

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Unternehmensführung und Innovationsmanagement
Code der Lehrveranstaltung	27339
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung	SECS-P/08
Studiengang	L-18 Bz
Semester und akademisches Jahr	Akademisches Jahr 2022/2023 – 1. Semester
Studienjahr	
Kreditpunkte	6 CP
Modular	Nein

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	36
Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden	9
Gesamtzahl der Übungsstunden	
Anwesenheit	empfohlen aber nicht Pflicht
Voraussetzungen	nicht vorgesehen
Link zur Lehrveranstaltung	https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/bachelor-economics-management/course-offering/?academicYear=2022

Spezifische Bildungsziele	<p>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 Entrepreneurship 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.</p>
----------------------------------	---

Dozent	Prof. Dr. Christoph Stöckmann https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/47446-christoph-stoeckmann
Wissenschaftlich-	Entrepreneurship, Innovation, organisationales Verhalten

disziplinärer Bereich des Dozenten	
Unterrichtssprache	deutsch
Sprechzeiten	Nach Vereinbarung
Beauftragter für Übungsstunden	
Didaktischer Mitarbeiter	
Sprechzeiten	
Auflistung der behandelten Themen	<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmerisches Denken und Handeln - Entwicklung und Evaluierung von Geschäftsideen und Geschäftsmodellen - Design Thinking in Innovationsprozessen - Kundennutzen und Alleinstellungsmerkmale - Ressourcenakquisition und Finanzströme in Start-ups und wachsenden Unternehmen - Führung und Management in Innovations- und Gründungsprozessen - Wachstumsprozesse
Unterrichtsform	Vorlesungen, Übungen, Laboratorien, Projekte etc.

Erwartete Lernergebnisse	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden werden wissen und verstehen was Geschäftsideen und Geschäftsmodelle sind und warum diese von Bedeutung sind. Zudem werden sie die Spezifika von Führung und Management in unternehmerischen, innovativen und kreativen Projekten kennen. Sie entwickeln Innovationsfähigkeit und ein Verständnis für die Kundenperspektive.</p> <p>Anwenden und Verstehen</p> <p>Die Studierenden werden in der Lage sein, eine Geschäftsidee und ein Geschäftsmodell zu entwickeln und zu evaluieren. Sie werden den Kundennutzen und Alleinstellungsmerkmale identifizieren können, und die Durchführbarkeit und finanzielle Faktoren prüfen können.</p> <p>Urteilen</p> <p>Die Studierenden werden Methoden für die Analyse von Geschäftsideen und -modellen kennen und anwenden können. Sie werden durch eigene Analysen urteilen können, ob es sich um ein vielversprechendes unternehmerisches Projekt handelt.</p> <p>Kommunikationsfähigkeit</p> <p>Die Studierenden werden ein eigenes Geschäftsmodell präsentieren können und imstande sein ihre Geschäftsentscheidungen zu kommunizieren und kritisch zu diskutieren.</p> <p>Lernfähigkeit</p> <p>Die Studierenden werden betriebswirtschaftliche</p>
---------------------------------	---

	<p>Kenntnisse erlangt haben, die sie in unternehmerischen Lernprozessen im Rahmen von Gründungsvorhaben und in Innovationsprojekten einsetzen können.</p>
Art der Prüfung	<p>Teilnehmende Studierende: Schriftliche Prüfung und mündliche Präsentation.</p> <p>Nicht-teilnehmende Studierende: Schriftliche Prüfung.</p>
Prüfungssprache	<p>deutsch</p>
Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung	<p>Teilnehmende Studierende: Die schriftliche Prüfung (50%) prüft Wissen und Verständnis, die Anwendung des erworbenen Wissens, das Urteilsvermögen auf Grundlage des erworbenen Wissens sowie die Fähigkeit zu bewerten und zu synthetisieren. Die mündliche Präsentation (50%) prüft die Anwendung und Kommunikation des Wissens, die Klarheit der Antworten, und die Fähigkeit zusammenzufassen und Bezüge zwischen den Themen herzustellen.</p> <p>Nicht-teilnehmende Studierende: Die schriftliche Prüfung (100%) prüft Wissen und Verständnis, die Anwendung des erworbenen Wissens, das Urteilsvermögen auf Grundlage des erworbenen Wissens, die Fähigkeit zu bewerten und zu synthetisieren, die Kommunikation des Wissens, die Klarheit der Antworten, und die Fähigkeit zusammenzufassen und Bezüge zwischen den Themen herzustellen.</p>
Pflichtliteratur	<p>Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., & Zellweger, T. (2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, 5. Auflage, Springer.</p> <p>Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, C., & Mauer, R. (2017): Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Vahs, D. & Brem, A. (2015): Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5. Auflage, Schäffer-Poeschl.</p>
Weiterführende Literatur	<p>Weitere Artikel werden während der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>

Syllabus

Course description

Course title	Entrepreneurship and Innovation Management
Course code	27339
Scientific sector	SECS-P/08
Degree	L-18 Bz
Semester and academic year	Academic year 2022-23 – 1st semester
Year	
Credits	6 CP
Modular	No

Total lecturing hours	36
Total lab hours	9
Total exercise hours	
Attendance	suggested, but not required
Prerequisites	not foreseen
Course page	https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/bachelor-economics-management/course-offering/?academicYear=2022

Specific educational objectives	<p>Students learn to think and act entrepreneurially. They learn how business ideas and business models can emerge from product ideas and how these are iteratively developed. In particular, they learn to recognize the central role of the customer perspective. Moreover, they will discuss scientific entrepreneurship and innovation literature. As part of the course, they will develop and evaluate business ideas and models themselves. In doing so, they will learn how to analyze customer benefits and feasibility, and how to identify which financial factors are of particular importance. In addition, they will gain knowledge about leadership and management, especially in entrepreneurial, innovative and creative projects.</p>
--	---

Lecturer	<p>Prof. Dr. Christoph Stöckmann https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/47446-christoph-stoeckmann</p>
Scientific sector of the lecturer	Entrepreneurship, Innovation, Organizational Behavior
Teaching language	German
Office hours	See timetable
Lecturing assistant	
Teaching assistant	
Office hours	
List of topics covered	<ul style="list-style-type: none"> - Entrepreneurial thinking and entrepreneurial behavior - Development and evaluation of business ideas and business models

	<ul style="list-style-type: none"> - Design thinking in entrepreneurship and innovation processes - Customer value and unique selling propositions - Resource acquisition and financial flows in start-ups and growing companies - Leadership and management in innovation processes and in start-ups - Growth processes
Teaching format	Frontal lectures, exercises, labs, projects etc.
Learning outcomes	<p>Knowledge and understanding</p> <p>Students will know and understand what business ideas and business models are and why they matter. They will also know the specifics of leadership and management in entrepreneurial, innovative and creative projects. They will develop innovation skills and an understanding of the customer perspective.</p> <p>Applying knowledge and understanding</p> <p>Students will be able to develop and evaluate a business idea and business model. They will be able to identify customer benefits and unique selling propositions, and examine feasibility and financial factors.</p> <p>Making judgments</p> <p>Students will know and be able to apply methods for analyzing business ideas and models. They will be able to judge, based on an analysis, whether an entrepreneurial project is promising.</p> <p>Communication skills</p> <p>Students will be able to present their own business model and be able to communicate and critically discuss their business decisions.</p> <p>Learning skills</p> <p>Students will acquire knowledge and tools that they can use in entrepreneurial learning processes in the context of start-up projects and in innovation projects.</p>
Assessment	<p>Attending students: Written exam and oral presentation.</p> <p>Non-attending students: Written exam.</p>
Assessment language	German
Evaluation criteria and	Attending students: The written exam (50%) tests

<p>criteria for awarding marks</p>	<p>knowledge and understanding, application of the acquired knowledge, judgements based on the acquired knowledge, and the ability to evaluate and synthesize. The oral presentation (50%) tests knowledge application and communication, clarity of answers, ability to summarize, and establish relationships between topics.</p> <p>Non-attending students: The written exam (100%) tests knowledge and understanding, application of the acquired knowledge, judgements based on the acquired knowledge, the ability to evaluate and synthesize, knowledge communication, clarity of answers, ability to summarize, and establish relationships between topics.</p>
<p>Required readings</p>	<p>Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., & Zellweger, T. (2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, 5. edition, Springer.</p> <p>Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, C., & Mauer, R. (2017): Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen, 2. edition, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Vahs, D. & Brem, A. (2015): Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5. edition, Schäffer-Poeschl.</p>
<p>Supplementary readings</p>	<p>Additional articles will be announced during the course.</p>