

Gültig für 2022.HS

<b>Modulbezeichnung: Business Idea Testing</b>	
Modulkürzel	w.BA.XX.WPM-BIT.XX
Beschreibung des Moduls	Ob angehende Start-Up Gründer, Venture Capitalist oder Product Manager, wertsich mit neuen Produkten oder Services beschäftigt, wird früher oder später vor derentscheidenden Frage stehen: Wie lässt sich der Markterfolg einer neuen Ideeabschätzen? Genau dem widmet sich dieses Wahlpflichtfach. Anhand des LeanStartup und Customer Development Ansatzes wird ein systematischer, kreativer Prozessvermittelt. In diesem wird die potenzielle Nachfrage nach einem neuen Produkt-/Servicekonzept durch ein Marktexperiment (z.B. A/B Testing, Wizard of Oz, Simulationsverkäufe) überprüft. Dazu werden Kleingruppen (je Klassengrösse von 2-4 Personen) eine konkrete Idee selber entwickeln, Interviews führen und ihre Idee miteinem selbst erstellten Software-Prototypen mit Kunden testen. Im Kurs wird Wert aufpraxisorientierte Wissensvermittlung und regelmässige Team-Workshops/Übungengelegt. Während Themenbereiche für digitale Produkt- und Geschäftsideen in der erstenSemesterwoche zur Auswahl vorgeschlagen werden, ist es auch möglich als Gruppeeigene Produktideen mit Zielgruppe Konsumenten/Privatpersonen zu bearbeiten. Die Vorlesungfindet auch Deutsch statt, die Literatur ist häufig in Englisch.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (FLEX)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (PIE)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management (Flex)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Risk and Insurance</li> </ul>
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009, Anhang zur Studienordnung für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	<b>Modultyp:</b> Wahlpflichtmodul
	<b>Studienabschnitt:</b> Hauptstudium
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Jens Haarmann (haar)
Modulverantwortung Stellvertretung	Helen Vogt (vogh)
Spezifische Vorkenntnisse	Ein Grundlagenwissen in der Betriebsökonomie ist sinnvoll, ein Interesse an Entrepreneurship, Marktforschung, Marketing und quantitativen Analysen hilfreich. Ihre Eigeninitiative vorausgesetzt, wird alles Weitere im Kurs vermittelt.
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Fachkompetenz</li> <li>§ Methodenkompetenz</li> <li>§ Sozialkompetenz</li> <li>§ Selbstkompetenz</li> </ul>
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte wissen &amp; verstehen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren</li> </ul> <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Problemlösung &amp; Kritisches Denken</li> <li>§ Wissenschaftliche Methoden</li> <li>§ Arbeitsmethoden, -techniken &amp; -verfahren</li> <li>§ Nutzung von Informationen</li> <li>§ Kreativität &amp; Innovation</li> </ul> <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Schriftliche Kommunikation</li> <li>§ Mündliche Kommunikation</li> <li>§ Kooperation im Team &amp; Umgang mit Konflikten</li> <li>§ Interkulturalität &amp; Perspektivenübernahme</li> </ul>

	Selbstkompetenz		
	§ Selbstmanagement & Selbstreflexion		
	§ Ethische & Soziale Verantwortung		
	§ Lernen & Veränderung		
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ können die kritischsten Annahmen für den Markterfolg einer Produktidee in der Form überprüfbarer Hypothesen formulieren.</li> <li>§ können Kundenbedürfnisse mittels explorativer Interviews analysieren und kennen dazu Best Practices.</li> <li>§ können Kundenbedürfnisse mittels Beobachtung identifizieren und kennen dazu Best Practices.</li> <li>§ können Märkte hinsichtlich ihrer Grösse und Attraktivität anhand verschiedener Kriterien beurteilen.</li> <li>§ kennen verschiedene explorative und validierende Business-Experimentenarten und deren Vor- und Nachteile.</li> <li>§ können einen einfachen 'clickable' Prototypen für eine Software-basierte Dienstleistung mittels spezieller Software erstellen.</li> <li>§ verstehen es Innovationsentscheide basierend auf im Team definierten Kriterien systematisch zu fällen.</li> <li>§ können ein Marktvalidierungs-Experiment für eine neue Produkt-/Serviceidee selbständig durchführen.</li> <li>§ verstehen es eine Produkt/Serviceidee faktbasiert und überzeugend Investoren/dem Management vorzustellen.</li> </ul>		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Einführung und Innovationsstrategie</li> <li>§ Business-Hypothesen formulieren</li> <li>§ Tools I: Bedürfnisse analysieren durch explorative Interviews &amp; Nethnographie</li> <li>§ Potenzielle Kunden finden</li> <li>§ Tools II: Marktgrössen schätzen</li> <li>§ Märkte segmentieren und vergleichen</li> <li>§ Tools III: Kreativmethoden zur Entwicklung von Produkt-/Servicekonzepten</li> <li>§ Ueberblick über Validierungsexperimente</li> <li>§ Tools IV: Clickable Prototypen, Wizard of Oz und Mockups bauen</li> <li>§ Business-Experiment mit Testkunden durchführen</li> </ul>		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Lehrvortrag</li> <li>§ Fallstudien</li> <li>§ Übungen</li> <li>§ Problemorientierter Unterricht</li> <li>§ Projektarbeit</li> </ul>	<b>Eingesetzte Sozialformen:</b> Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Reader</li> <li>§ Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen)</li> <li>§ Fallstudien (inkl. Lösungen)</li> <li>§ (Multiple-Choice)-Tests</li> </ul>		
Unterrichtsgliederung	<b>Kontaktstudium</b>	<b>Begleitetes Selbststudium</b>	<b>Autonomes Selbststudium</b>
Grossklasse	-	-	
Kleinklasse	20 h	-	
Gruppenunterricht	8 h	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
<b>Total</b>	<b>28 h</b>	<b>0 h</b>	
<b>Leistungsnachweise</b>			
<b>Modulendprüfung</b>	<b>Form</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
-	-	-	-
<b>Hilfsmittel</b>	-		
<b>Andere</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
Mündliche Beteiligung / Präsentation Zwischenergebnisse	Note	-	20,00 %
Schriftliche Abschlusspräsentation 'Product Idea Pitch' (Ppt + Exec Summary)	Note	-	60,00 %
Mündlicher Vortrag Abschlusspräsentation 'Product Idea Pitch'	Note	12	20,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Keine		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	Vorlesungsskripte und zumeist englischsprachige Literatur (u.a. 'The Entrepreneur's Guide to Customer development')		

Ergänzende Literatur	-
Bemerkungen	<p>A) Zur Gruppenarbeit (mündlich &amp; schriftlich): Für den Leistungsnachweis 'Product Idea Pitch' kann eine Peer Evaluierung durchgeführt werden, in der die Gruppenmitglieder die individuelle Arbeitsleistung der jeweils anderen Gruppenmitglieder anonymisiert beurteilen. Dessen Ergebnis kann Einfluss auf die Benotung der beiden Leistungsnachweise haben. Der abschliessende Entscheid hierüber liegt bei den Dozierenden. Sanktion bei nicht fristgerechtem Einreichen der schriftlichen Arbeit: Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote. Dies betrifft die gesamte Gruppe. Sanktion bei Nicht-Beteiligung an der Gruppenarbeit / Fehlen bei mehr als 25% der selbstorganisierten Gruppenmeetings oder unentschuldigtes Fehlen bei der Abschlusspräsentation: Abzug bis zu einer ganzen Note von der Modulendnote beim betreffenden Gruppenmitglied.</p> <p>B) Zur mündlichen Beteiligung/Präsentation Zwischenergebnisse: Dieser Notenanteil kann durch spontane Beteiligung erfolgen oder die Vorstellung von Zwischen-/Übungsergebnissen.</p>