



ifempower

INTERNATIONALES LEHRMATERIAL FÜR DEN LEHRPLAN



Internationales Lehrmaterial für den Lehrplan

Hauptautor
Károly Mike
Corvinus-Universität Budapest

Co-Autoren
Attila Bartha, László Kállay, Katalin Szakács Mihalkov, Katalin Oborni, Attila Petheő
Corvinus-Universität Budapest

2021

INTELLEKTUELLER OUTPUT 3

Dieses Lehrmaterial wurde im Rahmen des Projekts "Interactive and mentorship based FEMale emPOWERment in the field of entrepreneurship - iFEMPOWER" entwickelt.

ifempower ist ein strategisches Projekt im Bereich der Hochschulbildung, das durch das Erasmus+ Programm der Europäischen Union unter der Registrierungsnummer 2018-1-HU01-KA203-047766 kofinanziert wird.

Federführender Partner: Forschungsinstitut HÉTFA.

Dieses Dokument wurde im Rahmen der ifempower-Aktivität "Internationales Lehrmaterial" erstellt, die von der Corvinus-Universität Budapest (HU) koordiniert wurde.

Beiträge wurden von den folgenden Personen geliefert: Jón Snorri Snorrason, Kári Joensen von der Universität Bifröst (IS), Orsolya Gergely von der Ungarischen Universität Sapientia in Transsylvanien (RO), Erzsebet Fanni Toth von der Sigmund-Freud-Universität (AT) und Nieves García Pereira von der Stiftung Andalucía Emprende (ES).

Die im Rahmen des ifempower-Projekts erstellten Materialien sind für den Bildungsgebrauch bestimmt und können daher für diesen Zweck frei verwendet werden, ihr Inhalt darf jedoch ohne schriftliche Genehmigung der Partner nicht verändert oder weiterentwickelt werden. Die Wiederveröffentlichung des Dokuments mit unverändertem Inhalt ist nur mit einer klaren Angabe des Autors und der Quelle des Originalmaterials möglich.

Kontakt: www.ifempower.eu, internationaloffice@hetfa.hu

Zweite Auflage, 2021

Vorgeschlagene Zitierung: Károly Mike - Attila Bartha - László Kállay - Katalin Szakács Mihalkov - Katalin Oborni - Attila Petheő (2021): *Internationales Lehrmaterial für den Lehrplan*. Lehrmaterial, das im Rahmen des Projekts "Interactive and mentorship based FEMale emPOWERment in the field of entrepreneurship - iFEMPOWER" entwickelt wurde.

Inhalt

Inhalt.....	4
1. Zusammenfassung.....	6
2. Einführung.....	9
2.1. Beschreibung des intellektuellen Outputs.....	9
2.1.1. Meilensteine.....	9
2.1.2. Allgemeiner Inhalt.....	9
2.1.3. Bei der Erstellung der Ausgabe wurden Richtlinien befolgt:.....	10
3. Überblick über das Lehrmaterial.....	13
3.1. Die Unternehmerin des 21. Jahrhunderts - Gründung und Start eines neuen, von Frauen geführten Unternehmens.....	13
3.1.1. Ziele der Lehre.....	13
3.1.2. Lernergebnisse.....	15
3.1.3. Didaktischer Ansatz.....	18
3.1.4. Zeitplan.....	20
3.1.5. Aufgaben.....	25
4. Schlussfolgerung.....	29
5. Vorschläge für die Anwendung des Curriculums und des Lehrmaterials.....	30
6. Bibliographie.....	33
7. Anhänge.....	38
7.1. Allgemeine Richtlinien für Lehrer für den Kurs.....	38
7.1.1. Anhang I - Verwendete pädagogische Online- und Offline-Methoden.....	38
7.2. Spezifische und detaillierte Lehrerrichtlinien für den Kurs.....	38
7.2.1. Anhang II – Modul 1.....	38
7.2.2. Anhang II – Modul 2.....	38
7.2.3. Anhang II – Modul 3.....	38
7.2.4. Anhang II – Modul 4.....	38
7.2.5. Anhang II – Modul 5.....	38
7.2.6. Anhang II – Modul 6.....	38
7.2.7. Anhang II – Modul 7.....	38
7.2.8. Anhang II – Modul 8.....	38
7.2.9. Anhang II – Modul 9.....	39
7.2.10. Anhang II – Modul 10.....	39
7.2.11. Ein Ordner mit zusätzlichem Material, das während des Kurses verwendet werden kann.....	39



Zusammenfassung

1. Zusammenfassung

Dieses Lehrmaterial für internationale Lehrpläne wurde von Professoren und Forschern der Corvinus Universität Budapest mit Beiträgen von Partneruniversitäten erstellt, die an dem vom Erasmus+ Programm der Europäischen Union kofinanzierten iFEMPOWER Projekt beteiligt sind. Die modulbasierte Struktur des Lehrmaterials bietet ein hohes Maß an Flexibilität bei den Lehrstrategien und -praktiken. Auf diese Weise kann es in verschiedenen Arten von Universitätsprogrammen eingesetzt werden, und einzelne Universitäten können das Lehrmaterial an ihr spezifisches institutionelles Umfeld anpassen. Darüber hinaus ist das Lehrmaterial aufgrund seiner Flexibilität auch für die unternehmerische Ausbildung von (potenziellen) Unternehmerinnen in anderen Organisationen, die in der Unternehmensförderung tätig sind, geeignet.

Das Lehrmaterial bietet allgemeine methodische Leitlinien für den gesamten zweisemestrigen Lehrplan. Es enthält detaillierte Leitlinien für innovative Lehrmethoden und Anhänge mit Unterrichtsfolien für jede Woche. Der inhaltliche Schwerpunkt des Materials liegt in zwei Bereichen: (i) Kenntnisse und Fertigkeiten für die Gründung und Führung eines Unternehmens und (ii) Kenntnisse und Fertigkeiten, die sich speziell auf die Rolle einer Unternehmerin beziehen. Dementsprechend werden im gesamten Lehrplan allgemeine Fragen des Unternehmertums angesprochen und durch Beispiele und Fallstudien weiblichen Unternehmertums untermauert und illustriert. Auf diese Weise werden wichtige Aspekte des weiblichen Unternehmertums, geschlechtsspezifische Herausforderungen und Risiken, mit denen Unternehmerinnen konfrontiert sind, und spezifisches Wissen über Gleichstellungsfragen im Rahmen des Unternehmertums in den Kontext der Entwicklung von Soft Skills (Problemlösung, Risikomanagement, Kommunikation, zwischenmenschliche Fähigkeiten und Networking) und der Stärkung des Selbstvertrauens gestellt.

Das Kursmaterial beschreibt die wichtigsten Lehrziele, die erwarteten Lernergebnisse, den Lehransatz (d. h. die verwendeten Lehrmethoden), einen vorgeschlagenen Zeitplan und eine Liste der wichtigsten Aufgaben des Kurses. Die beiden Hauptziele sind: Vermittlung von Hintergrundwissen über die wichtigsten Aspekte des weiblichen Unternehmertums und Schaffung eines sicheren und unterstützenden Umfelds für die Teilnehmerinnen, um ihre Softskills und Fähigkeiten zu entwickeln, die für unternehmerische Aktivitäten nützlich sind. Zu den wichtigsten Lernergebnissen gehören die Schaffung des Wissen der Kursteilnehmerinnen über die geschlechtsspezifischen Herausforderungen für Unternehmerinnen, die Entwicklung eines unternehmerischen Bewusstseins und Denkens sowie die Entwicklung umfassender unternehmerischer Fähigkeiten, die es den Teilnehmerinnen ermöglichen, einen Geschäftsplan und ein Risikomanagement zu entwickeln. Der Kurs wendet eine Blended-Learning-Methode an, die sowohl Online- als auch Offline-Methoden im Zusammenhang mit Gamification, Kollaboration und Projektmanagementtechniken umfasst. Die Schulungstechniken sind vielfältig: Vorträge,

Trainingsaktivitäten, Gruppenübungen, Plenarsitzungen, Fallstudien und Studentenpräsentationen werden ebenfalls eingesetzt; das Kursmaterial schlägt eine angemessene Koordination zwischen den einzelnen Klassen und Schulungsmethoden vor. Es enthält einen vorgeschlagenen Zeitplan, obwohl die modulbasierte Struktur des Kurses den einzelnen Einrichtungen Flexibilität bei der Organisation des Kurses bietet. In den Kursunterlagen sind auch die wichtigsten Aufgaben aufgeführt: Ausarbeitung einer analytischen Fallstudie, Entwicklung eines eigenen Geschäftskonzepts und Erstellung eines Geschäftsplans.

Der letzte Abschnitt enthält einige abschließende Bemerkungen und Empfehlungen, die auf dem Entwicklungsprozess des Lehrmaterials im Rahmen des iFEMPOWER-Projekts beruhen. Er enthält Beiträge von Partneruniversitäten, Unternehmerorganisationen und Unternehmern, die an Präsentationen und Diskussionen der Entwurfsversionen dieses Lehrmaterials teilgenommen haben.



Einführung

2. Einführung

2.1. Beschreibung des intellektuellen Outputs

Dieses Lehrmaterial wurde entwickelt, um Lehrer zu unterstützen, die das internationale iFEMPOWER-Modul an Partneruniversitäten unterrichten werden. Das Material ist interaktiv und umfasst verschiedene Werkzeuge, die es den Lehrkräften ermöglichen, sich auf die Module vorzubereiten, darunter Youtube-Videos über Interviews mit Interessengruppen, die Nutzung von Datenbanken, Situations-Spiele und andere Methoden des Brainstormings und der nicht-formalen Bildung. Die Hauptwirkung wird darin bestehen, dass die Schülerinnen und Schüler ein hohes Niveau an weiblichem Unternehmertum erhalten. Daher werden sie nicht nur mit allgemeinen Regeln und Fallstricken vertraut sein, sondern auch vertiefte Kenntnisse über relevante praktische Hindernisse und potenzielle Lösungen durch Fallstudien und interaktive Techniken erhalten. Das Lehrmaterial wird offen zugänglich sein. Daher kann es leicht von jeder Bildungseinrichtung übernommen werden. Darüber hinaus wird es auf der EPALE-Plattform zur Verfügung gestellt werden. Daher werden die Werkzeuge auch die Erwachsenenbildung erreichen, wo dieses Thema ebenfalls interessant ist und die Ergebnisse des Projekts als solche genutzt werden können.

2.1.1. Meilensteine

Diese Version der Ausgabe wurde nach folgendem Zeitplan erstellt:

- Phase 1: erster Entwurf - Transnationales Treffen; 1. März 2019
- Phase 2: Endgültiger Entwurf - 15. Juli 2019

2.1.2. Allgemeiner Inhalt

Das Lehrmaterial enthält allgemeine methodische Richtlinien für den gesamten Lehrplan von 2 Semestern sowie detaillierte Richtlinien für den Unterricht jeder Klasse, komplett mit Folien für jede Woche. Die Kursarbeit stützt sich auf eine breite Palette innovativer Lehrmethoden, für die klare Anleitungen gegeben werden. Für mehrere Teile des Lehrplans werden zusätzliche Ressourcen und Links zu externen Ressourcen bereitgestellt.

2.1.3. Bei der Erstellung der Ausgabe wurden Richtlinien befolgt:

Die Richtlinien für die Erstellung der Ausgabe umfassen folgende Aspekte:

- 1) Inputs aus der Forschung wurden im Lehrmaterial wie folgt verwendet:-
 - i. kurze Videos, die mit den Befragten über unternehmerische Probleme oder Herausforderungen und deren Lösung aufgenommen wurden;
 - ii. strukturierte Zusammenfassungen von Interviews, die als Grundlage für die Erstellung von Fallstudien oder Problemsets verwendet werden.
- 2) Berücksichtigung länderübergreifender Unterschiede
 - a. Das Lehrmaterial folgt einer Logik, die im Kontext jedes europäischen Landes nachvollziehbar ist. Dies erfordert eine klare Konzeptualisierung und Darstellung der allgemeinen Fragen des weiblichen Unternehmertums.
 - b. Eine potenzielle Stärke des Projekts besteht darin, dass es die Studierenden sowohl mit den Gemeinsamkeiten als auch mit den Unterschieden, denen Unternehmerinnen in verschiedenen Ländern begegnen, vertraut machen könnte. Der Lehrplan und das Lehrmaterial sollten ausdrücklich die Darstellung der internationalen Vielfalt als eines der Leitprinzipien haben.
 - c. Eine große Schwäche der transnationalen Lehrmittel besteht darin, dass einigen von ihnen die Präzision in Bezug auf harte Fertigkeiten fehlt, wie z.B. das Grundwissen über rechtliche Fragen bei der Unternehmensgründung oder das Wissen über finanzielle und wirtschaftliche Kenntnisse. Für diese spezifischen Fragen sollten die vorgeschlagenen Instrumente an die Bedingungen in jedem Land angepasst werden.
- 3) Berücksichtigung länderübergreifender Unterschiede
 - a. Das Lehrmaterial folgt einer Logik, die im Kontext jedes europäischen Landes nachvollziehbar ist. Dies erfordert eine klare Konzeptualisierung und Darstellung der allgemeinen Fragen des weiblichen Unternehmertums.
 - b. Eine potenzielle Stärke des Projekts besteht darin, dass es die Studierenden sowohl mit den Gemeinsamkeiten als auch mit den Unterschieden, denen Unternehmerinnen in verschiedenen Ländern begegnen, vertraut machen könnte. Der Lehrplan und das Lehrmaterial sollten ausdrücklich die Darstellung der internationalen Vielfalt als eines der Leitprinzipien haben.
 - c. Eine große Schwäche der transnationalen Lehrmittel besteht darin, dass einigen von ihnen die Präzision in Bezug auf harte Fertigkeiten fehlt, wie z.B. das Grundwissen über rechtliche Fragen bei der Unternehmensgründung oder das Wissen über finanzielle und wirtschaftliche Kenntnisse. Für diese spezifischen Fragen sollten die vorgeschlagenen Instrumente an die Bedingungen in jedem Land angepasst werden.

- 4) Gesammelte Lehrerfahrung teilen und neue Methoden ausprobieren
 - a. Die teilnehmenden Partner verfügen über langjährige Erfahrung im Unterrichten von Fächern und Themen, die mit dem Thema des Projekts zusammenhängen. Das Projekt bietet die Möglichkeit, das Know-how im Bereich der Textsammlung (insbesondere in Bezug auf das, was die Teilnehmer als gute Praxis in ihrer Institution betrachten) auszutauschen.
 - b. Darüber hinaus wurden mehrere neue Methoden in den Mittelpunkt gerückt - ihre Auswahl spiegelt spezifische Inhalte des Lehrplans wider.



**Lehrmaterial
für die
internationaler Lehrplan**

3. Überblick über das Lehrmaterial

Das Lehrmaterial konzentriert sich auf die beiden Hauptaufgaben, die durch das Lehrmodul erfüllt werden sollen: (i) die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten zur Gründung und Führung eines Unternehmens und (ii) die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten, die speziell damit zusammenhängen, eine Unternehmerin zu sein. Während der Schwerpunkt der ersten Aufgabe eher allgemein gehalten ist, wird die Frage des weiblichen Unternehmertums im gesamten Lehrplan anhand von Beispielen und Fallstudien behandelt.

Dieser Entwurf wurde von Professoren und Forschern der Corvinus-Universität Budapest mit Beiträgen der anderen beteiligten Universitäten erstellt.

3.1. Die Unternehmerin des 21. Jahrhunderts - Gründung und Start eines neuen, von Frauen geführten Unternehmens

3.1.1. Ziele der Lehre

Dieser Leitfaden für den Unterricht soll Pädagogen Methoden und Ressourcen für die Vermittlung des Lehrplans des Kurses "Die unternehmerische Frau des 21. Jahrhunderts - Gründung und Start eines neuen Unternehmens durch Frauen" zur Verfügung stellen. Das grundlegende Ziel des Kurses ist es, junge Studentinnen für eine potentielle unternehmerische Tätigkeit zu befähigen.

Der Kurs deckt die meisten der Hauptthemen über weibliches Unternehmertum ab, wobei den geschlechtsspezifischen Fragen (in Bezug auf Merkmale, Schwierigkeiten und Lösungen) große Aufmerksamkeit gewidmet wird, um die Herausforderungen, denen sich Unternehmerinnen gegenübersehen, besser zu bewältigen. Der Kurs geht insbesondere auf die Zwänge ein, denen sich Frauen lokal und weltweit gegenübersehen, und wie sich diese Zwänge auf Unternehmerinnen und ihre Unternehmen auswirken. Darüber hinaus stützt sich der Kurs auf theoretisches und forschungsorientiertes Wissen, das in den Bereichen Soziologie und Geschlechterstudien über Frauen und Unternehmertum generiert wurde.

Darüber hinaus ist es auch ein Ziel, die Studierenden zur aktiven Teilnahme und zum kreativen Nachdenken über Fragen im Zusammenhang mit dem Unternehmertum zu ermutigen und gleichzeitig ein kritisches Bewusstsein für einige der wesentlichen geschlechtsspezifischen Fragen zu entwickeln, wie z.B. soziale Rollen, Annahmen über weibliche Führungskräfte und Unternehmerinnen oder mögliche Wege, die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern in Frage zu stellen. Daher wird großer Wert auf die Entwicklung von Fähigkeiten und Kompetenzen durch nicht-formale Bildungstechniken gelegt. Zu diesem Zweck werden in dem Handbuch verschiedene Methoden und Schulungsaktivitäten vorgestellt, wobei der Schwerpunkt auf der Entwicklung des kreativen und kritischen Denkens der teilnehmenden Studenten liegt.

Der Kurs soll einen Einblick in Theorien der Geschlechtergleichstellung und des weiblichen Unternehmertums geben. Die Studierenden sollen mit dem Konzept des Unternehmertums in Bezug auf den regulatorischen Rahmen, der die europäischen KMUs regelt, und der Bedeutung des Unternehmertums für die Wirtschaft, den Kernkonzepten des Marketings und der Analyse von Nachfrage und Präferenzen vertraut gemacht werden. Auf diese Weise wird den Studierenden ein Einblick und Verständnis für das Unternehmertum geboten, das erforderlich ist, um unternehmerische Möglichkeiten zu erkennen und zu bewerten.

Es wird davon ausgegangen, dass die Studierenden die Fähigkeit besitzen, Märkte zu analysieren und einen Geschäftsplan unter Verwendung von Analysewerkzeugen und -methoden vorzuschlagen.

Darüber hinaus erwerben die Studierenden auch Kenntnisse in der Durchführung von Cashflow-Analysen, Deckungsbeitragsrechnungen und anderen Methoden des Finanzmanagements. Die Studierenden lernen, wie man Chancen in operative Unternehmungen verwandelt, wie man einen Geschäftsplan organisiert und verständlich kommuniziert und präsentiert, wie man ein KMU oder ein Unternehmen selbstbewusst führt und Teams bildet, um persönliche und Teamkreativität zu entwickeln sowie zu führen und zu inspirieren.

Dieses Kursmaterial unterscheidet sich daher von der traditionellen Art und Weise, ein Universitätsfach zu unterrichten. Darüber hinaus können die Themen, die das Kursmaterial abdeckt, und die Art und Weise, wie die Teilnehmer einbezogen werden, sich auf persönliche Themen, Ziele und Beziehungen auswirken. Es kann auch das Bewusstsein für geschlechtsspezifische Themen schärfen und somit starke Auswirkungen auf die Entwicklung von Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen haben. Dem Ausbilder/Lehrer kommt eine wichtige Rolle bei der Erleichterung des Engagements der Teilnehmer zu, denn anstatt nur Wissen zu präsentieren, muss eine sichere Lernumgebung geschaffen werden, in der das auf aktiver Beteiligung basierende Lernen gefördert werden kann. Das Kursmaterial ist so konzipiert, dass ein Lehrer/Lehrkraft erforderlich ist, der Erfahrung mit der Leitung von Schulungsprogrammen zur Entwicklung von Soft Skills oder anderen Arten von Workshops für Gruppenaktivitäten und Gemeinschaftsbildung hat.

Bevor der Lehrplan im Detail vorgestellt wird, muss die Frage aufgeworfen werden, warum es wichtig ist, das Thema "Geschlecht" und "Geschlechtergleichheit" in die für junge Frauen konzipierte Ausbildung zum Unternehmertum aufzunehmen. Die wichtigste Überlegung bei der Einbeziehung der Geschlechterperspektive ist ihre unbestreitbare Relevanz für das Verständnis der Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Unternehmern in Bezug auf Chancen und Beteiligung an der Macht usw. Bemerkenswerte makroökonomische Daten und empirische Studien legen nahe, dass es für Frauen viel schwieriger ist, Unternehmerinnen zu werden.

Um die treibenden Kräfte und die verschiedenen Ursachen hinter den Prozessen, die Frauen zu Unternehmern machen, besser zu verstehen, ist es darüber hinaus unerlässlich, sich mit Fragen wie Geschlechternormen, Stereotypen und geschlechtsspezifischer Ungleichheit auseinanderzusetzen. Das Verständnis der Kernbegriffe der Geschlechter ist für die Überlegungen zur Gleichstellung der Geschlechter von zentraler Bedeutung. Die Gleichstellung der Geschlechter ist daher eines der Hauptthemen in Bezug auf weibliches Unternehmertum und die Stärkung der Rolle der Frau. In praktischer Hinsicht hilft das Material zur Gleichstellung der Geschlechter den Studierenden auch, einige der Probleme und Herausforderungen, denen Unternehmerinnen heute gegenüberstehen, zu verstehen und zu untersuchen.

Ein weiterer Grund, das Geschlecht als analytische Linse in der Bildung zu verwenden, ist die Stärkung des Geschlechterbewusstseins, durch das die Schülerinnen und Schüler größere Fähigkeiten zum kritischen Denken entwickeln können, indem sie Themen in Frage stellen, die sie als selbstverständlich angesehen haben. Die Erziehung zum Thema Geschlecht ist ein Akt der Entwicklung des Geschlechtsbewusstseins anderer: Die Schülerinnen und Schüler lernen, sich selbst, andere und ihre Umwelt durch eine geschlechtsspezifische Linse zu sehen, was ein Bewusstsein für ihre eigenen geschlechtsspezifischen Perspektiven, Assoziationen, Annahmen, Werte und die Anerkennung ihres geschlechtsspezifischen Selbst einschließt, und wie all dies die Art und Weise beeinflusst, wie sie denken, Entscheidungen treffen oder mit anderen interagieren. Es ist zu beachten, dass die Arbeit an der Sensibilisierung für Geschlechterfragen ein fortlaufender und oft sensibler Prozess ist, da die Schülerinnen und Schüler ständig über sich selbst und andere nachdenken und Fragen stellen.

Schließlich muss auch die Ethik berücksichtigt werden. Die Diskussion und das Lernen über Geschlechterfragen kann für den Einzelnen eine sehr engagierte und sinnvolle Aktivität mit vielen personellen Auswirkungen sein. Die geschlechtsspezifische Identität eines Individuums ist ein wichtiger Aspekt der Identität und des Selbstwertgefühls, und auf einer eher praktischen Ebene hat "Gender" alle möglichen Auswirkungen sowohl auf persönlicher Ebene als auch für die berufliche Entwicklung (siehe

z.B.: Unternehmer werden, Wahl der Arbeit, Zugang zu Geld und Macht). Die Auseinandersetzung mit dem Thema Geschlecht sowie mit Geschlechterfragen und Identität kann sowohl positive als auch negative persönliche Gefühle, tiefe persönliche Erinnerungen oder aktuelle Erfahrungen offenbaren. Es wird dringend empfohlen, dass sich die Lehrerinnen und Lehrer sorgfältig und verantwortungsbewusst überlegen, wie sie eine sichere Umgebung für die Schülerinnen und Schüler schaffen und bereitstellen können, damit sie sich an Aktivitäten und Diskussionen beteiligen können, indem sie sich frei und sicher ausdrücken.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Kurs ein zweifaches Ziel verfolgt:

(1) Der Kurs zielt darauf ab, einen theoretischen Hintergrund zu wichtigen Aspekten des weiblichen Unternehmertums zu vermitteln, wie z.B:

- **Wissen über die Merkmale des weiblichen Unternehmertums;**
- **Wissen über geschlechtsspezifische Herausforderungen und Risiken, denen sich Unternehmerinnen stellen müssen;**
- **Wissen über Fragen der Geschlechtergleichstellung im Bereich des weiblichen Unternehmertums; • Wissen über geschlechtsbezogene Herausforderungen und Risiken, denen sich Unternehmerinnen stellen müssen; • Wissen über Fragen der Geschlechtergleichstellung im Bereich des weiblichen Unternehmertums.**

(2) Der Kurs zielt auch darauf ab, ein sicheres und unterstützendes Umfeld für die Teilnehmerinnen zu schaffen, damit sie ihre für die unternehmerische Tätigkeit nützlichen Soft Skills und Stärken entwickeln können. Neben der Aufmerksamkeit, die auf die Entwicklung von Fähigkeiten gelegt wird, soll er das Selbstvertrauen und den Glauben der Teilnehmerinnen an ihre unternehmerischen Fähigkeiten entwickeln. Die besonderen Ziele bestehen aus:

- **Den Studierenden eine sichere und unterstützende Plattform zu bieten, um Themen, Fragen und Meinungen zu äußern und auszutauschen.**
- **Sensibilisierung für Gender-Fragen, Stereotypen in Bezug auf Frauen usw. (Aha-Momente).**
- **Entwicklung der Soft Skills der Studierenden, einschließlich Kommunikationsfähigkeiten, Problemlösungsfähigkeiten, Managementfähigkeiten, Risikomanagementfähigkeiten, zwischenmenschliche Fähigkeiten, Gruppenarbeit und Präsentationsfähigkeiten.**
- **Stärkung des Selbstvertrauens, indem die Studierenden befähigt werden, ihre Stärken und Fähigkeiten zu erkennen.**
- **Förderung der sozialen Interaktion und Vernetzung.**

3.1.2. Lernergebnisse

Erstens soll der Kurs den theoretischen Hintergrund zu wichtigen Aspekten des weiblichen Unternehmertums vermitteln. Die vorgestellten Themen umfassen Merkmale des weiblichen Unternehmertums, geschlechtsspezifische Herausforderungen und Barrieren, denen sich Unternehmerinnen während ihrer Karriere stellen müssen, sowie Fragen der Gleichstellung der Geschlechter im Bereich des weiblichen Unternehmertums. Es ist auch das Ziel, ein unterstützendes Umfeld für die Studierenden zu schaffen, damit sie ihre Soft Skills (wie Kommunikationsfähigkeiten, Problemlösungsfähigkeiten, kritisches Denken, Managementfähigkeiten,

Risikomanagementfähigkeiten, zwischenmenschliche Fähigkeiten, Arbeitsgruppen und Präsentationsfähigkeiten) entwickeln können, und die Studierenden in die Lage zu versetzen, ihre eigenen Stärken und Fähigkeiten und den Glauben an unternehmerische Fähigkeiten zu erkennen. Daher sollten die Studenten nach erfolgreichem Bestehen des Kurses: - die Fähigkeit, die eigenen Stärken und Fähigkeiten zu erkennen und den Glauben an unternehmerische Fähigkeiten zu entwickeln.

- ein kritisches Verständnis der während des Kurses besprochenen Themen haben.
- Grundkenntnisse über die Konzepte "Gender" und "geschlechtsbezogene Fragen" haben.
- ein Verständnis dafür haben, warum weibliches Unternehmertum gezielte Unterstützung in Bezug auf die "Gleichstellung der Geschlechter" benötigt - Wissen über geschlechtsspezifische Herausforderungen für Unternehmerinnen.
- Herausforderungen identifizieren, mit denen Unternehmerinnen konfrontiert sind, und über die Instrumente und Ansätze verfügen, um die aktuellen Herausforderungen des Unternehmertums von Frauen zu bewältigen und zu überwinden.
- -Erfahrung in der Arbeit in einer Gruppe haben, eine Idee entwickeln und diese dann schließlich auf einer digitalen Plattform präsentieren (d.h.: Website, Smartphone-Anwendung für Smartphone, Videopräsentation usw.).

Zweitens sind die Inhalte und Methoden sowohl für unternehmerische Experten als auch für potenzielle Unternehmerinnen im Einklang mit den Kurszielen von Vorteil. Basierend auf der Erforschung der wichtigsten Lernergebnisse aus den Vorlesungen über Unternehmertum wurden neue Inhalte und Methoden für diesen Kurs entwickelt. Der neue Inhalt konzentriert sich hauptsächlich auf Fähigkeiten und nicht auf Wissen, und die folgenden wichtigsten angestrebten Ergebnisse für den Kurs wurden ausgearbeitet.

Durch die Teilnahme an diesem Kurs entwickeln die Studenten die folgenden Wissens Elemente:

- **Verstehen des Konzepts des Unternehmertums und der Bedeutung des Unternehmertums für die Wirtschaft.** Die Studenten sollten grundlegende wirtschaftliche Kenntnisse in Bezug auf kleine und mittlere Unternehmen verstehen und besitzen. Sie sollten mit den wesentlichen unternehmerischen Kategorien und Formen wie KMU, Lifestyle-Unternehmen, Unternehmen mit hohem Potenzial, Franchise, Intrapreneurship, soziales Unternehmertum, Familienunternehmen, Start-ups und verschiedenen Rechtsformen vertraut sein.

- **Wissen über die Merkmale des weiblichen Unternehmertums.** Die Studierenden sollen über einschlägige Kenntnisse über sich selbst verfügen und wirtschaftliche Merkmale und ihre Funktionen hinterfragen, wobei der Schwerpunkt auf KMU liegt. Sie sollten mit der Grundbegrifflichkeit des Personalmanagements vertraut sein und auch grundlegende Komponenten und Mechanismen menschlichen Verhaltens verstehen. So sollten sie Einblick in Unternehmerinnen und deren Charakteristika in Bezug auf Persönlichkeit, Einstellung, Kontakte, Fähigkeiten und Erfahrungen haben. Dies erstreckt sich auf unternehmerische Teams in Form von ergänzenden Kenntnissen und Fähigkeiten der Teammitglieder, auf Kooperations- und Teambildungsprozesse sowie auf das Verständnis von Gruppen und Gemeinschaften, Organisationen und Organisationsnetzwerken. Schließlich sollen die Studierenden grundlegende Konzepte der Führung in Bezug auf Kommunikation, Motivation, Kontrolle, Zeitplanung, Problemlösung und effektive und effiziente Entscheidungsfindung verstehen.

- **Erkennen der Unterschiede zwischen einer Geschäftsidee und den Möglichkeiten.** Die Studierenden sollen die Prozesse verstehen, die zur Gründung eines eigenen Unternehmens notwendig sind. Sie sollen die Bedeutung und Anwendung von Geschäftsideen und -möglichkeiten verstehen. Darüber hinaus erstreckt sich dies auf die Ideengenerierung und -bewertung, Marktforschung und

Validierungs- und Verifizierungsprozesse, Produktentwicklung und schlanke Gründungsprozesse, das Verständnis von Geschäftsmodellen und -konzepten sowie Machbarkeitsstudien.

- **Die Studierenden sollten ein Verständnis für die Prozesse der Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedern eines Projekts oder Teams haben.** Sie sollten die Regeln und ethischen Normen für die Durchführung eines Projekts verstehen und darauf vorbereitet sein, sich mit gruppenspezifischen Problemen und deren effektiven Lösungen auseinanderzusetzen.

- **Bewusstsein für unternehmerische Denkweise und die Entwicklung unternehmerischen Denkens.** Die Studierenden sollten die Grundprinzipien verwandter Disziplinen wie Marketing, Finanzen und Verbraucher- und Wirtschaftsrecht verstehen und damit vertraut sein.

Durch die Teilnahme an diesem Kurs sollten die Schülerinnen und Schüler die folgenden Fähigkeiten entwickeln:-

- **Die Gründung eines KMU im Hinblick auf Regulierung und Besteuerung.** Auf der Grundlage von kreativem und geschäftsorientiertem Denken sollten die Studenten in der Lage sein, ein eigenes Unternehmen zu gründen und zu führen. Sie sollten in der Lage sein, die Durchführbarkeit ihrer Geschäftsideen zu prüfen und ihre eigenen Geschäftspläne zu analysieren und zu bewerten.

- **Finanzierung eines KMU durch Cash-Flow-Pläne, Break-even-Berechnungen, potenzielle finanzielle Mittel zur Finanzierung eines Unternehmens.** Die Studenten sollten darauf vorbereitet sein, Unternehmen in der Anfangsphase mit Hilfe von Quellen wie Business Angels, Darlehen, VCs und Crowdfunding zu finanzieren, und mit den verschiedenen Möglichkeiten zur Beschaffung von Finanzmitteln vertraut sein.

- **Marktforschung; Segmentierung, Ausrichtung und Positionierung des Bewusstseins.** Die Studierenden sollten bereit sein, ihr Wissen in der Praxis anzuwenden. Mit Hilfe geeigneter Theorien und Methoden sollten sie in der Lage sein, Fakten und grundlegende Kontakte aufzudecken, um durch Interviews, Umfragen oder durch die Verwendung von Sekundärdaten und die Erstellung von Berichten auf der Grundlage der Ergebnisse die notwendigen Informationen zu erhalten.

- **Verkauf und Marketing, z.B. Produkt, Ort, Preis und Werbung.** Durch die Systematisierung und Analyse von Daten sollen die Studierenden in der Lage sein, Geschäftssituationen zu analysieren und die Ergebnisse sinnvoll zu nutzen, um Schlussfolgerungen zu ziehen, kritisch zu denken, Ratschläge zu geben und Entscheidungen zu treffen.

- **Entwicklung eines Geschäftsplans und Risikomanagement.** Entscheidend ist, dass die Studierenden in der Lage sind, problematische Situationen zu erkennen und eine Reihe von optionalen Aktionsplänen zu erstellen.

- Die Studierenden sollten in der Lage sein, wirtschaftliche Problemlösungstechniken und -methoden unter Berücksichtigung von Einschränkungen anzuwenden.

- Die Studenten sollten auch bereit sein, Ideen sowohl mündlich als auch schriftlich unter Anwendung allgemeiner Regeln der Geschäftskommunikation zu präsentieren und ihre Gedanken kurz und prägnant auszudrücken.

Der Kurs setzt Vertrautheit mit grundlegenden Konzepten der Buchhaltung voraus (wie z.B. Aktiva und Passiva, Schulden und Eigenkapital usw.). Wenn den Studierenden solche Vorkenntnisse fehlen, sollten sie ebenfalls in den Kurs integriert werden.

3.1.3. Didaktischer Ansatz

Der Kurs ist praxisorientiert; praktizierende Unternehmer halten Gastvorträge und Aufgaben konzentrieren sich auf konkrete Managementfragen.

Um zielgerichtete Ergebnisse zu erzielen, wurde die Lehrmethodik im Einklang mit den gängigen pädagogischen Trends entwickelt. In den Vorlesungen wurde beschlossen, eine **Blended-Learning**-Methodik anzuwenden, die sowohl Online- als auch Offline-Methoden in Bezug auf Gamifizierung, kooperative und Projektmanagement-Techniken umfasst. Darüber hinaus haben die Studierenden zwei Möglichkeiten, bis zum Ende des Kurses ihre eigenen Aufgaben zu erstellen. Sie können entweder ein eigenes Geschäftskonzept entwickeln und Geschäftspläne erstellen oder eine analytische Fallstudie eines bestehenden unternehmerischen Vorhabens vorbereiten. In beiden Fällen sollten sie ihr Wissen vertiefen und ihre Fähigkeiten durch den Einsatz von **Learning by doing**-Techniken entwickeln.

In der folgenden Liste sind die angewandten pädagogischen Offline- und Online-Methoden aufgeführt, die im Allgemeinen verwendet werden:

- OFFLINE TECHNIKEN: SIX Thinking Hats-Methode (de Bono), Fallstudienunterricht, Design Thinking, Marshmallow Challenge, Elevator Pitch, Peer Instruction, Fallstudie / Geschäftsplanschreiben (Aufgabe), Präsentation.

- ONLINE-TECHNIKEN: www.coggle.it - Mind Map, www.menti.com - Wortwolke, Online-Unternehmertest, www.scrumbl.ca - Brainstorming, www.kahoot.it - Online-Test, Videovorträge.

Das Handbuch enthält Material für 10 Module, die die Langlebigkeit von zwei Universitätssemestern bestätigen, und jeder Kurs umfasst die Länge eines 90-minütigen Universitätsseminars. Die Themen sind in 10 Hauptmodule gegliedert. Da der Kurs hauptsächlich auf Unternehmerinnen ausgerichtet ist, wird betont, dass die Module 1, 3, 5, 6 und 8 - zusätzlich zur individuellen Entwicklung von Fähigkeiten und Kompetenzen - die folgenden Themen abdecken, die sich gegenseitig ergänzen:

- Konzepte von Gender und Gender-Fragen,
- Geschlechtsspezifische Daten zu t Merkmalen des weiblichen Unternehmertums,
- Faktoren, die die Merkmale der unternehmerischen Tätigkeit von Frauen beeinflussen,
- Erfolgshindernisse und Haupthindernisse für die benachteiligte Situation des weiblichen Unternehmertums,
- Gleichstellung der Geschlechter,
- Konzepte und Ansätze zur Chancengleichheit,
- Wie man Barrieren auf der individuellen Ebene überwindet.

Für jedes Thema werden ein Beispiel für einen Unterrichtsplan und eine schrittweise Beschreibung der verschiedenen Lernaktivitäten vorgestellt. Einige Aktivitäten werden ausführlicher vorgestellt, während in anderen bekanntere Trainingsübungen weniger detailliert dargestellt werden. Ein Link für weitere Informationen wird immer hinzugefügt, und das Präsentationsskript für Vorträge wird bereitgestellt. Schließlich endet jedes Modul mit einer empfohlenen Literaturliste, Links und einer Liste der verfügbaren nützlichen Ressourcen.

Es wird vorgeschlagen, dass ein Konzeptplan für Themen an die Bedürfnisse, Interessen und Vorkenntnisse der Teilnehmer angepasst werden kann. Daher werden in einigen Lektionen zusätzliche

Schulungsübungen angeboten, um den für den lokalen Kontext relevantesten Aspekt auszuwählen. Die allgemeine Absicht ist es, den Lehrern ein möglichst interaktives Werkzeug zur Verfügung zu stellen, daher liegt es an den Lehrern, wie sie das Material verwenden und an die Bedürfnisse und Ziele der jeweiligen Schülergruppe anpassen. Die verschiedenen Aktivitäten und der Inhalt der Vorlesungen können jederzeit relevanter gestaltet werden. Der Inhalt dieses Handbuchs kann jederzeit von denjenigen, die es benutzen, durch Hinzufügen von weiterem Material, Ressourcen und Empfehlungen usw. aktualisiert werden.

Da der Schwerpunkt in diesem Kurs auf der Entwicklung von Soft Skills liegt, wird großer Wert auf die Anwendung partizipativer Methoden gelegt. Allerdings wird auch die traditionellere Methode der Vorlesung nur minimal einbezogen

Zu den in diesem Lehrplan verwendeten Schulungstechniken gehören:

Vorlesungen: in den Modulen 1, 3, 6 und 8

Dies umfasst traditionelle Formen der Lehre, die sich auf theoretisches und forschungsorientiertes Wissen stützen, das in den Bereichen Soziologie und Gender Studies über Frauen und Unternehmertum generiert wurde. Dabei handelt es sich in der Regel um kurze Präsentationen von Lehrenden oder Studierenden über grundlegende Definitionen und Konzepte. Darüber hinaus ist dieses Kursmaterial hauptsächlich auf der Idee eines "Learning by doing"-Ansatzes aufgebaut. Daher wird nur begrenzte Zeit für PPT-Präsentationen aufgewendet. Wenn eine fruchtbare Diskussion entwickelt wird, wird empfohlen, Präsentationen von Vorlesungen zu überspringen, um ihren Inhalt stattdessen als Zusammenfassung oder als Feedback des Lehrers am Ende einer Gruppendiskussion einzubeziehen.

Schulungsaktivitäten: in den Modulen 1, 3 und 6

Während der Kurse wird eine Reihe von Aktivitäten zu zweit oder in kleinen Gruppen angeboten. Es werden alternative Aktivitäten eingeführt, so dass die Lehrkräfte diejenigen auswählen können, die den Bedürfnissen und Vorkenntnissen der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler am besten entsprechen. Diese basieren auf der Anwendung von Trainingswerkzeugen und Spielen mit dem Ziel der Entwicklung von Soft Skills. Diese Arten von Spielen ermutigen die Schülerinnen und Schüler zum Brainstorming, zu Verhandlungen, Debatten, Diskussionen, zum Ideenaustausch und zur Präsentation ihrer Meinungen und Arbeiten. Darüber hinaus können Schulungsaktivitäten dazu beitragen, ein Gemeinschaftsgefühl aufzubauen, und auf praktischer Ebene können sie sehr anregend sein, da die Aktivitäten eine aktive Beteiligung der Studenten sowohl auf individueller als auch auf Gruppenebene erfordern. Für die Schulungsaktivitäten wird zusätzliches Material benötigt, wie z.B. Posterpapier, farbiges Papier, Stifte/Stifte/Marker, Klebebänder, Scheren usw.

Gruppenaktivitäten: in den Modulen 3 und 6

Die im Kurs angewandten Gruppenaktivitäten sind länger und erfordern größere Teams oder manchmal die ganze Gruppe, um an einer bestimmten Aufgabe zu arbeiten; siehe zum Beispiel: World Cafe Methode, Dilemmas Cafe, Ressourcen für den IDEA, Trainingsübung mit dem Titel "Herausforderungen". Das Ziel dieser Art von Aktivitäten umfasst Bewusstseinsbildung, die Förderung der gemeinschaftlichen Teamarbeit und das Lernen durch die Entwicklung eines Verständnisses von Themen und Perspektiven.

Plenarsitzungen: in den Modulen 1, 3, 6 und 8

Es wird den Studenten Zeit für die Teilnahme an moderierten Gruppendiskussionen eingeräumt. Durch die Diskussionen können die Schülerinnen und Schüler die Erfahrung des Wissensaustauschs entwickeln, kritische Zuhör- und Fragetechniken entwickeln und lernen, sich kritisch mit relevanten Themen auseinanderzusetzen.

Fallstudienanalyse: in Modul 6

Die Analyse von Fallstudien wird auch als typische Übung verwendet, um den Studenten kritisches Denken beizubringen und gleichzeitig ihre analytischen Fähigkeiten zu entwickeln. Für die Analyse werden Szenarien aus realen Situationen des weiblichen Unternehmertums verwendet, um Herausforderungen zu identifizieren und um ein besseres Verständnis dafür zu erhalten, was die Teilnehmerinnen während ihrer unternehmerischen Tätigkeit wahrscheinlich vorfinden werden. Die Themen und Beispiele sollten so angepasst werden, dass sie für den Kontext der lokalen Umgebung und Kultur relevant sind. Die Ergebnisse der Interviews in Output 1 mit den Unternehmern/Experten/Engeln können hier als Fallstudien verwendet werden: d.h. zur Identifizierung der Herausforderungen, denen Unternehmerinnen gegenüberstehen, zur Ermittlung von Fähigkeiten und Stärken und zur Ermittlung von Lösungen.

Präsentationen der Studierenden: in den Modulen 3, 5, 6 und 8

Die teilnehmenden Studierenden müssen während des Kurses verschiedene Aufgaben (sowohl Einzel- als auch Gruppenarbeiten) einreichen, die dem Ziel eines praxisorientierten Kurses entsprechen. Einige Aufgaben sollen während des Kurses präsentiert werden, während andere online eingereicht werden müssen. Abschließende Projektarbeiten sollten unter Verwendung einer digitalen Plattform präsentiert werden.

Wie man den Unterricht beginnt und wie man ihn beendet

Es ist wichtig, eine positive Atmosphäre und ein Umfeld zu schaffen, das sich sicher, aber gleichzeitig herausfordernd anfühlt. Deshalb wird zu Beginn jeder Unterrichtsstunde eine 10-minütige Zeitspanne für diesen Zweck festgelegt. Sie kann zur Auswertung der wöchentlichen Reflexion, zum Spielen von Eisbrecherspielen oder zur Einführung in das zu behandelnde Thema genutzt werden, indem man um persönliche Erfahrungen bittet. Es wird dringend empfohlen, "Check-in"- und "Check-out"-Kreise anzuwenden (5 Minuten zu Beginn und am Ende der Klasse). In den Kreisen sollten die Schülerinnen und Schüler nicht mehr als 1-2 Fragen darüber stellen, wie sie sich fühlen, was ihnen in der vorherigen Klasse gefallen hat, oder einfach nur mit den Fingern Zahlen angeben, die signalisieren, wie zufrieden sie mit den Themen, Gruppendiskussionen usw. sind. Am Ende der Sitzung geht es immer darum, die Schülerinnen und Schüler zu fragen, was sie gelernt haben, was sie mitteilen und welches Feedback sie geben möchten. Es ist auch eine gute Gelegenheit, Fragen zur nächsten Lektion zu stellen und zu beantworten, für wöchentliche Reflexionen und Aufgaben.

Die Zeit am Anfang und am Ende des Unterrichts kann auch dazu genutzt werden, die individuelle Entwicklung und den Grad des Verständnisses zu messen. Anstatt Umfragen zu verteilen oder Tests durchzuführen, gibt es andere, kreativere Methoden, wie z.B. das Werfen eines Balls nach dem anderen an jeden Schüler mit einer Frage, die die vorhergehende Klasse reflektiert, oder die Anwendung von Trainingsübungen (z.B. "Was ist Ihre Position...", Grüne Karte - Rote Karte, Heißer Stuhl") zur Bewertung des Wissens. Alternativ können einige Studenten gebeten werden, eine zweiminütige Rede über den Inhalt der vorherigen Klasse, über eingereichte wöchentliche Reflexionsaufzeichnungen oder eine kurze Diskussionsrunde zu halten.

Schließlich ist es wichtig, immer zu betonen, wie wichtig es ist, Meinungsunterschiede zu respektieren und während des gesamten Semesters aktives Zuhören zu üben, um eine respektvolle und sichere Umgebung zu schaffen.

3.1.4. Zeitplan

Die Hauptthemen, die unter diesen Aspekten behandelt werden, können sich wie folgt in den Zeitplan des Kurses einfügen:

Modul	TOPICS (Vorträge/Seminare)	Lernaktivitäten
MODUL 1: Gender - Schlüsselbegriffe der Gender- und Gender-Analyse		
Modul 1 Topic 1	Einführung in den Kurs Geschlecht und Geschlecht	Vortrag Trainingsübungen Einzel- und Kleingruppeneinsätze
Modul 1 Topic 2	Geschlechterrollen und Stereotypen	
Modul 1 Topic 3	Faktoren, die sich auf die individuelle unternehmerische Tätigkeit auswirken	
MODUL 2: Unternehmertum		
Modul 2 Topic 1	EINLEITUNG 1. Einführung in den Kurs 2. Wirtschaftspanorama - KMU im Fokus	www.menti.com word-cloud SME Fact Sheet
Modul 2 Topic 2	UNTERNEHMERISCHE DENKWEISE 1. Die unternehmerische Perspektive: der Unternehmer 2. Klärung der unternehmerischen Fähigkeiten und Einstellungen - Selbsterkenntnis 3. Entwicklung des Geschäftsdenkens - Fallstudie zur Ermittlung von Alternativen und zur Entscheidungsfindung	Case Study
Modul 2 Topic 3	UNTERNEHMERISCHE TEAMS 1. Rekrutierung 2. Modell der Teamentwicklung 3. G.R.P.I.-Werkzeug	Guest Entrepreneur A.

Modul 2 Topic 4	PRÄSENTATION 1. Präsentationstechniken 2. Präsentationsfähigkeiten 3. Lehrplan für Präsentationen	Video-Vorträge Elevator Pitch / Business-Präsentation
MODUL 3: Projektidee und Teamentwicklung		
Modul 3 Topic 1	WER IST EIN UNTERNEHMER? Brainstorming für Geschäftsideen	Vortrag Gruppen-Diskussionen Einzel- und Kleingruppeneinsätze Aktivitäten der Gruppe Gruppenprojektarbeit
Modul 3 Topic 2	ENTWICKLUNG VON GESCHÄFTSIDEEN 1 Präsentation der Idee Teambildung für die Projektarbeit	
Modul 3 Topic 3	ENTWICKLUNG VON GESCHÄFTSIDEEN 2 Fertigstellung von Ideen	
MODUL 4: Vertrieb und Marketing		
Modul 4 Topic 1	GESCHÄFTSIDEE 1. erstellen, sammeln von Geschäftsideen 2. Geschäftsidee vs. Geschäftsgelegenheit 3. Wert-Angebot	Techniken der Ideengenerierung Brainstorming
Modul 4 Topic 2	MARKTFORSCHUNG 1. Segmentierung, Ausrichtung und Positionierung	Design Thinking
Modul 4 Topic 3	PRODUKTMARKT-PASSUNG 1. Validierung des Produkts oder der Dienstleistung 2. Validiertes Lernen	Marshmallow Challenge Value Proposition Canvas
Modul 4 Topic 4	VERTRIEB UND MARKETING 1. Platzierung, Preisgestaltung und Werbung	Zwischenprüfung durch Verwendung von www.kahoot.it

MODUL 5: Präsentation der Idee		
Modul 5 Topic 1	UNTERSTÜTZUNG VON UNTERNEHMERINNEN AUF EU-EBENE	Studentische Präsentationen
Modul 5 Topic 2	PRÄSENTATIONEN VON TEAM-PROJEKTARBEIT	
MODUL 6: Die Unternehmerin		
Modul 6 Topic 1	MERKMALE VON UNTERNEHMERINNEN Einführung in die Feldarbeit	Vortrag Analyse von Fallstudien Gruppen-Diskussionen Präsentationen der Studenten Einzel- und Kleingruppeneinsätze Gruppenprojektarbeit
Modul 6 Topic 2	FRAUEN, FÜHRUNG UND VERNETZUNG	
Modul 6 Topic 3	ARBEIT UND/VS. FAMILIE	
MODUL 7: Geschäftsplan und Risikomanagement		
Modul 7 Topic 1	GESCHÄFTSKONZEPTE 1. Geschäftsmodell für neues Unternehmen	Geschäftsmodell-Leinwand Geschäftskonzept-Karte Schlanke Leinwand
Modul 7 Topic 2	GESCHÄFTSPLANE 1. Entwicklung eines Geschäftsplans 2. Risiko und Risikomanagement	Gast-Unternehmer B.
MODUL 8: Gleichstellung der Geschlechter - Gleichstellung der Geschlechter und affirmative Aktionen für das weibliche Unternehmertum		
Modul 8 Topic 1	FRAGEN DER GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER	Vortrag Trainingsübungen Group discussions

Modul 8 Topic 2	UNTERSTÜTZUNG FÜR JUNGE UNTERNEHMERINNEN	Präsentationen der Studenten Einzel- und Kleingruppeneinsätze Gruppenprojektarbeit
MODUL 9: Gründung von KMUs und Finanzierung von von Frauen geführten Unternehmen		
Modul 9 Topic 1	FINANZIERUNG KLEINER UNTERNEHMEN 1. Cash-Flow-Plan 2. Break-Even-Berechnung 3. Potenzielle Nutzung der finanziellen Ressourcen 4. Die Finanzierung eines Unternehmens	
Modul 9 Topic 2	GRÜNDUNG KLEINER UNTERNEHMEN 1. Regulierung und Besteuerung 2. Die unternehmerische Perspektive: Arten von Unternehmungen und Strategien	Peer Instruktion
MODUL 10: PROJEKT-Präsentation - Fallstudie oder Geschäftskonzept		
Modul 10 Topic 1	PRÄSENTATION VON GRUPPENARBEITSERGEBNISSEN DURCH DIE STUDIERENDEN (Fallstudie oder Geschäftskonzept)	Präsentationen der Studenten

3.1.5. Aufgaben

HAUPTAUFGABEN

Die Studierenden haben zwei Möglichkeiten (die zu Beginn des Kurses zu entscheiden sind). In Dreiergruppen müssen sie sich für eine der folgenden Hauptaufgaben entscheiden:

1. Eine analytische Fallstudie über einen Unternehmer und sein Vorhaben vorbereiten - dies gilt auch, wenn die Studierenden keine Geschäftsideen haben;
2. Ausarbeitung eines Geschäftskonzepts, wenn die Studierenden zwar Geschäftsideen haben, aber nicht die Absicht, ein eigenes Unternehmen zu gründen;
3. Erstellung eines Geschäftsplans auf der Grundlage des Geschäftskonzepts. Dies gilt, wenn die Studierenden sowohl Geschäftsideen als auch die Absicht haben, ihr eigenes Unternehmen zu gründen; .

In beiden Fällen präsentieren die Studenten ihre Ergebnisse in den letzten drei Klassen. Andere Studenten sind verpflichtet, sich aktiv an der Diskussion des Geschäftsplanes/Fallstudie zu beteiligen. (Für detaillierte Anweisungen siehe "Ziele, Methoden und Lehrplan").

Ein Leitfaden für die Erstellung des Geschäftsplans und Links zu Mustergeschäftsplänen werden auf der Kurswebsite und in der Anleitung für Lehrer für Modul 10 verfügbar sein.

SONSTIGE ÜBUNGEN

Dieser Lehrplan umfasst die Entwicklung von Soft Skills auf individueller Ebene. Ein Hauptziel ist auch die Vorbereitung von Studentinnen auf die Herausforderungen, denen sie als Frau begegnen könnten, wenn sie eine unternehmerische Tätigkeit aufnehmen wollen. Daher werden traditionelle Prüfungsformen (d.h.: Zwischenprüfungen, Test oder mündliche Prüfungen, Seminararbeiten, Präsentationen von Zeitschriftenartikeln) aus dem Lehrplan ausgeschlossen und durch Wahlmöglichkeiten ersetzt, die das Selbstbewusstsein und das Bewusstsein für Fragen im Zusammenhang mit geschlechtsspezifischer Diskriminierung fördern. Außerdem werden Präsentationsfähigkeiten, kritisches Denken und Teamarbeit entwickelt. Die Ziele und Konzepte, die hinter den Aufgaben stehen, sind wie folgt:

- Es handelt sich dabei um Werkzeuge für Lehrer, mit denen sie die Entwicklung der Schülerinnen und Schüler und das Niveau des Verständnisses der während des Kurses aufgeworfenen Fragen verfolgen können.
- Es gibt keine Zwischen- oder Abschlussprüfung. Stattdessen werden die Studierenden aufgefordert, Woche für Woche kontinuierlich über Lesungen oder anderes Material zu reflektieren oder eine Aufgabe einzeln oder im Team zu bearbeiten.
- Teamaufgaben bauen aufeinander auf, so dass jeder Schritt zur Fertigstellung des Gruppenprojekts der Studierenden beiträgt (Abschlussarbeit). Auf diese Weise wird die Durchführung aller Aufgaben im Laufe des Semesters Schritt für Schritt auf die abschließende Präsentation der Teamarbeit vorbereitet.

ZUSAMMENFASSUNG DER ZUSAMMENSETZUNGEN (Modul 1, 3, 5, 6, 8)				
Aufgaben	Aufgaben	Lernziele	Einreichung	Prozentuale Punktzahl
Individuelle Zuordnung # 1	Einreichung eines kurzen Aufsatzes über einen idealen Vorbildunternehmer. Es kann entweder eine fiktive oder eine reale Person sein.	Um die Kenntnisse der Studenten über frühere Vorlesungen zu bewerten Ihre Aufsätze im Unterricht zu verwenden	Modul 3 – Topic 1	5%
Individuelle Zuordnung # 2	Feldarbeit und Erfahrungsberichte Dies ist eine fortlaufende Aufgabe - sie kann jederzeit durchgeführt werden, aber für die Präsentation von Erfahrungen sind in drei bestimmten Wochen Räume vorgesehen.	Entwicklung der eigenen Erfahrungen der Studenten mit Netzwerken, Geschäftsveranstaltungen oder öffentlichen Vorträgen über geschäftsbezogene Themen Die Anwendung von analytischen Werkzeugen und Theorie.	Enmal in Modul 6 or 8	15%
Die Aufgabe des Teams # 1	Identifizieren einer Idee	Um die Arbeit an der gewählten Idee zu beginnen	Modul 3 – Topic 2	5%
Die Aufgabe des Teams # 2	Präsentation der gewählten Idee	Präsentation von Mini-Forschung mit dem Ziel, die Idee zu finalisieren Analyse der potenziellen Geschäftsidee, wie tragfähig sie ist: Bewertung ihrer Zuverlässigkeit, Stärken und Schwächen	Modul 3 – Topic 3	10%
Projektarbeit im Team	Präsentation der Projektarbeit zu einer Geschäftsidee über eine digitale Plattform (Videobericht, Audio-Essay mit Bildern, Anwendungsplan, Website-Plan, Blog)	Präsentation einer Simulation einer Geschäftsidee, bei der die Studenten eine neue Geschäftsidee vorstellen müssen, die aktuelle Probleme/besondere Probleme angeht	Modul 5	35%

		<p>Entwicklung digitaler und kreativer Fähigkeiten Echte Erfahrung von Teamarbeit zu erhalten Um Geschäftsideen zu lancieren, je nachdem, wie weit sich die Teams entwickeln</p>		
<p>Reflexionspapiere (individueller Auftrag)</p>	<p>Einreichen von Papieren zu verschiedenen Themen, die im Unterricht diskutiert werden. Bei sechs Gelegenheiten während des Kurses müssen die Studierenden schriftliche Reflexionen über das vom Lehrer/von der Lehrkraft zur Verfügung gestellte Material (Videos, Zeitschriftenartikel) einreichen.</p>	<p>Akademisches Schreiben zu praktizieren Um das Wissen der Studenten über frühere Vorlesungen zu testen Entwicklung der Fähigkeiten der Schüler zur kritischen Reflexion Zur Anwendung der analytischen Werkzeuge, Theorie</p>	<p>6 malsemester</p>	<p>jeweils 5%. 30% kombiniert</p>



Schlussfolgerung & Empfehlungen

4. Schlussfolgerung

Dieses Lehrmaterial wurde entwickelt, um Lehrkräfte zu unterstützen, die das internationale Modul iFEMPOWER an den Partneruniversitäten unterrichten werden. Es ist in einer flexiblen modulbasierten Struktur aufgebaut, die ein hohes Maß an Flexibilität bei den Lehrstrategien und -praktiken bietet. Dementsprechend können bestimmte Universitäten oder andere Organisationen, die sich mit der unternehmerischen Ausbildung von (potenziellen) Unternehmerinnen befassen, das Lehrmaterial an ihr spezifisches institutionelles Umfeld anpassen. Das Lehrmaterial ist interaktiv und enthält verschiedene Instrumente, die es den Lehrkräften ermöglichen, sich auf die Module vorzubereiten.

Die vorgeschlagenen Lehrziele, Lernergebnisse, Lehrmethoden, der vorgeschlagene Zeitplan und die Aufgaben wurden in kongruenter Weise entwickelt und die meisten dieser Methoden wurden in iFEMPOWER-Schulungen getestet. Die Teilnehmer von Kursen, die auf der Grundlage dieses Lehrplans entwickelt wurden, werden mit den allgemeinen Herausforderungen des Unternehmertums und den spezifischen Herausforderungen des weiblichen Unternehmertums vertraut sein. Dank der vielfältigen interaktiven Lehrmethoden und der Falllösungsorientierung werden die Teilnehmer am Ende des Kurses über ein fundiertes Wissen über relevante praktische Hindernisse und mögliche Lösungen zu deren Überwindung verfügen.

Auf der Grundlage der Beiträge von Partneruniversitäten, Unternehmerorganisationen und Unternehmern, die an den Präsentationen und Diskussionen der Entwurfsversionen dieses Lehrmaterials teilnahmen, geben wir die folgenden Empfehlungen:

- ✓ Interaktive Unterrichtsmethoden sind fester Bestandteil des Kurses und spielen eine entscheidende Rolle bei der Vermittlung geeigneter Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen für potenzielle Unternehmerinnen.
- ✓ Wenn der institutionelle Rahmen keine geschlechtsspezifischen Kurse unterstützt, die sich ausschließlich an weibliche Studierende richten, könnten sanfte Motivationsinstrumente dazu beitragen, dass die weiblichen Teilnehmer das Gefühl haben, dass ihnen während des Unterrichtsprozesses ein sicheres und unterstützendes Umfeld geboten wird.
- ✓ Die Erfahrungen erfolgreicher Unternehmerinnen und die Möglichkeit, sich mit ihnen zu treffen, sollten direkt in die Fallstudien des Kurses einbezogen werden.
- ✓ Das Lehrmaterial könnte und sollte nicht nur in Bildungseinrichtungen, sondern auch in anderen Organisationen, die Unternehmerinnen ausbilden, eingesetzt werden. Diese Partnerschaft zwischen Universitäten und Organisationen zur Unterstützung von Unternehmerinnen könnte sich logischerweise zu einer Zusammenarbeit in Form eines Mentorings entwickeln - dies ist auch ein Ziel des iFEMPOWER-Projekts.

5. Vorschläge für die Anwendung des Curriculums und des Lehrmaterials

Dieser Bericht aktualisiert den Lehrplan- und das Lehrmaterial für den im Rahmen des ifempower-Projekts entwickelten Kurs "Die Unternehmerin des 21. Jahrhunderts - Gründung eines neuen Unternehmens durch Frauen". Er basiert auf den Rückmeldungen und Diskussionen von Dozenten und Teilnehmern, die das Lehrmaterial und die meisten Methoden in den ifempower-Partnerhochschulkursen und -Trainingseinheiten eingesetzt haben. Darüber hinaus stützt er sich auf die Ergebnisse der Bewertung des Lehrplans und des Lehrmaterials sowie auf die Erfahrungen mit der Anpassung des Unterrichts an den Online-Raum aufgrund der COVID-19-Pandemie (siehe Bewertungsergebnisse in IO8). Auf der Grundlage des Feedbacks und der Evaluierungsergebnisse müssen wir keine inhaltlichen Änderungen am Lehrplan und den Lehrmaterialien vornehmen. Gleichzeitig bietet diese Aktualisierung den Ausbildern praktische Leitlinien für die Verwendung des Lehrplans und des Lehrmaterials.

Intelligente und flexible Anwendung des Lehrmaterials

Das Modul ist so aufgebaut, dass es ein hohes Maß an Flexibilität bei der Anwendung der Lehrmethoden bietet. Es ist jederzeit möglich, das inhaltliche Material des Kurses mit relevanten neuen lokalen und nationalen Beispielen und Best Practices zu illustrieren. Darüber hinaus sind die meisten der Instrumente auch in einer Trainingsumgebung anwendbar. Dementsprechend ermutigen wir NGOs und Agenturen, die weibliches Unternehmertum unterstützen, das Lehrmaterial an ihr spezifisches institutionelles Umfeld anzupassen. Darüber hinaus ist eine Verlängerung des Kurses über 2-3 Semester möglich. Das gesamte Kursmaterial kann in ein Online-Unterrichtsformat umgewandelt werden.

Praktische und interaktive Lehrmethoden

Interaktive Lehrmethoden sind ein fester Bestandteil der Kurse und spielen eine entscheidende Rolle bei der Vermittlung geeigneter Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen für potenzielle Unternehmerinnen. Daher ist es wichtig, ein ermutigendes, unterstützendes und sicheres Umfeld zu schaffen, in dem sich die Studierenden engagieren und während des Unterrichts offen über ihre Geschäftspläne sprechen können. Es wird empfohlen, sich viel Zeit für Übungen und Gruppenaktivitäten zu nehmen, die dazu beitragen können, ein sicheres und integratives Umfeld zu schaffen.

Enge Zusammenarbeit mit Mentoren und Unternehmerinnen

Der Kurs ist so aufgebaut, dass Mentoring ein fester Bestandteil in Form einer langfristigen Mentor-Mentee-Zusammenarbeit sein kann oder als Nebenprogramm entwickelt werden kann. Neben der engen Zusammenarbeit zwischen Mentor und Mentee ist die Einbeziehung

erfolgreicher lokaler Unternehmerinnen in den Kurs bei jedem Thema sinnvoll. Diese Gelegenheiten und Treffen mit erfahrenen Unternehmerinnen und Mentorinnen können den Studierenden Erfahrungen aus dem wirklichen Leben vermitteln, ihnen helfen, mit verschiedenen Arten von Unternehmerinnen in Kontakt zu treten, Netzwerke zu bilden, aus ihrer Komfortzone herauszukommen und sich zu trauen, mit anderen Menschen über ihre Projekte zu sprechen und so Ängste zu überwinden, selbst ein neues Unternehmen zu gründen.

Geschlechtsspezifisches Lehrmaterial

Dieser Kurs bietet eine besondere geschlechtersensible Perspektive auf das Unternehmertum. Diese Perspektive soll bei jedem Thema - zumindest implizit - durch illustrierende Beispiele im Vordergrund stehen, auch wenn das Thema scheinbar keinen geschlechtsspezifischen Aspekt hat (z.B. Grundlagen der Buchhaltung). Die geschlechtersensible Sichtweise hilft den Studierenden, einen tieferen Einblick in die Welt des Unternehmertums zu gewinnen und sich mit den spezifischen Situationen auseinanderzusetzen, mit denen Unternehmerinnen konfrontiert sind.

Stärkung junger Studentinnen

Der Kurs kann das Wissen der Universitätsstudentinnen über relevante praktische Hindernisse und mögliche Lösungen bei der Gründung eines Unternehmens verbessern, was für die Entwicklung einer unternehmerischen Denkweise entscheidend ist. Vor allem für junge Studentinnen ist es eine große Herausforderung, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Es wird empfohlen, alle Methoden und Instrumente des Lehrmaterials mit diesen Gedanken im Hinterkopf anzuwenden. Daher ist es ebenso wichtig, den Studierenden die Möglichkeit zu geben, in den Kursen Soft Skills wie Problemlösungskompetenz, kritisches Denken, Führungsqualitäten und Präsentationsfähigkeiten zu entwickeln, wie zu lernen, wie man einen Geschäftsplan schreibt. Es ist wichtig, auf Selbstvertrauen, Selbstbewusstsein, die Fähigkeit zur Zusammenarbeit mit anderen, Ehrgeiz und Wettbewerbsfähigkeit zu achten und diese Fähigkeiten zu verbessern, da sie für die Stärkung der weiblichen Studierenden von wesentlicher Bedeutung sind. Die ordnungsgemäße Anwendung der Kursmethodik spiegelt die unterschiedlichen potenziellen Szenarien von Unternehmensgründungen wider und ermutigt junge Frauen, Netzwerkmöglichkeiten zu nutzen und mit anderen zusammenzuarbeiten, um den Erfolg einer Unternehmensgründung besser zu sichern.

Bibliographie

6. Bibliographie

Acker, Joan (1990) Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations. *Gender & Society*, 4: 139-158.

Acker, Joan (1998) The Future of 'Gender and Organizations': Connections and Boundaries. *Gender, Work & Organization*. Vol. 5. No. 4: 195-206.

Acker, Joan (2006) Inequality Regimes: Gender, Class, and Race in Organizations. *Gender & Society*, Vol. 20, No. 4:441-464.

Calás, Marta B. - Smircich, Linda - Holvino, E. (2014) Theorizing Gender-and-Organization: Changing Times, Changing Theories, in: *The Oxford Handbook of Gender in Organizations*, eds: Savita Kumra, Ruth Simpson and Ronald J. Burke.

Fagenson, E. (1990) The Earth of Women in Management Research: Theoretical and Methodological Approaches and Their Biases, *Journal of Business Ethics*. 9: 267-274

Fitzsimmons, W. Terrance - Callan J. Victor - Paulsen, Neil (2014) Gender disparity in the C-suite: Do male and female CEOs differ in how they reached the top? *The Leadership Quarterly* 25: 245–266.

Gherardi, Silvia - Poggio, Barbara (2001) Creating and Recreating Gender Order in Organizations. *Journal of World Business* Vol. 36, No.3: 245–259

Martin P.Y. (2003) “Said and Done” versus “saying and doing”. Gendering practices, and practicing gender at work. *Gender & Society*, 17, 342-366.

Diana M. Hechavarría, Amy E. Ingram, (2016) "The entrepreneurial gender divide: Hegemonic masculinity, emphasized femininity and organizational forms", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 8 Issue: 3, pp.242-281

West, Candace. - Zimmerman, Don. H. (1987) Doing Gender. In: *Gender and Society*, Vol. 1, No. 2: 125-151.

Ahl, H. (2006), “Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30 No.5, pp. 595-622.

Ahl, H. and Marlow, S. (2012), “Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end?”, *Organization*, Vol. 19 No. 5, pp. 543-562

Aggestam M., Wigren-Kristoferson C. (2017) "How women entrepreneurs build embeddedness: a case study approach", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 9 Issue: 3, pp.252-268

Ayesha Kalim Women Entrepreneurship The Emerging Workforce in 21st Century: Turning Challenges into Opportunities. Innovative Educational Solutions (IES), Lahore

Bruni, A. – Gherardi, S. – Poggio, B. (2004) Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices. *Gender, Work and Organization*, 4 (11): 406–429.

Bruni, A. – Gherardi, S. – Poggio, B. (2004): Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 17(No 3), p. 256-268.

Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, S.A. and Sikdar, A. (2009), "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33 No. 2, pp. 397-417.

Lewis, P. (2006) *The Quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship*. *Gender, Work and Organization*. 5 (13): 453– 469.

Mirchandani, K. (1999) *Feminist Insight on Gendered Work: New Direction in Research on Women and Entrepreneurship*. *Gender, Work & Organization*. 4 (6): 224–235.

Pogessi, S. – Mari, M. – De Vita, L. (2016): *What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, p.735-764.

Yadav, V. – Unni, J. (2016): *Women entrepreneurship: research review and future directions*. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(12), p. 1-18.

Billing, Yvonne Due - Alvesson, Mats (2000) *Questioning the notion of feminine leadership: A critical perspective on the gender labeling of leadership*. *Gender, Work and Organization*. 7, 3: 144–57.

Billing, Yvonne Due (2011) *Are Women in Management Victims of the Phantom of the Male Norm?* *Gender, Work and Organization*. 18, 3: 298-317.

Burnett, Simon B., Caroline J. Gatrell, Cary L. Cooper & Paul Sparrow (2010): *Well-balanced families? A gendered analysis of work-life balance policies and work family practices*, *Gender in Management: An International Journal* 25/2010, p. 534-549.

Carli, Linda L. - Eagly, Alice H. (2001) *Gender, Hierarchy, and Leadership: an Introduction*. *Journal of Social Issues*, Vol. 57 No. 4, pp. 629-36.

Christopher, Karen (2012): *Extensive Mothering. Employed Mothers' Constructions of the Good Mother*, *Gender & Society* 26/2012, p. 73-96.

Eagly, Alice. H. - Carli, Linda. L. (2007) *Through the labyrinth: The truth about how women become leaders*. Boston: Harvard Business School Press

Fodor, Éva - Balogh, Anikó (2010) *Back to the Kitchen: Gender Role Attitudes in 13 East European Countries*. *Journal of Family Research*. 22, 3: 289-307.

Glass, Christy – Fodor, Éva (2011) *Public Maternalism Goes to Market: Recruitment, Promotion and Hiring in Hungary*. *Gender & Society*. 25, 1:5-26.

Green, Fiona Joy (2015): *Re-conceptualising motherhood: reaching back to move forward*, *Journal of Family Studies* 21/2015, p. 196-207.

Halrynjo, Sigtona - Lyng, Selma Therese (2009) *Preferences, constraints or schemas of devotion? Exploring Norwegian mothers' withdrawals from high-commitment careers*. *The British Journal of Sociology*. Vol. 60, No. 2:321-43.

Heikkinen, Suvi - Lämäsa, Anna-Maria - Hiillos, Minna (2014) *Narratives by women managers about spousal support for their careers*. *Scandinavian Journal of Management*. 30: 27-39.

Hobson, Barbara, Susanne Fahlén & Judit Takács (2011): *Agency and Capabilities to Achieve a Work-Life Balance: A Comparison of Sweden and Hungary*, *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* 18/2011, p. 168-198.

Hobson, Barbara & Susanne Fahlén (2009): *Competing Scenarios for European Fathers: Applying Sen's Capabilities and Agency Framework to Work-Family*

Balance, The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 2009, p. 214-233.

Hochschild, Arlie R. (2001) *The Time Bind. When Work Becomes Home and Home Becomes Work*. Henry Holt and Company. New York, 2nd ed.

Kvande, Elin (2009): *Work–Life Balance for Fathers in Globalized Knowledge Work. Some Insights from the Norwegian Context*, *Gender, Work and Organization* 16/2009, p. 58-72.

Martínez, José Manuel L. (2011) *Feminizing Middle Management? An Inquiry Into the Gendered Subtexts in University Department Headship*. *SAGE Open* 2011 1: originally published online 5 July 2011. DOI: 10.1177/2158244011414731

Mainiero, Lisa A. and Sullivan (2005) Sherry E. *Kaleidoscope Careers: An Alternate Explanation for the "Opt-out" Revolution*. *The Academy of Management Executive*. Vol. 19., No. 1:106-123.

Marlow, S. and McAdam, M. (2013), "Gender and entrepreneurship: advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 19 No. 1, pp. 114-124.

O'Neil, Deborah A. - Hopkins, Margaret M.N. - Bilimoria, Diana (2008) *Women's Careers at the Start of the 21st Century: Patterns and Paradoxes*. *Journal of Business Ethics*. Vol. 80, No. 4: 727-743

Powell, Gary N. (2012) *Six Ways of seeing the elephant: the intersection of sex, gender and leadership*. *Gender in Management*. 27, 2: 119-141.

Saxonberg, S. - Sirovatka, T. (2006) *Failing Family Policy in Post-Communist Central Europe*. In: *Journal of Comparative Policy Analysis*. 8, No. 2: 185 – 202.

Primecz Henriett, Andrea Toarniczky, Csaba Kiss, Sára Csillag, Roland Szilas, Anda Milassin & Katalin Bácsi (2016): *Information and Communications Technology's Impact on Work–life Interference: Cases of 'Employee- friendly Organizations'*, *Intersections*. *EEJSP* 2/2016, p. 61-83.

Santos, F.J., Roomi, M.A. and Liñán, F. (2016), "About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions", *Journal of Small Business Management*, Vol. 54 No. 1, pp. 49-66.

Smith, Paul - Caputi, Peter - Crittenden, Nadia (2012) *A maze of metaphors around glass ceilings*", *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 27 Iss 7: 436 – 448

Tomlinson, Jennifer & Susan Durbin (2010): *Female part-time managers: Work-life balance, aspirations and career mobility, Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal* 29/2010, p. 255-270.

Williams, Christine L., Chandra Muller & Kristine Kilanski (2012): *Gendered Organizations in the New Economy*, *Gender and Society* 26/2012, p. 549-573.

Yang, T. and Aldrich, H.E. (2014), "Who's the boss? Explaining gender inequality in entrepreneurial teams", *American Sociological Review*, doi: 0003122414524207.

Ely, R. J. – Meyerson, D. E. (2000): *Theories of gender in organizations: A new approach to organizational analysis and change*. *Research in Organizational Behavior*, 22, p. 103-151

Ely, Robin - Padavic, Irene (2007) *A Feminist Analysis of Organizational research on Sex Differences*, *Academy of Management Review*, Vol. 32., No. 4., 1121-1143

Ely, R. J. and Meyerson, D. E. (2000). *Advancing Gender Equity in Organizations: The*

Challenge and Importance of Maintaining a Gender Narrative. *Organization*, 7, 589-608.

Ely, R. J. and Meyerson, D. E. (2000). Theories of gender in organizations: A new approach to organizational analysis and change. *Research in Organizational Behavior*, 22, 103-151.

England, Paula 2010 The Gender Revolution. Uneven and Stalled. *Gender & Society*. Vol. 24 No. 2: 149-166.

ILO Report (2015) Women in business and management: gaining momentum / International Labour office, ILO, Geneva

Metcalfe, Beverly - Afanassieva, Dawn Marianne (2005), "Gender, work, and equal opportunities in central and eastern Europe", *Women in Management Review*, Vol. 20 Iss 6 pp. 397 - 411

OECD/EU (2016), Inclusive Business Creation: Good Practice Compendium, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264251496-en>

OECD Council Report (2012). Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship. Paris: Final Report to the MCM 2012 Meeting of the OECD Council at Ministerial Level. 23–24 May 2012.

Utzeri, M. (2019). The dark side of Gender Equality Schemes in Management - A Deep Dive Into a German auto Manufacturer. *Budapest Management Review*, Vol. 50, Not 5., pp.38-47.

Anhänge

7. Anhänge

7.1. Allgemeine Richtlinien für Lehrer für den Kurs

7.1.1. Anhang I - Verwendete pädagogische Online- und Offline-Methoden

7.2. Spezifische und detaillierte Lehrerrichtlinien für den Kurs

7.2.1. Anhang II – Modul 1

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.2. Anhang II – Modul 2

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.3. Anhang II – Modul 3

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.4. Anhang II – Modul 4

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.5. Anhang II – Modul 5

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.6. Anhang II – Modul 6

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.7. Anhang II – Modul 7

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.8. Anhang II – Modul 8

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.9. Anhang II – Modul 9

- Ausführliche Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.10. Anhang II – Modul 10

- Leitfäden für Klassendiskussionen und Folien für jedes Thema

7.2.11. Ein Ordner mit zusätzlichem Material, das während des Kurses verwendet werden kann



ifempower

INTERNATIONAL NETWORK

