
Master of Science



▪ Entrepreneurship and Innovation Management

Modules 6 CP | Catalogue Core Curriculum

Departement Law and Economics | September 2024

An updated catalogue of electives is published every semester for the modules (6 credit points) in the elective area of law, business, and economics in the master's degree. The selection of modules is only possible in the semester offered, depending on the cycle. Examinations can be taken every semester.

Notes on choosing modules (subject area according to § 30 (5) APB):

- When making your selection, take into account (1) the allocation according to your curriculum and (2) consider the cycle of offers when planning your studies.
- Modules whose courses only take place in one semester (one-semester modules) can only be selected in their respective semester. This is to ensure that a range of courses is available (module descriptions, see the module handbook).
- If lecturers suspend courses in the context of research sabbaticals, modules may not be offered or may only be offered for self-study. Examinations remain available.

Registration and cancellation of modules:

- Registration: You register for modules and courses in TUCaN. This is a prerequisite for registering for examinations.
- Cancellation: Due to the system, you can only independently cancel a module registration via TUCaN before the end of the selection semester. After that, you can cancel via the Office for Student Affairs as long as no work has been submitted.

Examinations:

- The form of examination (written or oral) is announced no later than the beginning of the registration period (15 Nov. and 01 Jun.).
- For oral exams, you must additionally arrange for an examination date directly with the research group.

Language:

- Modules are offered in German and English. The respective module language is marked with (D) or (E) in this overview.

Scope of application:

- This catalogue is used in following M.Sc. study regulations. Which courses fall within which degree programmes is defined in the study and examination regulations of the degree programmes.

Modulname / Module Titel	Language	Modulnr./Lecturer	Turnus	CP
Advanced Technology and Innovation Management	E	01-22-0M07/6	Summer	6
Strategic Technology and Innovation Management		Kock	Summer	
Innovation Behaviour		Kock	Summer	
Digital Innovation and Marketing Management (SoSe 2025)	E	01-17-6200/6	Summer	6
Digital Product and Service Marketing		Stock-Homburg	Summer	
Digital Innovation Marketing		Stock-Homburg	Summer	
Economics of the Modern Firm	E	01-62-0M05/6	Summer	6
The Modern Firm: Management and Strategy		Pisch	Summer	
Economics of Entrepreneurship		Nitsch	Summer	
Entrepreneurial Strategy, Management and Finance	E	01-27-0M01/6	Summer	6
Entrepreneurial Finance		Bock	Summer	
Entrepreneurial Strategy and Management		Bock	Summer	
Future of Work and Leadership	D	01-17-6201/6	Winter	6
Leadership		Stock-Homburg	Winter	
Future of Work		Stock-Homburg	Winter	
Internet-based business models (Limitation of participants) (WiSe 2025/26)	E	01-18-1M01/6	Winter	6
Internet-based business models		Benlian	Winter	
case study exercise Internet-based business models		Benlian	Winter	
Project Management	E	01-19-1350/6	Winter	6
Project Management I		Pfnür	Winter	
Project Management II		Kock	Winter	
Technology and Innovation Management	E	01-22-0M05/6	Winter	6
Technology and Innovation Management		Kock	Winter	
Venture Valuation	E	01-27-2M01/6	Winter	6
Venture Valuation		Bock	Winter	

Irregular module offerings

Modulname / Module Titel	Sprache	Modulnr./Dozent*in	Angebotsturnus	CP
Project in Entrepreneurship / Innovation Management	E	01-01-0M06	Winter or Summer	6
Project in EIM ->M.Sc. EIM		Kock/Bock		
Project in EIM ->M.Sc. EIM		Bock		

Modulname / Module Title					
Advanced Technology and Innovation Management					
Modul Nr. / Code 01-22-OM07/6	Leistungspunkte / Credit Points 6 CP	Arbeitsaufwand / Work Load 180 h	Selbststudium / Individual Study 120 h	Moduldauer / Duration 1 Semester	Angebotsturnus / Study Cycle Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person Prof. Dr. Alexander Kock		
1 Kurse des Moduls / Courses					
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title	Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week	
01-22-2M06-vu	Advanced Technology and Innovation Management	k.A.	Vorlesung und Übung	4	
2 Lerninhalt / Syllabus					
<p>Advanced Technology and Innovation Management: Mit dieser Veranstaltung vertiefen die Studierenden strategische und verhaltensbezogene Aspekte des Technologie- und Innovationsmanagements. Vor dem Hintergrund von komplexeren Technologien, steigenden Entwicklungszeiten und kürzeren Technologielebenszyklen stellt das Innovationsmanagement zunehmend eine wettbewerbskritische Kerndisziplin dar. Auch erfordert die wachsende Gefahr von Disruptionen und die Sonderstellung radikaler Innovationen eine besondere strategische Betrachtung. Die Überwindung von Innovationsbarrieren und die Durchsetzung von Innovationen im Unternehmen und am Market erfordert aber vor allem auch Kreativität und starkes Engagement einzelner Personen. Neben Strukturen und Prozessen sind deshalb vor allem informale Faktoren der Unternehmenskultur, der Zusammenarbeit und der Führung von großer Bedeutung. In dieser Veranstaltung erlernen die Studierenden die theoretischen Werkzeuge, um diesen Herausforderungen in einer turbulenten Unternehmensumwelt vorbereitet zu begegnen. Zusätzlich wird das theoretische Wissen anhand von Praxisvorträgen und Case Studies angewendet und weiter vertieft. Zu den thematischen Schwerpunkten dieser Veranstaltung gehört das Management disruptiver und radikaler Innovationen, die organisationale Ambidextrie, Technology Foresight und Open Innovation. Außerdem wird die Natur von Innovationsinitiativen und -barrieren ergründet sowie unterschiedliche Rollenmodelle von Innovatoren vorgestellt. Letztlich wird ein Fokus auf die Zusammenarbeit in funktionsübergreifenden Innovationsteams gesetzt.</p> <p>Advanced Technology and Innovation Management: In this lecture, students deepen the strategic and behavioral aspects of technology and innovation management. Against the backdrop of more complex technologies, increasing development times and shorter technology life cycles, innovation management increasingly represents a core discipline critical to competition. Also, the growing danger of disruptions and the special position of radical innovations require a special strategic consideration. However, overcoming innovation barriers and implementing innovations in the company and on the market requires above all creativity and strong commitment from individuals. In addition to structures and processes, informal factors of corporate culture, cooperation and leadership are therefore of great importance. In this course, students learn the theoretical tools to meet these challenges prepared in a turbulent corporate environment. In addition, the theoretical knowledge will be applied and further deepened through</p>					

	<p>practical presentations and case studies. The thematic focus of this course includes the management of disruptive and radical innovations, organizational ambidexterity, technology foresight and open innovation. In addition, the nature of innovation initiatives and barriers will be explored, and different role models of innovators will be presented. Finally, a focus is placed on collaboration in cross-functional innovation teams.</p>
<p>3</p>	<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes</p> <p>Nach den Veranstaltungen sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Probleme, die sich im Management von Innovationen ergeben, zu identifizieren und zu bewerten. • Theorien des Technologie- und Innovationsmanagements zu erklären, beurteilen und anzuwenden. • Maßnahmen zur Verbesserung von Innovationsprozessen in Unternehmen abzuleiten. • die behandelten Konzepte auf praxisrelevante Fragestellungen anzuwenden. • aktuelles Wissen aus dem Bereich des Innovationsmanagements kritisch anzuwenden und interdisziplinär zu übertragen. • professionelle Fähigkeiten des Technologie- und Innovationsmanagements in verschiedenen Unternehmensfeldern einzusetzen. <p>After the course students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • identify and evaluate problems emerging from managing innovation. • explain, evaluate, and apply theories of Technology and Innovation Management.derive improvement procedures for innovation processes in firms. • make relevant recommendations for corporate practice. • critically and interdisciplinarily apply and transfer current knowledge of the Innovation Management field. • employ professional skills of Technology and Innovation Management in different corporate settings.
<p>4</p>	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation</p> <p>Voraussetzung: keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen / Previous Knowledge: see intial skills</p> <p>Kenntnisse der Vorlesungen Introduction to Innovation Management oder Technology and Innovation Management wird empfohlen.</p> <p>Knowledge of the lectures Introduction to Innovation Management or Technology and Innovation Management is recommended.</p>
<p>5</p>	<p>Prüfungsform / Assessment Methods</p>

	<p>Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) • Modulprüfung (Studienleistung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) <p>Fachprüfung M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schriftlich: Klausur (Dauer 60 – 90 min) • Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 – 20 min) <p>Studienleistung (Fallstudienübung): M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studienleistung kann in Form von Hausarbeiten und/oder Essays abgenommen werden. <p>technical examination Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written: exam (duration 60 - 90 minutes) • Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant) <p>study examination Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course</p> <ul style="list-style-type: none"> • The study examination can take the form of assignments and/or essays.
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the Examination</p>
7	<p>Benotung / Grading System Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 50%, Standard) • Modulprüfung (Studienleistung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 50%, Standard)
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management</p>

9	<p>Literatur / Literature</p> <p>Grundlegende Literatur: Hauschildt, J., Salomo, S., Schultz. C., Kock, A. (2023): Innovationsmanagement, 7. Aufl. Vahlen Verlag. Tidd/Bessant (2020): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 7th edition.</p> <p>Basic literature: Hauschildt, J., Salomo, S., Schultz. C., Kock, A. (2023): Innovationsmanagement, 7. Aufl. Vahlen Verlag. Tidd/Bessant (2020): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 7th edition.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. / Further literature will be announced in the lecture.</p>
10	<p>Kommentar / Annotation</p> <p>Angebotsturnus: Sommersemester / Study Cycle: Summer Semester</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bitte beachten Sie bei der Modulwahl: • Es handelt sich um ein Modul mit zwei Teilleistungen (50 % Fachprüfung zur Vorlesung und 50% Studienleistung zur Fallstudie). • Die Fachprüfung kann jedes Semester abgelegt werden, ist jedoch für Wiederholer empfohlen. • Die Studienleistung kann nur Modulbegleitend also im Sommersemester erbracht werden und ist eine wichtige Vorbereitung für die Fachprüfung. <p>Please note when choosing a module:</p> <ul style="list-style-type: none"> • This is a two-part module (50% technical examination for the lecture and 50% study examination for the case study). • The technical examination can be taken every semester, but is recommended for repeaters. • The study examination can only be completed during the module, i.e. in the summer semester, and is an important preparation for the subject examination.

Modulname / Module Title					
Digital Innovation and Marketing Management					
Modul Nr. / Code 01-17-6200/6	Leistungspunkte / Credit Points 6 CP	Arbeitsaufwand / Work Load 180 h	Selbststudium / Individual Study 120 h	Moduldauer / Duration 1 Semester	Angebotsturnus / Study Cycle Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person Prof. Dr. Dr. Ruth Stock-Homburg		

1	Kurse des Moduls / Courses				
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title	Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week	
01-17-0005- vu	Digital Product and Service Marketing	k.A.	Vorlesung und Übung	2	
01-17-0007- vu	Digital Innovation Marketing	k.A.	Vorlesung und Übung	2	
2	Lerninhalt / Syllabus				
<p>Digitales Produkt- und Dienstleistungsmarketing: Ausgewählte Themen im Rahmen von digitalem Marketing; dazu gehören Mikro- und Makro-Umwelt, digitale Marketingstrategien, der digitale Marketing Mix, digitales Kundenbeziehungsmarketing, Kommunikationsstrategien und -kanäle für digitale Kunden und die Evaluierung einzelner Ansätze.</p>					
<p>Digital Innovation Marketing: Ausgewählte Themen im Kontext des digitalen Innovationsmarketings; dazu gehören grundlegende Informationen zu Innovationen; zentrale Innovationsstrategien; relevante theoretische Konzepte des Innovationsmanagements; Kundenintegration in dem Innovationsprozess und neue Innovationstypen, wie z.B. User Innovationen.</p>					
<p>Digital Product and Service Marketing: Selected topics in the context of digital marketing; including micro and macro environment, digital marketing strategies, the digital marketing mix, digital relationship marketing, communication strategies and channels for digital customers, and evaluation of approaches.</p>					
<p>Digital Innovation Marketing: Selected topics in the context of digital innovation marketing, including basic information about innovation, key innovation strategies; important theoretical concepts of innovation management; customer integration in the innovation process; and new innovation types, such as user innovation.</p>					
3	Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes				
<p>Nach der/den Veranstaltung/en sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Rolle der Digitalisierung und der sich daraus ergebenden zukünftigen Herausforderungen und innovativen Technologien für das Marketing zu erkennen, Potenziale abzuschätzen und angemessen zu berücksichtigen. • Ansätze aus dem Bereich des digitalen Marketings zu bewerten. • verschiedenen Phasen und Instrumente des digitalen Marketings zu erklären. • den Prozess und die organisationalen Gestaltungselemente eines ganzheitlichen und kundenorientierten Innovationsmanagements zu erläutern. • das Potenzial von Nutzerinnovationen und Kooperationswettbewerben zu erkennen. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • ethische Aspekte des Marketings kritisch zu reflektieren und mögliche Folgen zu evaluieren. • ein kritisches Verständnis auf Basis der behandelten Konzepte und Instrumente entwickeln und dieses auf praxisrelevante Fragestellungen anhand konkreter praktischer und theoretischer Beispiele anzuwenden. • die erlernten Inhalte durch Gastvorträge auf die Unternehmenspraxis zu übertragen. <p>After the course students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • recognize the role of digitization and the resulting future challenges and innovative technologies for marketing and to estimate an appropriately consider potentials. • evaluate approaches in the context of digital marketing. • explain different phases and tools for digital marketing. • explain the process and the organizational design elements of a holistic and customer-oriented innovation management. • recognize the potential of user innovations and co-opetition • critically reflect on ethical aspects of marketing and evaluate possible consequences. • develop a critical understanding on the basis of the concepts and instruments dealt with to practice-oriented questions using specific practical and theoretical examples. • transfer the learned contents to business practice through guest lectures.
4	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Marketing</p> <p>Ausreichende Englischkenntnisse, um der Vorlesung in englischer Sprache folgen und die englischsprachige Klausur verstehen und beantworten zu können.</p> <p>Sufficient English skills to follow the lecture in English and to understand and answer the English-language written exam.</p>
5	<p>Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) <p>Ergänzung zur Prüfungsform M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben. Schriftlich: Klausur (Dauer 60 – 90 min)</p>

	<p>Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 – 20 min)</p> <p>Supplement to Assessment Methods</p> <p>Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course</p> <p>Written: exam (duration 60 - 90 minutes)</p> <p>Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit</p> <p>Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the Examination</p>
7	<p>Benotung / Grading System</p> <p>Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme</p> <p>M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management</p>
9	<p>Literatur / Literature</p> <p>Digital Product and Service Marketing: Chaffey, D., amp; Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: strategy, implementation amp; practice. Pearson UK.. Chaffey, D., amp; Smith, P. R. (2017). Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing. Routledge.</p> <p>Digital Innovation Marketing: Stock-Homburg, R. M., Heald, S. L., Holthaus, C., Gillert, N. L., amp; von Hippel, E. (2021). Need-Solution Pair Recognition by Household Sector Individuals: Evidence, and a Cognitive Mechanism Explanation. Research Policy, 50(8), 104068. Source: Trott, P. (2012), Innovation Management and New Product Development. 5th edition, Harlow. Hauser, J., Tellis, G. J., Griffin, A. (2006), Research on Innovation: A Review and Agenda for Marketing Science, Marketing Science, 25(6), 687-717. von Hippel, E. (2005), Democratizing Innovation, Cambridge, Kapitel 9-11. Garcia, R., amp; Calantone, R. (2002). A Critical Look at Technological Innovation Typology and Innovativeness Terminology: A Literature Review. Journal of Product Innovation Management, 19(2), 110-132. Leifer et al. (2000), Radical Innovation: How Mature Companies can Outsmart Upstarts , Harvard Business School Press , Boston</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. / Further literature will be announced in the lecture.</p>
10	<p>Kommentar / Annotation</p> <p>Angebotsturnus: Sommersemester / Study Cycle: Summer Semester</p>

Modulname / Module Title

Economics of the Modern Firm

Modul Nr. / Code	Leistungspunkte / Credit Points	Arbeitsaufwand / Work Load	Selbststudium / Individual Study	Moduldauer / Duration	Angebotsturnus / Study Cycle
01-62-0M05/6	6 CP	180 h	120 h	1 Semester	Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person Prof. Dr. rer. pol. Volker Nitsch		
1	Kurse des Moduls / Courses				
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title	Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week	
01-62-0007-vu	Economics of Entrepreneurship	k.A.	Vorlesung und Übung	2	
01-65-0M01-vu	The Modern Firm: Management and Strategy	k.A.	Vorlesung und Übung	2	
2	Lerninhalt / Syllabus				
<p>Economics of Entrepreneurship: In dieser Veranstaltung werden weiterführende Kenntnisse über ökonomische Theorien, insbesondere aus dem Bereich der Mikroökonomie, und empirische Methoden vermittelt, die zur Analyse von Fragestellungen der Gründungstätigkeit und des Unternehmertums befähigen. Schwerpunkte liegen u.a. auf der Beschreibung von Gründern, ihrer Rolle in der Wirtschaft und der mikroökonomischen Entwicklung neu gegründeter Unternehmen. Auch werden wirtschaftspolitische Maßnahmen, sowie Fragen der Organisation, Finanzierung und Entwicklung von Neugründungen diskutiert.</p> <p>The Modern Firm: Management and Strategy: In diesem Kurs nutzen wir ökonomische Instrumente und Ansätze, um zu analysieren, wie moderne Unternehmen geführt und organisiert werden, sowohl konzeptionell als auch empirisch. Der Lehrplan ist in die ökonomische Analyse von unternehmensinternen und -übergreifenden Themen aufgeteilt. Im ersten Teil geht es um Managementpraktiken, Entscheidungsfindung und Hierarchien sowie um Personalökonomie und interne (Arbeits- und Kapital-)Märkte. Im zweiten Teil untersuchen wir die Beziehungen zwischen Unternehmen in Form von formalen und relationalen Verträgen, die vertikalen und horizontalen Grenzen von Unternehmen (z. B. Make-or-Buy-Entscheidungen) sowie Fusionen und Übernahmen. Diese Einführung in die wichtigsten Unternehmensfragen der Organisationsökonomie wird im Stil einer Business School gelehrt und vermittelt den Studierenden eine Reihe von konzeptionellen Ideen zur Analyse strategischer Aspekte der Unternehmensorganisation und des Unternehmensumfelds.</p> <p>Economics of Entrepreneurship: This course discusses applications of microeconomic theory, such as industrial organization and behavioral economics, and empirical approaches to analyze business start-ups and their development. The course focuses on the evaluation of the role of entrepreneurs in the macroeconomy and the microeconomic performance of young businesses. It also addresses the effects of government policies and economic fluctuations on entrepreneurs as well as the organization and financial structure, development, and allocational decisions of growing entrepreneurial ventures.</p> <p>The Modern Firm: Management and Strategy: In this course, we use economic tools and</p>					

	<p>approaches to analyse how modern companies are managed and organised both conceptually and empirically. The curriculum is split into the economic analysis of within-firm and between-firm topics of interest. In the first part, we cover management practices, decision-making and hierarchies, as well as personnel economics and internal (labour and capital) markets. In the second, we investigate relationships between companies in the form of formal and relational contracts, the vertical and horizontal boundary of the firm (e.g. make-or-buy decisions), and Mergers and Acquisitions. This introduction to key corporate issues in Organisational Economics is taught in business school style and endows students with a set of conceptual ideas to analyse strategic aspects of firm organisation and business environments.</p>
<p>3</p>	<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes Nach der/den Veranstaltung/en sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • einfache Instrumente und Techniken der ökonomischen Analyse selbständig anzuwenden • fortgeschrittene Methoden zur Analyse und Modellierung wirtschaftlichen Verhaltens zu verstehen • komplexe Entscheidungssituationen zu beurteilen und zu analysieren • die Gestaltungsmöglichkeiten von wirtschaftspolitischen Maßnahmen zu beurteilen • Forschungsfragen zu erkennen und zu bewerten • ihr Verständnis anwendungs- und forschungsorientiert in einem interdisziplinären Rahmen anzuwenden <p>After the courses the students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • apply tools and instruments of economic analysis • understand advanced methods of analyzing and modelling economic behavior • assess and analyze complex decision situations • assess the impact and design options of economic policies • identify and assess research questions • apply their understanding to solve theoretical and practical problems in interdisciplinary settings
<p>4</p>	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Vorraussetzungen: keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen / Previous Knowledge: see initial skills</p>
<p>5</p>	<p>Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) <p>Ergänzung zur Prüfungsform: M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben Schriftlich: Klausur (Dauer 60 - 90 min) Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 - 20 min) Supplement to Assessment Methods: Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course Written: exam (duration 60 - 90 minutes) Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)</p>
6	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the examination
7	Benotung / Grading System Modulabschlussprüfung: <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management
9	Literatur / Literature Gibbons, Robert S. and Roberts, John. The Handbook of Organizational Economics, Princeton: Princeton University Press, 2012. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. / Further literature will be provided in course.
10	Kommentar / Annotation Angebotsturnus: Sommersemester / Study Cycle: Summer Semester

Modulname / Module Title					
Entrepreneurial Strategy, Management Finance					
Modul Nr. / Code	Leistungspunkte / Credit Points	Arbeitsaufwand / Work Load	Selbststudium / Individual Study	Moduldauer / Duration	Angebotsturnus / Study Cycle
01-27-2M03/6	6 CP	180 h	120 h	1 Semester	Siehe Feld 10
Sprache / Language			Modulverantwortliche Person		
Englisch			Prof. Dr. rer. pol. Carolin Bock		
1	Kurse des Moduls / Courses				
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title		Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of	SWS / Contact Hours

				Teaching	per Week
	01-27-1M01-vu	Entrepreneurial Finance	k.A.	Vorlesung und Übung	2
	01-27-1M02-vu	Entrepreneurial Strategy Management	k.A.	Vorlesung und Übung	2
2	<p>Lerninhalt / Syllabus</p> <p>Entrepreneurial Strategy amp; Management: Die Vorlesung "Entrepreneurial Strategy amp; Management" behandelt wichtige Aspekte des unternehmerischen Prozesses und der Gründung eines Unternehmens. Besondere Schwerpunkte sind unter anderem die Kommerzialisierung von Opportunities, die Gestaltung und Umsetzung von Geschäftsmodellen sowie die Entwicklung von Innovationsstrategien. Die Studierenden erhalten einen Überblick über unternehmerische Methoden (Design Thinking, Scrum, Rapid Prototyping) und Strategiewerkzeuge (Strategieprozess, Unternehmensressourcen und -fähigkeiten, Wettbewerbsvorteile). Darüber hinaus sind die erfolgreiche Definition, Entwicklung von Visionen, Missionen und Wertesystemen für Unternehmen Kernthemen. Weitere Inhalte erstrecken sich auf Zusammenarbeiten in unternehmerischen Teams, die Generierung von Wettbewerbsvorteilen, nachhaltiges Wirtschaften sowie ethisch verantwortungsvolles wirtschaftliches Handeln und gesellschaftliche Verantwortung. Die Inhalte werden zum Teil anhand von Fallstudien in interdisziplinären Teams diskutiert und die Erkenntnisse aus der Praxis liefern wertvolle Diskussionsgrundlagen.</p> <p>Entrepreneurial Finance: Im Kurs "Entrepreneurial Fainance" wird besonderes Augenmerk auf die Finanzierungsquellen von Unternehmen gelegt, die in unterschiedlichen Entwicklungsstufen von Start-ups von Bedeutung sind. Hierzu zählen u.a. Förderprogramme, Business Angels, Crowdfunding etc. Die Studierenden erhalten einen Überblick über verschiedene Finanzierungsquellen für junge Unternehmen und lernen deren Vor- und Nachteile evaluieren. Es wird ein Überblick über die Venture Capital Industrie gegeben. Das Geschäftsmodell von Venture Capital Gesellschaften und die Beziehung zwischen Eigenkapitalgebern und jungen Unternehmen werden detailliert analysiert. Auf einem generellen Verständnis der Venture Capital Industrie aufbauend, wird der Refinanzierungs- und Investitionsprozess von Venture Capital Unternehmen diskutiert.</p> <p>Entrepreneurial Strategy amp; Management: In the course „Entrepreneurial Strategy amp; Management" important aspects of the entrepreneurial process and of establishing an entrepreneurial company are covered. Special focus, among others, is the commercialization of opportunities, the design and implementation of business models, and the development of innovation strategies. Students get an overview on entrepreneurial methods (design thinking, scrum, rapid prototyping) and strategy tools (strategy process, firm resources and capabilities, competitive advantage). Further, the successful definition and development of a vision, mission and corporate value systems of companies are core topics. Further content are entrepreneurial teams, the generation of a competitive advantage, sustainable management and ethical managerial behavior as well as societal responsibility. Content is in part discussed via case studies in interdisciplinary teams and insights from practitioners give valuable grounds for discussions.</p> <p>Entrepreneurial Finance: In the course "Entrepreneurial Finance", special attention is put on sources of financing which are relevant in different development stages of start-ups, e.g. subsidies, business angels, crowdfunding, etc. Students get an overview of different sources of funding available for young companies and their advantages and disadvantages. This part also provides a broad overview of the venture capital industry.</p>				

	<p>Further, the business model of venture capital firms and the relationship between an equity investor and an entrepreneurial firm are analyzed in more detail. Based on a general understanding of the venture capital industry, the refinancing and investment process of a venture capital firm will be discussed intensively.</p>
<p>3</p>	<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes</p> <p>Studienziele Kurs A: Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse über theoretische Konzepte und Methoden, die im Bereich der Unternehmensführung junger Unternehmen wichtig sind. Hauptziele des Kurses sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kernkonzepten der Unternehmensführung und dazugehörige Konzepte verstehen, in Teams diskutieren und auf beispielhafte Fälle anzuwenden. • Werkzeuge und Techniken zur Entwicklung erfolgreicher und innovativer Geschäftsmodelle verstehen und analysieren. • Bewertung strategischer und komplexer Entscheidungsprozesse für junge Unternehmen in Teams erarbeiten und auf Sachverhalte in Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung anwenden. • Ethische Folgen wirtschaftlichen Verhaltens kritisch zu reflektieren und sich deren gesellschaftlichen Verantwortung bewusst werden. <p>Studienziele Kurs B: Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse über theoretische Konzepte und Methoden, die für die Finanzierung junger Unternehmen wichtig sind. Im Rahmen des Kurses werden sowohl junge Unternehmen als auch etablierte Unternehmerfirmen berücksichtigt. Der Kurs verfolgt drei wesentliche Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Herausforderungen bei der Finanzierung von Unternehmerunternehmen zu verstehen. • die Eignung verschiedener Finanzierungsquellen für unternehmerische Unternehmen zu analysieren und deren Stärken und Schwächen zu kennen. • Analyse der Finanzierungsinstrumente und -techniken für Unternehmerunternehmen in frühen und späteren Entwicklungsstadien, wobei der Schwerpunkt auf privaten Kapitalmärkten mit Schwerpunkt auf Risikokapital liegt. • Lösungen für den komplexen Zusammenhang der Start-up-Finanzierung zu erarbeiten. <p>Study goals course A: Students gain in-depth knowledge on theoretical concepts and methods important in the field of managing young companies. Three main objectives of the course are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • describe and understand core concepts of managing an entrepreneurial company, discussing those aspects in teams and applying it to case studies.

	<ul style="list-style-type: none"> • understand and analyze tools and techniques for developing successful innovative business models. • evaluate strategic and complex decision-making processes for young companies in teams and applying it to science, economy, and administration. • critically reflect the ethical outcomes of economic behavior and the societal relevance and responsibility thereof. <p>Study goals course B: Students gain in-depth knowledge on theoretical concepts and methods important in the field of financing young companies. Within the course, both young ventures as well as established entrepreneurial firms are considered. Three main objectives of the course are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • to understand challenges of financing entrepreneurial firms, • to analyze the suitability of different sources of financing for entrepreneurial firms and to know their strengths and weaknesses, • to analyze tools and techniques of finance for entrepreneurial firms in early and later development stages, thereby focusing on private capital markets with an emphasis on venture capital. • to develop solutions for the complex issue of startup financing.
4	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Voraussetzung: keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen / Previous Knowledge: see initial skills</p>
5	<p>Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) <p>Ergänzung zur Prüfungsform: M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben Schriftlich: Klausur (Dauer 60 - 90 min) Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 - 20 min)</p> <p>Supplement to Assessment Methods: Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course Written: exam (duration 60 - 90 minutes) Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the examination</p>
7	<p>Benotung / Grading System</p>

	Modulabschlussprüfung: <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management
9	Literatur / Literature Entrepreneurial Strategy amp; Management: Grant, R. M. (2016): Contemporary Strategy Analysis. Entrepreneurial Finance: Timmons, J./ Spinelli, S. (2007): New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century, Boston. Amis, D. / Stevenson, H. (2001): Winning Angels, London Scherlis, D. R. / Sahlman, W. A. (1989): A Method for Valuing High-Risk, Long-Term Investments - The "Venture Capital Method", Harvard Business School, Boston. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben / Further literature will be announced in the lecture.
10	Kommentar / Annotation Angebotssemester: Sommersemester / Study Cycle: Summer Semester

Modulname / Module Title					
Future of Work and Leadership					
Modul Nr. / Code 01-17-6201/6	Leistungspunkte / Credit Points 6 CP	Arbeitsaufwand / Work Load 180 h	Selbststudium / Individual Study 120 h	Moduldauer / Duration 1 Semester	Angebotsturnus / Study Cycle Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person Prof. Dr. Dr. Ruth Stock-Homburg		
1 Kurse des Moduls / Courses					
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title		Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week
01-17-0004-vu	Leadership		k.A.	Vorlesung und Übung	2
01-17-0008-vu	Future of Work		k.A.	Vorlesung und Übung	2
2 Lerninhalt / Syllabus Leadership:					

- Zentrale Ansätze und Theorien der Mitarbeiter- und Teamführung
- Methoden der Leadership Forschung
- Erfolgsfaktoren der Mitarbeiterführung
- Mitarbeiterführung der Zukunft
- Spezielle Anwendungsbereiche der Mitarbeiterführung (z.B. regionale, verteilte oder virtuelle Führung)

Zukunft der Arbeitswelt:

- Einfluss von neuen Technologien und der Digitalisierung auf die Arbeitswelt
- Zukünftige Entwicklungs- und Gestaltungsansätze des Personalmanagements
- Ansätze zur Messung der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen und einzelnen Personen
- Spezielle Herausforderungen der Zukunft der Arbeit (z.B. Telework amp; Well-being, elektronische Erreichbarkeit, neue Technologien)

Leadership:

- Central approaches and theories of employee and team leadership
- Methods of leadership research
- Success factors of employee leadership
- Leadership of the future
- Special application areas of leadership (e.g. regional, distributed, or virtual leadership)

Future of Work:

- Influence of new technologies and digitization on the world of work
- Future development and design approaches in human resources management
- Approaches to measuring the sustainability of companies and individuals
- Special challenges of the future of work (e.g. telework/well-being, electronic accessibility, new technologies)

3 **Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes**

- Nach dem Kurs sind die Studierenden in der Lage, ...
- die zentralen theoretischen Konzepte der Mitarbeiter- und Teamführung zu erklären, zu vergleichen und gegeneinander abzuwägen.
- die verfügbaren Instrumente, Ressourcen und Werkzeuge zur Führung von Mitarbeitern und Teams anzuwenden.
- die Herausforderungen der Führung von Mitarbeitern und Teams in einem internationalen Umfeld einzuschätzen.
- gesellschaftliche und ethische Verantwortung der Mitarbeiter- und Teamführung einzuschätzen und mögliche Folgen kritisch zu reflektieren.
- wichtige Theorien, Techniken und Konzepte über die Zukunft der Arbeit zu erklären.
- zukünftige Probleme, innovative Technologien und wissenschaftliche Entwicklungen zu erkennen und angemessen zu berücksichtigen. wichtige Parameter für die Future Fitness von Mitarbeitern, Führungskräften und Unternehmen zu interpretieren und zu reflektieren.
- besser einzuschätzen, wo sie persönlich in Bezug auf ihre individuelle Future Fitness stehen, und der Zukunft der Arbeit mit Neugierde zu begegnen.
- die Herausforderungen der Zukunft der Arbeit zu reflektieren.
- die erlernten Konzepte und Instrumente in Fallstudien und Teamarbeit anzuwenden.
- ihr Wissen mit Business Cases in Präsentationen von erfahrenen Praktikern zu verknüpfen.

After the course students are able to...

- explain, compare and contrast the key theoretical concepts of employee and team leadership.
- apply the instruments, resources, and tools available for leading employees and teams.
- assess the challenges of leading employees and teams in an international environment.
- assess the social and ethical responsibility of employee and team leadership and to critically reflect on possible consequences.
- explain important theories, techniques, and concepts about the future of work.
- recognize future problems, innovative technologies and scientific developments and take them into account appropriately.

	<ul style="list-style-type: none"> • interpret and reflect on important parameters for the Future Fitness of employees, leaders, and companies. • better assess where they personally stand in terms of their individual Future Fitness and face the future of work with curiosity. • reflect on challenges in the future of work. • apply learned concepts and instruments in case studies and team work. • connect their knowledge to business cases in presentations of experienced practitioners.
4	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Ausreichende Englischkenntnisse, um der Vorlesung in englischer Sprache folgen und die englischsprachige Klausur verstehen und beantworten zu können. Sufficient English skills to follow the lecture in English and to understand and answer the English-language written exam.</p>
5	<p>Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) <p>Ergänzung zur Prüfungsform M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben. Schriftlich: Klausur (Dauer 60 – 90 min) Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 – 20 min)</p> <p>Supplement to Assessment Methods Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course Written: exam (duration 60 - 90 minutes) Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the Examination</p>
7	<p>Benotung / Grading System Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management</p>

9	<p>Literatur / Literature</p> <p>Stock-Homburg, R. amp; Groß, M. (2019), Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden, 4th Edition, Kap. IV. (translated from German)</p> <p>Stock, R. M., amp; Hoyer, W. D. (2002). Leadership style as driver of salespeoples' customer orientation. Journal of market-focused management, 5, 355-376.</p> <p>Stock, R., Zacharias, N. A., amp; Schnellbaecher, A. (2017). How do strategy and leadership styles jointly affect co-development and its innovation outcomes?. Journal of Product Innovation Management, 34(2), 201-222.</p> <p>Stock-Homburg, R. (2020a), Chapter 1: The Dodo Effect and Our Future Fitness, in: Stock-Homburg, R., Two Steps Ahead, TU Darmstadt. (working paper)</p> <p>Stock-Homburg, R. (2020b), Chapter 2: Future Orientation, in: Stock-Homburg, R., Two Steps Ahead, TU Darmstadt. (working paper)</p> <p>Stock-Homburg, R. amp; Lukoschek, C. (2019), Measuring and Designing Future Fitness with the Future Work Navigator (Zukunftsfähigkeit messen und gestalten mit dem Future Work Navigator), p. 191-207, in: Groß, M., Müller-Wiegand, M., amp; Pinnow, D. F. (Hrsg.), Zukunftsfähige Unternehmensführung: Ideen, Konzepte und Praxisbeispiele, Berlin: Springer Gabler. (translated from German)</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. Further literature will be announced in the lecture.</p>
10	<p>Kommentar / Annotation</p> <p>Angebotsturnus: Wintersemester / Study Cycle: Winter Semester</p>

Modulname / Module Title					
Internet-based business models					
Modul Nr. / Code	Leistungspunkte / Credit Points	Arbeitsaufwand / Work Load	Selbststudium / Individual Study	Moduldauer / Duration	Angebotsturnus / Study Cycle
01-18-1M01/6	6 CP	180 h	120 h	1 Semester	Siehe Feld 10
Sprache / Language			Modulverantwortliche Person		
Englisch			Prof. Dr. oec. publ. Alexander Benlian		
1 Kurse des Moduls / Courses					
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title		Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week
01-18-1M01-ue	Case study exercise Internet-based business models		k.A.	Übung	2
01-18-1M01-vl	Internet-based business models		k.A.	Vorlesung	2
2 Lerninhalt / Syllabus					
Der Kurs besteht aus zwei Teilen. Im ersten Teil werden Theorien, Konzepte und praktische Anwendungen zur Analyse und Entwicklung von Internet-basierten Geschäftsmodellen erlernt. In Vorlesungen lernen Studenten grundlegende Tools und Frameworks kennen, wie z. B. Business Model Canvas, Value Proposition Canvas,					

	<p>Customer Journey und Experimente, um die wesentlichen Elemente für die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle zu verstehen. Anhand von Fallstudienübungen werden ferner wichtige Lektionen von erfolgreichen und erfolglosen Start-ups reflektiert und aktiv diskutiert.</p> <p>Im zweiten Teil des Kurses arbeiten die Studierenden in Teams zusammen, um eigene Geschäftsideen zu generieren, um sie schließlich in komplette Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln. Im Laufe des Semesters werden diese Ideen in den Studententeams mehrfach überarbeitet und verfeinert. Am Ende des Semesters sollen schließlich ein Geschäftsplan sowie ein Prototyp (aka „Minimum Viable Product“) des Geschäftsmodells einer Jury präsentiert werden, ähnlich dem Format in Shows wie "Die Höhle der Löwen" oder "Shark Tank".</p> <p>The course comprises two parts. Firstly, students will delve into theories, concepts, and practical applications for analyzing and developing Internet-based business models. In lectures, they will acquire fundamental tools and frameworks, such as the Business Model Canvas, Value Proposition Canvas, Customer Journey, and Experimentation, enabling them to grasp the essential components required to create digital business models. Through case study exercises, students will reflect on and actively discuss pivotal lessons from both successful and unsuccessful start-ups.</p> <p>In the second part of the course, students will collaborate in teams to generate their own business ideas, which will subsequently serve as the foundation for their unique business models. Throughout the semester, these ideas will undergo multiple iterations of refinement and revision in teams, culminating in the presentation of a business plan and a prototype (also known as a minimum viable product) of the business model. This final presentation will be made to a jury of assessors, akin to the format seen in shows like "Die Höhle der Löwen" or "Shark Tank."</p>
3	<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes</p> <p>Nach der/den Veranstaltung/en sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • zu verstehen, wie sich Geschäftsmodelle untergliedern und systematisieren lassen. • zu verstehen, welche Rolle Informationstechnologien bei der Entwicklung und Umsetzung Internet-basierter Geschäftsmodelle spielen. • bestehende konkrete allgemeine und Internet-basierte Geschäftsmodelle zu analysieren und zu bewerten. • neue, insbesondere Internet-basierte Geschäftsmodelle zu entwickeln. <p>After the course students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand how business models can be subdivided and systemized. • understand the role of information technologies in the development and implementation of Internet-based business models. • analyze and evaluate existing specific general and Internet-based business models. • develop new, especially internet-based business models.

4	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Voraussetzungen: keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen / Previous Knowledge: see initial skills</p>
5	<p>Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) <p>Ergänzung zur Prüfungsform M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben. Schriftlich: Klausur (Dauer 60 – 90 min) Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 – 20 min)</p> <p>Supplement to Assessment Methods Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course Written: exam (duration 60 - 90 minutes) Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the Examination</p>
7	<p>Benotung / Grading System Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management</p>
9	<p>Literatur / Literature Kollmann, T. (2011): E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy, Gabler, Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag; im Englischen erschienen unter: Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, John Wiley amp; Sons, Al-Debei, M. M.; Avison, D. (2010): Developing a unified framework of the business model concept. European Journal of Information Systems, 19, 359-376, Clemons, E.K. (2009): Business Models for Monetizing Internet Applications and Web Sites: Experience, Theory, and Predictions. Journal of Management Information Systems, 26 (2), 15-41, Cusumano, M.A. (2008): The changing software business: Moving from products to services. Computer, 41(1), 20-27. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. / Further literature will be announced in the lecture.</p>
10	<p>Kommentar / Annotation Angebotsturnus: Wintersemester / Study Cycle: Winter Semester</p>

Modulname / Module Title					
Project Management					
Modul Nr. / Code 01-19-1350/6	Leistungspunkte / Credit Points 6 CP	Arbeitsaufwand / Work Load 180 h	Selbststudium / Individual Study 120 h	Moduldauer / Duration 1 Semester	Angebotsturnus / Study Cycle Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person Prof. Dr. rer. pol. Andreas Pfnür		
1	Kurse des Moduls / Courses				
	Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title	Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week
	01-19-0001-vu	Project Management I	k.A.	Vorlesung und Übung	2
	01-19-0003-vu	Project Management II	k.A.	Vorlesung und Übung	2
2	Lerninhalt / Syllabus				
	<p>Projektmanagement I: Grundlagen Konfigurationsmanagement, Abgrenzung Projekt, Programm und Portfolio, Kommunikation und Stakeholder Management, Qualitätsmanagement, Scope und Change Management, Personalmanagement</p> <p>Projektmanagement II: Strategische Ziele, Abgrenzung und Verknüpfung von Projekten, Projektportfolioplanung, Multiprojektmanagement, organisatorische Strukturen des Multiprojektmanagements, Tools zur Auswahl von Projektalternativen und zur Projektsteuerung, Projektmanagement als Dienstleistung</p> <p>Project management I: Basics of planning and decision making for projects, project goals, generation of project alternatives, separation basics in configuration management, project definition, program – portfolio, stake-holder management and communication, quality management, scope and change management, human re-sources management for projects / project managers</p> <p>Project management II: Strategic goals, separation and linking of projects; project portfolio planning; multi project management; organizational structures of multi project management; tools to select project alternatives; tools for project controlling; project management as professional service.</p>				
3	Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes				
	<p>Nach der/den Veranstaltung/en sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • strategische Ziele des Projektmanagements und Tools zur Auswahl von Projektalternativen und zur Projektsteuerung zu verstehen. • verschiedene Managementdisziplinen wie beispielsweise das Konfigurationsmanagement, Personalmanagement, Stakeholder Management 				

	<p>oder Risikomanagement im Kontext des Projektmanagements einzuordnen und zu verstehen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projekte in den Kontext von Programm und Portfolio zum besseren Verständnis der Projektorganisation einzuordnen sowie das Multiprojektmanagement zu verstehen. • Ihr breites, detailliertes und kritisches Verständnis des Projektmanagements auf dem neuesten Wissensstand anwendungs- und forschungsorientiert anzuwenden und in interdisziplinären Kontexten insbesondere mit Ingenieuren, Architekten, Soziologen und Juristen zu bearbeiten. • diese Kompetenzen auch in neuen und unvertrauten Situationen bei unvollständiger Information umzusetzen und dabei in Systemzusammenhängen zu denken. • komplexe Projekte effizient zu organisieren und durchzuführen sowie Teams zielgerichtet zu bilden und zu leiten. <p>After the course students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand the strategic goals of project management, the methods of choosing realization alternatives and the methods of project controlling • understand the various subsystems of project management (e.g. Configuration Management, Human Resource Management, Stakeholder Management, Risk Management) • understand the principles, methods and organization of multi project management • Apply their broad, detailed and critical understanding of real estate project development, financing and investment to the latest state of knowledge in an application and research-oriented manner and to work in interdisciplinary contexts, particularly with engineers, architects, sociologists and lawyers • to apply these skills in new and unfamiliar situations with incomplete information and to think in systemic contexts. • organize and carry out complex projects efficiently and form and lead teams in a targeted manner.
4	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Voraussetzungen: keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen / Previous Knowledge: see initial skills</p>
5	<p>Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard)

	<p>Ergänzung zur Prüfungsform M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben. Schriftlich: Klausur (Dauer 60 – 90 min) Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 – 20 min)</p> <p>Supplement to Assessment Methods Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course Written: exam (duration 60 - 90 minutes) Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the Examination</p>
7	<p>Benotung / Grading System Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management</p>
9	<p>Literatur / Literature Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. / literature will be announced in the lecture.</p>
10	<p>Kommentar / Annotation Angebotsturnus: Wintersemester / Study Cycle: Winter Semester</p>

Modulname / Module Title					
Technology and Innovation Management					
Modul Nr. / Code 01-22-OM05/6	Leistungspunkte / Credit Points 6 CP	Arbeitsaufwand / Work Load 180 h	Selbststudium / Individual Study 120 h	Moduldauer / Duration 1 Semester	Angebotsturnus / Study Cycle Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person Prof. Dr. Alexander Kock		
1	Kurse des Moduls / Courses				
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title	Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week	

	01-10-1M01-vu	Technology and Innovation Management	k.A.	Vorlesung und Übung	4
2	<p>Lerninhalt / Syllabus</p> <p>In der Vorlesung Technology and Innovation Management lernen die Studierenden die besonderen Herausforderungen des Managements von Innovationen kennen. Organisationaler Wandel und Innovation sind Grundvoraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit und den Erfolg von Unternehmen in den meisten Branchen. Allerdings sind Innovationen oft mit großen organisatorischen Herausforderungen und Barrieren behaftet. Studierende erlernen in dieser Veranstaltung die fundamentalen Konzepte und Gestaltungsfaktoren des Innovationsmanagements und des Innovationsprozesses (von der Initiative bis zur Umsetzung), sowie das Zusammenspiel seiner zentralen Akteure kennen. Zudem liefert diese Veranstaltung Einblicke in die vertiefenden Veranstaltungen Innovation Behaviour und Strategic Technology and Innovation Management.</p> <p>The lecture Technology and Innovation Management is designed for the students to learn about the challenges of managing innovation. Organizational change and innovation are the basic requirements for competitiveness and success of businesses. However, in most industries innovation is often paired with organizational challenges and barriers. In this lecture, students get to know the fundamental concepts and design of Innovation Management and the innovation process (from initiative to implementation), as well as the interaction of central actors. Furthermore, this lecture provides insights into the specialisations Innovation Behaviour and Strategic Technology and Innovation Management.</p>				
3	<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes</p> <p>Nach der/den Veranstaltung/en sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Probleme, die sich im Management von Innovationen ergeben, zu identifizieren und zu bewerten. • grundlegende Gestaltungsfaktoren betrieblicher Innovationsysteme zu beurteilen. • Maßnahmen zur Verbesserung von Innovationsprozessen in Unternehmen abzuleiten. • Instrumente des Technologie- und Innovationsmanagements anzuwenden. • die behandelten Konzepte auf praxisrelevante Fragestellungen anzuwenden. • aktuelles Wissen aus dem Bereich des Innovationsmanagements kritisch anzuwenden und interdisziplinär zu übertragen. <p>After the course students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • identify and evaluate problems emerging from managing innovation. • Evaluate fundamental design factors of corporate innovation systems. • derive improvement procedures for innovation processes in firms. • apply tools of technology and innovation management. 				

	<ul style="list-style-type: none"> • make relevant recommendations for corporate practice. • critically and interdisciplinarily apply and transfer current knowledge of the Innovation Management field.
4	Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Voraussetzungen: keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen / Previous Knowledge: see initial skills
5	Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung: <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) Ergänzung zur Prüfungsform M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben. Schriftlich: Klausur (Dauer 60 – 90 min) Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 – 20 min) Supplement to Assessment Methods Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course Written: exam (duration 60 - 90 minutes) Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)
6	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the Examination
7	Benotung / Grading System Modulabschlussprüfung: <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management
9	Literatur / Literature Hauschildt, J., Salomo, S., Schultz. C., Kock, A. (2016): Innovationsmanagement, 6. Aufl. Vahlen Verlag, Tidd/Bessant (2013): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. / Further literature will be announced in the lecture.
10	Kommentar / Annotation Angebotsturnus: Wintersemester / Study Cycle: Winter Semester

Modulname / Module Title					
Venture Valuation					
Modul Nr. / Code 01-27-2M01/6	Leistungspunkte / Credit Points 6 CP	Arbeitsaufwand / Work Load 180 h	Selbststudium / Individual Study 120 h	Moduldauer / Duration 1 Semester	Angebotsturnus / Study Cycle Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person Prof. Dr. rer. pol. Carolin Bock		
1	Kurse des Moduls / Courses				
	Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title	Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week
	01-27-2M01-vu	Venture Valuation	k.A.	Vorlesung und Übung	4
2	Lerninhalt / Syllabus <p>Im Rahmen der Vorlesung werden Bewertungsmethoden zur Ableitung von Unternehmenswerten für Start-ups vorgestellt und auf die Besonderheiten dieser Unternehmen im Hinblick auf die Bewertung eingegangen. Die Vorlesung geht dabei auf gängige Verfahren der Unternehmensbewertung für junge und nachhaltige Start-ups ein, stellt jedoch auch fallspezifische Methoden vor. Im Rahmen dessen werden die gängigen Bewertungsverfahren hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit im Start-up-Kontext erörtert. Zu den gängigen Bewertungsmethoden gehören u.a. der Discounted-Cash-Flow Ansatz sowie die Bewertung mit sog. Multiples. Zudem haben Studierende die Möglichkeit, im Rahmen der Übung die erlernten Bewertungsmethoden anhand von Fallstudien und Übungen in interdisziplinären Teams anzuwenden. Darüber hinaus wird die Thematik des „richtigen“ Unternehmenswertes anhand von praktischen Fallstudien intensiv erörtert.</p> <p>In the course, special attention is put on valuation techniques for start-up companies (ventures) while also considering the special environment these firms operate in. Students will receive an overview of different valuation techniques applicable for the valuation of entrepreneurial and sustainable ventures. The course will elaborate on generic and commonly used practices but also introduce students into case-specific valuation methods. Further, standard valuation methods will be analyzed as to their applicability in different contexts. Valuation methods include the discounted cash flow and multiple approach. In addition, context-specific approaches to new venture valuation are considered. Furthermore, students are offered the opportunity to collect hands-on experience while applying the methods taught in exercises and case studies in interdisciplinary teams. Further, the topic of deriving the "right" valuation will be intensively discussed using case studies from practice.</p>				
3	Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes <p>Ziele: Studierende erlangen im Rahmen dieses Moduls ein Grundverständnis über die theoretischen Konzepte und Methoden im Bereich der Bewertung von Start-ups. Studierende sind nach dem Besuch des Kurses in der Lage:</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Bewertungsmethoden für junge Unternehmen zu verstehen und anhand von Beispielen aus der Praxis anzuwenden. • Aufgaben und Probleme mit hohem Abstraktionsvermögen und Blick für komplexe Zusammenhänge zu lösen • die Vor- und Nachteile verschiedener Bewertungsmethoden für junge Unternehmen zu diskutieren und diese zu evaluieren. • die komplexe Thematik der Herausforderungen hinsichtlich der Ableitung „des richtigen Unternehmenswertes“ für junge Unternehmen zu verstehen. <p>After the course students are able to,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objectives: Students gain in-depth knowledge on theoretical concepts and methods in the field of valuing young companies. After the course, students are able: • to understand different valuation methods for young companies and to apply them according to practical examples. • to solve exercises and problems with abstract approaches and techniques for complex contexts. • to discuss the advantages and disadvantages of valuation techniques for young companies and evaluate these techniques. • to understand the complex challenges of determining "the right value" for young companies.
4	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation Voraussetzungen: Keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen / Previous Knowledge: see initial skills</p>
5	<p>Prüfungsform / Assessment Methods Modulabschlussprüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Standard) <p>Ergänzung zur Prüfungsform M/S: Art und Dauer der Prüfung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben. Schriftlich: Klausur (Dauer 60 – 90 min) Mündlich: Gruppen- oder Einzelprüfung (Dauer pro Teilnehmer 15 – 20 min)</p> <p>Supplement to Assessment Methods Oral/written: Type and duration of exam are announced by the beginning of the course Written: exam (duration 60 - 90 minutes) Oral: team or individual exam (duration 15 - 20 minutes per participant)</p>

6	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the Examination
7	Benotung / Grading System Modulabschlussprüfung: <ul style="list-style-type: none"> • Modulprüfung (Fachprüfung, mündliche / schriftliche Prüfung, Gewichtung: 100%, Standard)
8	Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management, M.Sc. Logistics and Supply Chain Management
9	Literatur / Literature Achleitner, A-K. / Nathusius, E. (2004): Venture Valuation – Bewertung von Wachstumsunternehmen, Freiburg Smith, J. Kiholm / Smith, R. L. / Bliss, Richard T. (2011): Entrepreneurial Finance: strategy, valuation and deal structure, Stanford California. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. / Further literature will be announced in the lecture.
10	Kommentar / Annotation Angebotsturnus: Wintersemester / Study Cycle: Winter Semester

Modulname / Module Title					
Project in Entrepreneurship / Innovation Management					
Modul Nr. / Code 01-01-0M06	Leistungspunkte / Credit Points 6 CP	Arbeitsaufwand / Work Load 180 h	Selbststudium / Individual Study 120 h	Moduldauer / Duration 1 Semester	Angebotsturnus / Study Cycle Siehe Feld 10
Sprache / Language Englisch			Modulverantwortliche Person		
1 Kurse des Moduls / Courses					
Kurs Nr. / Code	Kursname / Course Title	Arbeitsaufwand / Work Load (CP)	Lehrform / Form of Teaching	SWS / Contact Hours per Week	
<i>Wähle 1 aus 4 Kursen</i>					
01-01-0M06-pj	Project in EIM	k.A.	Projekt	4	
01-17-0M06-pj	Project in EIM Prof. Stock-Homburg	k.A.	Projekt	4	

	01-22-OM06-pj	Project in EIM Prof. Kock	k.A.	Projekt	4
	01-27-OM06-pj	Project in EIM Prof. Bock	k.A.	Projekt	4
2	<p>Lerninhalt / Syllabus</p> <p>Im Kurs „Projekt in Entrepreneurship / Innovation Management“ werden Studierende mit theoretischen und praktischen Herausforderungen innerhalb eines Entrepreneurship- und Innovationskontexts konfrontiert. Methoden wie z.B. die Analyse bestimmter Branchen mittels unternehmerischer Konzepte oder die Erkennung von unternehmerischen Chancen werden thematisiert. Zusätzlich sollen für die Bereiche des Technologie- und Innovationsmanagements Implikationen für aktuelle Herausforderungen behandelt werden, die durch die Digitalisierung und „Corporate Foresight“ entstehen. Zur Bewältigung der solchen Projekten inhärenten Herausforderungen werden Studierenden etablierte Methoden wie Design Thinking, Sensitivitätsanalysen oder Szenarioanalysen gelehrt. Die im Rahmen des Projektes zu behandelnden Aufgabenstellungen basieren entweder auf ausgewählten Technologien oder den Herausforderungen existierender Unternehmen und werden von diesen bereitgestellt.</p> <p>In the course "Project in Entrepreneurship / Innovation Management", students will face theory-based and practical challenges within an explicit entrepreneurship and innovation context. Exemplary applications in the area of entrepreneurship can be specific topics, such as analyzing entrepreneurial concepts within specific industry settings or opportunity recognition. Applications in the area of technology and innovation management comprise the derivation of management implications for current challenges such as digitalization and corporate foresight. In order to overcome the projects' challenges, the students should resort to established methods such as design thinking, sensitivity analyses, or scenario analyses. The tasks within the framework of the project are set either by the provision of dedicated technologies, or by challenges from explicit companies.</p>				
3	<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Learning Outcomes</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • das im Masterstudium erworbene Wissen auf explizite Bereiche des täglichen Unternehmenskontextes anzuwenden. • etablierte Methoden wie Design Thinking, Sensitivitätsanalyse, Szenarioanalyse und Bauen-Messen-Lernen-Schleife anzuwenden. • Anwendungsfälle für innovative Technologien für tägliche Herausforderung in einem unternehmerischen Kontext entwickeln können. • Erfahrung über die Herausforderungen der Team-Arbeit in einem Innovativen Kontext in zukünftige Projekte einbringen können. <p>After having completed the module students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • applying the acquired knowledge in "entrepreneurship / innovation management" courses to explicit fields of daily corporate context. 				

	<ul style="list-style-type: none"> • use evaluated methods such as design thinking, sensitivity analysis, scenario analysis, and build-measure-learn-loop. • generating use cases of innovative technologies for the daily challenge in the corporate world and entrepreneurial contexts. • generate experience in working on a specific task as a team.
4	<p>Voraussetzung für die Teilnahme / Prerequisites for Participation</p> <p>Voraussetzung: keine / Prerequisites: none Vorkenntnisse: siehe Eingangskompetenzen und Module des Kernbereichs, ggf. weitere Vorkenntnisse von jeweiligen Fachprüfer_in definiert und vorher angekündigt / Previous Knowledge: see initial skills and core courses, defined by individual examiner and announced in advance.</p>
5	<p>Prüfungsform / Assessment Methods</p> <p>Bausteinbegleitende Prüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • [01-27-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Standard) • [01-01-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Standard) • [01-17-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Standard) • [01-22-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Standard) <p>Ergänzung zur Prüfungsform: Bericht und Präsentation der Ergebnisse (inkl. Diskussion)</p> <p>Supplement to Assessment Methods: Written paper and presentation (participation in discussion)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Requirement for receiving Credit</p> <p>Bestehen der Prüfungsleistung / Passing the examination</p>
7	<p>Benotung / Grading System</p> <p>Bausteinbegleitende Prüfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • [01-27-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Gewichtung: 100%, Standard) • [01-01-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Gewichtung: 100%, Standard) • [01-17-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Gewichtung: 100%, Standard) • [01-22-0M06-pj] (Fachprüfung, Präsentation, Gewichtung: 100%, Standard)
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls / Associated Study Programme</p> <p>M.Sc. Entrepreneurship and Innovation Management; M.Sc. Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen</p>

9	Literatur / Literature Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben / Literature will be announced in the lecture.
10	Kommentar / Annotation Die Prüfungsleistung kann in Abhängigkeit von der Themenstellung als Gruppenarbeit ausgegeben werden und bewertet werden. Themenvergabe in der Kick-off-Veranstaltung; in begründeten Fällen in AbSprache / Language mit dem Fachgebiet. Durchführung als wöchentliche Veranstaltung oder als Blockveranstaltung ggf. mit Exkursion. The examination is conducted and evaluated as a team or individual achievement depending on the subject. Allocation of project in kick-off or allocation of subject. Held on a weekly basis or as a block course, maybe with excursion. Angebotsturnus: Wintersemester und Sommersemester / Study Cycle: Winter Semester and Sommer Semester