

# Hauptseminar (Master) im WS 24/25

BWL XVI - Lehrstuhl für Entrepreneurship und digitale Geschäftsmodelle

## When a New Venture Goes Global

Eine Reise in die Welt des globalen  
Unternehmertums



In unserer globalen Welt  
verschwimmen Grenzen und Märkte  
erstrecken sich über ganze Kontinente.

🔍 Wie sieht die Welt durch die Augen  
von Gründern aus, die entscheiden  
ihren Traum über Kontinente hinweg  
zu verwirklichen?

✈️ Wie beeinflusst diese  
Entscheidung nicht nur die  
Unternehmensstrategie, sondern auch  
die Leidenschaft der Gründer und  
Gründerinnen?

🌐 Nimmt die Leidenschaft eines  
Entrepreneurs ab oder steigt sie an und  
wie verändert sie sich, wenn  
Entrepreneure international tätig sind?

## Internationalisierung von New Ventures

In diesem Seminar werden wir auf diese und viele weitere spannende Fragen rund um die **Internationalisierung von Start-ups** eingehen. Wir werden den Schritt aus dem Hörsaal hinaus gehen und mit internationalen Unternehmern und Unternehmerinnen über **ihre Erfahrungen und persönlichen Eindrücke** sprechen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der **unternehmerischen Leidenschaft**, die Gründerinnen und Gründer antreibt. **Welche Rolle spielt sie bei der Internationalisierung und vor allem wie verändert sie sich auf diesem Weg?**

Dieses Seminar bietet euch **wertvolle Einblicke in die Welt des globalen Unternehmertums** und bereitet euch darauf vor selbst zukünftig im internationalen Kontext, ob in einem etablierten Unternehmen oder in einem jungen Start-up erfolgreich tätig zu sein. Denn in einer immer vernetzteren Welt ist das **Verständnis für Internationalisierung** unerlässlich. Aber das ist noch nicht alles. In diesem Seminar erhaltet ihr Einblicke ins wissenschaftliche Arbeiten und werdet selbst eigene qualitative Daten erheben. So bildet dieses Seminar die optimale Grundlage für die bevorstehende Abschlussarbeit. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und eine lebhaft Diskussions zu diesem wichtigen Thema. Lassen Sie uns gemeinsam erforschen, wie **Entrepreneure ihre Leidenschaft** bewahren und anpassen können, um **ihre Ventures erfolgreich auf den internationalen Märkten zu positionieren**.

Überblick über die Termine und den Ablauf:

| Datum                       | Thema  |
|-----------------------------|--|
| 17.10.2024<br>10:00 – 12:00 | Session 1 – Kickoff & Input 1: Vorstellung der Themen & Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten   |
| 23.10.2024<br>14:00 – 19:00 | Session 2 & 3 – Input 2 & 3: Besonderheiten der quantitativen empirischen Arbeit, Einführung in R & Besonderheiten der qualitativen empirischen Arbeit, Einführung in MAXQDA |
| Ab 25.10.2024               | Arbeitsphase – Verfassen der Seminararbeiten   |
| 12.12.2024<br>10:00 – 12:00 | Q&A Session  |
| 19.12.2024<br>13:00 – 17:00 | Session 4 – Präsentationen   |
| 07.02.2025                  | Abgabefrist der Seminararbeiten  |

- ✓ Anmeldung in CAMPUSonline/cmlife: Hauptseminar in Entrepreneurship und digitale Geschäftsmodelle
- ✓ Kontakt bei Fragen: Dr. Mirjam Nicole Streeb ([Mirjam.Streeb@uni-bayreuth.de](mailto:Mirjam.Streeb@uni-bayreuth.de))

Literatur:

Quellen zur Internationalisierung von New Ventures:

- Baum, M., Schwens, C., & Kabst, R. (2013). International as opposed to domestic new venturing: The moderating role of perceived barriers to internationalization. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 31(5), 536–562. <https://doi.org/10.1177/0266242611428343>
- Baum, M., Schwens, C., & Kabst, R. (2015). A latent class analysis of small firms' internationalization patterns. *Journal of World Business*, 50(4), 754–768. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.03.001>
- Baum, M., Sui, S., & Malhotra, S. (2023). A vicarious learning perspective on the relationship between home-peer performance and export intensity among SMEs. *International Marketing Review*, 40(2), 197–223. <https://doi.org/10.1108/IMR-01-2022-0026>
- Schwens, C., Zapkau, F. B., Bierwerth, M., Isidor, R., Knight, G., & Kabst, R. (2018). International Entrepreneurship: A meta-analysis on the internationalization and performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(5), 734–768. <https://doi.org/10.1177/1042258718795346>
- Vahlne, J.-E., & Johanson, J. (2017). From internationalization to evolution: The Uppsala model at 40 years. *Journal of International Business Studies*, 48(9), 1087–1102. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0107-7>
- Vahlne, J.-E., & Johanson, J. (2020). The Uppsala model: Networks and micro-foundations. *Journal of International Business Studies*, 51(1), 4–10. <https://doi.org/10.1057/s41267-019-00277-x>
- Vahlne, J.-E., & Schweizer, R. (2022). Human behavior and judgment: A critical nano-foundation for the Uppsala model and international business studies. *Journal of International Business Studies*, 53(7), 1549–1555. <https://doi.org/10.1057/s41267-022-00502-0>

Quellen zu unternehmerischer Leidenschaft:

- Bredehorst, J., Krautter, K., Meuris, J., & Jachimowicz, J. M. (2024). The challenge of maintaining passion for work over time: A daily perspective on passion and emotional exhaustion. *Organization Science*, 35(1), 364–386. <https://doi.org/10.1287/orsc.2023.1673>
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373–396. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.003>
- Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1027–1050. <https://doi.org/10.1111/etap.12089>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>
- Drnovsek, M., Cardon, M. S., & Patel, P. C. (2016). Direct and indirect effects of passion on growing technology ventures: Passion and growing technology ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(2), 194–213. <https://doi.org/10.1002/sej.1213>

Gielnik, M. M., Uy, M. A., Funken, R., & Bischoff, K. M. (2017). Boosting and sustaining passion: A long-term perspective on the effects of entrepreneurship training. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 334–353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.003>

Kakarika, M., Biniari, M., Guillén, L., & Mayo, M. (2022). Where does the heart lie? A multistage process model of entrepreneurial passion and role identity management. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1562–1578. <https://doi.org/10.1002/job.2605>

Schwarte, Y., Song, Y., Hunt, R. A., & Lohrke, F. T. (2023). Passion as process: Three perspectives on entrepreneurial passion and an integrated path forward. *Journal of Business Research*, 156, 113474. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113474>

Taggar, S., Domurath, A., & Coviello, N. (2024). Peer effects on passion levels, passion trajectories, and outcomes for individuals and teams. *Journal of Business Venturing*, 39(4), 106405. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106405>

#### Quellen zur qualitativen Datenerhebung:

Corbin, J., & Strauss, A. L. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. SAGE Publications, Inc.

Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15–31. <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>

Magnani, G., & Gioia, D. (2023). Using the Gioia Methodology in international business and entrepreneurship research. *International Business Review*, 32(2), 102097. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.102097>

Langley, A., & Abdallah, C. (2011). Templates and Turns in Qualitative Studies of Strategy and Management. In D. D. Bergh & D. J. Ketchen (Eds.), *Research Methodology in Strategy and Management* (Vol. 6, pp. 201–235). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1479-8387\(2011\)0000006007](https://doi.org/10.1108/S1479-8387(2011)0000006007)

Magnani, G., & Gioia, D. (2023). Using the Gioia Methodology in international business and entrepreneurship research. *International Business Review*, 32(2), 102097. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.102097>

Suddaby, R., Bruton, G. D., & Si, S. X. (2015). Entrepreneurship Through a Qualitative Lens: Insights on the Construction and/or Discovery of Entrepreneurial Opportunity. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.09.003>