

Syllabus – Business Plans for startups

Dates: 26.04.-02.08., Fridays; additional 27.04. (Saturday)

Time: 9-12 s.t.

Room: Alte Archäologie - Übungsraum 11; Saturday 27.04. in WiWi Naukler - Konferenzraum "Gebhard-Müller-Saal" and WiWi Naukler 50 - Seminarraum 207

No classes: 31.05., 14.06., 21.06.

Content description

The basics of setting up a Business Plan and launching a startup are the topics of this course. This course is of special interest for students interested in starting up their own business idea or interested in learning in a hands-on approach about the most important ingredients of venturing.

This course brings together prospective founders that provide the business idea with business students that provide consulting to the prospective founders in an interactive course. The professor takes the role of facilitator of the process of writing a business plan and preparing and delivering a pitch.

Involved persons



Piroska Gavallér-Rothe is fully qualified lawyer, NLP master practitioner, systemic coach and business mediator, lecturer and trainer for conflict and communication competence as well as mediation, founder of ecoholos – Institute for Conscious Leadership and Holistic Management.

She supports this course with her expertise mainly with regard to team communication and feedback.



Theresa Veer is assistant professor of strategy and management at University Tübingen. Prior to accepting her position in Tübingen, she did a two year postdoc at ESADE in Barcelona. She earned her Ph.D. in economics at TU Berlin. Her main research areas are (corporate) entrepreneurship and strategic innovation.

She will be the main lecturer.



Ilka Weichert is student in General Management at University Tübingen and majors in International business, Marketing, HRM and Organization.

She supports the course regarding all organizational aspects and the feedback sessions in between.

Overview course dates and content

Date	Time	Topic
Friday, 26 April 2019	9h -14h s.t.	General introduction into the course (organizational aspects and content) and feedback training.
Saturday, 27 April 2019	9h -12h s.t.	
Friday, 03 May 2019	9h -12h s.t.	Marketing and Sales
Friday, 10 May 2019	9h -12h s.t.	<i>Feedback session</i>
Friday, 17 May 2019	9h -12h s.t.	Business Models
Friday, 24 May 2019	9h -12h s.t.	Follow-up feedback training
Friday, 31 May 2019	No class (bridge day)	
Friday, 07 June 2019	9h -12h s.t.	<i>Feedback session</i>
Friday, 14 June 2019	No class (Pentecost)	
Friday, 21 June 2019	No class (bridge day)	
Friday, 28 June 2019	9h -12h s.t.	Legal Issues & Intellectual property
Friday, 05 July 2019	9h -12h s.t.	<i>Feedback session</i>
Friday, 12 July 2019	9h -12h s.t.	Financial projections and Cash Flow
Friday, 19 July 2019	9h -12h s.t.	<i>Feedback session</i>
Friday, 26 July 2019	9h -16h s.t.	Final presentations
Friday, 02 August 2019	9h -12h s.t.	<i>Feedback session</i>

Course content description

Introduction

One central aspect about the business plan course is peer feedback. Piroska Gavallér-Rothe will support us with a training on how to make sure that feedback actually provides value to both involved parties: the person who gives feedback and the person who receives feedback.

During these first two days we will also give an overview on business development and discuss the pivotal steps in small groups.

Marketing and sales

Many entrepreneurs, especially technology based entrepreneurs, are accused of being too much in love with their technology or concept. They rationalize that if they develop a better mousetrap then the product will sell itself. However, a good technology or product idea is a necessary but not a sufficient condition to establishing and growing a successful business venture. Who will buy the product? How will you reach buyers? How much will they pay?

If you have an idea for a product or service, how do you determine whether there is a market for it? How do you develop a marketing strategy? How do you turn your idea and market research into sales? What do you need to do to convince potential investors that there is a market and that your idea is viable? If you don't have a specific product or service idea but you see a potential need, how do you turn the need into a product or service?

This part will discuss these issues and provide guidance on how to approach the marketing section of your business plan.

Business models

You have identified a market. Now you need to address the most important question “How Do I Make Money”? This session will discuss Business Models – the method companies use to make profit. What are some common business models and when are they most appropriately used?

Legal issues and Intellectual property

Identifying and dealing with legal issues in the Business Plan. Securities laws and the Business Plan – How to avoid Going to Jail without passing Go and without Collecting \$200. This session will cover different types of company but also Intellectual Property Law – Patents, Copy rights, Trademarks and Trade secrets.

Financial projections and cash flow

Armed with an understanding of the market for your products how do you figure out what financial resources you will need to bring a product to that market?

You have identified the product / service and the market. You have settled on a business model and have done your financial projections. How will you finance the plan?

This portion of the program will introduce some financial projection techniques based on actual business experience.

Organizational aspects prior to start of class

Students have to apply to this course by April 7th on the ILIAS Platform with CV and transcript of records. We will organize the students in groups and match them with one prospective founder per group.

The ILIAS course will open on 15th of March 18:00. If you have further questions that cannot wait until the commencement of class, please contact ilka.weichert@uni-tuebingen.de

Information on how the course fits into your curriculum is online on [Campus](#).

Organizational aspects during class

Language

This course will be taught in English and German so we require all students to be fluent in both German and English.

Structure of sessions

Each regular session (after the introduction days) will be composed of student presentations followed by a Q&A and feedback by the respective future founder and the entire classroom. Each group will incorporate this feedback into the business plan that they will hand in at the end of the course. Furthermore, each session will then feature a new topic on which the professor will give a short introduction. After that, the students will work (together with the prospective founder) on the new topic and discuss how they will implement their ideas into the business plan. Until the next session, the students will continue working on the topic, write the respective chapter of the business plan and prepare a presentation for the next session.

Feedback sessions with lecturer

There will be ample opportunity to ask questions, clarify doubts and voice concerns during the feedback sessions with the lecturer. Each student group will be allocated with 15 minutes' time to interact with the lecturer discuss questions. **The feedback sessions are compulsory.**

Data collection for research purposes – possibility to participate in research project

To better understand how teams develop business models and how personal aspects and teaching content interact in business model development, we want to use this course as an opportunity to gather data that we will analyze after the course's completion.

For that, we ask all students for permission to gather and then analyze data. The following data we would like to collect:

- **Data on person level**
 - o , e.g., age, gender, study program, risk preferences, social trust, questions on moral aspects
Method: online survey
- **Data on group level**
 - o How business models develop; understand why teams take certain decisions; understand which options a team sees and how they decide for and against options
Method: bi-weekly group interview, recorded (directly after the feedback sessions)
 - o Final business model
Method: content analysis of business plans

Participation in this study is strictly on a voluntary basis. All group interviews will be conducted by Ilka Weichert (research assistant) and will not interfere with the grading of the course which is Theresa Veer's duty. Ilka is responsible for all data collection before and during the course. The data will only be analyzed after the course will have finished and after grading will have been completed. This is to assure that the study is completely disjunctive from anything that is related to grading.

We will use pseudonyms for our data storing so that we cannot trace back the information of our analysis to single persons. Eventually, we want to publish the results of this study. We will not publish any personal data but will focus in our publication on aggregated results.

Please also read the "Allgemeine Information für Teilnehmende" below this syllabus describing more in detail how we would like to gather data and how we will ensure your data protection.

The more students participate in this survey, the better the quality of the survey will be. We are, hence, looking forward to your participation. Amongst all students participating in the survey we will raffle three 30€ vouchers for Osiander.

Student engagement

This course heavily draws on all student groups engaging in preparations outside the classroom. Out-of-class discussions with the founder are strongly encouraged. Students will have to prepare a business plan chapter and a presentation for each session. At the end of the class, each student group will hand in a fully-fledged business plan.

Attendance

All business students need to attend each class. If you can foresee that you cannot make it to all class sessions, you should consider choosing this course another term. However, arranging all classes without any overlap is difficult. Hence, students that miss up to three sessions due to other classes may be excused. Please approach the lecturer in the first session with this issue. In any case, students that do not show up in class and are up for presentation need to be covered by their group mates.

Material

All material for this course will be available on the ILIAS platform or handed out in class.

Grading

Each presentation will be awarded with points that the group members allocate to each other according to the amount and quality of their input for that presentation. The sum of these points will be transferred into a grade at the end of the course and counts 50%. The business plan will also be graded and accounts for the other 50% of the grade. The business plan grade is one for all group members. The grading scheme and procedure will be explained during the first two days.



Allgemeine Information für Teilnehmende (Vorläufige Version)¹

Titel der Studie: Entwicklung von Geschäftsmodellen

Herzlich willkommen und vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Projekt **Entwicklung von Geschäftsmodellen**. Ein Teil-Ziel des Projekts besteht darin, mithilfe der Auswertung von Gruppendiskussionen die Entwicklung von Geschäftsmodellen durch Studierenden Teams zu rekonstruieren.

Wir wollen außerdem die fertigen Business Pläne, die am Ende der Veranstaltung abgegeben werden, mittels Bedeutungsanalyse miteinander vergleichen.

Außerdem möchten wir Sie bitten, die Daten, die Sie mit uns bei Einschreibung in den Kurs zu didaktischen Zwecken geteilt haben / teilen werden, für unser Forschungsprojekt zur Verfügung zu stellen.

Ablauf des Interviews

Die Gruppendiskussionen werden zweiwöchentlich nach den Feedback Gesprächen durchgeführt und werden etwa 15 Minuten dauern. Die Interviewerin wird Leitfragen stellen, um die Diskussion unter den Gruppenmitgliedern anzuregen. Im Anschluss soll die Gruppe frei diskutieren und den Gesprächsverlauf bestimmen. Die interviewende Person greift nur punktuell ein, z.B. per Nachfrage zu einem bestimmten Aspekt.

Um Ihr Recht auf Löschung Ihrer Daten gewähren zu können, erheben wir an personenbezogenen Daten nur den Vor- und Nachnamen. Mehr dazu im Unterpunkt „Datenschutz“.

Ablauf der Verwendung der Daten für didaktische Zwecke

Im Einschreibeprozess teilen Sie Daten, die wir für die Durchführung der Lehrveranstaltung und zwar insbesondere für die Einteilung von ausgewogenen Gruppen benötigen. Am Ende der Online Umfrage haben Sie die Möglichkeit anzugeben, dass Sie diese Daten unserem Forschungsprojekt zur Verfügung stellen möchten.

Diese Daten werden zunächst für die Zusammenstellung der Gruppen verwendet. Alle Datensätze von Personen, die ihre explizite Einwilligung in die weitere Verwendung der Daten gegeben haben, werden danach von einer dritten, an diesem Projekt sonst nicht weiter beteiligten Person pseudonymisiert (siehe Punkt „Datenschutz“).

Ablauf der Verwendung der Business Pläne

Am Ende des Kurses geben alle Gruppen einen fertig ausgearbeiteten Business Plan ab. Die Gruppen haben die freiwillige Möglichkeit, den Business Plan nicht nur der Dozentin (Jun.-Prof. Dr. Theresa Veer), sondern auch der Versuchsleitung (Ilka Weichert) zur Verfügung zu stellen. Die Versuchsleitung pseudonymisiert die Business Pläne (siehe Punkt „Datenschutz“). Die Analyse der Business Pläne zu Forschungszwecken beginnt erst, nachdem die

¹ Für diese Studie stellen wir einen Antrag an die Ethikkommission der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Dieses Dokument wird von der Ethikkommission geprüft und wird ggf. noch geändert. Wir werden die endgültige Version dann an alle Kursteilnehmenden verschicken. Bis dahin dient dieses Dokument als unverbindliche Information.

Kursteilnahme vollständig benotet wurde und die Noten dem Prüfungsamt gemeldet worden sind.

Sollten Sie noch Fragen haben, wenden Sie sich damit gerne an die Versuchsleitung.

Freiwilligkeit und Anonymität

Die Teilnahme an der Studie ist freiwillig. Sie können jederzeit und ohne Angabe von Gründen die Teilnahme an dieser Studie beenden, ohne dass Ihnen daraus Nachteile entstehen. Insbesondere ist die Durchführung der Studie (Ilka Weichert) und die Durchführung und auch Benotung der Lehrveranstaltung (Jun.-Prof. Dr. Theresa Veer) komplett personell getrennt.

Die im Rahmen dieser Studie erhobenen Daten und persönlichen Mitteilungen werden vertraulich behandelt. So unterliegen diejenigen Projektmitarbeiter*innen, die durch direkten Kontakt mit Ihnen über personenbezogene Daten verfügen, der Schweigepflicht. Des Weiteren wird die Veröffentlichung der Ergebnisse der Studie in anonymisierter Form erfolgen, d. h. ohne dass Ihre Daten Ihrer Person zugeordnet werden können.

Datenschutz

Die Erhebung und Verarbeitung Ihrer oben beschriebenen persönlichen Daten erfolgt pseudonymisiert unter Verwendung einer Nummer und ohne Angabe Ihres Namens. Es existiert eine Kodierliste, die Ihren Namen mit der Nummer verbindet. Diese Liste ist nur der Versuchsleitung (Ilka Weichert) während und nach der Lehrveranstaltung und der Projektleitung (Theresa Veer) ausschließlich nach erfolgter Notenmeldung zur Lehrveranstaltung zugänglich; das heißt, nur diese Personen können die erhobenen Daten mit Ihrem Namen in Verbindung bringen. Die Kodierliste wird in einem abschließbaren Schrank aufbewahrt und nach Abschluss der Datenauswertung, spätestens aber am 31.08.2019, vernichtet. Ihre Daten sind dann anonymisiert. Damit ist es niemandem mehr möglich, die erhobenen Daten mit Ihrem Namen in Verbindung zu bringen. Die anonymisierten Daten werden mindestens 10 Jahre gespeichert. Solange die Kodierliste existiert (bis zum 31.08.2019), können Sie die Löschung aller von Ihnen erhobenen Daten verlangen, der wir dann umgehend nachkommen. Ist die Kodierliste aber erst einmal gelöscht, können wir Ihren Datensatz nicht mehr identifizieren. Deshalb können wir Ihrem Verlangen nach Löschung Ihrer Daten nur solange nachkommen, wie die Kodierliste existiert.

Aufbewahrungsfrist für die anonymisierten Daten

Die Aufbewahrungsfrist für die vollständig anonymisierten Daten beträgt mindestens 10 Jahre nach Datenauswertung, bzw. mindestens 10 Jahre nach Erscheinen einer Publikation zu dieser Studie.

Die vollständig anonymisierten Daten können außerdem im Rahmen des Publikationsprozesses veröffentlicht werden. Dieses Vorgehen dient der Sicherstellung guter wissenschaftlicher Arbeit. Andere Forschende können dadurch beispielsweise die Auswertung nachvollziehen oder eine alternative Auswertung durchführen. Außerdem können Auszüge der Daten für wissenschaftliche Vorträge und für Demonstrationen in der akademischen Lehre Verwendung finden.