

C - Integrationsmodul - Capstone

C - Capstone

Allgemeine Informationen	
Modulkürzel oder Nummer	C
Eindeutige Bezeichnung	IntegrModCap-01-BA-M
Modulverantwortlich(e)	Prof.Dr. Langholz, Jens (jens.langholz@haw-kiel.de) Laatsch, Maria (maria.laatsch@haw-kiel.de) Prof. Dr. Stehmann, Julia (julia.stehmann@haw-kiel.de) Prof. Dr. Weßels, Doris (doris.wessels@haw-kiel.de) Prof.Dr. Wiebusch, Anja (anja.wiebusch@haw-kiel.de)
Lehrperson(en)	Laatsch, Maria (maria.laatsch@haw-kiel.de) Prof.Dr. Langholz, Jens (jens.langholz@haw-kiel.de) Prof. Dr. Stehmann, Julia (julia.stehmann@haw-kiel.de) Prof. Dr. Weßels, Doris (doris.wessels@haw-kiel.de) Prof.Dr. Wiebusch, Anja (anja.wiebusch@haw-kiel.de)
Wird angeboten zum	Sommersemester 2024
Moduldauer	1 Fachsemester
Angebotsfrequenz	Unregelmäßig
Lehrsprache	Deutsch
Empfohlen für internationale Studierende	Nein
Ist als Wahlmodul auch für andere Studiengänge freigegeben (ggf. Interdisziplinäres Modulangebot - IDL)	Nein

Studiengänge und Art des Moduls (gemäß Prüfungsordnung)
Studiengang: B.Sc. - WINF - Wirtschaftsinformatik (6 Sem.) Modulart: Pflichtmodul Fachsemester: 2
Studiengang: B.Sc. - WINF 7 Sem. - Wirtschaftsinformatik (7 Sem.) Modulart: Pflichtmodul Fachsemester: 2

Kompetenzen / Lernergebnisse
<i>Kompetenzbereiche: Wissen und Verstehen; Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen; Kommunikation und Kooperation; Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität.</i>
Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die Grundlagen einer Existenzgründung in Verbindung mit einer selbst gewählten Geschäftsidee. Sie entwickeln ein Konzept, das die qualitativen Aspekte eines klassischen Businessplans umfasst. Hierzu zählen u.a. die Identifikation relevanter Zielgruppen, die Beschreibung der Produkt- oder Dienstleistungsidee, die Wahl der Vertriebskanäle, die Festlegung des Marketing-Mixes, die Erläuterung der auszuführenden Aktivitäten, der benötigten Ressourcen und Partner für eine erfolgreiche Umsetzung, eine grobe Abschätzung der Ertragskraft der gewählten Idee und die rechtlichen und steuerlichen Grundlagen einer Gründung.

Die Auseinandersetzung mit einer konkreten Geschäftsidee fördert das unternehmerische Denken der Studierenden. Dabei setzen sie sich mit den spezifischen Aspekten auseinander, die für ihre spätere berufliche Tätigkeit als Angestellte(r) oder Unternehmer_in von besonderer Relevanz sind.

Die Studierenden wenden im Team das erworbene (methodische) Wissen auf ihre konkrete Geschäftsidee an und entwickeln auf dieser Basis ein Konzept, das sie präsentieren und im Dialog mit Dozenten, Coaches und Vertreter_innen der Gründerszene kompetent erläutern müssen.

Förderung der gestalterischen und konzeptionellen Fähigkeiten sowie Verbesserung der Präsentations- und Teamfähigkeit,
Förderung der Teamfähigkeit und Befähigung zur eigenverantwortlichen Steuerung der Arbeitsprozesse im Team, orientiert an den vorgegebenen Meilensteinen und unterstützt durch die Coaching-Prozesse,

Erweiterung des Wissens sowie Förderung ganzheitlichen unternehmerischen Denkens,
Beitrag zur Persönlichkeitsentwicklung durch den interdisziplinären und integrativen Charakter der Veranstaltung,
Förderung der Entscheidungskompetenz.

Angaben zum Inhalt

Lehrinhalte	<p>Methodengestützte und userzentrierte Geschäftsmodellentwicklung in Verbindung mit aktuellen Techniken und Tools der Entrepreneurship-Forschung</p> <p>#geschäftsidee #businessmodelcanvas #ideenbewertung #nabcmethode #valueproposition #produktsteckbrief #unternehmensportrait #preiskalkulation #absatzprognose #umsatzplanung #aufwandstruktur #gewinnschwelle #kundensegmente #empathymap</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Blank/Dorf (2014): The Startup Owner's Manual • Faltin (2008): Kopf schlägt Kapital • Habermann, Frank: Project Canvas, siehe diverse Materialien unter http://overthefence.com.de/project-canvas/ • Kim/Mauborgne (2005): Der blaue Ozean als Strategie. • Langholz (2011): Existenzgründung im Kulturbetrieb • Nagl (2014): Der Businessplan – Geschäftspläne professionell erstellen • Osterwalder/Pigneur (2011): Business Model Generation, siehe auch: http://www.businessmodelalchemist.com/ • Ries (2014): The Lean Startup • Theisen (2013): Wissenschaftliches Arbeiten • Thommen/Achleitner (2016): Allgemeine BWL, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht <p>Sonstiges Lernmaterial: Informationen, Checklisten und Übersichten, Publikationen und Mediathek des Existenzgründungsportals des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (www.existenzgruender.de)</p>

Lehrformen der Lehrveranstaltungen

Lehrform	SWS
Seminar	2

Arbeitsaufwand

Anzahl der SWS	2 SWS
Leistungspunkte	5,00 Leistungspunkte
Präsenzzeit	24 Stunden
Selbststudium	126 Stunden

Modulprüfungsleistung	
Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung gemäß PO	Keine
C - Projektbezogene Arbeiten	<p>Prüfungsform: Projektbezogene Arbeiten Gewichtung: 0% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein Benotet: Nein Anmerkung: Für den Modulerfolg sind eine kontinuierliche Mitarbeit und das Präsentieren von Zwischenergebnissen auf dem Weg zur Erstellung der „projektbezogenen Arbeit“ zwingend notwendig.</p>
C - Präsentation	<p>Prüfungsform: Präsentation Dauer: 20 Minuten Gewichtung: 0% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein Benotet: Nein Anmerkung: Für den Modulerfolg sind eine kontinuierliche Mitarbeit und das Präsentieren von Zwischenergebnissen auf dem Weg bis zur Abschlusspräsentation zwingend notwendig.</p>

Sonstiges	
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Besuch der Module des ersten Semesters
Sonstiges	<p>Zusätzlich zu den Teamerfahrungen haben die Studierenden die Möglichkeit, ihr „neues“ Fachwissen bereits in der Startphase des Studiums im Dialog mit Business-Experten/-Expertinnen kritisch zu reflektieren und ihre eigene Position zu „verteidigen“. Sie können hierüber wertvolle externe Kontakte für den weiteren Studiumsverlauf und den Berufseinstieg aufbauen und die Vorteile bzw. den Nutzen von Netzwerken persönlich erfahren.</p>