

Startfeldcoaching

Kursbeschreibung

MAS	CAS	5 ECTS-Punkte
MAS in Corporate Innovation Management		
Verantwortlich Beda Meienberger	Dozierende Beda Meienberger, ev. weitere Coaches	Modul Modul Startfeldcoaching
Datum Tbd, Feb. 2013	Dauer Präsenzverpflichtung Siehe Modulablauf	Gesamter Workload 150h

Leitidee

“**Unternehmertum und Innovation**“ - ein geführter Prozess in die Selbständigkeit

Lernziele

Die Teilnehmenden:

- Nutzen und Verstehen der Verbindung Unternehmertum und Innovation durch den Coaching Prozesses Startfeld
- Erhalten Grundlagen/Voraussetzungen zum Unternehmertum und Firmengründung
- Erkennen eigene unternehmerischen Fähigkeiten mit der Befähigung, eigene Businessideen weiterzuentwickeln und diese mit einem Businessmodell abzustimmen
- Entwickeln eine Business-Strategie und einen Businessplan, welcher mittels Innovationen und Unternehmertum sich differenzieren am Markt und zum Wettbewerb.

Empfohlene Vorkenntnisse/Anforderungen

Kreativitätstechniken aus den vorgelagerten Modulen vom MAS CIM, Markt- und Technologieverständnis, Unternehmerisches Denken und Handeln.

Lehrmethoden

Diverse Kreativitätstechniken (Traventure, Worldcafé und Design Thinking). Die Blue Ocean Strategie für das Erarbeiten einer Business-Strategie und CANVAS für das Erstellen eines Businessmodells. Eingesetzt wird auch eine Assessmentmethode für das Erheben der Entrepreneurship-Fähigkeiten. Die Teilnehmenden erarbeiten in Gruppenübungen und anhand von konkreten Übungsaufgaben und Praxisbeispielen Ergebnisse für den Eigengebrauch.

Lerninhalte

Lehr-einheit*	Inhalte
1.	<p>Grundlagen Unternehmertum und Firmengründung</p> <p>Grundlagen des Unternehmertum und das Notwendige für das Firmengründen einer eigenen Unternehmung.</p> <p>Was bedeutet Unternehmertum – welche Ausprägungen von Unternehmertum gibt es? Wie ist eine Geschäftsgründung planbar?</p> <p><i>Ziele: Kennenlernen und Bekannt machen der Grundlagen des Unternehmertums und das Gründen einer Firma. Herausfinden der eigenen Neigungen und Fähigkeiten in bezug auf Gründung und Unternehmertum.</i></p>
2.	<p>Entwickeln einer Geschäftsidee</p> <p>Durch die Globalisierung und Internationalisierung ist der Druck auf verschiedene Branchen und Geschäftstätigkeiten stark gestiegen und verlangt eine permanente</p>

	<p>Überprüfung der eigenen Vision und Geschäftsstrategie.</p> <p>Aus diesem Bedürfnis heraus entstehen Spinoffs (Auslagerungen) und aber auch Neugründungen, welche bedürfnisgerechter und innovativer die Kundenansprüche befriedigen können.</p> <p><i>Ziele: Mittels dem Kreativprozess ist die Geschäftsidee so weiter zu entwickeln, dass genügend Substanz (Machbarkeit und Inhalt) mit zusätzlicher Validierung und Befragung die Kundenbedürfnisse genügend abdeckt. Auseinandersetzung mit dem Unternehmertum und der Innovationsmanagement. (Befähigung)</i></p>
3.	<p>Strategische Ausrichtung einer Unternehmung</p> <p>Grundlagen und Entwickeln einer Unternehmensstrategie (Blue Ocean Strategie). Die Aktivitäten einer angehenden Unternehmung werden simultan auf sind Differenzierung/Kostensenkung abgestimmt. Mittels Blue Ocean sind neue und unbekannte Märkte und Geschäftsfelder zu entdecken, welche interessante Entwicklungs-möglichkeiten aufzeigen.</p> <p><i>Ziele: Erkennen von neuen Mustern und Systematiken, welche ein besseres Anwendungsverständnis von Gründungs- und Unternehmensmöglichkeiten aufzeigen und die dazu die passende Bewertung liefern.</i></p>
4.	<p>Entwickeln eines Businessmodells und eines anwendbaren Businessplans</p> <p>Auf der Basis von A. Osterwalder wird mittels CANVAS ein Geschäftsmodell entwickelt, welches die Grundlage bildet, um einen konkreten Businessplan auszuförmulierenden.</p> <p>Wie können die Kundenbedürfnisse und die Wertschöpfung passend in das passende Businessmodell integriert werden?</p> <p><i>Ziele: Erkennen, dass Unternehmertum bei sämtlichen Fragen im Kontext mitschwingt und dies im kleinen und alltäglichen gut anwendbar ist – an den Beispielen von drei typischen Geschäftsfällen.</i></p>
5.	<p>Erarbeiten eines Businessplans und Präsentation</p> <p>Erarbeiten eines Businessplan (eigene Geschäftsidee) inkl. Roadmap und Fazit. Umfang von ca. 15 bis 30 Seiten. Dazu ein Pitching (Präsentation), welches in komprimierter Form die eigene Geschäftsidee, verständlich und gut kommuniziert den Teilnehmenden adressiert.</p> <p>Bewertung/Testatanforderung</p> <p>Die schriftliche Arbeit und die Präsentation werden bewertet.</p> <p><i>Ziele: Bekannt machen des eigenen Businessplanes und den Erfolgsfaktoren, welche die Gründerkompetenz, das Unternehmertum und die Innovationsfähigkeit in einem Gesamtkontext fördern – am Beispiel von konkreten Uebungen.</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Eigene Geschäftsideen und Übungsbeispiele mitbringen - Mögliche Fragestellungen anderer Teilnehmenden überdenken und gemeinsame Lösungsansätze erarbeiten - evt. Literaturstudium

 = angeleitetes Selbststudium

Eingesetzte Literatur

Dozierenden-Handout (Powerpoint-Präsentationsfolien)

Empfohlene Literatur

- A. Osterwalder, Business Generation Modell
- W. Chan Kim & Renée Mauborgne, Blue Ocean Strategie
- Startzentrum.ch, Gründen 2.0/3.0, Wie aus Ideen Unternehmungen werden
- U.Füglitalder, C.Müller, S.Müller, T.Volery, Enterpreneurship