

# Syllabus

## Kursbeschreibung

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	Unternehmertum und Innovationsmanagement
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	27339
<b>Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung</b>	
<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich</b>	ECON-07/A
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studiengang</b>	Bachelor in Wirtschaftswissenschaften und Betriebsführung
<b>Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)</b>	
<b>Dozenten/Dozentinnen</b>	Prof. Dr. Christoph Stöckmann, Christoph.Stoeckmann@unibz.it <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/47446">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/47446</a>
<b>Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin</b>	
<b>Semester</b>	Zweites Semester
<b>Studienjahr/e</b>	3
<b>KP</b>	6
<b>Vorlesungsstunden</b>	36
<b>Laboratoriumsstunden</b>	9
<b>Stunden für individuelles Studium</b>	-
<b>Vorgesehene Sprechzeiten</b>	
<b>Inhaltsangabe</b>	Der Kurs führt in die wichtigsten Konzepte, Methoden und Denkweisen der unternehmerischen Praxis ein. Die Studierenden lernen, wie sie innovative Ideen entwickeln, bewerten und tragfähige Geschäftsmodelle umsetzen können - sowohl in Start-ups als auch in etablierten Unternehmen. Durch praxisnahe Aktivitäten erwerben sie solide Kompetenzen in der Anwendung von Kreativitätstechniken, Marktanalysen und Pitch-Formaten. Ziel

	ist es, das unternehmerische und innovative Denken zu stärken und die Fähigkeit zu fördern, Projekte selbstständig umzusetzen.
<b>Themen der Lehrveranstaltung</b>	Die Studierenden lernen unternehmerisch zu denken und zu handeln. Sie erlernen, wie aus Produktideen Geschäftsideen und Geschäftsmodelle entstehen können, und wie diese iterativ weiterentwickelt werden. Insbesondere lernen sie die zentrale Rolle der Kundenperspektive zu erkennen. Darüber hinaus wird wissenschaftliche Literatur aus dem Bereich Unternehmertum und Innovationsmanagement diskutiert. Im Rahmen der Veranstaltung werden die Studierenden selbst Geschäftsideen und -modelle entwickeln und evaluieren. Dabei lernen sie, wie sie Kundennutzen und Durchführbarkeit analysieren, und wie sie identifizieren, welche finanziellen Faktoren von besonderer Bedeutung sind. Darüber hinaus erlangen sie Kenntnisse über Führung und Management, speziell in unternehmerischen, innovativen und kreativen Projekten.
<b>Stichwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmerisches Denken und Handeln</li> <li>• Umwelteinflüsse und Trends</li> <li>• Entwicklung und Evaluierung von Geschäftsideen und Geschäftsmodellen</li> <li>• Führung und Management in Gründungs- und Innovationsprozessen</li> <li>• Wachstumsprozesse</li> </ul>
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	
<b>Propädeutische Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen, Übungen, Projekte
<b>Anwesenheitspflicht</b>	Die Anwesenheit ist nicht pflichtig - Sie wird aber empfohlen
<b>Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse</b>	<p>ILO (Intended Learning Outcomes)</p> <p>ILO 1 Wissen und Verstehen</p> <p>ILO 1.1 Kenntnis von Geschäfts- und Organisationsmodellen</p> <p>ILO 1.2 Kenntnis des Managements und der Zielvereinbarungen, Pläne und Organisationsfunktionen</p> <p>ILO 1.3 Kenntnisse der Methoden der unternehmerischen Entscheidungsfindung und des strategischen Managements</p>

	<p>ILO 1.4 Kenntnis von Entscheidungskonzepten und -modellen für die Einführung neuer Produkte, Preisgestaltung, Vertriebskanäle und (digitaler) Kommunikations-mittel</p> <p>ILO 1.5 Verständnis für soziale Verantwortung, Verbraucherschutz, nachhaltiges Marketing</p> <p>ILO 1.6 Kenntnis von Konzepten, Modellen und Instrumenten zur kritischen Analyse von Geschäfts- und Unternehmensstrategien</p> <p>ILO 2 Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden</p> <p>ILO 2.1 in der Lage sein, Managementprinzipien und theoretische Modelle sowie empirische Analyseinstrumente auf komplexe Probleme in typischen Managementsituationen auf den entsprechenden Kontext korrekt anzuwenden</p> <p>ILO 2.2 in der Lage sein, Strategien zu formulieren und kritische Schritte bei der Umsetzung einer Wettbewerbsstrategie zu identifizieren</p> <p>ILO 3 Urteilen (making judgements)</p> <p>ILO 3.1 die wichtigsten Probleme in komplexen Entscheidungssituationen zu erkennen</p> <p>ILO 3.2 eine kritische Analyse der Fakten und der zu bewältigenden Situationen vorzunehmen</p> <p>ILO 3.3 im Rahmen einer logischen Argumentation Informationen und analytische Methoden auch unter Verwendung von modernen Software-Paketen zu kombinieren, um eine Lösung zu finden</p> <p>ILO 4 Lernfähigkeit (learning skills)</p> <p>ILO 4.1 Beschaffung von im beruflichen Alltag notwendigen Informationen aus Datenbanken, wissenschaftlicher Literatur, Gesetzen und Richtlinien</p> <p>ILO 4.2 kritische Analyse und Integration von Daten, Informationen und künftigen Erlebnissen auch unter Verwendung von fortgeschrittenen Softwares</p>
<b>Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)</b>	

<b>Art der Prüfung</b>	<p>Teilnehmende Studierende: Schriftliche Prüfung und powerpoint-gestützte Präsentation.</p> <p>Die schriftliche Prüfung (50%) prüft Wissen und Verständnis, die Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden und Urteilen. Sie besteht aus etwa 4 bis 6 Fragen mit unterschiedlicher Gewichtung und ist innerhalb von 60 Minuten zu bearbeiten. ILOs: 1.1–1.6, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2.</p> <p>Die powerpoint-gestützte Präsentation (50%) prüft die Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden, Urteilen und Lernfähigkeit. ILOs: 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2.</p> <p>Nicht-teilnehmende Studierende: Schriftliche Prüfung.</p> <p>Die schriftliche Prüfung (100%) prüft Wissen und Verständnis, die Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden und Urteilen. Sie besteht aus zwei Teilen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) etwa 4 bis 6 Fragen mit unterschiedlicher Gewichtung und</li> <li>b) einer Fallstudie mit ca. 3 bis 5 zu beantwortenden Fragen.</li> </ul> <p>Die Gesamtdauer beträgt 120 Minuten.</p> <p>ILOs: 1.1–1.6, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2.</p>
<b>Bewertungskriterien</b>	<p>Die folgenden Bewertungskriterien sind für die Beurteilung wesentlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Korrektheit und Zuverlässigkeit der Aussagen</li> <li>• Struktur und Klarheit der Darstellung</li> <li>• Logik und Kohärenz der Argumentation</li> <li>• Integration und Vernetzung des erlernten Inhalts</li> <li>• Auswahl und Anwendung des erlernten Wissens</li> <li>• Qualität, Anwendbarkeit und Innovationsgehalt der Ergebnisse</li> </ul>
<b>Pflichtliteratur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., &amp; Zellweger, T. (2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, 5. Auflage, Springer.</li> <li>· Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, C., &amp; Mauer, R. (2017): Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel.</li> <li>· Vahs, D., Brem, A. &amp; Oswald, C. (2023):</li> </ul>

	Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 6. Auflage, Schäffer-Poeschl.“
<b>Weiterführende Literatur</b>	Weitere Artikel werden während der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
<b>Weitere Informationen</b>	
<b>Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)</b>	Keine Armut, Gesundheit und Wohlergehen, Weniger Ungleichheiten, Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, Industrie, Innovation und Infrastruktur, Geschlechter-Gleichheit