



Co-funded by  
the European Union



# SE4A

## “Social Entrepreneurship 4 Arts”

### Module Kursleitfaden

ERASMUS +

KA220-VET - Cooperation partnerships in vocational education and training

VERTRAGSNUMMER - 2021-1-DE02-KA220-VET-000033377

(DE02 - Nationale Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung)



ERASMUS +

KA220-VET - Cooperation partnerships in vocational education and training

VERTRAGSNUMMER - 2021-1-DE02-KA220-VET-000033377

(DE02 - Nationale Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung)

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.



© 2022-2023. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## Inhaltsübersicht

Einleitende Anmerkung.....	3
Der ECTS-Akkreditierungsprozess.....	4
Einheit 1 - Aufbau von Kompetenzen für Ihr soziales Unternehmen .....	5
Einheit 2 - Wie Sie den sozialen Wert und die Auswirkungen Ihres Unternehmens vermarkten.....	8
Einheit 3 - Kreativ, sozial und lohnend: Wie Sie sich mit Ihrer CSE von der Masse abheben und sich erfolgreich auf dem Markt bewegen.....	9
Einheit 4 - Die Finanzen aufpeppen: Erwerben Sie CSE-Finanzmanagement-Fähigkeiten und peppen Sie Ihre Erfahrungen im Fundraising und in der Gewinnerzielung auf.....	15
Einheit 5 - Werkzeuge für kreative Risikobewertungen in sozialen Unternehmen und Entwicklung von Risikomanagement-Fähigkeiten.....	20
Einheit 6 - Sich mit Leichtigkeit auf dem Finanz- und Arbeitsmarkt bewegen.....	23

## Einleitende Anmerkung

Der vorliegende Studienführer soll einen Beitrag zu den Lernzielen des SE4A-Projekts leisten, das die Vorstellung fördert, dass Künstler zu kreativen Unternehmern werden können, die ihren Lebensunterhalt auf eine Art und Weise verdienen können, wie es in traditionellen Berufen nicht möglich ist. Durch den Einsatz digitaler Technologien und Werkzeuge erhalten Kreativschaffende einen noch nie dagewesenen Zugang und Möglichkeiten, ihr Publikum direkt zu erreichen. Durch die Infragestellung der traditionellen unternehmerischen Schulung und Ausbildung und die Einführung einer E-Learning-Umgebung werden junge Künstler in die Lage versetzt, innovative Initiativen zur Förderung ihrer Arbeit zu ergreifen.

In dem Vorschlag wird argumentiert, dass ein digitaler, kreativitätsbasierter Kurs für soziales Unternehmertum ein günstiges Umfeld bieten kann, um ihre unternehmerischen Fähigkeiten zu kultivieren und zu verbessern, ohne ihre Kreativität und ihr kritisches Denken zu beeinträchtigen. Die Projektaktivitäten sollen junge Künstler dazu anregen und befähigen, sich die notwendigen unternehmerischen (weichen und harten) Fähigkeiten anzueignen, z. B. Kompetenzen für die Vermarktung ihrer Arbeit, die Verwaltung von Finanzen, den Aufbau von Unternehmenskooperationen und die Einführung kreativer Toolkits, die ihre unternehmerische Denkweise durch eine einheitliche Online-Plattform weiter fördern werden. Das übergeordnete Ziel ist es, der Zielgruppe vielfältige Möglichkeiten für kreatives Unternehmertum zu bieten, indem IKT-Technologien eingesetzt werden, um sie zu befähigen und ihren sozialen Eingliederungsprozess in die Gesellschaft des Gastlandes zu unterstützen.

Das Projekt sieht die Einführung eines wirksamen Ausbildungssystems für soziales Unternehmertum vor, das die Zielgruppe mit implizitem Wissen, Tugenden und kritischem Denken ausstattet, um ihre Autonomie, Selbstwirksamkeit, ihr Selbstvertrauen und ihre kognitiven Fähigkeiten zu stärken. Darüber hinaus wird es geschäftsrelevantes Wissen über Marktchancen vermitteln. Die Zielgruppe besteht aus jungen Künstlern und Hochschulstudenten, die sich auf kreative Fächer wie Kunst, Design, Musik und andere spezialisiert haben.

Der Leitfaden wurde so konzipiert, dass er in Verbindung mit den bibliografischen Angaben auf der SE4A-Plattform verwendet werden kann. Er besteht aus sechs (6) Moduleinheiten, die jeweils eine

Zusammenfassung, den Umfang, die erwarteten Lernergebnisse, Schlüsselwörter, eine Bibliographie und eine formative Selbsteinschätzung enthalten. Die Aktivitäten am Ende jedes Moduls zielen darauf ab, den Lernprozess der Teilnehmer zu überprüfen und sie dabei zu unterstützen, den Inhalt des Materials praktisch zu verstehen. Darüber hinaus tragen diese Aktivitäten zur Selbstevaluierung der Lernenden während der gesamten Kursdauer bei.

## Das ECTS-Akkreditierungsverfahren

ECTS steht für "European Credit and Accumulation System" (Europäisches System zur Anrechnung von Studienleistungen) und stellt ein offizielles Akkreditierungsinstrument dar, das zur Anerkennung erworbener Kenntnisse nach einem systematischen Verfahren verwendet wird. So können Personen, die Module besuchen, die mit ECTS akkreditiert sind (in der nicht-formalen Erwachsenenbildung), diese entweder in ihren Lebensläufen angeben und/oder sie bei ihrer Arbeitsstelle als zusätzlich erworbene Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten im Rahmen der lebenslangen Weiterbildung vorlegen.

Die SE4A-Module wurden so konzipiert und entwickelt, dass sie den Standardprozess der ECTS-Akkreditierung erfüllen. Im Rahmen dieses Projekts haben junge Künstler die Möglichkeit, sich in den Online-Kursen als autonome Lernende anzumelden und die (optionalen) Prüfungen zu absolvieren, um einen bestimmten Wissensstand zu erwerben und zu zertifizieren.

Als Teil des Nachhaltigkeitsplans und in Bezug auf die allgemeine Notwendigkeit, zertifiziertes Wissen zu erlangen, wird das Inhaltmaterial bei der Nationalen Agentur für den EQR eingereicht, um die Qualitätsinhalte des Materials (nach einer gründlichen Überprüfung der Moduldetails und des Begleitmaterials) im Hinblick auf die Anerkennung des Zertifikats für alle EU-Länder zu bestätigen und anzuerkennen.

## Einheit 1 - Aufbau von Kompetenzen für Ihr soziales Unternehmen

### Zusammenfassung

Das Modul zielt darauf ab, die Lernenden mit einer Reihe von Hard- und Soft Skills auszustatten, die für die Gründung eines Sozialunternehmens erforderlich sind. Es wurde entwickelt, um den Lernenden das notwendige implizite und explizite Wissen zu vermitteln, damit sie zu effizienten Unternehmern werden. Insbesondere wird es ihnen Wissen darüber vermitteln, wie sie Aktivitäten managen und Prioritäten setzen, Fristen einhalten, ihre Kommunikationsfähigkeiten unter Beweis stellen und ihre geschäftlichen Bedürfnisse einschätzen können. Das ausgewählte Material wird die Lernenden darüber hinaus dazu ermutigen, kritisches Denken und Krisenmanagement zu entwickeln, um komplexe Aufgaben zu bewältigen.

### Umfang

Ziel von Lerneinheit 1 ist es, den Lernenden sowohl die Hard- als auch die Soft Skills zu vermitteln, die für die Gründung und das effektive Management eines sozialen Unternehmens erforderlich sind. Der Schwerpunkt liegt auf der Festlegung von Prioritäten, der Einhaltung von Fristen, der Kommunikation, den unternehmerischen Fähigkeiten und dem kritischen Denken. Darüber hinaus werden die Lernenden Fähigkeiten zum Krisenmanagement entwickeln, um komplexe Aufgaben zu bewältigen.

### Erwartete Lernergebnisse

Nach Abschluss dieser Lerneinheit sind die Lernenden in der Lage:

- Planung und Priorisierung von Aktivitäten in einer effizienten und produktiven Weise.
- ihren Arbeitsplatz und ihre Arbeitsabläufe zu organisieren, um ihre Zeit zu maximieren.
- Überwinden Sie die Prokrastination.
- Krisen wirksam bewältigen.
- Demonstration von Kommunikationsfähigkeiten im Geschäftsleben.
- ihre Arbeit auf innovative Weise zu fördern und auszustellen.
- Ermitteln und bewerten Sie die geschäftlichen Anforderungen.
- Probleme zu lösen und mögliche Lösungen zu formulieren.
- Nutzung relevanter IKT-Instrumente, um ihr soziales Unternehmertum effizient zu organisieren und zu verwalten.

## Schlüsselwörter

Soft Skills, Hard Skills, Künstler, Kreativ, Zeitmanagement, SMART-Ziele, Soziales Unternehmertum, Priorisierung von Aktivitäten, Einhaltung von Terminen, Einhaltung von Fristen, Kommunikationsfähigkeiten, Geschäftsfähigkeiten, Kritisches Denken, Krisenmanagement, Komplexe Aufgaben, Effizienz, Start-up

## Literaturverzeichnis

### Englisch:

- Barringer, B.R. and Duane, R. (2015). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*, 5th ed, Essex: Pearson Education Ltd.
- Bygrave, W.D. and Zacharakis, A., (2010). *The Portable MBA in Entrepreneurship*, 4th New York: John Wiley and Sons Publishers
- Lex, M. and Gielnik, M. M. (2017) *Creativity and Entrepreneurship*, in *The Wiley Handbook of Entrepreneurship* (eds G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger and T. Karcisky), John Wiley & Sons, Ltd, Chichester, UK. doi: 10.1002/9781118970812.ch7
- Onuoha G., (2007) *Entrepreneurship*, *AIST International Journal* 10, 20-32.
- Pickle, H.B. & Abrahamson, R.L. (1990). *Small Business Management*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Stevenson, H.H. and Jarillo, J.C., (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial Management, *Strategic Management Journal*, 11, Special Issue: Corporate Entrepreneurship, pp. 17-27
- Facione NC and Facione PA. 1992 *The California critical thinking dispositions inventory test manual* Millbrae Calif Acad Press 44 1-17
- Fatemeh Mohseni, Zohreh Seifoori, Saeideh Ahangari, Yaser Khajavi. (2020) The effects of metacognitive strategies training and critical thinking awareness on reading comprehension. *Cogent Education* 7:1.
- Yet-Mee Lim, Teck Heang Lee, Ching Seng Yap, Chui Ching Ling. (2016) Employability skills, personal characteristics and early employment problems of entry-level audit students: perspectives of employers, lecturers, auditors and students. *Journal of Education for Business* 91:4, pages 185-192.
- Christopher P. Dwyer, Amy Boswell, Mark A. Elliott. (2015) An Evaluation of Critical Thinking Competencies in Business Settings. *Journal of Education for Business* 90:5, pages 260-269.
- Linda Heichman Taylor. (2008) Information Literacy in Subject-Specific Vocabularies: A Pathway to Critical Thinking. *College & Undergraduate Libraries* 15:1-2, pages 141-158.
- Nancy Nentl, Ruth Zietlow. (2008) Using Bloom's Taxonomy to teach critical thinking skills to business students. *College & Undergraduate Libraries* 15:1-2, pages 159-172.

Kanike, U., & Xia, Y. (2022). Impact of ICT-based tools on team effectiveness of virtual software teams working from home due to COVID-19 lockdown: An Empirical Study. *International Journal of Software Innovation (IJSI)*, 10(1), 1-20. <http://doi.org/10.4018/IJSI.309958>

Bartolomé, J., Garaizar, P. & Larrucea, X. A Pragmatic Approach for Evaluating and Accrediting Digital Competence of Digital Profiles: A Case Study of Entrepreneurs and Remote Workers. *Tech Know Learn* 27, 843-878 (2022). <https://doi.org/10.1007/s10758-021-09516-3>

Malik<sup>1</sup>, H. a. (2019). Implementation of Problem-Based Learning to Improve Critical Thinking Skills in Entrepreneurs Learning. *Journal of Physics: Conference Series*

CE Responsible - Empowering Social Business in Central Europe. (n.d.). Interreg CENTRAL EUROPE. <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/CE-RESPONSIBLE.html>

General concepts of numeracy Table of contents. (n.d.). Siyavula <https://www.siyavula.com/read/cat/grade-11-cat/general-concepts-of-computing>

Reckmann, N. (2022, 29 June). Why critical thinking is important for your business. *Business News Daily*. <https://www.businessnewsdaily.com/7532-critical-thinking-in-business.html>

### **Ελληνική βιβλιογραφία (auf Griechisch - Referenzen):**

Γεωργαντά, Ζ., (2003). Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες - Το Management της Επιχειρηματικής Καινοτομίας, Αθήνα: εκδ. ΑΝΙΚΟΥΛΑ

Γκούμας, Σ. & Τέφα, Αικ. (2012). Επιχειρηματικότητα στη μικρή επιχείρηση. Αθήνα: Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΙΜΕ ΓΣΕ- ΒΕΕ)

Καραγιάννης, Α. Δ., Κορρές, Γ. & Ζαρίφης, Α. (2001). Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη. Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο

Σιώμκος, Γ. (2004). Στρατηγικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Εκδ. ΑΘ. ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ

## **Formative Selbstevaluierung**

Quizzes, kleine Übungen, Abschlussprüfung.

## **Vorgeschlagene studentische Arbeitsbelastung**

10-15 Stunden



## Einheit 2 - Wie Sie den sozialen Wert und die Auswirkungen Ihres Unternehmens vermarkten

### Zusammenfassung

Diese Einheit zielt darauf ab, die Lernenden dabei zu unterstützen, Wissen über die wichtigsten Prinzipien, Merkmale und Elemente des sozialen Marketings und des digitalen und sozialen Medienmarketings zu erlangen, um die sozialen Ziele und Kernwerte ihres Unternehmens zu fördern. Durch die Einführung des Konzepts der sozialen Werte in der Wirtschaft zielt die Lerneinheit darauf ab, die Lernenden mit Methoden, praktischen Werkzeugen und Kompetenzen auszustatten, um ihr Unternehmen effektiv zu vermarkten und die soziale Wirkung ihres Unternehmens zu fördern.

### Umfang

Ziel von Lerneinheit 2 ist es, die Teilnehmer mit den Begriffen und der grundlegenden Bedeutung von Social Marketing und digitalen Medien vertraut zu machen und ihnen zu zeigen, wie sie soziale Werte in ihrem Unternehmen fördern können. Es wird sie mit praktischen Werkzeugen ausstatten, um ihr Unternehmen effektiv zu vermarkten und seine soziale Wirkung zu verbessern.

### Erwartete Ergebnisse

Nach Abschluss dieser Lerneinheit werden die Lernenden in der Lage sein zu verstehen:

- die Bedeutung der sozialen Werte ihres Unternehmens und deren Merkmale als Meilensteine einer Marketingstrategie
- die Beziehung zwischen den Kernwerten ihres Unternehmens und der Zielgruppe/Kunden
- wie sie die Grundprinzipien des Sozialmarketings anwenden können, um die sozialen Auswirkungen ihres Unternehmens zu fördern und ihre Werte zu vermitteln.
- die wichtigsten Merkmale und Arten des digitalen Marketings
- wie sie eine wirksame Strategie zur Online-Vermarktung ihrer Unternehmensmarke und ihres Auftrags entwickeln können.



- die Grundprinzipien, die wichtigsten Schritte und die praktischen Instrumente zur Planung und Entwicklung einer Social-Media-Strategie.

## Schlüsselwörter

Social Marketing, Social Media Plattformen, Digitale Medien, Social Media Marketing, Soziale Zwecke, Unternehmensförderung, Soziale Auswirkungen.

## Literaturverzeichnis

Chris Joseph, **Soziale Werte in der Wirtschaft** von <https://smallbusiness.chron.com/social-values-business-4752.html>

Abu Waheeduzzaman, Akademischer Forscher Autor, Professor für Marketing und International Business an der Texas A&M University-Corpus Christi, 27<sup>th</sup> vom September 2022 **Sozialer Wert im Marketing**, von <https://www.linkedin.com/pulse/social-value-marketing-abu-waheeduzzaman/>

David McGlashan, Sales and Marketing Manager, SSE London **Verkaufen und vermarkten Sie Ihr soziales Unternehmen** unter <https://www.the-sse.org/resources/sustaining/selling-and-marketing-your-social-enterprise/>

**Social Marketing verstehen: Förderung der Annahme und Nutzung von wertvollen Produkten und Praktiken** von <https://ctb.ku.edu/en/sustain/social-marketing/overview/main>

**Arindra Mishra, 4 Ps des sozialen Marketings**, 9. August 2020 von <https://managementweekly.org/4-ps-of-social-marketing/>

**Digitales Marketing** von <https://mailchimp.com/marketing-glossary/digital-marketing/>

Alexa Gustavsen, Aug 31, 2022, **What are the 8 Types of Digital Marketing?** von

<https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/business/types-of-digital-marketing>

**25 der besten Marketing-Strategien für Sozialunternehmer: Ein Leitfaden (INTRO von Typen)** von

<https://changecreator.com/best-marketing-strategies/>

**Social Media Marketing Plan: Eine 11-stufige Vorlage zur Verwendung im Jahr 2022** von

<https://blog.wishpond.com/post/115675437098/social-media-marketing-plan>

**Jamia Kenan**, veröffentlicht am 22. September 2022, **Social Media Marketing: Was es ist und wie**

**Sie Ihre Strategie aufbauen** <https://sproutsocial.com/insights/social-media-marketing-strategy/>

## Formative Selbstevaluierung

Lesen und Studieren von Online-Präsentationen, eigenständige Lektüre und Studien, bewährte Verfahren, asynchrone Videopräsentationen, Quiz, kleine Übungen, Abschlussprüfung.

## Vorgeschlagenes Arbeitspensum für Studenten



10-15 Stunden

## Einheit 3 - Kreativ, sozial und lohnend: Wie Sie sich mit Ihrer CSE von der Masse abheben und sich erfolgreich auf dem Markt bewegen

Die Künstler werden mit wertvollen Fähigkeiten im Management und in der Unternehmensgründung eines kreativen Sozialunternehmens ausgestattet. Das Modul zielt darauf ab, Kernwissen zum Aufbau und zur Führung eines kreativen Unternehmens in der Marktwirtschaft zu vermitteln. Die Einheit erklärt die Mechanismen des Marktes und wie sie zum Vorteil des CSE genutzt werden können. Diese Einheit vermittelt angehenden Sozialunternehmern das notwendige Wissen über Management, um sich im Marktdschungel zurechtzufinden. Die Lernenden werden wertvolle Fähigkeiten entwickeln, um ihr Unternehmen aufzubauen und aufrechtzuerhalten und um ein nachhaltiges und reifes Wachstum für die CSE zu gewährleisten. Sie werden lernen, wie sie den Prozess mit der Entwicklung eines Geschäftsmodells und eines Geschäftsplans beginnen und mit anderen wichtigen Schritten fortfahren können. Die Entwicklung einer Reihe von praktischen Instrumenten wird ihnen helfen, wichtige Entscheidungen zu treffen. Ziel von Einheit 3 ist es, den Unternehmern einen Leitfaden an die Hand zu geben, wo sie anfangen und was sie beachten müssen, um ihr Unternehmen auf dem Markt wettbewerbsfähig zu halten und gleichzeitig den sozialen Auftrag der CSE zu meistern.

### Umfang

Ziel von Einheit 3 ist es, Künstlern wertvolle Management- und Geschäftsgründungsfähigkeiten für ein kreatives Sozialunternehmen zu vermitteln. Sie befasst sich mit dem Aufbau und der Führung eines kreativen Unternehmens in der Marktwirtschaft und erklärt die Marktmechanismen, die für das CSE von Vorteil sind. Angehende Sozialunternehmer erwerben Managementkenntnisse, um sich auf dem Markt effektiv zurechtzufinden. Die Lernenden entwickeln Fähigkeiten für ein nachhaltiges Wachstum, beginnend mit einem Geschäftsmodell und -plan, unter Berücksichtigung der sozialen Mission des CSE.

### Erwartete Ergebnisse

Nach Abschluss des Moduls werden die Lernenden in der Lage sein:

- einen Geschäftsplan zu schreiben und potenziellen Kreditgebern die eigenen Ideen vorzustellen.
- Vermittlung von Fähigkeiten zur Führung eines aufstrebenden Kreativunternehmens.

- Managementfähigkeiten und -instrumente zur Führung eines sozialen Unternehmens einsetzen.
- eine Marktanalyse durchführen, um die Interessengruppen zu verstehen.
- menschenzentriertes Design anwenden, um ein soziales Produkt zu schaffen.

## Schlüsselwörter

Soziales Unternehmertum, Geschäftsplan, Managementfähigkeiten, Marktanalyse, CSE, kreatives Unternehmertum, Künstler, Management, Unternehmensgründung, kreatives soziales Unternehmen, Marktwirtschaft, Marktmechanismen, angehende soziale Unternehmer, nachhaltiges Wachstum, Geschäftsmodell, soziale Mission.

## Literaturverzeichnis

40 Gap Analysis Templates & Examples (Word, Excel, PDF), 2022, TemplateLab, <https://templatelab.com/gap-analysis-templates/>, Zugriff am 21.10.2022

AIHR - Academy to Innovate HR, 2021, *3 Steps to Performing a Skills Gap Analysis*, YouTube, [https://www.youtube.com/watch?v=gpd7DLGmH\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=gpd7DLGmH_U), Zugriff am 21.10.2022

Alex Osterwalder, <https://www.alexosterwalder.com/>, Zugriff am 21.10.2022.

Atlassian, *Mission Statements und Vision Statements | The Workstream*, <https://www.atlassian.com/de/work-management/strategic-planning/mission-and-vision>, Zugriff am 25.10.2022

Babele, 2022, *Babele: All-in-one digital incubator and accelerator management software*, Babele: All-in-one incubator & accelerator management platform, <https://babele.co/>, Zugriff am 21.10.2022.

Beisler C., 2020, *Mind the Gap: 4 Ways to Address Skills Gaps in Your Organization*, Bridgeview, <https://www.bridgeviewit.com/mind-gap-4-ways-address-skills-gaps-organization/>, Zugriff am 17.10.2022

Berkman L.F., Kawachi I., Glymour M.M., 2014, *Social Epidemiology*, Oxford University Press, <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/31016/1/Lisa%20F.%20Berkman.pdf>, Zugriff am 13.10.2022

Birnbaum E., 2021, *How to Build Effective Teams for Social Impact: Im Gespräch mit dem Gründer von Shifting Patterns Consulting*, SEE Change Magazine, <https://www.seechangemagazine.com/build-effective-teams-social-impact-convo-founder-shifting-patterns-consulting/>, Zugriff am 30.09.2022

Birnbaum E., 2021, *How to Build Effective Teams for Social Impact: Im Gespräch mit dem Gründer von Shifting Patterns Consulting*, SEE Change Magazine, <https://www.seechangemagazine.com/build-effective-teams-social-impact-convo-founder-shifting-patterns-consulting/>, Zugriff am 04.10.2022

Cahalane, Claudia, 2021, *Wie Sie Ihren sozialen Einfluss messen können*. Schule für soziales Unternehmertum. Zugriff am 30.11.2022, <https://www.the-sse.org/resources/sustaining/how-to-measure-your-social-impact/>

*Merkmale effektiver Teamarbeit | think synergy*, 2021, The Happy Manager, <https://the-happy-manager.com/article/characteristics-of-effective-teamwork/>, Zugriff am 30.09.2022

*Core Values Are Organizational Pillars*, 2022, Strategic Finance, <https://sfmagazine.com/post-entry/october-2020-core-values-are-organizational-pillars/>, Zugriff am 25.10.2022

Friedman J., 2022, *How to Conduct a Skills Gap Analysis (in 6 Steps)*, Emeritus Online Courses, <https://emeritus.org/blog/how-to-conduct-a-skills-gap-analysis/>, Zugriff am 21.10.2022

*Hierarchische und flache Organisationsstrukturen - Organisationsstrukturen - Edexcel - GCSE Business Revision - Edexcel*, BBC News, <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/z6v847h/revision/1>, Zugriff am 21.10.2022

*How to brainstorming brilliant ideas in teams - without sliding into 'group think'*, University of South Carolina, <https://sc.edu/uofsc/posts/2022/05/conversation-how-to-brainstorm-ideas-in-teams.php#.Yzam4HZByUk>, Zugriff am 30.09.2022

*Leitbild, Vision und Werte - 100 Beispiele, die Sie durch den Prozess führen - Bâton Global*, <https://www.batonglobal.com/post/how-to-write-mission-vision-and-values-statements-with-examples>, Zugriff am 25.10.2022

Tatsächlich, Redaktionsteam, 2021, *Was ist ein interdisziplinäres Team? Definition, Bedeutung und Vorteile*, <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/interdisciplinary-team>, Zugriff am 30.09.2022

Nancarrow S.A., Booth A., Ariss S., Booth A., Smith T., Enderby P., Roots A., 2013, *Zehn Grundsätze für gute interdisziplinäre Teamarbeit*, Human Resources for Health 11, 19, DOI: <https://doi.org/10.1186/1478-4491-11-19>, <https://human-resources-health.biomedcentral.com/articles/10.1186/1478-4491-11-19>, Zugriff am 30.09.2022

- Nene S.W., Pillay A.S., 2019, *An Investigation of the Impact of Organisational Structure on Organisational Performance*, Financial Risk and Management Reviews, vol. 5(1), pp. 10-24, DOI: [10.18488/journal.89.2019.51.10.24](https://doi.org/10.18488/journal.89.2019.51.10.24), accessed 21.10.2022
- NI Business Info, *Dezentralisierte Organisationsstruktur* | [nibusinessinfo.co.uk](https://www.nibusinessinfo.co.uk), <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/decentralised-organisational-structure>, Zugriff am 21.10.2022
- Oeij P., Dhondt S., Žiauberytė-Jakštienė R., Corral A., Totterdill P., 2016, *Implementing workplace innovation across Europe: Why, How and What? Wirtschaftliche und soziale Veränderungen: Fakten, Trends, Prognosen*, 5, S. 195-218, DOI: [10.15838/esc.2016.5.47.11](https://doi.org/10.15838/esc.2016.5.47.11), Zugriff am 21.10.2022
- Oke A., Munshi N., Walumbwa F. O., 2009, *The Influence of Leadership on Innovation Processes and Activities*, Organizational Dynamics, 38, S. 64-72, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2008.10.005>, Zugriff am 21.10.2022
- Olsen G., 2022, *How to Find a Mentor Who Can Take Your Business Higher*, Foundr, <https://foundr.com/articles/leadership/personal-growth/find-a-mentor>, Zugriff am 17.10.2022
- Osterwalder A., Pigneur Y., 2010, *Business Model Generation*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. <https://www.strategyzer.com/books/business-model-generation>, Zugriff am 21.10.2022
- Pot F.D., Koningsveld E.A., 2009, *Quality of working life and organizational performance- two sides of the same coin?*, Scandinavian Journal of Work, Environment & Health, 35 (6), pp. 421-428, DOI: [10.5271/sjweh.1356](https://doi.org/10.5271/sjweh.1356), accessed 21.10.2022
- Reddy C., 2019, *Advantages and Disadvantages of Working in a Team*, Wisestep, <https://content.wisestep.com/top-advantages-and-disadvantages-of-working-in-a-team/>, abgerufen am 21.10.2022
- Reshwan R, 2021, *Tips to Identify and Eliminate Knowledge Gaps*, CLIMB, <https://climbtheladder.com/tips-to-identify-and-eliminate-knowledge-gaps/>, Zugriff 17.10.2022
- Sean Cope, 2021, *12 Gründe, warum Unternehmen Freiberufler einstellen*, Upwork, <https://www.upwork.com/resources/why-companies-hire-freelancers>, Zugriff am 04.10.2022
- Social Business Design, 2021, *SBD Blog: Social Entrepreneurship, Business Design & mehr*, <https://socialbusinessdesign.org/sbd-blog-social-entrepreneurship-social-business-design/>, Zugriff am 21.10.2022
- Social Business Design, 2021, *Social Business Fallstudien*, <https://socialbusinessdesign.org/social-business-case-studies/>, accessed 17.10.2022



Social Business Design, 2021, *Social Business Design | Tools and resources for aspiring changemakers*, <https://socialbusinessdesign.org/>, Zugriff am 17.10.2022.

*Gründung eines Unternehmens in der EU: Registrierung und Unterstützung*, Ihr Europa, [https://europa.eu/youreurope/business/running-business/start-ups/starting-business/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/running-business/start-ups/starting-business/index_en.htm), Zugriff am 17.10.2022

Study.com, 2022, *Einfluss und Bedeutung der Mitarbeitermoral | Was ist Mitarbeitermoral?*, <https://study.com/learn/lesson/employee-morale-influence-importance.html>, Zugriff am 25.10.2022

Totterdill P., Dhondt S., Boermans S., 2016, *Your Guide to Workplace Innovation*, European Workplace Innovation Network, Zugriff am 17.10.2022.

Volberda H.W., Van Den Bosch F.A.J., 2004, *Rethinking the Dutch Innovation Agenda: Management and Organization Matter Most*, ERIM Report Series Research in Management, ERS-2004-009-STR, Zugriff am 17.10.2022.

*Was ist Systemdenken?*, S. 405, <https://managementhelp.org/misc/defn-systemsthinking.pdf>, Zugriff am 30.09.2022

Williams S., *7 Types of Organizational Structures*, 2020, Lucidchart, <https://www.lucidchart.com/blog/types-of-organizational-structures>, Zugriff am 21.10.2022

WIN, 2022, <https://project-win.eu/>, abgerufen am 20.10.2022.

Wipulanusat W., Panuwatwanich K. & Stewart R., 2017, *Exploring leadership styles for innovation: an exploratory factor analysis*, *Engineering Management in Production and Services*, 9(1), pp. 7-17, DOI: <https://doi.org/10.1515/emj-2017-0001>, Zugriff am 17.10.2022.

## Formative Selbstevaluation

Studieren Sie Online-Präsentationen, unabhängige Lektüre und Studien, bewährte Praktiken, asynchrone Videopräsentationen, Quiz, kleine Übungen, Abschlussprüfung.

## Vorgeschlagenes Arbeitspensum für Studenten

10-15 Stunden



## Einheit 4 - Die Finanzen aufpeppen: Erwerben Sie CSE-Finanzmanagement-Kenntnisse und peppen Sie Ihre Erfahrungen im Fundraising und in der Gewinnerzielung auf

### Zusammenfassung

Soziales Unternehmertum ist ein Konzept, das die Schaffung alternativer Geschäftsmodelle ermöglicht, die marktorientiert sind und gleichzeitig alle Parteien auf dem freien Markt einbeziehen - Arbeiter und Angestellte, Arbeitgeber, Investoren, Verbraucher und andere. Die Förderung des Konzepts des sozialen Unternehmertums eröffnet die Diskussion über eine unternehmerische Tätigkeit, die nicht nur auf Gewinnmaximierung ausgerichtet ist, sondern auch auf die Erzielung von Ergebnissen im Zusammenhang mit dem Wohl der gesamten Gemeinschaft und bestimmter sozial benachteiligter Gruppen. Alle Unternehmen, einschließlich kunstbasierter Sozialunternehmen, benötigen genaue und aktuelle finanzielle und betriebliche Leistungsdaten, um Entscheidungen über den Betrieb und das Wachstum des Unternehmens treffen zu können. Sozialunternehmen sind einzigartige hybride Gebilde mit monetären Verwaltungs- und Berichterstattungserfordernissen, die weder von gemeinnützigen noch von unternehmerischen Buchhaltungs- und Finanzberichtssystemen und -praktiken adäquat berücksichtigt werden.

### Umfang

Das Ziel von Einheit 4 ist es, die besonderen Probleme und Bedürfnisse der Finanzmanagementkompetenzen für den Erhalt kunstbasierter sozialer Unternehmen sowie die Herausforderungen der Finanzkompetenz junger sozialer Unternehmer anzusprechen und ihnen dabei zu helfen, die bisherige Leistung zu bewerten, Risiken für die finanzielle Lage des Unternehmens zu erkennen und Möglichkeiten zur Verbesserung der Leistung und zur Schaffung sozialer Veränderungen zu finden.

### Erwartete Ergebnisse

Nach Abschluss des Moduls werden die Lernenden in der Lage sein:

- Kenntnis der rechtlichen Grundlagen für die Gründung eines Sozialunternehmens in dem jeweiligen Land.
- Entwicklung eines Verständnisses für die Rolle von kunstbasierten Sozialunternehmen im Wirtschaftsleben der lokalen Gemeinschaften.

- Aneignung finanzieller Kenntnisse über soziale Unternehmen: Festlegung von Geschäftszielen, Entwicklung eines Geschäftsplans, Aufrechterhaltung der finanziellen Nachhaltigkeit.
- Verständnis für die spezifischen Aspekte der Finanzverwaltung eines Sozialunternehmens, die sich von den finanziellen Fähigkeiten unterscheiden, die für die Verwaltung eines Unternehmens oder einer NRO erforderlich sind.
- Sensibilisierung für die Tatsache, dass kunstbasierte Sozialunternehmen Werte schaffen und erfolgreich sein können, wenn sie Strategien umsetzen, die auf Marktchancen reagieren, indem sie ihre Ressourcen ausschöpfen.

## Schlüsselwörter

Arbeitsmarkt, soziales Unternehmertum, Unternehmertum, Finanzmanagementkompetenzen, kunstbasierte soziale Unternehmen, Herausforderungen bei der Finanzkompetenz, junge soziale Unternehmer, bisherige Leistungen, Risiken, Finanzlage, Chancen, sozialer Wandel

## Literaturverzeichnis

- Birch, Kean und Whittam, Geoff. 2008. Der Dritte Sektor und die regionale Entwicklung von Sozialkapital. *Regional Studies*, 42 (3): 437-450
- Borzaga, C., S. Depedri und E. Tortia. 2010. The Growth of Organisational Variety in Market Economies: The Case of Social Enterprises Euricse Working Papers N.003/10.
- Borzaga, C. und S. T. Depedri, Ermanno 2009. Die Rolle von Genossenschaften und sozialen Unternehmen: Ein vielseitiger Ansatz für wirtschaftlichen Pluralismus. Euricse-Arbeitspapiere N.000/09
- Brown, Jim. 2006. Eigenkapitalfinanzierung für soziale Unternehmen. *Zeitschrift für soziales Unternehmertum*. 2(1): 73-81.
- Brozek, K. O. 2009. Exploring the Continuum of Social and Financial Returns: Wann wird eine Nonprofit-Organisation zu einem sozialen Unternehmen? *Community Development Investment Review*. 5(2): 7-17.
- Bull, Mike, und Crompton, Helen. 2006. Geschäftspraktiken in Sozialunternehmen. *Zeitschrift für soziales Unternehmertum*. 2(1): 42- 60.
- Gonzales, V. 2010. Eine andere Art von sozialem Unternehmen: Soziale Genossenschaften und die Entwicklung von bürgerschaftlichem Kapital in Italien. *Gemeindeentwicklung* 41 (1): 50-75.
- Dees, J. Gregory. 1998. "Unternehmerische Nonprofit-Organisationen". *Harvard Business Review* 76(1): 55-67.
- Defourny, Jacques, und Nyssens, Marthe. 2010. Soziales Unternehmertum in Europa: Am Scheideweg von Markt, öffentlicher Politik und drittem Sektor. *Politik und Gesellschaft*, 80: 1-12.
- Doherty, Bob. 2011. Resource Advantage Theory and Fair-Trade Social Enterprises. *Journal of Strategic Marketing*, 19 (4): 357-380
- Drayton, William. 2002. Der Bürgersektor: So unternehmerisch und wettbewerbsfähig werden wie die Wirtschaft". *California Management Review* 44(3): 120-132.

- Edery, Yared. 2006. Ethische Entwicklungen im Finanzwesen: Implikationen für Wohltätigkeitsorganisationen und soziale Unternehmen". Zeitschrift für soziales Unternehmertum. 2(1): 82-100.
- Frances, Nic. 2008. Das Ende der Wohltätigkeit". Public Policy Research 15(2): 89-93.
- Hughes, Patricia, und William Luksetich. 2004. Gemeinnützige Kunstorganisationen: Do Funding Sources Influence Spending Patterns?". Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly 33(2): 203-220.
- Hynes, Briga. 2009. Wachstum des Sozialunternehmens - Fragen und Herausforderungen. Zeitschrift für soziales Unternehmertum. 5(2): 114-125.
- Kerlin, Janelle. 2010. Eine vergleichende Analyse des globalen Aufkommens von Sozialunternehmen. Voluntas, 21: 162-179
- Klein, J.-L., D.-G. Tremblay, und D. Brussieres, R. 2010. Auf der Sozialwirtschaft basierende lokale Initiativen und soziale Innovation: A Montreal Case Study. Internationale Zeitschrift Technology Management 51 (1): 121-138.
- Klein, J.-L., J.-M. Fontan, und D.-G. Tremblay. 2009. Soziales Unternehmertum, lokale Initiativen und Sozialwirtschaft: Grundlagen für eine sozial innovative Strategie zur Bekämpfung von Armut und Ausgrenzung. Kanadische Zeitschrift für Regionalwissenschaft xxxii (1): 23-42.
- Kong, Eric. 2010. Innovationsprozesse in sozialen Unternehmen: An IC Perspective. Zeitschrift für Intellektuelles Kapital, 11 (2): 158-178
- Korsgaard, Steffen. 2011. Opportunity Formation in Social Entrepreneurship. Journal of Enterprising Communities, 5 (4): 265-285
- Martin, Maximilian. 2008. Investieren in die entstehende Landschaft der sozialen Unternehmen". Viewpoints: 108-115.
- McCarthy, Breda. 2008. Fallstudie eines Künstlerheims in Irland: eine Untersuchung seines Geschäftsmodells" Social Enterprise Journal. 4(2): 136 - 148.
- Somerville, Peter, und Gerard McElwee. 2011. Situating Community Enterprise: A Theoretical Exploration. Unternehmertum und regionale Entwicklung, 23 (5-6): 317-330
- Speer, Robert. 2006. Soziales Unternehmertum: ein anderes Modell?". Internationale Zeitschrift für Sozialökonomie. 33(5/6): 399-410.
- Tan, W.-L., Williams, J., & Tan, T.-M. (2005). Die Definition des "Sozialen" in "Soziales Unternehmertum": Altruismus und Unternehmertum". Internationale Zeitschrift für Unternehmertum und Management, 1, 353-365.
- Teasdale, Simon. 2010. How can Social Enterprise Address Disadvantage? Evidence from an Inner-City Community, Journal of Nonprofit and Public Sector marketing, 22 (2): 89-107.
- Thompson, John; Geoff Alvy; und Ann Lees. 2000. Social Entrepreneurship - A New Look at the People and the Potential'. Management Decision 38(5): 328.
- Todres, Mathew, Cornelius, Nelarine, Janjuha-Jivraj, Shaheena und Woods, Adrian. 2006. Entwicklung aufstrebender sozialer Unternehmen durch Kapazitätsaufbau". Zeitschrift für soziales Unternehmertum. 2(1): 61-72.
- Toner, Anna, Lyne, Isaac, und Ryan, Patrick. 2008. Reaching the Promised Land: Kann soziales Unternehmertum die soziale Ausgrenzung verringern und Gemeinschaften befähigen? Bildung, Wissen und Wirtschaft, 2 (1): 1-13



- Trelstad, Brian. 2008. Einfache Maßnahmen für soziale Unternehmen". Innovationen: Technologie, Governance, Globalisierung. 3(3): 105-118.
- Trexler, Jeff. 2008. Soziales Unternehmertum als Algorithmus: Ist soziales Unternehmertum nachhaltig?". E:CO Ausgabe 10(3): 65-85.
- Wallace, Barbra. 2005. Exploring the meaning(s) of sustainability for community-based social entrepreneurs. Zeitschrift für soziales Unternehmertum. 1(1): 78-89.
- Zietlow, John T. 2001. Soziales Unternehmertum: Management-, Finanz- und Marketingaspekte". Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing (9)1&2:19-43.

## **Formative Selbstevaluation**

Lesen und Studieren von Online-Präsentationen, eigenständige Lektüre und Studien, bewährte Verfahren, asynchrone Videopräsentationen, Quiz, kleine Übungen, Abschlussprüfung.

## **Vorgeschlagene studentische Arbeitsbelastung**

10-15 Stunden



## Einheit 5 - Risikobewertungen und Risikomanagement - Kompetenzentwicklung für kreative Sozialunternehmen

### Zusammenfassung

Sozialunternehmer zu sein, kann eine wirklich erfüllende Karriere sein. Gleichzeitig gibt es jedoch viele Risiken und Herausforderungen, die damit verbunden sind, ein vollwertiger sozialer Unternehmer zu werden, und die man kennen muss, bevor man sich entscheidet, diese Reise anzutreten. Eine solide Risikogrundlage kann dazu beitragen, diesen Fokus zu schaffen. Wenn diese verstanden und Präventionsstrategien in die betrieblichen Abläufe und die Unternehmenskultur integriert werden, ist ein größerer Erfolg zu erwarten. In Referat 5 werden die wichtigsten Risiken und ihr Umgang mit ihnen erörtert.

### Umfang

Einheit 5 zielt darauf ab, die Lernenden in einen Bildungsprozess einzubinden, der ihre Entscheidungsfähigkeiten im Bereich des sozialen Unternehmertums verbessern wird. Insbesondere wurde die Einheit entwickelt, um die Risikomanagementfähigkeiten junger künstlerischer Unternehmer zu verbessern.

### Erwartete Ergebnisse

Nach Abschluss des Moduls werden die Lernenden in der Lage sein:

- Proaktiv Risiken erkennen, Bedrohungen abmildern und in ihrem Bereich wettbewerbsfähig sein.
- Entwickeln Sie die richtigen Soft Skills - die persönlichen, emotionalen und sozialen Fähigkeiten, die es Managern ermöglichen, effektiv als Führungskräfte zu agieren und zum sozialen Wandel beizutragen.
- Aufbau von Soft Skills, die helfen, Risiken in kunstbasierten Sozialunternehmen zu managen und nicht nur zu messen.

### Schlüsselwörter

Grundsätze des Risikomanagements, Bildungsprozess, Entscheidungsfähigkeit, Risikobalance, treibende Kraft, soziales Unternehmertum, junge Künstler, Kompetenzen, organisatorisches Feingefühl

## Literaturverzeichnis

- Ball, A. S. (2016) "Social enterprise governance", *University of Pennsylvania Journal of Business Law*, 18(4), 919-984.
- Borzaga, C., Fazzi, L. und Galera, G. 2016, "Social enterprise as a bottom-up dynamic. Part 2: the reaction of civil society to unmet social needs in England, Scotland, Ireland, France, and Romania", *International Review of Sociology*, vol. 26 (2), 201-204.
- Bull, M. und Ridley-Duff, R. (2011), *Understanding social enterprise: theory & practice*, London; Thousand Oaks, California: SAGE.
- Campi, S., Defourney, J. und Grégoire, O. (2006) "Work integration social enterprises: are they multiple-goal and multi-stakeholder organizations?" in Adam, S., Johnson, T. und Nyssens, M., eds., *Social enterprise: at the crossroads of market, public policies and civil society*, London; New York; Routledge, 29-50.
- Conseil Wallon de l'Économie Sociale (1990): *Rapport à l'Exécutif Régional Wallon sur le secteur de l'Économie Sociale*, Liège: Conseil Wallon de l'Économie Sociale.
- Core, J.E., Guay, W.R., und Larcker, D.F. (2003), "Executive Equity Compensation and Incentives: A Survey", *Economic Policy Review*", Federal Reserve Bank of New York, 9(1), 27-50. 92
- Dees, G. (1998) *Die Bedeutung des Unternehmertums*, Kansas City, MO; Palo Alto, CA: Kauffman Foundation und Stanford University.
- Defourney, J. (2001) "Einleitung: From third sector to social enterprise" in Borgaza, C. und Defourney, J., Hrsg., *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge: London; New York, 1-28.
- Defourney, J. und Nyssens, M. (2006) "Defining Social Enterprise" in Adam, S., Johnson, T. und Nyssens, M., Hrsg., *Social enterprise: at the crossroads of market, public policies and civil society*, Routledge, London; New York, 3-27.
- Dinu, A. und Tilea, D.M. (2014) "Risk Management Failures", *Calitatea*, 15(2), 208 - 211.
- Europäische Kommission (2016) *Social Enterprises and their Eco-systems: A European Mapping Report; Aktualisierter Länderbericht: Irland, Luxemburg*: Veröffentlichungsbüro der Europäischen Union.
- Grace, M. (2010) "Nonprofits and the value of risk management" in Seaman, B.A. und Young, D.R., Hrsg., *Handbook of research on nonprofit economics and management*, Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar, 156 - 168.
- Head, G.L., Herman, M.L., Fogarty, T.E. und Jackson, P.M. (2004) *Managing Risk in Nonprofit Organizations: A Comprehensive Guide*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Holmes, T. (2011) *The Common Cause Handbook: A Guide to Values and Frames for Campaigners, Community Organisers, Civil Servants, Fundraisers, Educators, Social Entrepreneurs, Activists, Funders, Politicians, and everyone in between*, Public Interest Research Centre: Machynlleth.

- Hubbard, D.W. (2009) *The Failure of Risk Management: Why It's Broken and How to Fix It*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hynes, B. (2016) *CREATING AN ENABLING, SUPPORTIVE ENVIRONMENT FOR THE SOCIAL ENTERPRISE*, Limerick: Kemmy Business School, University of Limerick.
- Institute of Risk Management (2018) *A Risk Practitioners Guide to ISO 31000: 2018*, London: Institute of Risk Management.
- Knight, F.H. (1971), *Risiko, Unsicherheit und Gewinn*, Chicago: Chicago University Press.
- Laville J.-L. & Nyssens M. (2001) "The Social Enterprise: Towards a Theoretical Socio-Economic Approach", in Borzaga C., Defourny J., eds., *The Emergence of Social Enterprise*, London; New York: Routledge, 312-332.
- Laville, J.L., Young, D.R., und Eynaud, P., (2015) *Civil society, the third sector and social enterprise*, New York, NY: Routledge.
- Lalor, T. (2012) "Procurement and social enterprise", in Doyle, G. und Lalor, T., Hrsg., *Social enterprise in Ireland: a people's economy?* Oak Tree Press: Cork, 67-77.
- Martin, F. und Thompson, M. (2010) *Social enterprise: developing sustainable businesses*, New York; Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Marshall, D. und Ritchie, B. (1993) *Business Risk Management*, London: Chapman and Hall.
- Yunus, M. (2007) *Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism*, New York, NY: PublicAffairs.
- Zeininger, L. & Irimie, S. (2015) "Aspects of Risk Management Introduction in Small and Medium Enterprises", *Risk in Contemporary Economy*, 2(1), pp 200-209.

## Formative Selbstevaluation

Lesen und Studieren von Online-Präsentationen, eigenständige Lektüre und Studien, bewährte Verfahren, asynchrone Videopräsentationen, Quiz, kleine Übungen, Abschlussprüfung.

## Vorgeschlagenes Arbeitspensum für Studenten

10-15 Stunden

## Lektion 6 - Mit Leichtigkeit auf dem Finanz- und Arbeitsmarkt bewegen

### Zusammenfassung

Die Einheit zielt darauf ab, die Lernenden dabei zu unterstützen, Wissen über die Schlüsselkompetenzen zu erlangen, die sie entwickelt haben müssen, um kompetente Fachleute im aktuellen oder erwarteten Wirtschafts- und Arbeitsumfeld zu werden. Außerdem werden die Teilnehmer mit Methoden und praktischen Werkzeugen vertraut gemacht, um Fähigkeiten zu entwickeln, Prioritäten, Ziele und Zielsetzungen festzulegen und entsprechende Aktionspläne zu entwerfen.

### Umfang

Ziel von Lerneinheit 6 ist es, die Fähigkeiten der Lernenden zu verbessern und sie in die Lage zu versetzen, sich mit Leichtigkeit auf dem Finanz- und Arbeitsmarkt zurechtzufinden, indem relevante Kenntnisse, Informationen und Fachwissen vermittelt werden.

### Erwartete Ergebnisse

Nach Abschluss des Moduls werden die Lernenden in der Lage sein:

- was ein soziales Unternehmen und soziales Unternehmertum sind.
- die Bedeutung der Sozialwirtschaft und wie sie sich von Land zu Land unterscheiden kann.
- die Besonderheiten des sozialen Unternehmertums in der Kunst
- welche Finanzmittel und sonstige Unterstützung für kleine Unternehmen und Möglichkeiten für soziale Unternehmen zur Verfügung stehen

### Schlüsselwörter

Arbeitsmarkt, Beschäftigung, soziales Unternehmertum, Unternehmertum, Sozialwirtschaft, Unterstützung von Lernenden, Schlüsselqualifikationen, kompetente Fachkräfte, aktuelle wirtschaftliche Situation, voraussichtliches Arbeitsumfeld, Einarbeitung der Teilnehmer, Methoden, praktische Werkzeuge, Entwicklung von Fähigkeiten, Festlegung von Prioritäten, Zielen, Zielsetzungen, Entwurf von Aktionsplänen.

### Literaturverzeichnis





Soziales Unternehmen 101, von Common Good solutions: [https://www.youtube.com/watch?v=9\\_g5RqwW51I](https://www.youtube.com/watch?v=9_g5RqwW51I)

Was ist ein soziales Unternehmen? Kurze Erläuterung von Investshift:  
<https://www.youtube.com/watch?v=EpmBTDeTSHg>

Was ist ein soziales Unternehmen? Von der DBS-Stiftung: <https://www.youtube.com/watch?v=kBhwdJowEcg>

Qu'est-ce qu'une entreprise sociale? Von SAW-B asbl (NUR AUF FRANZÖSISCH):  
[https://www.youtube.com/watch?v=brwW\\_KmfwYs](https://www.youtube.com/watch?v=brwW_KmfwYs)

Qu'est-ce que l'économie sociale? von CFAmericas (NUR AUF FRANZÖSISCH):  
<https://www.youtube.com/watch?v=k5nEI0bMMdc>

Aktionsplan Sozialwirtschaft: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1537&langId=en>

Initiative für soziales Unternehmertum:  
<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/14583/attachments/3/translations/en/renditions/pdf>

Was ist soziales Unternehmertum? Von CEDRA Split: <https://www.youtube.com/watch?v=aTo0qtdVMpM>

Was ist soziales Unternehmertum? Von SENS MREŽA: <https://www.youtube.com/watch?v=1ecKK3S8DOE>

Soziales Unternehmertum: The Case for Definition von Roger L. Martin & Sally Osberg:  
[https://ssir.org/articles/entry/social\\_entrepreneurship\\_the\\_case\\_for\\_definition](https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition)  
<https://www.oecd.org/cfe/leed/social-entrepreneurship-oecd-ec.htm>

Soziales Unternehmertum, was jeder wissen muss von David Bornstein und Susan Davis:  
[https://www.researchgate.net/publication/265091813\\_Social\\_Entrepreneurship\\_What\\_Everyone\\_Needs\\_to\\_Know](https://www.researchgate.net/publication/265091813_Social_Entrepreneurship_What_Everyone_Needs_to_Know)

Sie können sich über die Merkmale des sozialwirtschaftlichen Sektors in Ihrem Land informieren, indem Sie Ihren von der Europäischen Kommission erstellten Länderbericht unter folgendem Link herunterladen: [https://ec.europa.eu/social/main.jsp?advSearchKey=socentercountryreports&mode=advancedSubmit&catId=1307&doc\\_submit=&policyArea=0&policyAreaSub=0&country=0&year=0](https://ec.europa.eu/social/main.jsp?advSearchKey=socentercountryreports&mode=advancedSubmit&catId=1307&doc_submit=&policyArea=0&policyAreaSub=0&country=0&year=0)

Europäische Kommission, Social enterprises, and their eco-systems in Europe, 2020 (die Teile, die Sie am meisten interessieren): <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8274&furtherPubs=yes>

Europäische Kommission, A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Synthesis Report, 2015 <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>

Die Sozialwirtschaft in der Europäischen Union, Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss:  
[https://www.ciriec.uliege.be/wp-content/uploads/2015/12/resume\\_CESE2012\\_en.pdf](https://www.ciriec.uliege.be/wp-content/uploads/2015/12/resume_CESE2012_en.pdf)

Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union, vom Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss:  
[https://www.ciriec.uliege.be/wp-content/uploads/2017/10/RecentEvolutionsSEinEU\\_Study2017.pdf](https://www.ciriec.uliege.be/wp-content/uploads/2017/10/RecentEvolutionsSEinEU_Study2017.pdf)

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Union - Wichtige künftige Entwicklungen, Herausforderungen und Chancen des Europäischen Parlaments (zumindest die Zusammenfassung):  
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL\\_STU\(2019\)629203\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU(2019)629203_EN.pdf)

[\(163\) Soziale Marktwirtschaft \(explainity® Erklärvideo\) - YouTube](#)

[\(163\) Verstehen: Inkubatoren & Beschleuniger - YouTube](#)

[\(163\) Was ist soziales Unternehmertum? - YouTube](#)

[\(163\) Könntest du ein sozialer Unternehmer sein - YouTube](#)

[\(163\) Messen Sie Ihre Wirkung mit Social Return on Investment - YouTube](#)

[\(163\) Sozialwirtschaft in Europa - YouTube](#)

## Formative Selbstevaluierung

Lesen und Studieren von Online-Präsentationen, eigenständige Lektüre und Studien, bewährte Verfahren, asynchrone Videopräsentationen, Quiz, kleine Übungen, Abschlussprüfung.

## Vorgeschlagenes Arbeitspensum für Studenten

10-15 Stunden