

Titel der Lehrveranstaltung					
Science to Market: Vermarktung von Produktideen aus der Forschung					
LV-nummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3,0	4.-6.	1x pro Semester	2 SWS
1	Kontaktzeit 23 h		Selbststudium 67 h		geplante Gruppengröße 20
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Veranstaltung zielt auf die Vermittlung folgender Fähigkeiten und Kenntnisse: <ul style="list-style-type: none"> - Methoden und Möglichkeiten der Informationsrecherche - Anwendung von Kreativitätstechniken zur Ideenfindung mit Blick auf die Entwicklung neuer Produkte und deren Vermarktung - Anwendung von Verfahren für die Bewertung von Geschäftsideen - Durchführung von Marktrecherchen - Arbeit in Gruppen - Darstellung und Präsentation von Arbeitsergebnissen 				
3	Inhalte Ziel der Veranstaltung ist die Erstellung einer Machbarkeitsstudie auf der Basis eines vorgegebenen FuE-Ergebnisses (Forschungsbericht, Patent, Funktionsmuster, etc.). In einem ersten Schritt entwickeln dazu die Teilnehmer in Gruppen Geschäftsideen, die einem Bewertungsprozess unterzogen werden. Im zweiten Schritt wird für die favorisierte Idee eine Machbarkeitsstudie angefertigt, welche vor allem die wirtschaftliche Umsetzbarkeit überprüfen soll. Dabei werden Methoden der Informationsrecherche, Techniken der Ideenfindung, Instrumente zur Bewertung und Auswahl von Ideen, sowie Instrumente der Marktforschung und des Projektmanagements praktisch angewendet. Die Ergebnisse werden in einer Abschlusspräsentation vor einer Jury dargelegt.				
4	Lehrformen Selbststudium, Lehrgespräch, Gruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse				
6	Prüfungsform(en) Hausarbeit und Präsentation; in die Modulnote gehen beide Prüfungsteile in der Regel zu jeweils 50% ein				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Anwesenheit während der Veranstaltung; Anfertigung der Hausarbeit und Teilnahme an der Abschlusspräsentation				
8	Verwendung der Lehrveranstaltung (in anderen Studiengängen) Wahlpflichtfach im Bachelorstudiengang Business Administration; Soft Skills-Angebot im Fachbereich SciTec; Wahlpflichtfach im FB MB und WI				

9	Stellenwert der Note für die Endnote
10	Lehrveranstaltungsdurchführende/r Dipl. Volkswirt Arndt Lautenschläger Prof. Dr. Alexander Richter
11	Sonstige Informationen <u>Veranstaltungssprache:</u> deutsch <u>Veranstaltungsort:</u> im Vorlesungsverzeichnis abrufbar <u>Veranstaltungszeit:</u> im Vorlesungsverzeichnis abrufbar <u>Literatur:</u> Delp, Andrea Claudia: Produkt- und Geschäftsideen entwickeln, bewerten und vermarkten, Books on Demand: Norderstedt, 2005 Deutscher Manager-Verband (Hrsg.): Handbuch Soft Skills Band 3: Methodenkompetenz, Vdf Hochschulverlag 2004 Kohlert, H., Entrepreneurship für Ingenieure, Oldenburg, München 2005. Russo, Peter / Gleich, Ronald / Strascheg, Falk: Von der Idee zum Markt, Vahlen 2008 Strebel, Heinz (Hrsg.): Innovations- und Technologiemanagement, UTB 2007