

Marktexploration bei der Unternehmensgründung SS 2006

Veranst.-Nr.:	89017
Art:	Vorlesung
Zeit:	DI 8.00 – 9.30
Ort:	14.112
Teilnahmebegrenzung:	keine
Dozent:	Schulte
Zuordnung BWL HST:	Wahlpflichtfächer Gründungsmanagement, Mittelstandsökonomie und Empirische Wirtschaftsforschung
Zuordnung WISO HST:	Wahlpflichtfächer Gründungsmanagement und Empirische Wirtschaftsforschung
CP:	5

Inhalt:

Ausgangspunkt der Vorlesung ist die Erkenntnis, dass eine Geschäftsidee allein noch nicht zur Unternehmensgründung genügt. Um das Wertschöpfungspotential der Idee abschätzen zu können, muss vielmehr auch eine umfassende Bewertung der zu erwartenden Absatzlage erfolgen (Opportunity Evaluation). Die Vorlesung „Marktexploration bei der Unternehmensgründung“ behandelt die einer Unternehmensgründung voraus gehende systematische Abschätzung der Marktchancen einer Geschäftsidee. Dazu werden unter anderem Möglichkeiten und Methoden der primären und sekundären Marktforschung diskutiert und entsprechende Datensammlungstechniken vorgestellt. Die Veranstaltung geht einher mit einem Rechnerpraktikum (Veranstaltung Nr. 89015), in dem die Anwendung typischer Datenauswertungsverfahren vermittelt wird.

Ziele:

Die Studierenden lernen Möglichkeiten und Grenzen der empirischen Marktexploration als Methode zur Bewertung des Wertschöpfungspotentials von Geschäftsideen kennen und können die Chancen eines bevorstehenden Markteintritts quantitativ bewerten. Sie lernen, Marktexplorationen unter Nutzung einschlägiger Anwendungssoftware selbständig durchzuführen (separate Übung).