

# **Studienplan und Modulhandbuch**

## **Master-Studiengang Entrepreneurship – 2015**

**(Master of Science in Entrepreneurship)**

Der Studienplan und das Modulhandbuch wurden erarbeitet von

Dr. Matthias Filser, Studiengangsmanagement Master-Studiengang Entrepreneurship  
Lehrstuhl für Technologie und Entrepreneurship  
Institut für Entrepreneurship

Prof. Dr. Stefan Güldenbergl,  
Lehrstuhl für International Management  
Institut für Entrepreneurship

Prof. Dr. Dr. Sascha Kraus, stv. Studienleitung Master-Studiengang Entrepreneurship  
Lehrstuhl für Strategisches Management und Entrepreneurship  
Institut für Entrepreneurship

Prof. Dr. Christian Marxt, Studienleitung Master-Studiengang Entrepreneurship  
Lehrstuhl für Technologie und Entrepreneurship  
Institut für Entrepreneurship

unter Berücksichtigung von Empfehlungen von Führungskräften, Fachexperten sowie Studierenden.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Studiengangprofil .....</b>	<b>4</b>
1.1. Qualifikationsprofil.....	4
1.2. Anforderungen des Studiengangs.....	5
1.3. Lernergebnisse .....	5
1.4. Studienaufbau .....	7
<b>2. Formale Aspekte .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Programmstruktur.....</b>	<b>11</b>
3.1. Übersicht des Studienprogramms Entrepreneurship .....	11
3.2. Modulübersicht.....	12
3.2.1. 1. Studienjahr .....	13
3.2.2. 2. Studienjahr .....	14
3.2.3. Fakultätsübergreifende Wahlmodule (Electives).....	15
3.2.4. Extra-Curriculare Optionen: Fremdsprachen.....	15
<b>4. Modulbeschreibungen.....</b>	<b>16</b>
4.1. 1. Semester .....	16
4.1.1. Start-Up Management .....	16
4.1.2. Financial and Risk Management .....	20
4.1.3. Innovation and Technology.....	23
4.1.4. Start-Up Lab (Part I).....	26
4.2. 2. Semester .....	29
4.2.1. Growth and Marketing Management .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
4.2.2. Finance, Tax and Law .....	33
4.2.3. International Entrepreneurship .....	36
4.2.4. Start-Up Lab (Part II).....	40
4.2.5. Discover New Markets .....	42
4.3. 3. Semester .....	44
4.3.1. Strategy and Change .....	44
4.3.2. Family Business and Governance.....	47
4.3.3. Organizational Development .....	51
4.3.4. Start-Up Lab (Part III).....	54
4.3.5. Research Methods.....	56
4.4. 4. Semester .....	58
4.4.1. Masterthesis.....	58

# 1. Studiengangprofil

Das Fürstentum Liechtenstein und das Rheintal zählen im europäischen Raum zu den innovativsten und attraktivsten Wirtschaftsregionen. Die hoch entwickelte Volkswirtschaft mit einer starken Exportindustrie, leistungsfähigen Finanzdienstleistern und einer breiten Palette zu weiten Teilen familiengeführter Technologieunternehmen erfordert gut ausgebildete Fach- und Führungskräfte. Das „Chancental Rheintal“ mit seinen stark wachstums- und exportorientierten Unternehmen bietet hochqualifizierten Nachwuchskräften vielseitige Möglichkeiten der beruflichen Entwicklung und ist ein idealer Nährboden für unternehmerische Aktivitäten.

Entrepreneurship lässt sich als Unternehmertum oder unternehmerisches Handeln bezeichnen. Im Kern geht es darum, innovative Geschäftschancen zu finden und im Markt umzusetzen – unabhängig von Unternehmensgrösse, -branche und -alter. Ideen entwickeln allein genügt allerdings nicht – sie sind auch im Markt zu realisieren. Diese kreative Realisierung und geschäftliche Nutzung kann in einem neuen oder bereits bestehenden Unternehmen erfolgen.

Hieran setzt die Universität Liechtenstein mit ihrem sehr erfolgreichen und etablierten Masterstudiengang Entrepreneurship an, dem laut Schmude et al. (2009)-Ranking hinter der ETH Zürich zweitbesten tertiären Ausbildungsprogramm für Unternehmertum innerhalb Österreichs, Liechtensteins und der Schweiz. Weiter wurde durch den Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2016), welcher einen langfristigen Überblick über die unternehmerischen Absichten und Aktivitäten von Studierenden aus 43 Ländern gibt, bestätigt, dass die Studierenden aus Liechtenstein eine hohe Ausprägung der unternehmerischen Absichten aufweisen und auch im Jahr 2016 im Vergleich mit den deutschsprachigen Ländern am besten abschneiden. Dieses lässt sich wiederum auf die Rahmenbedingungen wie auch die Ausbildung der Universität Liechtenstein zurückführen (Zäch, Baldegger und Schröder, 2014).

## 1.1. Qualifikationsprofil

Der Masterstudiengang Entrepreneurship verfolgt das Ziel Unternehmer auszubilden und deckt sich somit mit der Universitätsstrategie, in welcher expliziert wird, unternehmerisches **Denken** und **Handeln** zu fordern und fördern. Des Weiteren wird der Studiengang der aktuellen Marktnachfrage sowie dem aktuellen wissenschaftlichen Fachinteresse folgend angeboten. Dabei stehen folgende Zielsetzungen im Fokus:

1. Die Studierenden denken und handeln unternehmerisch.
  - Identifikation von Geschäftsmöglichkeiten
  - Umsetzen der identifizierten Möglichkeiten in Form eines Pitchdeck
2. Die Studierenden beherrschen die grundlegenden Theorien, Konzepte und Instrumente des Entrepreneurship ergänzt um Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung.
  - Umsetzung theoretische Konzepte in der Praxis
  - Aufarbeitung von Themen des Entrepreneurship auf hohem wissenschaftlichen Niveau
3. Die Studierenden haben Gründungserfahrung durch die selbständige Gründung und Führung eines eigenen Unternehmens während des Studiums.
  - Erstellung eines Pitchdeck, welcher den Qualitätskriterien von Experten und Investoren standhält.
  - Sichere und überzeugende Präsentation des Pitchdeck vor Experten und Investoren

4. Die Studierenden haben regelmässigen Kontakt zu Unternehmern und können von deren Erfahrungen lernen.

- Austausch und Interaktion mit Unternehmern aus dem Land sowie Besuch von Unternehmen aus der Region.
- Austausch mit Unternehmern und Investoren sowie Firmenbesuche während der Studienreise.

Das Entdecken neuer Geschäftschancen spielt im Masterstudium Entrepreneurship eine zentrale Rolle und wird didaktisch vielfach variiert. Dazu gehören Studienreisen in stark wachsende Märkte, Besuche in jungen Unternehmen und Technologieparks, Gespräche mit erfolgreichen Unternehmern, komplexe Fallstudien und Gastreferate im „Pioneers Club“ der Studierendenorganisation START Liechtenstein.

Der Aufbau des Entrepreneurship-Studiums orientiert sich am Prozess der Entwicklung und Umsetzung neuer Geschäftsideen. Dieser Prozess wird im Masterstudium Entrepreneurship in Form eines semesterübergreifenden Praxisprojekts (Start-Up Lab) durchgängig abgebildet, von der Idee über die Gründung und das Wachstum eines Unternehmens bis hin zum Ausstieg aus der unternehmerischen Tätigkeit, wodurch bereits während des Studiums unternehmerische Erfahrungen gesammelt werden. Dabei haben die Studierenden regelmässigen Kontakt zu Unternehmern und können von deren Erfahrungen lernen.

Ebenso setzen sich die Studierenden mit unternehmerischen Entscheidungssituationen in verschiedenen Arten von Unternehmen auseinander und bearbeiten exemplarisch Praxisprobleme anhand von ganzheitlichen Unternehmensmodellen. Sie lernen, die Entwicklung der Unternehmen im ökonomischen, politischen, sozialen und ökologischen Umfeld zu beurteilen und Konsequenzen für ihr Handeln abzuleiten.

Neben den grundlegenden Theorien, Konzepten und Instrumenten des Entrepreneurship gewinnen die Studierenden eine solide wissenschaftliche Grundlage, die es ihnen ermöglicht, Forschungsergebnisse kritisch zu überprüfen und selbst Untersuchungen durchzuführen, die auf dem aktuellen Wissensstand aufbauen. Bei der Vorbereitung auf forschungsorientierte Aufgaben wird der Umgang mit qualitativen und quantitativen Methoden der Sozialforschung gefördert. So entsteht eine Kompetenz, die wissenschaftliche Forschung sowohl als Einzel- wie auch als Teamarbeit versteht. Die Studierenden beherrschen diese ergänzt um Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung.

## **1.2. Anforderungen des Studiengangs**

Der Masterstudiengang Entrepreneurship baut auf einem facheinschlägigen Bachelorstudium bzw. mindestens gleichwertigen Studium auf. Die detaillierten Zulassungsvoraussetzungen finden sich in den Zulassungsrichtlinien.

## **1.3. Lernergebnisse**

Der Masterstudiengang Entrepreneurship stattet Absolventinnen und Absolventen mit Wissen und Fähigkeiten aus, unternehmerisches Denken und Handeln in der Praxis umzusetzen.

Nachfolgend werden die Lernergebnisse, welche durch das Masterstudium Entrepreneurship erlangt werden, im Detail erklärt.

Lernergebnisse	Level
<p><b>Master-Diplome werden an Studierende verliehen, die</b></p> <p>...</p> <p>... Wissen und Verstehen demonstriert haben, das auf den üblicherweise mit der Bachelor-Stufe assoziierten Kenntnissen aufbaut sowie diese vertieft und das eine Basis oder Möglichkeit liefert für Originalität im Entwickeln und/oder Anwenden von Ideen, häufig in einem Forschungskontext.</p> <p>... die Wissensbereiche des Fachs, mit ihren Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und vorherrschenden Lehrmeinungen kennen.</p> <p>... über ein vollständiges und integriertes Wissen bezogen auf die Kerngebiete und grundsätzlichen Facetten, die Grenzen, die Terminologien und die Konventionen der Disziplin verfügen.</p> <p>... über detailliertes Wissen verfügen und ein kritisches Verständnis bezogen auf die wesentlichen Kerngebiete, Theorien, Prinzipien und Konzepte des Fachs haben.</p> <p>... umfassendes detailliertes und kritisches Wissen in einem oder mehreren Spezialgebieten, die den aktuellsten Erkenntnis-/Forschungsstand widerspiegeln, haben.</p>	<p>Wissen und Verstehen</p>
<p><b>Master-Diplome werden an Studierende verliehen, die</b></p> <p>...</p> <p>... ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Problemlösungsfähigkeiten in neuen oder unvertrauten Zusammenhängen innerhalb breiter (oder multidisziplinärer) Kontexte in ihrem Studienfach anwenden können.</p> <p>... eine Reihe von gängigen berufsbezogenen Fähigkeiten, Fertigkeiten und Techniken anwenden können, um Standardaufgaben und fortgeschrittene Aufgaben zu bearbeiten.</p> <p>... eine Reihe von Verfahren, Fertigkeiten, Techniken und Materialien anwenden können, die spezialisiert und fortgeschritten und immer dem neusten Stand der Technik und Entwicklung angepasst sind.</p> <p>... Originalität und Kreativität in der Anwendung von Wissen - im Verständnis und in der Praxis zeigen. Sie können in vielfältigen berufsbezogenen Kontexten arbeiten, die in einem hohen Masse nicht vorhersehbar und spezialisiert sind.</p> <p>... bedeutsame Forschungs- und Entwicklungsprojekte durchführen und dabei eine Reihe von Standard- und Spezial-Forschungsmethoden sowie entsprechenden Erhebungs- und Entwicklungstechniken anwenden.</p>	<p>Anwenden von Wissen und Verstehen</p>
<p><b>Master-Diplome werden an Studierende verliehen, die</b></p> <p>...</p> <p>... die Fähigkeit besitzen, Wissen zu integrieren, mit Komplexität umzugehen und auf der Basis unvollständiger oder begrenzter Informationen Einschätzungen zu formulieren, die aber trotzdem die</p>	<p>Beurteilungen abgeben</p>

<p>mit der Anwendung ihres Wissens und Verstehens verbundenen sozialen und ethischen Verantwortungen berücksichtigen.  ... über Spezialwissen und Fertigkeiten hinsichtlich grafischer und numerischer Verfahren verfügen. Sie beherrschen eine grosse Bandbreite fortgeschrittener und spezialisierter fachbezogener Methoden, um Daten zu verarbeiten, gut strukturiert darzustellen, um so Informationen zu gewinnen und zu bearbeiten.  ... verschiedene rechnergestützte Verfahren einsetzen, um Arbeiten zu unterstützen und zu verbessern. Sie können Hinweise zur Entwicklung von Software geben, um deren Effektivität zu verbessern.  ... eine Reihe numerischer und grafischer Verfahren einer kritischen Bewertung unterziehen.</p>	
<p><b>Master-Diplome werden an Studierende verliehen, die</b>  ...  ... ihre Schlussfolgerungen sowie das Wissen und die Prinzipien, die ihnen zugrunde liegen, sowohl an Experten wie auch an Laien klar und eindeutig kommunizieren können.  ... Analysen, Auswertungen und Synthesen von Themen, die aktuell und an der vordersten Front der Entwicklung des Fachgebiets stehen, einer kritischen Betrachtung unterziehen können.  ... neue und abstrakte Probleme und Themen identifizieren, konzeptualisieren und definieren können und originelle und kreative Antworten im Umgang mit Problemen und Themen entwickeln.  ... vor völlig unterschiedlichem Publikum mit unterschiedlichem Grad an Expertise, mit Peers, erfahreneren Kollegen und Spezialisten auf professionellem Niveau kommunizieren können.  ... im fachbezogenen Kontext Wissen, Methoden, Fähigkeiten und Fertigkeiten reflektieren, integrieren und erweitern können.  ... mit komplexen Themen umgehen und sachkundige Ermessensurteile in Situationen, in denen die entscheidungsrelevanten Daten unvollständig oder inkonsistent sind, bilden können.</p>	Kommunikation
<p><b>Master-Diplome werden an Studierende verliehen, die</b>  ...  ... über Lernstrategien verfügen, die es ihnen ermöglichen, ihre Studien größtenteils selbstbestimmt und autonom fortzusetzen  ... über Wissen und Verständnis bezogen auf die Art und Weise, wie sich das Lehrgebiet/Fach entwickelt, verfügen und die Forschungs- und Untersuchungsmethoden der Disziplin anwenden können.</p>	Lernstrategie

#### 1.4. Studienaufbau

Der Aufbau des Studiums orientiert sich am Prozess der Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsgelegenheiten. Dieser Prozess wird im Masterstudiengang Entrepreneurship durchgängig abgebildet, von der Idee über die Gründung und das Wachstum eines Unternehmens bis hin zum Ausstieg aus der unternehmerischen Tätigkeit bzw. der kontinuierlichen Erneuerung inzwischen etablierter (Familien-)Unternehmen.

Der Masterstudiengang Entrepreneurship ist modular strukturiert und umfasst anspruchsvolle Lehrveranstaltungen, wissenschaftliche Vertiefung in Research Assignments und Research Learning Circles, herausfordernde Events und neben Projekten in der Wirtschaftspraxis einen durchgängigen Praxisfall, von der Ideengenerierung, über die Gründung und das Wachstum eines Unternehmens bis hin zum Ausstieg aus der unternehmerischen Tätigkeit. Lernen durch Erfahrung, Gespräche mit Unternehmern sowie der Besuch von Unternehmen verleihen dem Masterstudiengang einen handlungsorientierten Charakter.

Semester	Modul Lehrveranstaltungen innerhalb des Moduls	Typ	Kontaktzeit (in akad. Einheiten à 45 min.)	ECTS
<b>1</b>	<b>Start-Up Management</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
1	Entrepreneurial Theory	VO	16	2
1	Entrepreneurial Process	VO	16	2
1	Entrepreneurs and Entrepreneurial Teams	VO	16	2
<b>1</b>	<b>Financial and Risk Management</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
1	Start-Up Finance	VO	16	2
1	Controlling and Financial Management	VO	16	2
1	Risk Management	VO	16	2
<b>1</b>	<b>Innovation and Technology</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
1	People Management and Entrepreneurial Culture	VO	16	2
1	Technology Entrepreneurship	VO	16	2
1	Cooperation and Partnership	VO	16	2
<b>1</b>	<b>Start-Up Lab (Part I)</b>	<b>P</b>	<b>72</b>	<b>9</b>
1	Start-Up Lab (Part I)	PR	72	9
<b>1</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b>	<b>PW</b>	<b>24</b>	<b>3</b>
1	Cross-Faculty Elective Subject		24	3
<b>2</b>	<b>Growth and Marketing Management</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
2	Entrepreneurial Marketing	VO	16	2
2	Growth Strategies	VO	16	2
2	Growth Simulation	UE	16	2
<b>2</b>	<b>Finance, Tax and Law</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
2	Growth Finance	VO	16	2
2	Tax and Law	VO	16	2
2	Research Assignment	PR	16	2
<b>2</b>	<b>International Entrepreneurship</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
2	Internationalization Strategies	VO	16	2
2	Negotiation Techniques	UE	16	2
2	Global and Cross-Cultural Marketing	UE	16	2
<b>2</b>	<b>Start-Up Lab (Part II)</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
2	Start-Up Lab (Part II)	PR	48	6
<b>2</b>	<b>Discover New Markets</b>	<b>PW</b>	<b>48</b>	<b>3</b>
2	Educational Journey	EX	48	3
<b>2</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b>	<b>PW</b>	<b>24</b>	<b>3</b>
2	Cross-Faculty Elective Subject		24	3
<b>3</b>	<b>Strategy and Change</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
3	Strategy and Corporate Change	VO	32	4



3	Corporate Valuation	VO	16	2
<b>3</b>	<b>Family Business and Governance</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
3	Family Business Management	VO	16	2
3	Succession	VO	16	2
3	Corporate Governance	VO	16	2
<b>3</b>	<b>Organizational Development</b>	<b>P</b>	<b>48</b>	<b>6</b>
3	Corporate Entrepreneurship	VO	16	2
3	Entrepreneurial Leadership	VO	16	2
3	Complexity Management	VO	16	2
<b>3</b>	<b>Start-Up Lab (Part III)</b>	<b>P</b>	<b>72</b>	<b>9</b>
3	Start-Up Lab (Part III)	PR	72	9
<b>3</b>	<b>Research Methods</b>	<b>P</b>	<b>24</b>	<b>3</b>
3	Exposé Masterthesis	SE	24	3
<b>4</b>	<b>Masterthesis</b>	<b>P</b>	<b>24</b>	<b>27</b>
4	Erstellung Masterthesis	PR	24	27
	Kolloquium	SE		
	Präsentation und Verteidigung der Masterthesis	SE		
<b>4</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b>	<b>PW</b>	<b>24</b>	<b>3</b>
4	Cross-Faculty Elective Subject		24	3

## **2. Formale Aspekte**

Der Studiengang entspricht Qualifikations-Level 2 des Bologna-Studiensystems und der Qualifikationsstufe 7 des „Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen“ der Europäischen Union.

### **Dauer und Arbeitsaufwand:**

4 Semester

**120 ECTS / 3.600 Stunden**

### **Akademischer Grad:**

Master of Science in Entrepreneurship, offizielle Abkürzung: MSc

### **Aufnahmekriterien:**

Siehe Zulassungsrichtlinien

### **Weiterführende Studienmöglichkeiten:**

Der Abschluss qualifiziert zum Eintritt in ein wirtschaftswissenschaftliches Doktoratsstudium und in verschiedene Weiterbildungsprogramme.

### 3. Programmstruktur

#### 3.1. Übersicht des Studienprogramms Entrepreneurship

Sem.	Module			
<b>Legende:</b> <b>LV-Typ:</b> VO – Vorlesung / PR – Projekt / SE – Seminar / UE – Übung / EX – Exkursion				
1.	Gründung	<b>Start-Up Management</b> Entrepreneurial Theory: 2 ECTS (VO) Entrepreneurial Process: 2 ECTS (VO) Entrepreneurs and Entrepreneurial Teams: 2 ECTS (VO)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Financial and Risk Management</b> Start-Up Finance: 2 ECTS (VO) Controlling and Financial Management: 2 ECTS (VO) Risk Management: 2 ECTS (VO)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Innovation and Technology</b> People Management and Entrepreneurial Culture: 2 ECTS (VO) Technology Entrepreneurship: 2 ECTS (VO) Cooperation and Partnership: 2 ECTS (VO)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch/Englisch</b>
		<b>Start-Up Lab (Part I)</b> Start-Up Lab (Part I): 9 ECTS (PR)  <b>ECTS: 9</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b> Cross-Faculty Elective Subject: 3 ETCS  <b>ECTS: 3</b> <b>Sprache: Deutsch/Englisch</b>	
2.	Wachstum	<b>Growth and Marketing Management</b> Entrepreneurial Marketing: 2 ECTS (VO) Growth Strategies: 2 ECTS (VO) Growth Simulation: 2 ECTS (UE)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Finance, Tax and Law</b> Growth Finance: 2 ECTS (VO) Tax and Law: 2 ECTS (VO) Research Assignment: 2 ECTS (PR)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>International Entrepreneurship</b> Internationalization Strategies: 2 ECTS (VO) Negotiation Techniques: 2 ECTS (UE) Global and Cross-Cultural Marketing: 2 ECTS (VO)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Englisch</b>
		<b>Start-Up Lab (Part II)</b> Start-Up Lab (Part II): 6 ECTS (PR)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Discover New Markets</b> Educational Journey: 3 ETCS (EX)  <b>ECTS: 3</b> <b>Sprache: Englisch</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b> Cross-Faculty Elective Subject: 3 ETCS  <b>ECTS: 3</b> <b>Sprache: Deutsch/Englisch</b>
3.	Wandel	<b>Strategy and Change</b> Strategy and Corporate Change: 4 ECTS (VO) Corporate Valuation: 2 ECTS (VO)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Family Business and Governance</b> Family Business Management: 2 ECTS (VO) Succession: 2 ECTS (VO) Corporate Governance: 2 ECTS (VO)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Organizational Development</b> Corporate Entrepreneurship: 2 ECTS (VO) Entrepreneurial Leadership: 2 ECTS (VO) Complexity Management: 2 ECTS (VO)  <b>ECTS: 6</b> <b>Sprache: Deutsch/Englisch</b>
		<b>Start-Up Lab (Part III)</b> Start-Up Lab (Part III): 9 ECTS (PR)  <b>ECTS: 9</b> <b>Sprache: Deutsch</b>	<b>Research Methods</b> Exposé Masterthesis: 3 ETCS (SE)  <b>ECTS: 3</b> <b>Sprache: Deutsch/Englisch</b>	
4.	Thesis	<b>Masterthesis</b> Erstellung Masterthesis (PR) Kolloquium (SE) Präsentation und Verteidigung der Masterthesis: 27 ECTS (SE)  <b>ECTS: 27</b> <b>Sprache: Deutsch/Englisch</b>		<b>Cross-Faculty Elective Subject</b> Cross-Faculty Elective Subject: 3 ETCS  <b>ECTS: 3</b> <b>Sprache: Deutsch/Englisch</b>

### 3.2. Modulübersicht

Das Studienprogramm sieht vor, dass pro Semester ein gesamtes Arbeitspensum (Kontakt- und Selbststudium) im Umfang von 30 ECTS Credits (900 Stunden) zu erbringen ist.

In der nachfolgenden Übersicht sind die Module der jeweiligen Semester dargestellt. Die Darstellung entspricht dem empfohlenen Regelstudienplan.

#### Legende

Lehrformen:

**VO** – Vorlesung

**PR** – Projekt

**SE** – Seminar

**UE** – Übung

**ECTS:** European Credit Transfer System

**SWS:** Semesterwochenstunden

Modulstatus:





**P** – Pflichtmodul

**PW** – Wahlmodul

Kontaktzeit:

in Stunden

Schattierung:

	Pflichtmodul
	Wahlpflichtmodul
	Fächerübergreifendes Wahlpflichtmodul / Cross-Faculty Elective Subject
	Englischsprachige Module

3.2.1. 1. Studienjahr

Entrepreneurship					
1. Sem.  30 ECTS	<b>Start-Up Management</b>  Entrepreneurial Theory (VO) Entrepreneurial Process (VO) Entrepreneurs and Entrepreneurial Teams (VO)	<b>Financial and Risk Management</b>  Start-Up Finance (VO) Controlling and Financial Management (VO) Risk Management (VO)	<b>Innovation and Technology</b>  People Management and Entrepreneurial Culture (VO) Technology Entrepreneurship (VO) Cooperation and Partnership (VO)	<b>Start-Up Lab (Part I)</b>  Start-Up Lab (Part I) (PR)	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b>  Cross-Faculty Elective Subject
	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 9 Kontakt: 54 h Modulstatus: P	ECTS: 3 Kontakt: 18 h Modulstatus: PW
2. Sem.  30 ECTS	<b>Growth and Marketing Management</b>  Entrepreneurial Marketing (VO) Growth Strategies (VO) Growth Simulation (UE)	<b>Finance, Tax and Law</b>  Growth Finance (VO) Tax and Law (VO) Research Assignment (PR)	<b>International Entrepreneurship</b>  Internationalization Strategies (VO) Negotiation Techniques (UE) Global and Cross-Cultural Marketing (VO)	<b>Start-Up Lab (Part II)</b>  Start-Up Lab (Part II) (PR)	<b>Discover New Markets</b>  Educational Journey (EX)
	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 3 Kontakt: 36 h Modulstatus: PW
	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b>  Cross-Faculty Elective Subject				
	ECTS: 3 Kontakt: 18 h Modulstatus: PW				

3.2.2. 2. Studienjahr

Entrepreneurship					
3. Sem.	<b>Strategy and Chance</b>	<b>Family Business and Governance</b>	<b>Organizational Development</b>	<b>Start-Up Lab (Part III)</b>	<b>Research Methods</b>
	Strategy and Corporate Change (VO) Corporate Valuation (VO)	Family Business Management (VO) Succession (VO) Corporate Governance (VO)	Corporate Entrepreneurship (VO) Entrepreneurial Leadership (VO) Complexity Management (VO)	Start-Up Lab (Part III) (PR)	Exposé Masterthesis (SE)
30 ECTS	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 6 Kontakt: 36 h Modulstatus: P	ECTS: 9 Kontakt: 54 h Modulstatus: P	ECTS: 3 Kontakt: 18 h Modulstatus: P
4. Sem.	<b>Masterthesis</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b>			
	Erstellung Masterthesis (PR) Kolloquium (SE) Präsentation und Verteidigung (SE)	Cross-Faculty Elective Subject			
30 ECTS	ECTS: 27 Kontakt: 42 h Modulstatus: P	ECTS: 3 Kontakt: 18 h Modulstatus: PW			

### 3.2.3. Fakultätsübergreifende Wahlmodule (Electives)

#### Wahlmöglichkeiten während dem Studium:

Im Rahmen der fakultätsübergreifenden Wahlmodule können die Studierenden aus einem breiten Angebot an Lehrveranstaltungen wählen. Insgesamt müssen über den Studienverlauf hinweg 12 ECTS-Punkte aus diesem Bereich gewählt werden. Studierenden des Master-Studiengangs Entrepreneurship steht die Option offen, am Wahlmodul „Discover New Markets“ teilzunehmen, wofür 3 ECTS-Punkte angerechnet werden. In diesem Fall sind nur 9 ECTS an fakultätsübergreifenden Wahlmodulen zu absolvieren.

#### Transdisziplinäre Module (Electives) für Entrepreneurship-Studierende

<b>1. Semester</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b> Cross-Faculty Elective Subject ECTS: 3 Sprache: Deutsch/Englisch		
<b>2. Semester</b>	<b>Discover New Markets</b> Educational Journey (EX) ECTS: 3 Sprache: Englisch	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b> Cross-Faculty Elective Subject ECTS: 3 Sprache: Deutsch/Englisch	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b> Cross-Faculty Elective Subject ECTS: 3 Sprache: Deutsch/Englisch
<b>3. Semester</b>			
<b>4. Semester</b>	<b>Cross-Faculty Elective Subject</b> Cross-Faculty Elective Subject ECTS: 3 Sprache: Deutsch/Englisch		

### 3.2.4. Extra-Curriculare Optionen: Fremdsprachen

Siehe Angebot der Universität