

Syllabus

Business Basics – Entrepreneurship und Digitale Transformation

Auf dieser Seite findet ihr den Überblick über den Kurs: Worum es geht, was ihr lernt, wie eine Woche abläuft, wie geprüft wird und welche Materialien es gibt.

! Das ist Teil 2 des Moduls, nicht das ganze Modul

Diese Website begleitet ausschließlich **Teil 2** des Pflichtmoduls **BA-SBB „Studienkompetenzen und unternehmerisches Denken“**: „Business Basics – Entrepreneurship und Digitale Transformation“ (Dr. Tobias Vlcek).

Teil 1, „Studienkompetenzen“ (Dr. Anja Günther), ist ein eigener, separat organisierter Teil des Moduls und findet *nicht* auf dieser Website statt. Termine, Materialien und Ablauf von Teil 1 werden getrennt angekündigt (STiNE). Erwartet hier also keine Teil-1-Unterlagen.

Beide Teile gehören zum selben Modul: Die **Anmeldung zur Klausur** setzt voraus, dass ihr die **Studienleistung in Teil 1** erbracht habt (Näheres dazu gibt Teil 1 bekannt). Geprüft wird am Ende ausschließlich der Stoff von Teil 2.

Worum es geht

Business Basics ist ein **Orientierungskurs** für das erste Semester: ein ehrlicher, praxisnaher Überblick darüber, was Betriebswirtschaftslehre eigentlich ausmacht – von der ersten Produktidee bis zum Markt. Der Kurs folgt der Leitidee **„Von der Idee zum Markt“** und behandelt in sieben Sitzungen die zentralen Fragen: Warum scheitern Produkte? Was brauchen Kunden wirklich? Wie entsteht aus einer Idee ein tragfähiges Geschäft? Wie behauptet man sich im Wettbewerb, und wie verändert die Digitalisierung die Spielregeln?

Ihr braucht **keine Vorkenntnisse**. Es geht nicht um Auswendiglernen, sondern darum, Konzepte an neuen Fällen wiederzuerkennen und anzuwenden.

Lernziele

Nach diesem Kursteil könnt ihr ...

- Innovations- und Produktentwicklungsprozesse im unternehmerischen Kontext einordnen und typische Scheitermuster benennen,
- Kundenbedürfnisse und Marktchancen mit grundlegenden Methoden analysieren,
- Geschäftsmodelle systematisch entwickeln und bewerten, inklusive Kosten- und Erlösstrukturen,

- Wettbewerbs- und Marktsituationen aus strategischer Perspektive einordnen,
- die Auswirkungen der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle und Märkte beschreiben, einschließlich Plattform-Ökonomie und generativer KI,
- mit verhaltensökonomischen Grundlagen erklären, wie Kunden entscheiden und was das für Produktgestaltung und Preissetzung bedeutet.

Sitzungsplan

Acht Sitzungen. Die Leitfrage zeigt, worum sich die jeweilige Sitzung dreht.

#	Sitzung	Leitfrage
1	<u>Warum Produkte scheitern</u>	Warum scheitern die meisten neuen Produkte?
2	<u>Understanding the Customer</u>	Wie finde ich heraus, was Kunden wirklich brauchen?
3	<u>Design Thinking & User-Centered Innovation</u>	Wie entwickle ich systematisch kreative Lösungen?
4	<u>Business Models, Value & Money</u>	Wie wird aus einer Idee ein tragfähiges Geschäft, und wer bezahlt dafür?
5	<u>Competition & Strategy</u>	Wie positioniere ich mich im Wettbewerb oder umgehe ihn ganz?
6	<u>Digital Transformation & Platforms</u>	Wie verändert Digitalisierung Märkte und Geschäftsmodelle?
7	<u>Launch, Customer Behavior & Synthesis</u>	Wie bringe ich ein Produkt auf den Markt, und warum entscheiden Kunden irrational?
8	<u>Generative KI, Quarto & Git</u>	Welche Werkzeuge geben mir einen Vorsprung?

Tutorien

Zu jeder Kernsitzung gibt es ein begleitendes Tutorium, in dem ihr die Konzepte an Fällen und Übungen anwendet. Die Tutorien sind **freiwillig**; alle Aufgaben lassen sich auch allein bearbeiten (siehe die jeweilige Tutoriumsseite).

Tutorium

- 1 [Failure Analysis](#)
- 2 [The Customer Interview](#)
- 3 [Design Sprint Mini](#)
- 4 [Build Your Business Model](#)
- 5 [The Strategy Game](#)
- 6 [Platform Pitches & AI Experiment](#)
- 7 [Capstone Challenge](#)

Ablauf einer Woche

Jede Woche folgt demselben Rhythmus:

1. **Vorlesung** (90 Minuten): der inhaltliche Kern der Woche. Danach steht auf der Sitzungsseite die Folie „Was davon ist klausurrelevant?“.
2. **Quiz**: ein kurzer Selbsttest zur Sitzung. **Formativ und unbenotet**: Ihr prüft euer Verständnis, nichts wird gespeichert oder bewertet.
3. **Tutorium** (90 Minuten, freiwillig): Ihr wendet die Konzepte in Kleingruppen an, startet mit einem kurzen Klausur-Trainingsblock und schließt mit „So taucht das in der Klausur auf“.

Prüfung

Der Kurs schließt mit einer **90-minütigen Multiple-Choice-Klausur** über den Stoff von Teil 2 ab. Alle Details zu Format, Aufgabentypen, Bewertung und Vorbereitung findet ihr auf der Seite [Klausurinfos](#).

Kurz gefasst: Papier-Multiple-Choice, keine Minuspunkte, **kein Taschenrechner nötig** (alle Rechnungen sind im Kopf lösbar), Anmeldung über STiNE innerhalb der offiziellen Fristen.

Materialüberblick

Alles, was ihr für Kurs und Vorbereitung braucht, liegt auf dieser Website:

- **Vorlesungsfolien** – jede Sitzung als scrollbare Webseite und als Foliendeck (mit PDF-Download über den Link oben rechts auf jeder Sitzungsseite).
- **Quizzes** – ein formativer Selbsttest pro Sitzung zur Selbstkontrolle.
- **Cheatsheets** – eine kompakte Ein-Seiten-Zusammenfassung pro Sitzung (z. B. [Cheat-sheet 01](#)).
- **Tutoriumsseiten** – Ablauf, Materialien zum Download und Nachbereitungsaufgaben zum Selbermachen.
- **Probeklausur** – bildet Format, Aufgabentypen und Zeitdruck realistisch ab.

- **Literatur** – freiwillige Hintergrundlektüre für alle, die einzelne Themen vertiefen möchten. Es gibt **keine Pflichtlektüre**; prüfungsrelevant ist ausschließlich der Vorlesungsstoff.

Organisatorisches

- **Anmeldung:** über **STiNE** innerhalb der offiziellen Fristen.
- **Voraussetzungen zur Teilnahme:** keine.
- **Anmeldung zur Klausur:** erfordert die erfolgreich erbrachte Studienleistung in Teil 1 des Moduls.
- **Sprache:** Deutsch mit den etablierten englischen Fachbegriffen aus der Praxis (z. B. MVP, Business Model Canvas, Blue Ocean).
- **Umfang:** 6 ECTS für das Gesamtmodul (Teil 1 und Teil 2 zusammen).