



HOCHSCHULE  
HAMM-LIPPSTADT

**Modulhandbuch**  
für den Masterstudiengang  
**Technical Entrepreneurship & Innovation**  
**Vollzeitstudium**

1. März 2015 bis 31. August 2015

Gültig in Zusammenhang mit der Fachprüfungsordnung vom 10. Februar 2015

(Verköndungsblatt Nr. 2 / Jahrgang 7 vom 10. Februar 2015)

**Version für Studierende, die ihr Studium zum  
Sommersemester 2015 beginnen**

# Inhalt

Module im Vollzeitstudium.....	3
Prototyping & Visualization .....	4
Entrepreneurial Thinking .....	7
Project A.....	11
Data Analysis – nur als Vorschau .....	14
Innovation & Growth – nur als Vorschau.....	16
Project B – nur als Vorschau .....	18
Masterarbeit – nur als Vorschau.....	20

# Module im Vollzeitstudium

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Prototyping &amp; Visualization</b>
<b>Modulkürzel</b>	TIN-M-2-1.01
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Katja Becker
<b>SWS gesamt</b>	5 SWS
<b>Präsenzzeit</b>	75 Stunden
<b>Selbststudium</b>	225 Stunden
<b>Prüfungsvorbereitungszeit (ggf.)</b>	Incl.
<b>Zeit gesamt</b>	300 Stunden
<b>ECTS</b>	10
<b>Sprache</b>	Deutsch und Englisch
<b>Maximale Teilnehmerzahl</b>	25
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen</b>	<p>User Experience Research &amp; Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• UX Design für verschiedene Technologien, so die Techniken für die verschiedenen Technologien, die die Studierenden aufgrund ihres unterschiedlichen Hintergrundes einsetzen werden, anwendbar sind</li> <li>• Bedeutung des UX Research</li> <li>• Methoden des UX Research, so dass diese ebenfalls für die verschiedenen Technologien einsetzbar sind. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffe, Perspektiven und Methoden des Designs als Forschungswerkzeug kennenlernen</li> <li>• Grundlagen des Human-Centered-Design kennenlernen</li> <li>• Design als qualitative Research-Methode (empirische und experimentelle Designforschung) anwenden, um neue Produkte, Services, Räume oder Systeme zu entwickeln</li> <li>• Visualisierung von Designprozessen</li> </ul> </li> </ul> <p>Software &amp; Hardware Prototyping</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Software Prototyping <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden zur Erstellung von Software-Prototypen kennen und anwenden lernen. Die Methoden in den Software-Lebenszyklus und in User-Centered-Design Prozess einordnen und an den richtigen Stellen einsetzen können. Werkzeuge für die Erstellung von Software-Prototypen kennen und einsetzen lernen.</li> </ul> </li> <li>• Mechanical Prototyping <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniken zur Herstellung von mechanischen Prototypen kennen und beurteilen</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Electrical Prototyping <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden zur Herstellung von Prototypen eingebetteter Systeme kennen und beurteilen</li> </ul> </li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<p>User Experience Research &amp; Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Methoden des Human-Centered-Designs</li> <li>• Visualisierungstechniken (Visual Storytelling)</li> <li>• Entwicklung einer eigenen Forschungsfragestellung und Aufsetzen eines Forschungsdesigns mit Hilfe von Fragebögen, Nutzerszenarien und Prototypen.</li> </ul> <p>Software &amp; Hardware Prototyping</p> <p>Software Prototyping</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• User-Centred-Software-Design- und Entwicklungsprozess</li> <li>• Papierprototypen</li> <li>• Werkzeuge zur Erstellung von Prototypen für Benutzerschnittstellen</li> <li>• Werkzeuge für die Erstellung funktionaler Prototypen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Electrical Prototyping <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklerboards</li> <li>• PCB Prototyping</li> <li>• Simulation</li> </ul> </li> <li>• Mechanical Prototyping <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generative Fertigungsverfahren</li> <li>• Klassische Verfahren (z.B. CNC, Gussverfahren)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen
<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	keine
<b>Prüfungsformen</b>	<p>Das Modul schließt mit einer schriftlichen – und/oder mündlichen Prüfung ab. Des Weiteren können während des Semesters Modulteilprüfungen durchgeführt werden. Zulässige Prüfungsformen sind in der Rahmenprüfungsordnung definiert. Die genauen Modalitäten und die Gewichtung von Modulteilprüfungen zur Bildung der Modulnote werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
<b>Lehrformen</b>	<p>User Experience Research &amp; Design: 2V+1Ü  Software &amp; Hardware Prototyping: 2S  Um die Lehrveranstaltungen zu vertiefen sind Exkursionen möglich (Firmen, Messen, Museen, Ausstellungen,</p>

	Kongresse, Veranstaltungen etc...)
<b>Lehrveranstaltung, Lehr und Lernmethoden</b>	<p>User Experience Research &amp; Design: Seminaristischer Unterricht, Lehrvorträge, Fallstudien, Einzel- und Gruppenarbeiten, Präsentationen, Reflexions- und Feedbackgespräche</p> <p>Software &amp; Hardware Prototyping Seminaristischer Unterricht, Lehrvorträge, Fallstudien, Einzel- und Gruppenarbeiten, Präsentationen, Reflexions- und Feedbackgespräche</p>
<b>Voraussetzung für Vergabe von CPs</b>	<p>Bestandene Modulabschlussprüfung sowie ggf. bestandene Prüfungsteilleistung(en)* *wird zu Beginn der Veranstaltungen mitgeteilt</p>
<b>Bibliographie</b>	Literaturhinweise werden während der Lehrveranstaltungen gegeben.
<b>Studiensemester, Häufigkeit des Angebots, Dauer</b>	1. Fachsemester (bei Studienstart zum Sommersemester) oder 2. Fachsemester (bei Studienstart zum Wintersemester)/ Sommersemester / 1 Semester
<b>Workload, Kontaktzeit, Selbststudium</b>	300 / 75 / 225 Stunden
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	nein
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Entrepreneurial Thinking</b>
<b>Modulkürzel</b>	TIN-M-2-1.02
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Christian Sturm
<b>SWS gesamt</b>	5 SWS
<b>Präsenzzeit</b>	75 Stunden
<b>Selbststudium</b>	225 Stunden
<b>Prüfungsvorbereitungszeit (ggf.)</b>	Incl.
<b>Zeit gesamt</b>	300 Stunden
<b>ECTS</b>	10
<b>Sprache</b>	Deutsch und Englisch
<b>Maximale Teilnehmerzahl</b>	25
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen</b>	<p>Business Plan Development: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen den Aufbau eines Businessplans und können die einzelnen Bestandteile je nach Kontext priorisieren</li> <li>• Können einen Businessplan selbst entwickeln</li> <li>• Können die Qualität eines Businessplans einzuschätzen</li> <li>• Können einen Businessplan in verschiedenen Kontexten präsentieren</li> </ul> <p>Innovation Basics: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen Quellen für Innovationen und können eine innovative Idee erkennen und erarbeiten</li> <li>• Können eine Innovation und ihr Potential bewerten</li> <li>• Können die Bedeutung von Innovationen allgemein und von speziellen Innovationen im gesamtwirtschaftlichen Kontext einordnen</li> <li>• Können Innovationen von Weiterentwicklungen unterscheiden und können die Konsequenzen für Unternehmen beurteilen</li> </ul> <p>Marketing Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen die Grundlagen des klassischen Marketings</li> <li>• Kennen die Besonderheiten des Marketings im entrepreneurial Umfeld</li> <li>• Können einen Marketingplan als Ergänzung zum</li> </ul>

	<p>Businessplan entwickeln</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<p>Business Plan Development:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestandteile eines Businessplans (z.B. Problem, Lösung, Marktgröße, Konkurrenz, Produkt, Businessmodell, Team u.a.)</li> <li>• Iterative Entwicklung und Herleitung der einzelnen Komponenten eines Businessplans</li> <li>• Kontexte und Zielgruppen eines Businessplans</li> </ul> <p>Innovation Basics:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovationen und Ihre Charakteristika</li> <li>• Arten von Innovationen (z.B. Technische Innovationen, Produkte, Services, Prozesse, u.a.)</li> <li>• Bereiche für Innovationen (z.B. Wirtschaft, Technik, Wissenschaft incl. Forschungs- und Entwicklungsprozess)</li> <li>• Erfolgsfaktoren für Innovationen</li> <li>• Phasen der Innovationen</li> <li>• Bedeutung und Konsequenzen von Innovationen (z.B. für Unternehmen, Wirtschaft, Nutzer)</li> <li>• Quellen für Innovationen (z.B. Big Data, Design Thinking, Mass Customization, Open Innovation)</li> </ul> <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestandteile und Entwicklung eines Marketingplans</li> <li>• Spezielle Anforderungen an das Marketing im entrepreneurial Kontext</li> <li>• Markenentwicklung im entrepreneurial Kontext</li> </ul>
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen
<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	keine
<b>Prüfungsformen</b>	<p>Das Modul schließt mit einer schriftlichen – und/oder mündlichen Prüfung ab. Des Weiteren können während des Semesters Modulteilprüfungen durchgeführt werden. Zulässige Prüfungsformen sind in der Rahmenprüfungsordnung definiert. Die genauen Modalitäten und die Gewichtung von Modulteilprüfungen zur Bildung der Modulnote werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
<b>Lehrformen</b>	<p>Business Plan Development: 2S                  Innovation Basics: 2S                  Marketing: 1S</p>

<p><b>Lehrveranstaltung, Lehr und Lernmethoden</b></p>	<p>Business Plan Development: Vorlesungen im seminaristischen Stil und angewandte praktische Übungen</p> <p>Innovation Basics: Vorlesungen im seminaristischen Stil und angewandte praktische Übungen</p> <p>Marketing: Vorlesungen im seminaristischen Stil und angewandte praktische Übungen</p> <p>Um die Lehrveranstaltungen zu vertiefen sind Exkursionen möglich (Firmen, Messen, Museen, Ausstellungen, Kongresse, Veranstaltungen etc...)</p>
<p><b>Voraussetzung für Vergabe von CPs</b></p>	<p>Bestandene Modulabschlussprüfung sowie ggf. bestandene Prüfungsteilleistung(en)* *wird zu Beginn der Veranstaltungen mitgeteilt</p>
<p><b>Bibliographie</b></p>	<p>Business Plan Development</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, McKinsey &amp; Company, 2013</li> <li>• Business Model Generation, Alexander Osterwalder, Yves Pignyuer, 2011</li> <li>• Innovation and Entrepreneurship, Peter Drucker, 2006</li> </ul> <p>Innovation Basics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 33 Erfolgsprinzipien der Innovation, O. Gassmann, Hanser 2012</li> <li>• Open Innovation, H. Chesborough, Harvard Business Review Press 2006</li> <li>• Innovationsmanagement: Strategien, Methoden und Werkzeuge für systematische Innovationsprozesse, T. Müller-Prothmann, Hanser 2014</li> </ul> <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crossing the Chasm, Geoffrey A. Moor, 2014</li> <li>• Marketing for Entrepreneurs: Concepts and Applications for New Ventures, Frederick Crane, 2012</li> <li>• Principles of Marketing, Philip Kotler, Gary Armstrong, 2013</li> </ul>
<p><b>Studiensemester, Häufigkeit des Angebots, Dauer</b></p>	<p>1. Fachsemester (bei Studienstart zum Sommersemester) oder 2. Fachsemester (bei Studienstart zum Wintersemester)/ Sommersemester / 1 Semester</p>
<p><b>Workload, Kontaktzeit, Selbststudium</b></p>	<p>300 / 75 / 225 Stunden</p>

<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	nein
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Project A</b>
<b>Modulkürzel</b>	TIN-M-2-1.03
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Birka von Schmidt
<b>SWS gesamt</b>	5 SWS
<b>Präsenzzeit</b>	75 Stunden
<b>Selbststudium</b>	225 Stunden
<b>Prüfungsvorbereitungszeit (ggf.)</b>	Incl.
<b>Zeit gesamt</b>	300 Stunden
<b>ECTS</b>	10
<b>Sprache</b>	Deutsch und Englisch
<b>Maximale Teilnehmerzahl</b>	25
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden können eine Produktidee entwickeln, Hypothesen aufstellen und diese sowie ihre Idee anhand der folgenden Kriterien evaluieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welches Problem wird gelöst?</li> <li>• Wie sieht die Lösung aus?</li> <li>• Wie groß ist der Markt?</li> <li>• Wie sieht der Wettbewerb aus?</li> <li>• Wie muss das Team zusammengesetzt sein?</li> <li>• Wie sieht der Business Plan aus?</li> </ul> <p>Sie können Ihre Idee präsentieren und vertreten. Die Studierenden können Kreativitätstechniken auswählen und zur Problemlösung während des Entwicklungsprozesses erfolgreich einsetzen.</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Kreativitätstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kriterien und Voraussetzungen für Kreativität</li> <li>• Verhaltensregeln insbes. Regeln für Teams bei der Anwendung von Kreativitätstechniken</li> <li>• Verschiedene Arten von Kreativitätstechniken</li> <li>• Vorstellung und Anwendung von Kreativitätstechniken, z.B. Brainstorming, Brainwriting, Methode 6-3-5, Delphi, Morphologische Kästen, Mind-Mapping, Analogiebildung, ggf. TRIZ und kombinierte Methoden</li> <li>• Hilfsmittel und Software zur Unterstützung Hypothesengetriebenes Arbeiten</li> <li>• Aufstellen von Hypothesen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfen oder Wiederlegen von Hypothesen im Rahmen des Projektes</li> </ul> <p>Projekt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generieren einer Idee</li> <li>• Evlauieren nach oben genannten Kriterien</li> <li>• Anpassung und Weiterentwicklung der ursprünglichen Idee</li> <li>• Präsentieren der Idee in regelmäßigen Pitches und in Form von Elevator massages</li> </ul>
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen
<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	Die Inhalte der Module ‘Entrepreneurial Thinking’ und ‘Software & Hardware Prototyping’.
<b>Prüfungsformen</b>	<p>Das Modul schließt mit einer schriftlichen – und/oder mündlichen Prüfung ab. Des Weiteren können während des Semesters Modulteilprüfungen durchgeführt werden. Zulässige Prüfungsformen sind in der Rahmenprüfungsordnung definiert.</p> <p>Die genauen Modalitäten und die Gewichtung von Modulteilprüfungen zur Bildung der Modulnote werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
<b>Lehrformen</b>	<p>Creativity Techniques: 2S Project Work: 3P</p> <p>Um die Lehrveranstaltungen zu vertiefen sind Exkursionen möglich (Firmen, Messen, Museen, Ausstellungen, Kongresse, Veranstaltungen etc...)</p>
<b>Lehrveranstaltung, Lehr und Lernmethoden</b>	Die Vorlesung findet im seminaristischen Stil statt. In den Übungen bzw. Praktika werden die Ergebnisse von Übungsaufgaben besprochen, Übungsaufgaben bearbeitet oder ein Projekt durchgeführt.
<b>Voraussetzung für Vergabe von CPs</b>	<p>Bestandene Modulabschlussprüfung sowie ggf. bestandene Prüfungsteilleistung(en)*</p> <p>*wird zu Beginn der Veranstaltungen mitgeteilt</p>
<b>Bibliographie</b>	Literaturhinweise werden während der Lehrveranstaltungen gegeben.
<b>Studiensemester, Häufigkeit des</b>	1. Fachsemester (bei Studienstart zum Sommersemester)

<b>Angebots, Dauer</b>	oder 2. Fachsemester (bei Studienstart zum Wintersemester)/ Sommersemester / 1 Semester
<b>Workload, Kontaktzeit, Selbststudium</b>	300 / 75 / 225 Stunden
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	nein
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Data Analysis – nur als Vorschau</b>
<b>Modulkürzel</b>	TIN-M-2-2.01
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	tbd
<b>SWS gesamt</b>	5 SWS
<b>Präsenzzeit</b>	75 Stunden
<b>Selbststudium</b>	225 Stunden
<b>Prüfungsvorbereitungszeit (ggf.)</b>	Incl.
<b>Zeit gesamt</b>	300 Stunden
<b>ECTS</b>	10
<b>Sprache</b>	Deutsch und Englisch
<b>Maximale Teilnehmerzahl</b>	25
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen</b>	tbd
<b>Inhalte</b>	Analytics and Statistics <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung und Nutzungsmöglichkeiten von verschiedenen Arten von Daten</li> <li>• Erweiterte Statistische Methoden (vorausgesetzt werden die Grundlagen der Statistik wie Mittelwert, Normalverteilung, etc.)</li> <li>• Verschiedene Methoden zur Auswertung von Daten insbes. für die Anwendungen Quantitative User Research und Market Research</li> </ul> Market Research <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden des Market Reseach</li> <li>• Interpretation und Bedeutung der Ergebnisse</li> </ul> Big Data and Data Driven Innovation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung und Umgang mit Big Data</li> <li>• Möglichkeiten, Daten zum Generieren von Ideen zu nutzen</li> <li>• Einbettung der Daten und Datennutzung in Geschäftsprozesse oder Nutzungsscenarien</li> </ul>
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen
<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	keine
<b>Prüfungsformen</b>	Das Modul schließt mit einer schriftlichen – und/oder mündlichen Prüfung ab. Des Weiteren können während des Semesters Modulteilprüfungen durchgeführt werden. Zulässige Prüfungsformen sind in der Rahmenprüfungsordnung definiert.

	Die genauen Modalitäten und die Gewichtung von Modulteilprüfungen zur Bildung der Modulnote werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
<b>Lehrformen</b>	Analytics & Statistics: 1V+1Ü Market Research: 1S Big Data: 2S
<b>Lehrveranstaltung, Lehr und Lernmethoden</b>	In der Vorlesung werden die Grundlagen erläutert und Beispiele gemeinsam besprochen. Im Praktikum wird die Vorgehensweise demonstriert, es werden Übungsaufgaben und Projekte bearbeitet sowie individuelle Fragen beantwortet.
<b>Voraussetzung für Vergabe von CPs</b>	Bestandene Modulabschlussprüfung sowie ggf. bestandene Prüfungsteilleistung(en)* *wird zu Beginn der Veranstaltungen mitgeteilt
<b>Bibliographie</b>	Literaturhinweise werden während der Lehrveranstaltungen gegeben.
<b>Studiensemester, Häufigkeit des Angebots, Dauer</b>	2. Fachsemester (bei Studienstart zum Sommersemester) oder 1. Fachsemester (bei Studienstart zum Wintersemester)/ Wintersemester / 1 Semester
<b>Workload, Kontaktzeit, Selbststudium</b>	300 / 75 / 225 Stunden
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	nein
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Innovation &amp; Growth – nur als Vorschau</b>
<b>Modulkürzel</b>	TIN-M-2-2.02
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	tbd
<b>SWS gesamt</b>	6 SWS
<b>Präsenzzeit</b>	90 Stunden
<b>Selbststudium</b>	210 Stunden
<b>Prüfungsvorbereitungszeit (ggf.)</b>	Incl.
<b>Zeit gesamt</b>	300 Stunden
<b>ECTS</b>	10
<b>Sprache</b>	Deutsch und Englisch
<b>Maximale Teilnehmerzahl</b>	25
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen</b>	tbd
<b>Inhalte</b>	<p>Innovation &amp; Product Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniken und Prozesse des Produktmanagements</li> <li>• Techniken und Prozesse des Innovationsmanagements</li> <li>• Erfolgsfaktoren Innovationsmanagement</li> <li>• Einbettung in Geschäftsprozesse</li> </ul> <p>Scaling &amp; Integration</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technische Skalierung</li> <li>• Technische Integrationstechniken, auch und insbes. technologieübergreifend</li> <li>• Technische Integration in größere Produktumgebungen</li> <li>• Integration in die Prozesse eines größeren Unternehmens</li> </ul> <p>Internationalization</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationalisierung der User Interaktion über Sprachanpassung hinaus anhand ausgewählter Beispiele</li> <li>• Weitere Integrationsthemen: technische Standards anderer Länder, rechtliche Unterschiede. Etc.</li> </ul>
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen
<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	keine
<b>Prüfungsformen</b>	Das Modul schließt mit einer schriftlichen – und/oder mündlichen Prüfung ab. Des Weiteren können während des Semesters Modulteilprüfungen durchgeführt werden.

	Zulässige Prüfungsformen sind in der Rahmenprüfungsordnung definiert. Die genauen Modalitäten und die Gewichtung von Modulteilprüfungen zur Bildung der Modulnote werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
<b>Lehrformen</b>	Innovation & Product Management: 1V+1P Scaling & Integration: 2S Internatiolization: 2S
<b>Lehrveranstaltung, Lehr und Lernmethoden</b>	Seminaristischer Unterricht, Lehrvorträge, Fallstudien, Einzel- und Gruppenarbeiten, Präsentationen, Reflektions- und Feedbackgespräche
<b>Voraussetzung für Vergabe von CPs</b>	Bestandene Modulabschlussprüfung sowie ggf. bestandene Prüfungsteilleistung(en)* *wird zu Beginn der Veranstaltungen mitgeteilt
<b>Bibliographie</b>	Literaturhinweise werden während der Lehrveranstaltungen gegeben.
<b>Studiensemester, Häufigkeit des Angebots, Dauer</b>	2. Fachsemester (bei Studienstart zum Sommersemester) oder 1. Fachsemester (bei Studienstart zum Wintersemester)/ Wintersemester / 1 Semester
<b>Workload, Kontaktzeit, Selbststudium</b>	300 / 75 / 225 Stunden
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	nein
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Project B – nur als Vorschau</b>
<b>Modulkürzel</b>	TIN-M-2-2.03
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	tbd
<b>SWS gesamt</b>	5 SWS
<b>Präsenzzeit</b>	75 Stunden
<b>Selbststudium</b>	225 Stunden
<b>Prüfungsvorbereitungszeit (ggf.)</b>	Incl.
<b>Zeit gesamt</b>	300 Stunden
<b>ECTS</b>	10
<b>Sprache</b>	Deutsch und Englisch
<b>Maximale Teilnehmerzahl</b>	25
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen</b>	Die Studierenden können eine Produktidee vom Prototypen bis zum fertigen Produkt begleiten. Sie können den Markt evaluieren, das Produkt darauf ausrichten und eine Roadmap unter Berücksichtigung von Skalierungs- und Internationalisierungsaspekten erstellen.
<b>Inhalte</b>	tbd
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen
<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	keine
<b>Prüfungsformen</b>	Das Modul schließt mit einer schriftlichen – und/oder mündlichen Prüfung ab. Des Weiteren können während des Semesters Modulteilprüfungen durchgeführt werden. Zulässige Prüfungsformen sind in der Rahmenprüfungsordnung definiert. Die genauen Modalitäten und die Gewichtung von Modulteilprüfungen zur Bildung der Modulnote werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
<b>Lehrformen</b>	Negotiation & conflict Management: 2S Project: 3P
<b>Lehrveranstaltung, Lehr und Lernmethoden</b>	Die theoretischen Grundlagen werden in der Vorlesung vermittelt, während in den Übungen anhand praktischer Beispiele die Theorie überprüft und gefestigt wird. Die Vorlesung kann im seminaristischen Stil stattfinden.
<b>Voraussetzung für Vergabe von CPs</b>	Bestandene Modulabschlussprüfung sowie ggf. bestandene Prüfungsteilleistung(en)* *wird zu Beginn der Veranstaltungen mitgeteilt

<b>Bibliographie</b>	Literaturhinweise werden während der Lehrveranstaltungen gegeben.
<b>Studiensemester, Häufigkeit des Angebots, Dauer</b>	2. Fachsemester (bei Studienstart zum Sommersemester) oder 1. Fachsemester (bei Studienstart zum Wintersemester)/ Wintersemester / 1 Semester
<b>Workload, Kontaktzeit, Selbststudium</b>	300 / 75 / 225 Stunden
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	nein
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Masterarbeit – nur als Vorschau</b>
<b>Modulkürzel</b>	TIN-M-2-3.01
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	tbd
<b>SWS gesamt</b>	
<b>Präsenzzeit</b>	
<b>Selbststudium</b>	900
<b>Prüfungsvorbereitungszeit (ggf.)</b>	Incl.
<b>Zeit gesamt</b>	900 Stunden
<b>ECTS</b>	30
<b>Sprache</b>	Deutsch oder Englisch
<b>Maximale Teilnehmerzahl</b>	25
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen</b>	tbd
<b>Inhalte</b>	Bearbeitung der Aufgabenstellung. Theoretische oder / und praktische Arbeit zur Lösung praxisnaher Problemstellungen mit wissenschaftlichen Methoden.
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	keine
<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	keine
<b>Prüfungsformen</b>	Die Masterarbeit wird benotet. Es werden sowohl die schriftlichen Ausführungen (Masterarbeitsbericht) als auch die mündlichen Leistungen (siehe Modul ‚Kolloquium‘) bewertet. Der Umfang der schriftlichen Dokumentation ist mit dem Betreuer abzusprechen.
<b>Lehrformen</b>	Masterarbeit Selbständiges Arbeiten und begleitende Fachdiskussion mit der betreuenden Lehrkraft Masterseminar
<b>Lehrveranstaltung, Lehr und Lernmethoden</b>	Selbständige Bearbeitung der Aufgabenstellung, die durch eine(n) Betreuer(in) aus der Professorenschaft für die fachliche und arbeitsorganisatorische hilfestellung begleitet wird. Für die konkrete Gestaltunt der Masterarbeit ist eine Durchführung in einem externen Unternehmen oder eine eigene Unternehmensgründung angestrebt. Eine interne Arbeit an der HSHL ist jedoch nicht ausgeschlossen
<b>Voraussetzung für Vergabe von CPs</b>	Bestandene Modulabschlussprüfung

<p><b>Bibliographie</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachspezifische, eigenständige Literaturrecherche mit Unterstützung durch den/die Betreuer/in.</li> <li>• Offiziell verfügbare HSHL-Dokumente zur Information über Inhalt und Organisation der Masterarbeit einschließlich Prüfungsanforderungen.</li> <li>• Balzert, H., et al.: 'Wissenschaftliches Arbeiten', W3L-Verlag, Witten/ Herdecke, 2008, ISBN 978-3-937137-59-9</li> <li>• Motte, P.: 'Moderieren - Präsentieren - Faszinieren', W3L-Verlag, Witten/ Herdecke, 2008, ISBN 978-3-937137-87-2</li> </ul>
<p><b>Studiensemester, Häufigkeit des Angebots, Dauer</b></p>	<p>3. Semester / Sommersemester oder Wintersemester / 1 Semester</p>
<p><b>Workload, Kontaktzeit, Selbststudium</b></p>	<p>900/15/900</p>
<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b></p>	<p>nein</p>
<p><b>Stellenwert der Note für die Endnote</b></p>	<p>30/90</p>