Unternehmensführung A
Beschreibung des Kurses

UNTERRICHTSSPRACHE: Deutsch

SEMESTER: Sommersemester 2011-2012

GESAMTANZAHL DER VORLESUNGSSTUNDEN/LABOR: 48

KREDITPUNKTE: 8

WISSENSCHAFTLICH-DISZIPLINÄRER BEREICH: secs-p/08

GESAMTANZAHL DER ÜBUNGSSTUNDEN: -

DOZENT: *Prof. Christian Lechner, c.lechner@esc-toulouse.fr*

DIDAKTISCHER MITARBEITER: -

VORAUSSETZUNGEN: Basiskenntnisse in Finanzierung sind wünschenswert

BESCHREIBUNG DES KURSES: Dieser Kurs behandelt den Gründungsprozess von Unternehmen und interessiert sich demnach für Gründer und die Schaffung von Wachstumsunternehmen. Der Kurs beschäftigt sich mit den Prozessen und Aktivitäten, die notwendig sind, um Firmen zu gründen und zu entwickeln.
Dieser Kurs wird die Teilnehmer nicht notwendiger Weise zu Unternehmern machen, aber ihnen einen Eindruck vermitteln, was es bedeutet, Unternehmer zu sein, eine Firma zu gründen oder für eine junge Firma zu arbeiten.
Für diejenigen, die planen, eine Firma zu gründen oder zu übernehmen, kann dieser Kurs eine wichtige Vorbereitung sein.

AUFLISTUNG DER BEHANDELTEN THEMEN:

- Was ist eigentlich Gründungsmanagement?
- Entwicklung von Geschäftsideen
- Evaluierung von Geschäftsmöglichkeiten für Unternehmensgründungen
- Geschäftsmöglichkeiten in entstehenden Märkten und in High-Tech Märkten
- Entwicklung eines Business Model
- Eintrittsstrategien
- Wettbewerbsstrategien
- Ressourcengewinnung für Start-ups
- Unternehmernetzwerke und Unternehmensnetzwerke
- Wachstumsstrategien junger Unternehmen
- Wachstumsmanagement

BILDUNGSZIELE:

Ziel des Kurses ist es, Einsichten in die Rolle des Unternehmers und der Gründungsprozesse zu geben, um:

- Die Rolle und Herausforderungen eines Unternehmers zu verstehen
- Den Unterschied zwischen Firmengründungen und etablierten Unternehmen zu verstehen
- zu lernen, wie Geschäftsmöglichkeiten analysiert werden
- Gründungsmanagementstrategien zu verstehen
- Die Verschiedenartigkeit unternehmerischen Handelns zu erkennen

UNTERRICHTSFORM:

Der Kurs ist fallstudienorientiert: die Teilnehmer müssen die Konzepte, die im Laufe des Kurses entwickelt wurden auf unternehmerische Entscheidungen anwenden. Daher ist eine gute Vorbereitung auf die Vorlesungen unabdingbar, um aktiv an der Diskussion teilzunehmen.
Die Vorlesungen und die Pflichtlektüren liefern das Basiswissen, um die Fallstudienlösungen zu erarbeiten

LEISTUNGSBEWERTUNG DES STUDENTEN/PRÜFÜNGSMODALITÄT:

Mitarbeit und Fallstudiendiskussionen (10%), Gruppenprojekt: Start-up Plan (30%), Examen (60%).
ODER für diejenigen , die nicht am Kurs teilnehmen: Schriftliche Prüfung (100%).

NOTWENDIGE LITERATURLISTE:

- Stevenson, H., Grousbeck, I., and Roberts, M., New Business Ventures and the Entrepreneur, 5th edition, McGraw-Hill, 1998.
- Sahlman, W., Stevenson, H., Robertson, M., and Bhide, A., The Entrepreneurial Venture, 2nd edition, Harvard Business School press, 1999.
- Timmons, J., New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century, 5th edition, McGraw Hill, 1999.
- Bhide, A., The Origin and Evolution of New Businesses, Oxford University Press, 2001.

Die komplette Literaturliste wird zu Kursbeginn veröffentlicht

Entrepreneurhip A

Course Description

TEACHING LANGUAGE: German

SEMESTER: Spring 2011-2012

TOTAL LECTURE HOURS: 48

CREDIT POINTS: 8

LECTURER: Prof. Christian Lechner, *c.lechner@esc-toulouse.fr*

TEACHING ASSISTANT: -

TOTAL EXERCISE HOURS: -

PREREQUISITE:
Students should have a basic understanding of corporate finance.

COURSE DESCRIPTION:
This is an introductory course about entrepreneurs and entrepreneurship, i.e. the creation of fast growing firms. It is about people and the processes related to launching and building new ventures and transforming them into viable, sustainable and valuable enterprises.
This course will not necessarily make you an entrepreneur but give you a clearer idea about the challenges you would face in launching a new business and what it means to create a new business, to work for an entrepreneurial firm.
If you are planning to start a new venture or take over an existing one, this course can be an important preparation; it can also help you to understand the role of an investor in new ventures.

LIST OF TOPICS COVERED:
• What is entrepreneurship?
• Business ideas
• Evaluation of entrepreneurial opportunities
• The link between entrepreneurial firm typologies and opportunities
• Technology opportunities in emerging markets
• Opportunities and markets
• Entry strategies
• Competitive strategies of entrepreneurial firms
• Resourcing the new venture
• Entrepreneurial networking and networks
• Growth strategies of entrepreneurial firms
• Managing growth

EDUCATIONAL OBJECTIVES:

The objective of the course is to give sufficient insight into entrepreneurs and entrepreneurial processes in order to:

• Understand the role and challenges of an entrepreneur
• Understand the difference between established firms and new ventures
• Understand how to evaluate opportunities
• Understand the strategies of new venture management
• Recognize the variety of entrepreneurial behaviors

TEACHING FORMAT:

The course is case oriented, requiring students to apply principles developed in class to entrepreneurial decisions and to come to class fully prepared to engage in active discussions.
Lectures and assigned literature will give the students the background to deal with problems raised in the case studies.

ASSESSMENT:

Participation -Case Discussions (10%), Group project: New Venture Map – idea plan for a new venture (30%), Final Exam (60%).
No participation: Final exam (100%)

REQUIRED READINGS:

• Lecture Notes and selected chapters/readings/cases from:

• Stevenson, H., Grousbeck, I., and Roberts, M., New Business Ventures and the Entrepreneur, 5th edition, McGraw-Hill, 1998.
• Sahlman, W., Stevenson, H., Robertson, M., and Bhide, A., The Entrepreneurial Venture, 2nd edition, Harvard Business School press, 1999.
• Timmons, J., New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century, 5th edition, McGraw Hill, 1999.
• Bhide, A., The Origin and Evolution of New Businesses, Oxford University Press, 2001.

SUPPLEMENTARY READINGS:

• Additional cases from Harvard Business School case studies pack
• The full reading list will be presented at the beginning of the course