Sie sind in der Lage Technologie-, Markt- und Wettbewerberanalysen anhand von Patentdaten durchzuführen (3), zu bewerten und und kritisch zu diskutieren (2). Ferner erlernen sie wie sie Ihre eigenen Projekte kontrolliert und risikoarm umsetzen können (2) und zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Entscheidungen treffen können (2).</p>			

Methodenkompetenz

Die Studierenden sind befähigt (3), auf Basis von datengetriebenen und methodenbasierten Recherchemethoden, Patent- Trend- und Technologieanalysen zu identifizieren und zu analysieren (2), und deren Ergebnisse zu beurteilen (2). Sie verfügen über die Kompetenz, diverse Recherchertools und Recherchesoftwaredatenbanken zu verwenden (3) und die Ergebnisse in der Erarbeitung ihrer Geschäftsidee oder eigenen Projekte zielgerichtet einzusetzen (2).

Das Erkennen von aktuellen Trends und Technologien sowie die Fähigkeit diese auf das eigene Projekt zu überführen (2) stehen im Mittelpunkt des Moduls. Ausgehend vom Status Quo eines digitalen Trends befähigen (2) wir die Studierenden zukünftige Entwicklungen des Trends in Szenarien zu erfassen und eine Produkt oder Serviceidee zu konzeptionieren (2).

Sozialkompetenz

Die Studierenden verfügen (2) über Diskussionsvermögen basierend auf datengetriebenen Analysen und Teamfähigkeit. Sie sind in der Lage, konstruktive Kritik zu entwickeln und Ergebnisse zu präsentieren (2).

Persönliche Kompetenz

Die Studierenden können den innovativen Charakter der eigenen Geschäftsidee/des eigenen Projektes eigenständig erarbeiten und bewerten (3) und sind in der Lage, die Ergebnisse in Planungs- und Entscheidungsprozesse einzubringen (2).

Inhalt der Lehrveranstaltung

- Einführen und Grundlagen in Patentrecherchen und Technologierecherchen
- Recherchieren in Patentdatenbanken und Anwendungsbereiche von Patentdaten
- Richtige lesen von Patentschriften
- Identifikation und Analyse von Trends und Technologiefelder anhand von Patentdaten
- Erfassen zukünftiger Trends, Technologien und Ideen für Weiterentwicklungen
- Konzeptionierung zukünftiger Produkte oder Services aus der digitalen Branche basierend auf Recherche – und Analyseergebnisse
- Verwendung diverser öffentlicher Datenbanken und Patentdatenbanken

Literatur

Pflichtliteratur

Ernst, Holger. Patentinformationen für die strategische Planung von Forschung und Entwicklung. Vol. 18. Springer-Verlag, 2013.

Wenzel, E., Horx, M., Huber, J., Steinle, A. (2007). Zukunft machen: Wie Sie von Trends zu Business-Innovationen kommen. Ein Praxis-Guide. Frankfurt am Main Campus Verlag GmbH.

Dragt, E. (2017). How to research trends: move beyond trend watching to kick start innovation. BIS Publisher

Zusätzlich empfohlene Literatur

Christensen, C.M., Raynor, M.E., McDonal Prof. Dr. Heckner d R. (2015). What is disruptive innovation. In: Harvard Business Review 93 (12), S. 1-11.

Lehr- und Lernmethoden

Es wird in interdisziplinären Teams projektbasiert an einem digitalen Trend gearbeitet. Das

arbeiten an einem eigenen Gründungsthema ist möglich. Der Workshop kann aber auch ohne eine konkrete Idee belegt werden.		
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge		-
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		Essay (digitales Dokument, Gewichtung 50%) Abgabe einer Dokumentation (digitales Dokument, während des Semesters, Gewichtung 30%) sowie Abschlusspräsentation (15 Minuten Präsentation, 15 Minuten Diskussion, Gewichtung 20%)
Besonderes		-
ECTS-Credits 5	Gesamtarbeitsaufwand 150 Stunden Kontakt/Präsenzzeit: 60 h Studentische Eigenarbeit: 90 h	Gewichtung der Note in der Gesamtnote 1

Modulnummer 1.3.1	Modultitel Entrepreneurship – Grundlagen und Cases zu Start-ups, Wachstum und Exits (Entrepreneurship – Principles and Case Studies for Starting, Growing and Exiting New Ventures)		
Kurzbezeichnung EGC	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (WiSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Saßmannshausen	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Prof. Dr. Saßmannshausen. Prof. Dr. Süzeroglu-Melchior	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen -			
<p>Qualifikationsziele</p> <p>Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht:</p> <p>Entrepreneurship bezeichnet innovatives Unternehmertum im allgemeinen und das Gründen von Unternehmen oder Organisationen im speziellen. Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht:</p> <p><u>Fachkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zur Gründerpsychologie und der Methoden, Konzepte und Vorgehensweisen zur Entwicklung, Ausarbeitung, Konkretisierung und Evaluation von digitalbasierten Geschäftsideen und deren strategischer und operativer Umsetzung, über Kenntnisse zur Ressourcengewinnung einschließlich der Gründungsfinanzierung und einen erfolgreichen Markteintritt, der Initiierung und dem unternehmerischen Management von nachhaltigem Wachstum bis hin zur Gestaltung und Realisierung von Exit-Optionen. Sie können den notwendigen persönlichen Aufwand sowie Chancen und Risiken einer Unternehmensgründung realistisch einschätzen. Die Studierenden erfassen die dreifache Bedeutung von Digitalisierung in Hinblick auf digital-technologiebasierte Gründungschancen, Geschäftsmodelle und Ressourcenbeschaffung bzw. -verwendung.</p> <p><u>Methodenkompetenz</u></p> <p>Die Studierenden sind zur selbstständigen Entwicklung, Ausarbeitung, Konkretisierung und Evaluation von digitalen Geschäftsideen von der Idee bis zur Umsetzung befähigt. Sie sind befähigt, junge Unternehmen (Start-ups) unter Berücksichtigung der besonderen Spezifika früher Unternehmensphasen zu analysieren, zu beraten oder zu managen. Sie sind in der Lage, zielgerichtete Lösungsansätze aus Handlungsalternativen für erfolgreiche Start-ups auszuwählen.</p>			

Sozialkompetenz

Die Studierenden können sachgerechte Positionen in Analyse-, Planungs- und Entscheidungsprozesse junger Start-ups einbringen. Sie sind in der Lage, Fallstudien in Gruppen zu analysieren und zu diskutieren und eine sachgerechte Argumentation zielgruppenorientiert vorzutragen. Sie verfügen über die personale Voraussetzung unternehmerisch handelnder Personen und kennen die Bedeutung teamorientierter Führung für den Gründungserfolg.

Persönliche Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig betriebswirtschaftliche Problemstellungen in der Gründungsphase eines Unternehmens zu bewältigen. Sie verfügen über Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit und auf gründungsspezifischer Urteilskraft beruhendem Diskussionsvermögen und sind befähigt, betriebswirtschaftliche, digital-technologische und juristische Denk- und Argumentationstechniken anzuwenden. Sie können ihre eigene Gründungskompetenz realistisch einschätzen und kennen Ansätze und Angebote, diese weiter auszubauen. Sie sind sich der Bedeutung unternehmerischer Kompetenz als Alltagskompetenz bewusst (Enterprising Behaviour).

Inhalt der Lehrveranstaltung

- Motive von Entrepreneurship, Aufgaben, Anforderungen, Rollen und Alltag von Entrepreneuren sowie psychologische Aspekte von Gründungspersönlichkeiten
- Ursprung und Gewinnung von digitalisierungsbasierten Geschäftsideen, Typen unternehmerischer Gelegenheiten (Opportunities)
- Legitimierungsstrategien im unternehmerischen Prozess und Institutional Entrepreneurship
- Phasen und Prozesse unternehmerischen Handelns
- Beschreibung und Analyse von digitalbasierten Geschäftsideen und digitalen Geschäftsmodellen
- Bedeutung der Digitalisierung für Gründungschancen, Geschäftsmodelle, Umsetzung von und Ressourcenbeschaffung in Start-ups
- Besonderheiten des Strategischen Managements von auf Digital-technologien basierenden Start-ups
- Ansätze und Management des Aufbaus von dauerhaften, nachhaltigen oder aber virtuellen bzw. projektbezogenen Organisationen
- Erarbeitung von gründungsspezifischen Marketingkonzepten (USP, Vertriebswege, Deal Strukturen, Werbung, Guerilla Marketing etc.)
- Frühes Wachstum von Start-ups, methodische Wachstumsansätze, Entrepreneurial Leadership und frühe Internationalisierung
- Formen und Durchführung der Finanzierung und Bewertung von Start-ups von der Frühphasenfinanzierung (Seed financing) bis zum Exit z.B. durch Buy Back, Börsengang sowie Verkauf des Unternehmens oder Übergang vom Start-up zum inhabergeführten KMU oder Familienunternehmen
- Kenntnis verschiedener Gründungsformen
- Sonderformen des unternehmerischen Handelns (vor allem Intrapreneurship, Corporate und Social Entrepreneurship sowie Familienunternehmertum)

Literatur

Pflichtliteratur

Alle in der Veranstaltung behandelten Fallstudien

In der Veranstaltung behandelte Merkblätter und Broschüren (z.B. der KfW)

Porter, M.: The Five Competitive Forces that shape strategy. Harvard Business Review, January 2008, S. 78-93.

zu Knyphausen-Aufsess et al.: Understanding and breaking the rules of business: Toward a systematic four-step process. Business Horizons (2006) 49, S. 369—377

Gilbert, C. G. & Eyring, M. J. (2010): Beating the odds when you launch a new venture. Harvard Business review, May 2010, S. 92-98.

Davidson, E., & Vaast, E. (2010, January). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. In System Sciences (HICSS), 2010 43rd Hawaii International Conference on (pp. 1-10). IEEE.

Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. International Journal of Networking and Virtual Organisations, 4(3), 290-303.

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(6), 1029-1055.

Richter, C., Kraus, S., & Syrjä, P. (2015). The shareconomy as a precursor for digital entrepreneurship business models. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 25(1), 18-35.

Zusätzlich empfohlene Literatur

Besonders empfohlen:

Fueglistaller, U. Müller, C., Volery, T.: Entrepreneurship: Modelle - Umsetzung - Perspektiven

Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A.: Entrepreneurship

Roberts, M. J., Stevenson, H. H., Sahlman, W. A. et al.: New Business Ventures and the Entrepreneur

Timmons, J. A., Spinelli, S.: New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century

Volkman, C., Tokarski, K., Grünhagen, M.: Entrepreneurship in an European Perspective-Concepts and Growth of New Ventures

Weiterhin empfohlen:

Allen, K.: Launching new Ventures - An Entrepreneurial Approach

Baron, R. A.: Entrepreneurship: An Evidence-based Guide

Baron, R. A., Shane, S. A.: Entrepreneurship: A Process Perspective

Dowling, M., Drumm, H. J. (Hrsg.): Gründungsmanagement: Vom erfolgreichen Unternehmensstart zu dauerhaftem Wachstum

Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., Sexton, D. L. (Hrsg.): Strategic Entrepreneurship

Kickul, J., Lyons, T. S.: Understanding Social Entrepreneurship: The Relentless Pursuit of Mission...

Koch, L. T., Zacharias, C. (Hrsg.): Gründungsmanagement

Sorenson R. L., Yu, A., Brigham, K. H., Lumpkin, G. T. (Hrsg.): The Landscape of Family Business

jeweils in aktueller Auflage

Akademische und praxisorientierte Fachzeitschriften, vor allem Entrepreneurship Theory &

<p>Practice, Family Business Review, Harvard Business Review, Entrepreneurial Practice Review, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, International Small Business Journal, Journal of Business Venturing, Journal of Small Business Management, Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship (ZfKE) etc.</p>		
<p>Lehr- und Lernmethoden</p> <p>Seminaristischer Unterricht mit integrierten Fallstudien und Übungen</p> <p>Einführung in die realen Herausforderungen und Problemstellungen digitaltechnologie-basierter Unternehmensgründung an exemplarischen Fallbeispielen</p> <p>Umfangreiches E-Learning-Modul und teilweise Durchführung an extramoralen Lernorten (Exkursionen)</p>		
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</p>		-
<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>		<p>1. Hausarbeit (60%)</p> <p>2. Präsentation mit Diskussions- und Fragerunde (40%)</p>
<p>Besonderes</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Grow4Digital Forum • Studierende können verstärkt durch die Gründungsberatung des Start-up centers betreut werden.
<p>ECTS-Credits</p> <p>5</p>	<p>Gesamtarbeitsaufwand</p> <p>150 Stunden</p> <p>Kontakt/Präsenzzeit: 60 h</p> <p>Studentische Eigenarbeit: 90 h</p>	<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p> <p>1</p>

Modulnummer 1.3.2	Modultitel Entrepreneurial Marketing		
Kurzbezeichnung EMA	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Saßmannshausen	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Alexander Ojeda Moreno	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul	Lehrsprache Deutsch	
Zugangsvoraussetzungen Grundkenntnisse in Marketing, digitales Marketing und online Marketing werden vorausgesetzt.			
Qualifikationsziele Die nachfolgenden Qualifikationsziele werden in verschiedene Dimensionen unterteilt. Jede Dimension entspricht dabei einer angestrebten Kompetenzstufe. Folgende Kompetenzstufen werden unterteilt: <ul style="list-style-type: none"> • Niveaustufe 1 (Kennen): oberflächliches Verstehen einfacher Strukturen bzw. Abfrage erworbenen Wissens • Niveaustufe 2 (Können): oberflächliches Verstehen mehrerer Strukturen bis zu tieferem Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bzw. Gelerntes übertragen, zerlegen, kombinieren und einsetzen • Niveaustufe 3 (Verstehen und Anwenden): tieferes Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bis zur Abstraktion und Erweiterung auf andere Strukturen bzw. Wissen hinterfragen und/oder bewerten, Zusammenhänge und Auswirkungen erläutern Die jeweilige Dimensionszuordnung der Qualifikationsziele wird durch die Ergänzung der jeweiligen Ziffer (1,2 oder 3) in der Kompetenzbeschreibung dargestellt. Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht: <p><u>Fachkompetenz</u></p> Die Studierenden können Methoden des Online-Marketings insbesondere für Gründungsinteressierte, sowie deren Umsetzungsmöglichkeiten im Unternehmensalltag anwenden (2). Sie verfügen über Kenntnisse in Bezug auf Marketinginstrumente in einem digitalen Kontext (2). <p><u>Methodenkompetenz</u></p> Die Studierenden können gründungsrelevante Vermarktungsaktivitäten des Marketing Mix anwenden und verstehen (3). Sie verfügen über die Fähigkeit die gewonnenen Methodenkompetenzen auf ihre eigene Business Idee zu reflektieren (3). Weiterhin sind die Studierenden befähigt mit online Marktforschungstools eigenständig umzugehen und somit Forschungsfragen für Ihre Business Idee zu erarbeiten und diese zu präsentieren (2). <p><u>Sozialkompetenz</u></p> Die Studierenden können eigenständige Entscheidungsprozesse strategischer online Marketing			

<p>Maßnahmen einbringen (3). Sie sind in der Lage, Themen im Bezug auf online Marketing in Gruppen zu analysieren und zu diskutieren und eine sachgerechte Argumentation zielgruppenorientiert vorzutragen (3).</p> <p><u>Persönliche Kompetenz</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, eigenständige Problemstellungen von Vermarktungsaktivitäten in der Gründungsphase eines Unternehmens und darüber hinaus zu bewältigen (3). Sie verfügen über Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit und auf gründungsspezifischer Urteilskraft beruhendem Diskussionsvermögen (3). Sie können ihre eigene Vermarktungskompetenz in einem digitalisiertem Umfeld realistisch einschätzen und kennen Ansätze und Angebote, diese weiter auszubauen (2). Sie sind sich der Bedeutung strategischer Marketingaktivitäten als Alltagskompetenz bewusst (3).</p>		
<p>Inhalt der Lehrveranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Online-Marketings für Gründer • Marktforschung und Performance-Marketing • Marketing Management im Kontext der Digitalisierung • Social Media Marketing 		
<p>Literatur</p> <p><u>Pflichtliteratur</u></p> <p>Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung</p> <p><u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u></p> <p>Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung</p>		
<p>Lehr- und Lernmethoden</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Teamprojekte.</p>		
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</p>		-
<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>		<p>Studienarbeit mit Präsentation 60 %</p> <p>Einzelarbeit 40 %</p>
<p>Besonderes</p>		-
<p>ECTS-Credits</p> <p>5</p>	<p>Gesamtarbeitsaufwand</p> <p>150 Stunden</p> <p>Kontakt/Präsenzzeit: 60 h</p> <p>Studentische Eigenarbeit: 90 h</p>	<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p> <p>1</p>

Modulnummer 1.3.3	Modultitel IT- und Digital Business-Recht (IT and Digital Business Law)		
Kurzbezeichnung ITR	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots WiSe
Modulverantwortlich Prof. Dr. Betten	Veranstaltungstyp Vorlesung/ seminaristisch		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Prof. Dr. Betten	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen Grundkenntnisse im Wirtschaftsrecht werden empfohlen.			
Qualifikationsziele Die nachfolgenden Qualifikationsziele werden in verschiedene Dimensionen unterteilt. Jede Dimension entspricht dabei einer angestrebten Kompetenzstufe. Folgende Kompetenzstufen werden unterteilt: <ul style="list-style-type: none"> • Niveaustufe 1 (Kennen): oberflächliches Verstehen einfacher Strukturen bzw. Abfrage erworbenen Wissens • Niveaustufe 2 (Können): oberflächliches Verstehen mehrerer Strukturen bis zu tieferem Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bzw. Gelerntes übertragen, zerlegen, kombinieren und einsetzen • Niveaustufe 3 (Verstehen und Anwenden): tieferes Verständnis von Beziehungen zwischen Strukturen bis zur Abstraktion und Erweiterung auf andere Strukturen bzw. Wissen hinterfragen und/oder bewerten, Zusammenhänge und Auswirkungen erläutern Die jeweilige Dimensionszuordnung der Qualifikationsziele wird durch die Ergänzung der jeweiligen Ziffer (1,2 oder 3) in der Kompetenzbeschreibung dargestellt. Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht: <p><u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden verfügen über Kenntnisse in den wichtigsten Bereichen des Informationstechnologierechts und können diese auf digitale Geschäftsmodelle anwenden. Sie sind in der Lage, in ihrem Berufsfeld rechtlich relevante Probleme zu erkennen, Lösungsansätze strukturiert zu erarbeiten und diese auf die Praxis zu übertragen. (2)</p> <p><u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden können juristische Problemstellungen erkennen und ihre Ergebnisse beurteilen. (3)</p> <p><u>Sozialkompetenz</u> Die Studierenden können sachgerechte Positionen in betriebliche Entscheidungsprozesse</p>			

<p>einbringen. (2)</p> <p><u>Persönliche Kompetenz</u></p> <p>Die Studierenden sind befähigt, einfache Fälle selbständig lösen zu können. Sie werden sich der Folgen rechtlich fundierter Entscheidungen bewusst und können sie gegenüber dem Unternehmen vertreten. (2)</p>	
<p>Inhalt der Lehrveranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einblick in das Domainrecht (Vergabe, Marken- und Namensrecht, Unterlassungs-, Schadensersatz- und Auskunftsanspruch) • Grundzüge des Urheberrechts, Nutzungsrechte, Lizenzmodelle • Grundzüge Fernabsatzgeschäft (wichtige Pflichtangaben bei Shops, Impressum Widerrufsrecht, Haftung, Grundzüge AGB) • Unlautere Werbung, Werbung auf Social Media, Online-Marketing, Influencer-Marketing • Umgang mit Bewertungsplattformen (Reaktion auf Bewertungen, Abgrenzung Meinungsäußerung/ Tatsachenbehauptung, Löschung von Bewertungen) • Smart contracts • Verfahrensrecht (Mahnverfahren, Abmahnung, Klage und einstweilige Verfügung) • Einblicke ins Datenschutzrecht, DSGVO 	
<p>Literatur</p> <p><u>Pflichtliteratur</u></p> <p>Gesetze, z.B.</p> <p style="padding-left: 40px;">IT- und Computerrecht: CompR; Beck-Verlag</p> <p style="padding-left: 40px;">Wichtige Wirtschaftsgesetze für den Bachelor/ Master Band 2; nwb Verlag</p> <p><u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u></p> <p>Benning/ Oberrath; Computer- und Internetrecht; Boorberg</p> <p>Jausenmann/ Jautz; Start ins Rechtsgebiet – Grundriss gewerblicher Rechtsschutz; C.F. Müller Verlag</p> <p>Köhler/ Fezer; Start ins Rechtsgebiet - Recht des Internet; C.F. Müller Verlag</p> <p>Kühling/ Klar/ Sackmann; Start ins Rechtsgebiet – Datenschutzrecht; C.F. Müller Verlag</p> <p>Jeweils in der aktuellen Auflage</p> <p>https://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/lehre/materialien</p>	
<p>Lehr- und Lernmethoden</p> <p>Vorlesung mit Übungen, Falllösungen, Diskussion von Fällen</p>	
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</p>	<p>Die Module dieses Masterstudiengangs sind in sich abgeschlossen und bauen grundsätzlich formal nicht aufeinander auf.</p>

Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, wird bereits vor dem Prüfungszeitraum geschrieben	
Besonderes	-	
<p align="center">ECTS-Credits</p> <p align="center">5</p>	<p align="center">Gesamtarbeitsaufwand</p> <p align="center">150 Stunden</p> <p align="center">Kontakt/Präsenzzeit: 60 h</p> <p align="center">Studentische Eigenarbeit: 90 h</p>	<p align="center">Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p> <p align="center">1</p>

Modulnummer 1.4.1	Modultitel ICH in der Selbstständigkeit (Self-development: self-employment)		
Kurzbezeichnung ICHS	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Saßmannshausen	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Alexandra Graßler	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Deutsch
Zugangsvoraussetzungen -			
<p>Qualifikationsziele</p> <p>Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht:</p> <p><u>Fachkompetenz</u></p> <p>Sie erkennen die Bedeutung und den Einfluss ihrer Persönlichkeit für Unternehmensgründung und Geschäftserfolg.</p> <p>TeilnehmerInnen entwickeln ihre Persönlichkeit u.a. durch Persönlichkeitsprofile, Wertesysteme, Eigen- und Fremdbildanalysen, Mindset-Training, Grundlagen der Gehirnforschung, sowie Selbsteinschätzung, Resilienz, Stressmanagement, Umgang mit Fehlern und Frustrationstoleranz.</p> <p><u>Methodenkompetenz</u></p> <p>Sie kennen und wenden Methoden an z. B. der Selbsteinschätzung, des Umgangs mit eigenen Stärken und Schwächen, des Selbst- und Stressmanagements, Mindset-Trainings, Frustrationstoleranz, Resilienztraining, Selbstmanagement, Selbstcoaching und Storytelling.</p> <p><u>Soziale Kompetenz</u></p> <p>Wahrnehmung und Selbstreflexivität</p> <p><u>Persönliche Kompetenz</u></p> <p>Selbstorganisation, Vortrags- und Präsentationsfähigkeit. Umgang mit Stress und Anspannung, Selbstcoaching.</p>			
<p>Inhalt der Lehrveranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tests • Präsentationen • Diskussionen • Gruppenarbeiten 			

<p>Literatur</p> <p><u>Pflichtliteratur</u></p> <p>Dweck, C. (2007). Selbstbild: Wie unser Denken Erfolge oder Niederlagen bewirkt</p> <p>Mourlane, D. (2017). Resilienz: Die unentdeckte Fähigkeit der wirklich Erfolgreichen</p> <p><u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u></p> <p>Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung</p>		
<p>Lehr- und Lernmethoden</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Tests, Videos, Literatur, Skript und Linklisten.</p>		
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</p>		-
<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>		<p>Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60%</p> <p>Präsentation: Gewichtung: 40% (10 min Präsentation + Diskussion)</p>
<p>Besonderes</p>		-
<p>ECTS-Credits</p> <p>5</p>	<p>Gesamtarbeitsaufwand</p> <p>150 Stunden</p> <p>Kontakt/Präsenzzeit: 60 h</p> <p>Studentische Eigenarbeit: 90 h</p>	<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p> <p>1</p>

Modulnummer 1.4.2	Modultitel ICH in Präsentation und Verhandlung (Self-development: Presentation and Negotiation)		
Kurzbezeichnung ICHS	Semester 1	Anzahl der SWS 4	Häufigkeit des Angebots jedes Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortlich Prof. Dr. Saßmannshausen	Veranstaltungstyp Seminaristischer Unterricht		Dauer des Moduls 1 Semester
Dozent Dr. Arjen Verhoeff	Art der Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul		Lehrsprache Englisch
Zugangsvoraussetzungen English level B2 / C1			
<p>Learning outcomes</p> <p>The qualification goals mentioned below are subdivided into three dimensions. Each dimension corresponds to a target competence level. The following competence levels have been defined:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competence level 1 (awareness): cursory awareness of simple structures, only previously learned knowledge is tested • Competence level 2 (comprehension): basic understanding of multiple structures up to deeper understanding of the relations between structures, learned knowledge is analysed, combined and applied • Competence level 3(deep understanding and application): deeper understanding of the relations between structures up to independent transfer and extension of knowledge to new structures, learned knowledge is critically questioned and/or evaluated, interrelations between structures and their consequences are reflected and explained <p>The competence level of the respective qualification goal is represented by the corresponding number (1, 2 or 3) in the competence descriptions below.</p> <p>On completing the module the students will have achieved the following learning outcomes on the basis of scientific methods:</p> <p>Still, in a business context professionals have to communicate and negotiate effectively with each other. This interactive course offers you to practice negotiating in a context of digital business models. The seminar will give you a leading edge when acting in a context of professionals with different backgrounds. You will learn strategies how to negotiate successfully.</p> <p><u>Professional expertise:</u></p> <p>Developing of presentation skills (3). Get to the point in negotiation (3).</p> <p><u>Methods competence:</u></p> <p>Participants learn to argue convincingly in discussions, presentations and negotiations (3). You will develop an understanding of various styles of professionals and of negotiation approaches, and acting in interactive negotiating setting (2).</p> <p><u>Social competence:</u></p>			

<p>This interactive seminar offers you to become aware of the necessary conditions to negotiate with other professionals (3). Learning to understand an intercultural environment in a business situation (2).</p> <p><u>Personal competence:</u> How to behave in an english speaking environment (3).</p>		
<p>Inhalt der Lehrveranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Key concepts in negotiation • Strategies and toolkit • Examples with digital context • Role playing in groups • Exercises in an english speaking environment • Case studies and group discussion 		
<p>Literatur</p> <p>Fisher & Ury (2011). Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In, 3rd ed.</p> <p>Freeman, R., Wicks, A. & Parmar, B. (2004). Stakeholder Theory and The Corporate Objective Revisited. Organization Science 15(3):364-369</p> <p>McCormack, M. (2014). What the don't teach you at Harvard Business School</p> <p><u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u></p> <p>Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung</p>		
<p>Lehr- und Lernmethoden</p> <p>Case studies and exercises.</p>		
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</p>		-
<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>		Essay: 100%
<p>Besonderes</p>		<p>We recommend to join one of the following courses beforehand:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Academic Writing - Business English I or II
<p>ECTS-Credits</p> <p>5</p>	<p>Gesamtarbeitsaufwand</p> <p>150 Stunden</p> <p>Kontakt/Präsenzzeit: 60 h</p> <p>Studentische Eigenarbeit: 90 h</p>	<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p> <p>1</p>