

Gültig ab 2024.HS

Modulbezeichnung: Business Idea Testing			
Modulkürzel	w.BA.XX.WPM-BIT.XX		
ECTS Credits	3		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Beschreibung des Moduls	<p>Ob angehender Product Manager, Start-Up Gründer, oder Venture Capitalist, wer sich mit neuen Produkten oder Services beschäftigt, wird früher oder später vor der entscheidenden Frage stehen: Wie lässt sich der Markterfolg einer neuen Idee abschätzen? Genau dem widmet sich dieses Wahlpflichtfach. Anhand des Lean Startup und Customer Development Ansatzes wird ein systematischer, kreativer Prozess vermittelt. 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 mit einem selbst erstellten Konzept-Mockup mit realen Kunden testen. Im Kurs wird Wert auf praxisorientierte Wissensvermittlung und regelmässige Team-Workshops/Übungen gelegt. Während Themenbereiche für digitale Produkt- und Geschäftsideen in der ersten Semesterwoche zur Auswahl vorgeschlagen werden, ist es auch möglich als Gruppe eigene Produktideen mit Zielgruppe Konsumenten/Privatpersonen zu bearbeiten. Die Vorlesung findet auf Deutsch statt, die Literatur ist häufig in Englisch.</p>		
Verantwortliche OE	IMM Ltg.		
Modulverantwortung	Jens Haarmann		
Modulverantwortung Stellvertretung	Helen Vogt		
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebsökonomie - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing • Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance • Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (Flex) • Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design • Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics • Betriebsökonomie - Vertiefung in Financial Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management (Flex) • Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing • Betriebsökonomie - Vertiefung in Risk and Insurance • Wirtschaftsinformatik - Vertiefung in Business Information Systems 		
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009		
Modulkategorie	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Modultyp Wahlpflichtmodul</td> <td style="width: 50%;">Studienabschnitt Hauptstudium</td> </tr> </table>	Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium		
Spezifische Vorkenntnisse	Ein Grundlagenwissen in der Betriebsökonomie ist sinnvoll, ein Interesse an Innovationen, Entrepreneurship, Marktforschung, Marketing und quantitativen Analysen hilfreich. Ihre Eigeninitiative vorausgesetzt, wird alles Weitere im Kurs vermittelt.		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz 		

Modulbezeichnung: Business Idea Testing

Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Problemlösung & Kritisches Denken • Wissenschaftliche Methoden • Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren • Nutzung von Informationen • Kreativität & Innovation Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation • Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten • Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Selbstmanagement & Selbstreflexion • Ethische & Soziale Verantwortung • Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die kritischsten Annahmen für den Markterfolg einer Produktidee in der Form überprüfbarer Hypothesen formulieren. • können Kundenbedürfnisse mittels explorativer Interviews und Beobachtung analysieren und kennen dazu Best Practices. • können Märkte hinsichtlich ihrer Grösse und Attraktivität anhand verschiedener Kriterien beurteilen. • kennen verschiedene explorative und validierende Business-Experimentarten und deren Vor- und Nachteile. • können einen einfachen 'clickable' Prototypen/Landing Page für ein neues Produkt bzw. Service mittels einfacher Mockup-Tools erstellen. • verstehen es Innovationsentscheide basierend auf im Team definierten Kriterien systematisch zu fällen. • können ein einfaches Marktvalidierungs-Experiment für eine neue Produkt-/Serviceidee selbständig durchführen. • verstehen es eine Produkt/Serviceidee faktenbasiert und überzeugend Investoren/dem Management vorzustellen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Innovationsstrategie • Business-Hypothesen formulieren • Tools I: Bedürfnisse analysieren durch explorative Interviews & Nethnographie • Potenzielle Kunden finden • Tools II: Marktgrössen schätzen • Märkte segmentieren und vergleichen • Tools III: Kreativmethoden zur Entwicklung von Produkt-/Servicekonzepten • Ueberblick über Validierungsexperimente • Tools IV: Tools zum Bau von clickable Prototypen, Wizard of Oz und Mockup-Experimenten • Business-Experiment mit Testkunden durchführen
Verknüpfung zu anderen Modulen	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p>
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Reader • Lehrvideos • Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) • Fallstudien (inkl. Lösungen) • (Multiple-Choice)-Tests
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Problemorientierter Unterricht • Lehrvortrag • Projektarbeit • Übungen • Vorträge durch Gastreferierende <div style="border-left: 1px solid black; padding-left: 10px; margin-left: 20px;"> <p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit </div>

Modulbezeichnung: Business Idea Testing

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
	Grossklasse	-	-	
	Kleinklasse	20 h	-	
	Gruppenunterricht	8 h	-	
	Praktikum	-	-	
	Seminar	-	-	
	Total	28 h	0 h	62 h
Leistungsnachweise	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	-			
	Hilfsmittel			
	Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Abschlusspräsentation 'Product Idea Pitch' - Schriftlich & Mündlich (Ppt)	Note	15	100
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	<p>Andere</p> <p>Die Anwesenheit zu Vorträgen von Gastreferierenden ist verpflichtend (ca. 25%). Einzelne Wochen werden als Online-Vorlesung organisiert. Bei der Teilnahme daran ist das Anschalten der Kamera zwecks höherer Interaktion verpflichtend.</p>			
Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none"> Vorlesungsskripte und zumeist englischsprachige Literatur (u.a. 'The Entrepreneur's Guide to Customer development') 			
Ergänzende Literatur				
Bemerkungen	<p>A) Zur Gruppenarbeit '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 individuelle Note haben. Der abschliessende Entscheid hierüber liegt bei den Dozierenden.</p> <p>B) 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>			