

Good practice:
Entrepreneurship and Business Modeling
Antwerp Management School
Fashion Management

Good practice: algemene gegevens	
Departement/Faculteit/Studiegebied	Fulltime master
Opleiding	Fashion management
Opleidingsonderdeel (OO)	Entrepreneurship & business modeling
Opleidingsfase/-jaar	<input type="checkbox"/> PBA <input type="checkbox"/> Ac.BA <input type="checkbox"/> MA <input checked="" type="checkbox"/> MNM <input type="checkbox"/> PG Fase/jaar: éénjarige master-na-master
Aantal studiepunten (OO)	6
Contactpersoon	Walter Van Andel

INTEGRATIE IN HET CURRICULUM

Monodisciplinair – interdisciplinair – instellingoverschrijdend?

Het opleidingsonderdeel Entrepreneurship & business modeling wordt niet interdisciplinair ingericht maar de master-na-masteropleiding Fashion management heeft een heterogene instroom (designers, rechten,...) van een 20-tal studenten.

Het **groepswork** in dit opleidingsonderdeel krijgt daardoor een **multidisciplinair karakter**.

Afzonderlijk vak – geïntegreerd in het curriculum – themaweek?

De opleiding Fashion management omvat verschillende opleidingsonderdelen rond bedrijfskunde gelinkt aan de mode-industrie en rond bedrijfsleiding met focus op persoonlijke ontwikkeling en leiderschap, HRM, Supply Chain Management,...

Het opleidingsonderdeel Entrepreneurship & business modeling wordt soms als intensive course (seminarieweek) aangeboden of soms verspreid over enkele weken aangeboden omwille van praktisch-organisatorische redenen.

Keuzevak of verplicht vak?

Entrepreneurship & business modeling is in de master-na-master “Fashion management” een verplicht opleidingsonderdeel van 6 ECTS.

Leerdoelen¹

De belangrijkste onderwerpen die aan bod komen in deze cursus zijn:

- innovatiemanagement binnen de mode-industrie, ontwikkeling en het innoveren van een bedrijfsmodel, bedrijfsplanning en het ondernemingsproces dat past bij de
- bijzonderheden van de mode-industrie.

Na succesvolle afronding van deze cursus moeten de studenten kunnen aantonen dat ze:

- inzicht hebben in het concept van het bedrijfsmodel, evenals in de kritische componenten en de belangrijkste 'regels' voor succes;
- het vermogen hebben om bedrijfsmodellen voor mode-initiatieven te ontwerpen en te innoveren;
- het vermogen hebben om relevante modellen en theorieën over ondernemerschap toe te passen;
- inzicht hebben in de concepten bedrijfsstrategie en bedrijfsplanning

EntreCompetences: welke focus?

De cursus is onderverdeeld in drie brede thema's:

- **Algemene strategieonderwerpen**, met een debat over ondernemerschap en business modeling in de mode-industrie.
- **Bedrijfsmodellering**: de eerste sessie wordt gewijd aan een theoretische inleiding tot het onderwerp en de volgende twee sessies aan toegepaste oefeningen en diepgaande discussies.
- **Ondernemerschap**: In drie sessies behandelen we het thema van ondernemerschap waarin specifieke relevante theorieën over ondernemerschap worden geïntroduceerd.

Studenten denken voor een modebedrijf optimalisaties uit aan het huidige business model. Ze moeten kansen en opportuniteiten zien en rekening houden met een haalbare financiële analyse en duurzaamheid.

Tijdens de gehele cursus ligt de focus op hoe ondernemerschap en een innovatief businessmodel (lange termijn) duurzaamheid van een modebedrijf kan versterken. Ook duurzaamheid komt aan bod in de discussie bij het bespreken van specifieke afwegingen waarmee modebedrijven in hun bedrijf worden geconfronteerd.

¹ Leerresultaten in geval van een opleiding.

ONDERWIJS- EN WERKVORMEN GERICHT OP HET ONDERSTEUNEN VAN ONDERNEMERSCHAP

Zelfgestuurd en/of samenwerkend leren

Het uitdenken van een business model gebeurt in dialoog met het modebedrijf waarmee de studenten werden gematcht. Studenten leren tijdens het groepswerk samenwerken.

Indien de cursus over verschillende weken wordt ingericht, wordt tussentijds op de eerste ideeën feedback gegeven. In een intensieve cursus van één week krijgen de studenten tijdens de lessen feedback.

Casussen of projecten: samenwerking met het werkveld?

Tijdens de eerste lesdag worden bedrijven uit de mode-industrie (6 modeontwerpers) voorgesteld en worden in groepjes van 3 de studenten gematcht aan één bedrijf. Een groepje van 3 studenten werkt samen met één modeontwerper. De aanbevelingen die de masterstudenten uitwerken op basis van het huidige business model moeten echt werkend zijn, niet louter theoretisch. Er worden grote lijnen uitgewerkt om het business model te verbeteren.

Tijdens de eerste les presenteren de modeontwerpers hun probleemstelling, zoals bijvoorbeeld hoe upscalen, hoe constant in business blijven,...?

De theorie van businessmodellen wordt toegepast door middel van visualisatie-oefeningen met behulp van real-life cases.

EVALUATIE: VORMEN VAN FEEDBACK

Het eindresultaat wordt berekend op basis van een groepsrapport en -presentatie, een individuele rapport en participatie aan de discussies in de lessen.

1. Groepsopdracht papier (40%)

Studenten (in groepen van twee of drie) worden gekoppeld aan een designer/modeorganisatie. De studenten zullen fungeren als externe adviseurs belast met het ontwerpen van een innovatief, doordacht ontwerp business model voor de ontwerper. Deze opdracht resulteert in een groepsrapport die een visualisatie van het bedrijfsmodel (met een van de twee visualisatietechnieken zoals uitgelegd in de les) en een aanvullende toelichting op het business model in maximaal 5 pagina's. Het advies moet relevant, gedetailleerd en goed onderbouwd zijn literatuur en realistisch.

De rapport wordt beoordeeld op basis van vier van de Dublin-descriptoren:

- Kennis en begrip aantonen;
- Toepassen van kennis en begrip;
- beoordelingen maken;
- Communicatieve vaardigheden.

TAKEOFFANTWERP_ALLIANCE

2. Presentatie (30%)

Studenten geven in groepjes een presentatie waarin ze de belangrijkste ideeën van het business model advies pitchten.

3. Individuele paper (15%)

Elke student schrijft een individuele paper waarin hij een bedrijf / ontwerper kiest uit de mode-industrie. De student gaat in een vooronderzoek na of de benadering van ondernemerschap of het business model innovatief is. In een korte paper legt de student de redenering uit aan de hand van enkele concepten die tijdens de cursus aan bod kwamen. Enkel de concepten (kan slechts 1 zijn) die relevant zijn voor het gekozen bedrijf dient de student toe te lichten. Studenten worden aangemoedigd kritisch zijn over het door hen gekozen geval, reflecterend op elementen van de specifieke ondernemende aanpak of bedrijfsmodel dat goed werkt. Verbeteraspecten kunnen worden aangehaald. De aanbevelingen moeten realistisch en haalbaar zijn. De modeontwerpers worden uitgenodigd bij finale presentaties.

4. Deelname aan klassikale discussies (15%)

Werkcolleges zijn gewijd aan collectief leren. Studenten worden aangemoedigd om actief deel te nemen aan groeps- en klasdiscussies. Bijdrages van studenten worden beoordeeld op kwaliteit en de bijdrage ervan aan het verbeteren van de leerervaring van de klas/leeromgeving. Van elke student wordt verwacht dat hij aanwezig, punctueel en participatief is in alle sessies.

UITDAGINGEN EN KANSEN

Bedrijven vinden die commitment willen geven voor deze opdracht. De verwachtingen moeten vooraf duidelijk worden gecommuniceerd.

De presentaties met feedback kunnen worden gebruikt om de paper te verbeteren.