

Masterstudiengang
Innovationsmanagement und Entrepreneurship (MBA)

Modulkatalog*

Inhalte – Lernergebnisse – Lehrende

Stand: 09/2026



Inhalt

Strategisches Management und Organisationswandel	3
Leadership und Personalmanagement	4
Grundlagen Innovationsmanagement und Entrepreneurship	6
Methodisches Erfinden und Produktentwicklung	7
Innovationskooperationen und nachhaltige Markttransformation	8
Innovationsfolgen und Nachhaltigkeit	9
Gründungsökonomie / Entrepreneurial Ecosystems	10
Rechtlicher Schutz für Innovationen	11
Forschungsmethoden	12
Finanzmanagement und Investition	13
Ausgewählte Aspekte des Innopreneurship	14
Professionalisierungsmodul	15
Ausgewählte Aspekte zur Professionalisierung	16
Abschlussmodul	17

***WICHTIGER HINWEIS:**

Der Modulkatalog wird regelmäßig aktualisiert. Module, die sich in der (Weiter-)Entwicklung befinden, sind mit „In Bearbeitung“ kenntlich gemacht. Speziell die Bausteine des Professionalisierungsmoduls werden fortlaufend aktualisiert und erweitert (siehe: <https://uol.de/c3l/weiterbildung/future-skills>).

Strategisches Management und Organisationswandel

Kernmodul (Pflicht)

Lehrende*r	Prof. Dr. Dirk Fischer, Prof. Dr. Pia Lehmkuhl Jade Hochschule // Jade Hochschule
Inhalte	Dieses Modul behandelt zunächst grundsätzlich die Frage, was unter Strategie und Strategischem Management zu verstehen ist und woraus Unterschiede in der Begriffsauffassung resultieren. Daran anschließend lernen die Teilnehmenden die wichtigsten Denkschulen, Konzepte und Instrumente des Strategischen Managements kennen. Der Schwerpunkt liegt auf den ökonomie-theoretisch fundierten Ansätzen: Dem sogenannten marktorientierten Ansatz Michael E. Porters und dem ressourcenorientierten Ansatz. Beide stellen den Inhaltsaspekt von Strategien in den Vordergrund und versuchen zu begründen, woraus nachhaltige Wettbewerbsvorteile resultieren können. Aber auch in der Praxis weit verbreitete klassische Beraterkonzepte und -werkzeuge wie die SWOT-Analyse oder die Methode des Marktanteils-Marktwachstums-Portfolios sowie deren Weiterentwicklungen werden behandelt. Strategieentscheidungen haben nicht selten Implikationen für den Wandel von und in Organisationen. Der (geplante) organisatorische Wandel steht daher ebenfalls im Fokus des Moduls. Aufgaben, Herausforderungen und Modelle eines aktiven Change Managements bzw. Veränderungsmanagements werden thematisiert.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — haben ein grundsätzliches Verständnis von den Grundlagen und der Bedeutung des Strategischen Managements erlangt. — kennen die wichtigsten Denkschulen des Strategischen Managements und können diese differenzieren. — verstehen die theoretischen Begründungen zur Entstehung und der langfristigen Existenz von Wettbewerbsvorteilen. — können unterschiedliche Methoden zur strategischen Analyse des Unternehmensumfeldes und der unternehmensinternen Ressourcen anwenden. — kennen die Bedeutung und Grenzen generischer Wettbewerbsstrategien und können jene anhand praktischer Beispiele aufzeigen. — sind mit Verfahren zur Entwicklung, Implementierung und Umsetzung von Strategien vertraut, können aber auch deren Möglichkeiten und Grenzen mit Blick auf organisations-/branchenbezogene Kontexte beurteilen. — kennen unterschiedliche Modelle des Change Managements und ihre Anwendung in der Praxis. — sind sich der Rolle des Personals und insbesondere der Führungskräfte in Changeprozessen bewusst.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Kernbereich, Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website. (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Leadership und Personalmanagement

Kernmodul (Pflicht)

Lehrende*r	Prof. Dr. Marcel Schütz NBS Northern Business School
Inhalte	Jede (Arbeits-)Organisation bedarf qualifizierter Mitarbeitende und insofern auch eines Personalmanagements, das Personal rekrutiert, motiviert, entwickelt und steuert. Wie das geschieht oder geschehen sollte, diesbezüglich hat sich – speziell in der Organisationspraxis – die Auffassung in den letzten Jahrzehnten deutlich weiterentwickelt und gewandelt. Neben den Mitarbeitenden an sich gelten nunmehr Personalführung oder „Leadership“ sowie eine moderne Personalarbeit als zentrale Parameter für die Erfolgserzielung. Die oft individuelle und vielgestaltige Interpretation entsprechender Ansätze und Konzepte wird in diesem Modul ebenso thematisiert werden wie die Charakteristika, Ziele und Aufgaben eines wirksamen und zeitgemäßen Personalmanagements. So stehen u. a. zentrale personalwirtschaftliche Handlungsfelder (darunter Personalauswahl, Personaleinführung, Personalentwicklung, Motivation und Anreizsysteme) und verschiedene Steuerungsinstrumente im Fokus. Außerdem ist die Personalarbeit und -organisation in ihrer Einbettung in die allgemeine Organisation zu betrachten. Neben formalen Ordnungen werden auch informell-kulturelle Phänomene in den Blick genommen und entsprechend diskutiert. Zusammenfassend soll dieses Modul ein grundlegendes Verständnis sowie praktisches Know-how einer effektiven wie effizienten Herangehensweise an personalwirtschaftliche Herausforderungen vermitteln.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — kennen unterschiedliche Verständnisse der Personalführung und können die Begriffe näher fassen bzw. voneinander abgrenzen. — können entsprechende Anforderungen an Führungskräfte definieren sowie differenzieren. — kennen klassische und moderne Modelle der Personalführung, können diese heuristisch auf die Praxis übertragen und kritisch reflektieren. — können Grundlangen von unterschiedlichen Führungsverständnissen beschreiben und die Notwendigkeit der Situationsspezifität in Führungssituationen herausstellen. — kennen die wesentlichen Zielsetzungen und Funktionen des Personalmanagements. — erlangen Know-how bezüglich der Anwendung von Verfahren und Instrumenten vor allem der Personalauswahl, -entwicklung, -einführung und der Anreizsysteme. — sind in der Lage, formale Ordnungen von Organisationen zu skizzieren und die Bedeutung von Informalität darzulegen. — sind eigenständig in der Lage, „moderne“ Instrumente der Personalarbeit in der betrieblichen Praxis substantiell zu analysieren. — können selbstständig relevante Fragestellungen für das Personalmanagement in der Praxis unterschiedlicher Organisationstypen/Branchen formulieren und diese eigenständig bearbeiten.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Kernbereich, Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Controlling

Kernmodul (Pflicht)

Lehrende*r	Prof. Dr. Tobias Scheytt Helmut-Schmidt-Universität Hamburg
Inhalte	Controlling ist ein Sammelbegriff für alle Konzepte und Instrumente zur Steuerung von Organisationen. Generell soll Controlling der Feststellung der verbleibenden Herausforderung bis zum geplanten Ziel und der Selbstüberprüfung des Erreichten dienen. Sofern diese Aufgabe organisatorisch ausdifferenziert wird, also nicht mehr Aufgabe des Managements ist, leisten Controller*innen oder Controllingabteilungen Service für die Linienpositionen des Managements. Planung, Budgetierung, Betriebs- und Prozessdatenerfassung, Kontrolle, Abweichungsanalyse (Ziel-Ist), Berichtswesen, Steuerungsvorschläge (und gegebenenfalls Nachjustierung) sind die Teilaufgaben, die im Controlling zu bewältigen sind. Controllingservice soll in arbeitsteiligen Systemen die Koordination zwischen den Teilbereichen erleichtern. Im Modul werden zunächst Konzepte der Planung und Kontrolle, von Zielen und Steuerung reflektiert werden. Außerdem werden die verbreitetsten Konzepte der Organisationssteuerung anzuschauen sein, wobei herauszuarbeiten ist, wie diese ggf. für unterschiedliche Organisationstypen anzupassen sind. Bei Fragen des strategischen Controllings ist auch der Beitrag des Controlling zu Innovation(sprozessen) und Wandel zu klären. Dies alles ist Handwerkszeug und Grundlage. Reflexionen zum Controlling berühren aber auch Grundsätzliches: Jede Aussage des Controlling – gleichgültig ob von einem Managementmitglied oder dem Controllingservice – ist selektiv. Beispielsweise führt die Nutzung von Kennzahlen zur Fokussierung auf bestimmte Tatbestände und blendet andere aus. Es stellt sich also die Frage nach dem Verhältnis von Bild und Abgebildetem. Deshalb sind in dem Modul auch organisations- und kommunikationstheoretische Betrachtungen unerlässlich.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — lernen verschiedene Modelle und Instrumente des strategischen und operativen Controllings kennen und anwenden. — erkennen den Beitrag des strategischen Controllings als Führungsaufgabe sowie zu Innovationen und Wandel und können dies in ihrer Organisation umsetzen. — sind sich der Rolle des Controllings als Grundlage für das Treffen von finanzbezogenen Managemententscheidungen bewusst und verstehen die betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen von Planung und Kontrolle als wichtige Hebel für den Wandel von und in Organisationen. — können darüber hinaus typische Situationen in der finanziellen Steuerung in unterschiedlichen Organisationstypen/Branchen daraufhin analysieren, welche Verhaltenswirkungen unter denjenigen ausgelöst werden, die an Entscheidungen beteiligt oder von ihnen betroffen sind. — sind in der Lage, controllingbezogene Fakten zielsicher einzuordnen und kritisch zu reflektieren.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Kernbereich, Pflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) -
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Grundlagen Innovationsmanagement und Entrepreneurship

Profilmodul (Pflicht)

Lehrende*r	Prof. Dr. Klaus Fichter // Dr. Ralf Hintemann Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit // Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit
Inhalte	Die großen Zukunftsherausforderungen, wie die Digitalisierung, der Klimawandel oder die rasante Veränderung der Arbeitswelt, verlangen neuartige Lösungen und kreative Antworten. Technische und soziale Innovationen sind deshalb ein Schlüssel für die erfolgreiche Gestaltung von gesellschaftlichen Transformationsprozessen. Was aber genau ist „Innovation“ und wie entsteht sie? Was zeichnet innovatives Unternehmertum (Entrepreneurship) aus? Wie lässt sich mit Innovationen Geld verdienen und ein gesellschaftlicher Nutzen stiften? Und, lassen sich Innovationen genauso „managen“ wie Routineprozesse? Das Modul wird Antworten auf diese Fragen liefern. Zudem lernen die Teilnehmenden diejenigen Aufgaben kennen, die innovative Unternehmerinnen und Unternehmer erfüllen müssen. Das Modul dient somit der Einführung ins Innopreneurship, also der bewussten Hervorbringung von Innovationen durch Entrepreneurship. Es schafft ein grundlegendes Verständnis für die Möglichkeiten und Grenzen der Steuerung von Innovationsprozessen und der „Neuerfindung“ von Unternehmen. Zudem erarbeiten sich die Teilnehmenden die Wissensbasis für anschließenden vertiefenden Module des Studiengangs.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — können die Begriffe „Innovation“ und „Innovationsmanagement“ definieren. — können verschiedene Arten von Innovationen und Kriterien für den Neuigkeitsgrad nennen. — sind in der Lage, die Einflussfaktoren des Innovationsmanagements zu erläutern. — wissen um die Bedeutung eines „Innovationssystems“ für erfolgreiches Innovationsmanagement. — kennen unterschiedliche Arten von Konflikten im Rahmen des Innovationsmanagements. — können beschreiben, was unter „Pfadabhängigkeiten“ und „Open Innovation“ zu verstehen ist. — kennen Kennzeichen einer innovationsfreundlichen Organisation. — können die Besonderheiten des Managements von Innovationsprozessen erläutern. — sind in der Lage, Innovationsideen in Unternehmen zu entwickeln und zu bewerten. — können zentrale Merkmale und Aufgaben von innovativem Unternehmertum nennen. — kennen Methoden und Tools der Geschäftsmodellmodellentwicklung. — wissen, was nachhaltige Geschäftsmodelle auszeichnet. — kennen verschiedene Formen der Gründungsfinanzierung. — wissen um die Funktionen, Aufbau und Inhalte eines Businessplans.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Methodisches Erfinden und Produktentwicklung

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Prof. Dr. Martin G. Möhrle Universität Bremen
Inhalte	Erfolgreiches Innovationsmanagement beruht auf einer systematischen Entwicklung neuer Produkte und Services, welche von kreativen Ideen getragen wird. Diese systematische Entwicklung umfasst einige wesentliche Aufgaben. So bedarf es der klugen Analyse der Kundenbedürfnisse, deren Umsetzung in Anforderungen an Produkte und Services sowie der Gestaltung dieser Produkte und Services mittels verschiedener Werkzeuge des methodischen Erfindens. Für die genannten Aufgaben gibt es bewährte und leistungsfähige Methoden. Drei Beispiele seien herausgegriffen. Mit dem Requirements Engineering liegt eine bewährte Methode vor, mit der die Anforderungen der Kunden umfänglich und systematisch erfasst werden können. Mit dem Quality Function Deployment lassen sich die gefundenen Anforderungen in Produkteigenschaften übersetzen. Mit den Erfindungsverfahren (einem wichtigen Werkzeug des methodischen Erfindens) können kreative Lösungen für widersprüchliche Anforderungen erzeugt werden. Alles in allem kann durch die kombinierte Anwendung der genannten Methoden ein Produktentwicklungsprozess gestaltet werden, der zielgerichtet den Weg von den Bedürfnissen zur erfolgreichen Innovation bereitet. Zum Hintergrund: Das methodische Erfinden beruht auf den Arbeiten des russischen Wissenschaftlers G.S. Altshuller. Er entwickelte die Theorie des erfinderischen Problemlösens (TRIZ), die Erfinder*innen das Handwerkszeug zur Verfügung stellt, sich das Wissen und die Lösungsprinzipien alter Erfindungen zu Nutze zu machen, um neue Lösungsprinzipien für bestehende Probleme zu finden und hieraus neue Ideen zu entwickeln. TRIZ stellt eine Vielzahl an Methoden und Werkzeugen zur Verfügung, welche die Sichtweise auf die Erfindungen verändern und sie gezielt in eine neue Richtung lenken.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — kennen die Grundlagen der systematischen Produktentwicklung. — verstehen wesentliche Methoden der Produktentwicklung. — sind vertraut mit den Werkzeugen des methodischen Erfindens. — können die Möglichkeiten und Grenzen der einzelnen Methoden und Werkzeuge beurteilen. — werden – durch unterschiedliche Übungen – vertraut im Umgang mit diesen Methoden gemacht. — werden – durch die durchgängige Bearbeitung einer selbst gewählten Fallstudie – dazu befähigt, verschiedene Methoden eigenständig anzuwenden und zu erproben. — erwerben Kompetenz im Creative Leadership durch Reflexion des eigenen erfinderischen Denkens.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Innovationskooperationen und nachhaltige Markttransformation

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Dr. Severin Beucker // Dr. Ralf Hintemann Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit
Inhalte	Innovationen und Innovationsmanagement im Unternehmen finden in einem Umfeld von Wissensfragmentierung, kurzen Entwicklungs- und Produktzyklen sowie einem sich kontinuierlich verändernden Wettbewerbs- und Marktumfeldes statt. Neben den eigenen Fähigkeiten im Unternehmen können Kooperationen und -netzwerke genutzt werden, um die Innovationsfähigkeit zu stärken, eigenen Kompetenzen zu erweitern oder neue Produkt- und Marktsegmente zu erschließen. Dies verlangt von Unternehmen strategisches Handeln, denn durch die Kooperationen und Netzwerke können die Aufwände reduziert und Risiken gemindert werden. Zudem erfordert es ein Verständnis der „Open Innovation“. Schließlich entwickeln sich Innovationen mit dem Markt und den gesellschaftlichen Anforderungen weiter. Auch dafür sind Kooperationen z.B. mit Kunden, (Nicht-)Regierungsorganisationen und teilweise branchenfremden Akteuren notwendig. In der Praxis werfen Innovationskooperationen und -netzwerke zahlreiche Fragen auf: Wie funktionieren Innovationspartnerschaften und welche Arten der Kooperation sind möglich? Für wen und wann eignen sich Innovationskooperationen und -netzwerke? Wer sind geeignete Kooperationspartner und wie können sie gefunden und die Zusammenarbeit mit ihnen organisiert werden? Und schließlich: Welchen Beitrag liefern Innovationskooperationen und -netzwerke zum Innovations- und Markterfolg und wie kann dieser bewertet werden? Dieses Modul liefert Antworten auf diese Fragen.
Lernergebnisse	— Das Modul soll die Grundlagen zum Verständnis, Formen sowie Einsatzmöglichkeiten von Innovationskooperationen und -netzwerken schaffen. Die Inhalte werden zudem anhand von Praxisbeispielen erläutern. — Teilnehmende des Moduls werden in der Lage sein: — verschiedenen Kooperations- und Netzwerkformen zu erkennen, — Motive und Ziele von Akteuren der Kooperationsformen zu identifizieren, — formelle und informelle Beziehungen zwischen Akteuren zu analysieren und deren Beitrag zum Erfolg von Innovationskooperationen zu nutzen, — die Bedeutung der Zusammenarbeit mit unterschiedlichen unternehmerischen und gesellschaftlichen Akteuren für den Markterfolg von Innovationen zu bewerten.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Innovationsfolgen und Nachhaltigkeit

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Dr. Thomas Neumann Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit, Berlin.
Inhalte	Wie können Innovationen und unternehmerisches Handeln zur Lösung ökologischer und gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen und gleichzeitig wirtschaftlich tragfähig sein? Und wie lässt sich vermeiden, dass neue Lösungen selbst unerwünschte ökologische oder soziale Folgen verursachen? Das Modul vermittelt die Grundlagen nachhaltiger Entwicklung und zeigt, welche Rolle Innovation und Entrepreneurship für die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft spielen. Dabei werden zentrale Konzepte und aktuelle Herausforderungen ebenso behandelt wie die positiven und negativen Wirkungen von Innovationen und unternehmerischem Handeln. Im Mittelpunkt steht die praktische Umsetzung von Nachhaltigkeit in Unternehmen. Die Teilnehmenden lernen, Nachhaltigkeitsaspekte systematisch in Innovationsprozesse zu integrieren, nachhaltige Geschäftsideen und Geschäftsmodelle zu entwickeln und deren Wirkung zu bewerten. Der Schwerpunkt liegt auf Start-ups sowie kleinen und mittleren Unternehmen. Behandelt werden unter anderem nachhaltigkeitsorientierte Innovationsstrategien, Sustainable Entrepreneurship, nachhaltige Geschäftsmodelle, Finanzierung, Nachhaltigkeits- und Wirkungsmessung sowie Berichterstattung und Kommunikation. Die Anwendung erfolgt anhand konkreter Methoden, Instrumente und Praxisbeispiele.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — können zentrale Konzepte nachhaltiger Entwicklung erläutern und deren Bedeutung für Wirtschaft, Innovation und Entrepreneurship einordnen. — können positive und negative ökologische, soziale und ökonomische Wirkungen von Innovationen und unternehmerischem Handeln analysieren. — können Nachhaltigkeitsaspekte systematisch in unterschiedliche Phasen von Innovationsprozessen integrieren und geeignete Bewertungsansätze anwenden. — können nachhaltige Geschäftsideen und Geschäftsmodelle identifizieren, entwickeln und hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Tragfähigkeit und Nachhaltigkeitswirkung bewerten. — können zentrale Herausforderungen bei der Umsetzung und Finanzierung nachhaltiger Innovationen und Geschäftsmodelle beurteilen und geeignete Handlungsansätze ableiten. — können Verfahren der Nachhaltigkeits- und Wirkungsmessung sowie der Nachhaltigkeitsberichterstattung einordnen und auf unternehmerische Fragestellungen anwenden. —
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Gründungsökonomie / Entrepreneurial Ecosystems

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Prof. Dr. Jörg Freiling Universität Bremen
Inhalte	Eine Vielzahl von heute äußerst bedeutenden und sehr erfolgreichen Unternehmen haben als innovative Start-ups an ein und demselben Ort ihre Arbeit aufgenommen: Dem Silicon Valley. Dort tummeln sich auch bis dato noch unzählige Start-ups und weltweit agierende Technologie-Riesen. Aber nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland gibt es Brutstätten für Start-ups (bspw. Berlin und München). Eine Erklärung für die regionalen Ballungen in Bezug auf die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen bietet eine kontextuelle Betrachtung. So lässt sich feststellen, dass Entrepreneure bzw. Start-ups nicht im luftleeren Raum agieren, sondern in Austausch untereinander und mit ihrer Umgebung stehen. Und dies hat enormen Einfluss auf den Erfolg (oder Misserfolg) bzw. die Entwicklung von Start-ups. „Als Entrepreneurial Ecosystem werden räumlich begrenzte Regionen bezeichnet, die durch das Wirken vernetzter unabhängiger Akteure und regionaler Ressourcen eine förderliche Umgebung für Unternehmertum bieten und damit vorteilhafte Bedingungen für die Entwicklung von Start-ups liefern“ (LEMEX – Lehrstuhl für Mittelstand Existenzgründung und Entrepreneurship der Universität Bremen). Doch was zeichnet diese im Kern aus? Welche Elemente sind hier entscheidend und wie wirken diese auf die Entrepreneure ein? Mit diesen und ähnlichen Fragen befasst sich das Modul, wenngleich – aufgrund des noch jungen Forschungsstands – keine abschließenden Antworten gegeben werden können.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — kennen die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Unternehmertum in etablierten Unternehmen und Start-ups. — wissen um die Bedeutung von Entrepreneurial Ecosystems für die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen. — können Entrepreneurial Ecosystems in ihren Grundzügen beschreiben. — kennen die Herausforderungen und zentralen Ansatzpunkte bei der Schaffung von Entrepreneurial Ecosystems. — sind in der Lage, die Befunde zur Gründungsökonomie auf den Organisationskontext zu übertragen (im Sinne eines Corporate Entrepreneurial Ecosystem).
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Rechtlicher Schutz für Innovationen

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Dr. Ulrike Gedert // Matthias Jabbusch Carl von Ossietzky Universität Oldenburg // Kanzlei Jabbusch Siekmann & Wasiljeff
Inhalte	Die Ergebnisse unternehmerischer Leistungen stellen oft wertvolle, aber immaterielle Güter dar, die sich in eigentumsähnlichen Schutzrechten (intellectual property rights) wie Patente, Marken und Designs und Urheberrecht schützen lassen. Technische Erfindungen sichern einen Vorsprung, Innovationen brauchen einen „Namen“. Hier setzen Patent-, Markenrecht und auch das Lauterkeitsrecht (UWG) an. Für die Vermarktung von Innovationen ist die Vertragsgestaltung (Lizenzverträge) relevant. Innovationsprozesse sind durch Geheimnisschutz in Form von Geheimhaltungsvereinbarungen abzusichern. Behandelt werden auch die bei der Verletzung von Schutzrechten eintretenden Rechtsfolgen wie Unterlassung und Schadensersatz. Die verschiedenen Schutzrechte werden zudem in ihrem europäischen und internationalen Kontext betrachtet (Unionsmarke, IR-Marke, Unionsgeschmacksmuster, Einheitspatent). Zur Vermittlung des rechtlichen Basiswissens für Innopreneure werden unterschiedliche Praxisfälle in Verlauf des Moduls vorgestellt und mit den Teilnehmenden diskutiert. Vorträge eines patentanwaltlichen Spezialisten der Automobilzulieferindustrie bzw. eines Geschäftsführers eines großen Bekleidungsunternehmens, zuständig für das Schutzrechtsportfolio und Verletzungsfälle, finden in abendlichen Online-Terminen statt. Im zweiten Präsenztermin soll das Erlernete auch anhand eines Moot Courts praktisch trainiert werden, indem die Teilnehmenden gemeinsam mit den Lehrenden eine Gerichtsverhandlung simulieren.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — sind in der Lage festzustellen, unter welchen Voraussetzungen Urheberrechte, patentfähige Erfindungen andere gewerbliche Schutzrechte und Urheberrechte bestehen. — können in speziellen Datenbanken nach Schutzrechten recherchieren und wissen, wie die Schutzrechte gesichert werden und welche Rechtsfolgen bei der Verletzung von Immaterialgüterrechten eintreten. — wissen um die Möglichkeiten des Designschutzes und der Bekämpfung von schutzrechtsverletzenden Plagiaten, flankiert durch wettbewerbsrechtliche und zollrechtliche Instrumente. — wissen, welche Rechtsinstrumente des Wettbewerbsrechts (UWG/GeschGehG) zur Verfügung stehen, um unlautere Behinderung von Innovationsprozessen zu unterbinden. Sie sind mit dem Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen vertraut. — erwerben Kenntnisse darüber, in welchem internationalen Kontext sich die jeweiligen Schutzrechte bewegen und können die internationalen Registrierungsmöglichkeiten einsetzen, um ein möglichst umfassendes Schutzrechtsportfolio für ihr Unternehmen zu sichern.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Forschungsmethoden

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Robert Mitschke Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	Befragungen von Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitenden, Erfassungen des Betriebsklimas und Bedarfsanalysen zu unterschiedlichen Themenfeldern sind heutzutage eine wichtige Basis für operative und strategische Entscheidungen und gehören zum Standardrepertoire des Managements und Marketings. Zur Umsetzung müssen Daten zielgerichtet erhoben, aufbereitet und problembezogen ausgewertet werden. Forschungsmethodische Grundkenntnisse sind sowohl in den Phasen der Datenerhebung, -aufbereitung und -auswertung als auch bei der Präsentation der gewonnenen Ergebnisse von zentraler Bedeutung. Ziel dieses Moduls ist die handlungsorientierte und praxisnahe Vermittlung von Fachwissen zur Erhebung, Analyse und Präsentation empirischer Daten. Grundlegende Kenntnisse werden sowohl für qualitative als auch quantitative Forschungsmethoden vorgestellt und anhand von ausgewählten Beispielen vertieft. Dazu gehören die Fragebogenkonstruktion und Auswertung, die Durchführung und Analyse von Gruppendiskussionen sowie die Erhebung und Auswertung von Interviews. Schließlich werden geeignete Präsentationsformen erlernt, mit deren Hilfe die Daten bedarfsgerecht aufbereitet und kommuniziert werden können.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — sind vertraut mit grundlegenden qualitativen und quantitativen Forschungsansätzen, kennen die jeweiligen Vor- und Nachteile unterschiedlicher Methoden und können diese zweckentsprechend auswählen. — können qualitative und quantitative Erhebungen für betriebliche Zwecke eigenständig konzipieren und durchführen. — beherrschen die Auswertung von qualitativen und quantitativen Daten mit statistischen bzw. textbasierten Auswertungsverfahren. — können die Ergebnisse Ihrer Forschungsarbeit fachkundig präsentieren.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Finanzmanagement und Investition

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Prof. Dr. Armin Varmaz Hochschule Bremen
Inhalte	Zielsetzung des Moduls ist es, die notwendigen Grundkenntnisse der finanzwirtschaftlichen Bewertung und der Unternehmensfinanzierung zu vermitteln. Nach einem Überblick zum Forschungsgegenstand und den Forschungsansätzen der betrieblichen Finanzwirtschaft werden mit dem Zeitwert des Geldes, Berücksichtigung der zeitvariablen Zinsen, Zinsstrukturkurve und Inflation, Bestimmung der Effektivverzinsung, der Risiko- und Portfolioplanung, der Finanzplanung, der Finanzierungsformenlehre, der Finanzanalyse und der Projektfinanzierung die wesentlichen Themenschwerpunkte der finanzwirtschaftlichen Theorie behandelt. Der Schwerpunkt des Moduls liegt dabei auf der finanzwirtschaftlichen Bewertung von Finanzierungsinstrumenten. Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt, die finanzwirtschaftlichen Theorie auf konkrete Anwendungsprobleme zu übertragen, denen die Entscheider in Organisationen und Unternehmen typischerweise gegenüberstehen. Der Schwerpunkt bietet eine umfassende Behandlung der Schlüsselaspekte im finanzwirtschaftlichen Entscheidungsprozess., inkl. der Bewertung von Projekten unter Unsicherheit, Kapitalkosten sowie Finanzierungsaspekte. Die vermittelten theoretischen Kenntnisse werden anhand von Zahlenbeispielen und Beispielaufgaben illustriert.
Lernergebnisse	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden — die Anforderungen der Finanzwirtschaft als Teil der Organisations- bzw. Unternehmensführung benennen und wesentliche Aspekte unterscheiden. — Methoden der finanzwirtschaftlichen Bewertung von Finanzierungsinstrumenten unter Sicherheit und Unsicherheit beschreiben, illustrieren, vergleichen und anwenden. — Vorgehensweisen und grundlegende Lösungsansätze im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen für die Unternehmensführung entwickeln. — Software-Tools (z.B. Tabellenkalkulation) sowie geeignete Daten nutzen, um finanzwirtschaftliche Fragestellungen zu lösen. — wesentliche Finanzierungsquellen für Organisationen systematisieren und analysieren. — das Zusammenwirken der verschiedenen Finanzierungsquellen erläutern. — Finanzierungskosten für Eigen- und Fremdkapital ermitteln und mit dem Wissen über Risiken sowie Chancen der einzelnen Alternativen (für eine gegebene Situation) das beste Finanzierungsinstrument ermitteln. — Bildung von Portfolios begründen und die Aufteilung des Kapitals vornehmen. — die Grundlagen der Finanzanalyse verstehen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Ausgewählte Aspekte des Innopreneurship

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	In Abhängigkeit des gewählten Themas.
Inhalte	In Abhängigkeit des gewählten Themas.
Lernergebnisse	In dieser Veranstaltung wird ein aktuelles Thema aus dem Bereich des Innopreneurship behandelt. Dabei geht es im Wesentlichen um die Vermittlung von Spezialwissen sowie die Fähigkeit sich derartiges Wissen selbständig anzueignen und für den Einsatz in der Praxis aufzuarbeiten und verfügbar zu machen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), Transferarbeit, zwei Präsenz-/Online-Workshops, Online-Meetups
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul <i>Das Modul kann in den MBA eingebracht werden, wenn nicht bereits das Modul „Professionalisierungsmodul“ gewählt wurde.</i>
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektorientierte Transferarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Sofern das Modul im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Professionalisierungsmodul

Profilmodul (Wahlpflicht)

Lehrende*r	Dozententeam
Inhalte	Im Rahmen des Professionalisierungsmoduls erwerben die Studierenden modulübergreifende Schlüsselkompetenzen. Für den erfolgreichen Abschluss des Moduls sind fünf Modulbausteine im Umfang von jeweils 2 Kreditpunkten zu absolvieren. Diese Bausteine können frei aus dem Angebot der Professionalisierungseinheiten bzw. Kompetenztrainings im Bereich Future Skills gewählt werden. Ausführliche Informationen zu den einzelnen Professionalisierungseinheiten finden sich in der Übersicht Kompetenztrainings .
Lernergebnisse	— Die Studierenden trainieren ihre Sozial- und Methodenkompetenzen. Die so entwickelten Kompetenzen können in den Modulen des Studiengangs weiter trainiert werden (beispielsweise im Rahmen von Präsentationen oder der Projektarbeit) und im beruflichen Alltag umgesetzt werden. — Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, die eigene berufliche Situation zu reflektieren und darauf aufbauend wichtige Handlungskompetenzen weiterzuentwickeln.
Lehrformen	Präsenz-/Online-Workshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Profilbereich, Wahlpflichtmodul Das Modul kann in den MBA eingebracht werden, wenn nicht bereits das Modul „Ausgewählte Aspekte des Innopreneurship“ gewählt wurde.
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Teilnahme am Workshop bzw. den Workshoptagen — Erfolgreiche Bearbeitung der unbenoteten Transferaufgabe(n)
Kreditpunkte und Noten	10 Kreditpunkte (5 x 2 KP) Das Professionalisierungsmodul ist unbenotet.
Häufigkeit des Angebots	Je nach Bedarf werden jedes Semester drei bis vier Future Skills angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Zu den Details siehe die einzelnen Bausteine in der Übersicht: Kompetenztrainings)
Dauer	1 bzw. mehrere Semester
Termine	Siehe Übersicht: Kompetenztrainings
Gebühr	Siehe Übersicht: Kompetenztrainings

Ausgewählte Aspekte zur Professionalisierung

Kompetenztrainings des Professionalisierungsmoduls

Lehrende*r	In Abhängigkeit des gewählten Themas.
Inhalte	In Abhängigkeit des gewählten Themas.
Lernergebnisse	In dieser Veranstaltung werden bestimmte Soft Skills trainiert. Dabei geht es im Wesentlichen um die Vermittlung von überfachlichen Kompetenzen sowie die Fähigkeit, sich derartige Kompetenzen selbstständig anzueignen und für den Einsatz in der Praxis aufzuarbeiten und verfügbar zu machen.
Lehrformen	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
Teilnehmerzahl	max. 17 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul (Future Skill als Baustein des Professionalisierungsmoduls)
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Aktive Teilnahme an der Online-Phase und dem Präsenzworkshop — Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Das Kompetenztraining wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase: ca. 45 Std.)
Dauer	ca. 6 Wochen
Termine	Sofern das Kompetenztraining im aktuellen Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.
Gebühr	(zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Abschlussmodul

Online-Kolloquium und Masterarbeit

Lehrende*r	Nicola Seitz // Bianca Prang Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Inhalte	Das Abschlussmodul begleitet die Erstellung der Masterarbeit und besteht aus folgenden drei Teilen: a) Lektüre der begleitenden Lernmaterialien zur Erstellung der Masterarbeit, b) zwei Online-Intensivphasen mit mentorieller Betreuung, c) Individuelle Betreuung durch eine*n Gutachter*in Zu Beginn des Online-Kolloquiums erstellen die Studierenden eine Kurzpräsentation zu ihrem anvisierten Themenbereich in der Masterarbeit und zeigen entsprechend die Problemstellung, die Forschungsfrage, die Zielsetzung der Masterarbeit sowie die angedachte Methodik auf. Die Kurzpräsentation wird zum Start der ersten Online-Intensivwoche hochgeladen und im Forum diskutiert. Dazu werden Feedbacks von den anderen Teilnehmenden erstellt, die zur Konkretisierung, Unterstützung der eigenen Ideen zur Masterarbeit nützlich sind. In einem Online-Meeting im Anschluss an die Online-Intensivwoche können die Rückmeldungen vom Kolloquium und der Mentorin bzw. dem Mentor im direkten Austausch besprochen werden. Die zweite Online-Intensivphase im Rahmen des Online-Kolloquiums dient der Vorstellung, Diskussion und Überarbeitung des Exposés der Masterarbeit der Teilnehmenden sowie der Diskussion ausgewählter Fragestellungen. Teilnehmende und Mentor*in geben dazu Feedback in Form einer Stellungnahme und im Rahmen eines weiteren Online-Meetings. Die Mentorin bzw. der Mentor steht auch während und zwischen den Intensivphasen für die Klärung organisatorischer und formaler Fragen zur Verfügung. Fachliche Fragen beantworten parallel die Gutachter*innen.
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden des Moduls — können eine Fragestellung für eine Masterarbeit aus dem Bereich Innovationsmanagement und/oder Entrepreneurship selbständig und klar formulieren. — können ein adäquates Forschungsdesign entwickeln. — sind in der Lage, eine Masterarbeit selbständig unter Nutzung wissenschaftlicher Modelle und Methoden zu erstellen. — haben Kenntnis der inhaltlichen und formalen Kriterien an eine wissenschaftliche Abschlussarbeit und können diese anwenden.
Lehrformen	Selbststudium, Online-Kolloquium
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine; für den Antrag auf Zulassung zur Masterarbeit: Prüfungsleistungen in einem Umfang von mindestens 40 KP
Verwendbarkeit des Moduls	Abschlussmodul, Pflichtmodul <i>Dieses Modul flankiert die Erstellung der Masterarbeit und beinhaltet die Erstellung ebendieser.</i>
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	— Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen im Online-Kolloquium — Erstellung eines Exposés zum Vorhaben der Masterarbeit — Eigenständige Anfertigung der Masterarbeit unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 20 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Semester angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 600 Std. (Online-Kolloquium: 60 Std.; Masterarbeit: 540 Std.)
Dauer	--
Termine	Die Termine lassen sich dem (Online-)Anmeldeformular entnehmen
Gebühr	Die aktuellen Gebühren sowie weitere Details finden Sie auf unserer Website (zzgl. Gasthörgebühr oder Semesterbeitrag)

Beratung & Kontakt

Nicola Seitz
Managerin für wissenschaftliche Weiterbildung



Beratungstermin vereinbaren

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
C3L – Center für lebenslanges Lernen
Ammerländer Heerstraße 136
26129 Oldenburg

☎ +49 (0)441 / 798 50 45

✉ innovationsmanagement@uol.de

<https://uol.de/innovationsmanagement>

[Instagram](#) | [YouTube](#) | [LinkedIn](#) | [Facebook](#)