

## **Modul: Digital Management**

**Semester:** 3

**Code der Veranstaltung:**

**ECTS Punkte:** 5

**Kontaktstunden:** 40

**Selbststudium:** 85

**Dauer des Moduls:** 1 Semester

**Art des Moduls:** Pflicht

**Häufigkeit des Angebots:** jedes Studienjahr

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:** 5/180

**Art und Umfang der Prüfungsleistung:** KRS 90 = Die Prüfung besteht entweder aus einer Klausur oder einem Referat oder einer Studienarbeit, im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an. Wird eine Studienarbeit als Prüfungsform gewählt, ist die Anzahl der gesamten Studienarbeiten auf zwei Studienarbeiten pro Spezialisierung begrenzt.

**Modulverantwortliche/r:**

Prof. Dr. Thomas Jensen

**Lehrsprache:** Deutsch

**Dozenten:** Prof. Dr. Jürgen Thömmes, Prof. Dr. Jürgen Klee, Prof. Dr. Thomas Jensen

### **Zugangsvoraussetzungen:**

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Einführung in die Wirtschaftsinformatik und digitale Transformation, Digitale Technologien

### **Verwendbarkeit des Moduls:**

Digital Marketing, New Work & Digital Leadership

### **Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:**

Die Studierenden verstehen grundsätzlich das Vorgehen zur systematischen Entwicklung und Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie. Sie kennen verschiedene Schritte zur Durchführung einer auf Digitalisierung bezogenen SWOT-Analyse und wissen, auf welche Weise ein digitales Geschäftsmodell entwickelt werden kann. Der Schwerpunkt des Moduls liegt aber im Bereich der operationalen Umsetzung der Digitalisierung in verschiedenen Bereichen der Wertschöpfungskette. Vor dem Hintergrund zahlreicher Praxisbeispiele erlangen die Studierenden ein Verständnis der Möglichkeiten zur Digitalisierung von Prozessen in verschiedenen Bereichen der Wertschöpfungskette, z.B. in der Beschaffung, Produktion oder im Personalwesen. Abgerundet wird dieses Wissen durch zahlreiche Praxisbeispiele.

### **Lehr- und Lernmethoden des Moduls:**

Methodische Mittel sind der klassische Vortrag, der Einsatz von Fallstudien, Gruppenübungen und Präsentationen

### **Besonderes:**

Gastvorträge von Vertretern verschiedener Unternehmen, ggf. Unternehmensbesuche

### **Inhalt des Moduls:**

1. Entwicklung der digitalen Strategie
  - 1.1 Analyse des digitalen Reifegrads eines Unternehmens
  - 1.2 Analyse des Marktumfelds
  - 1.3 Festlegung der strategischen Ausrichtung
2. Entwicklung und Umsetzung eines digitalen Geschäftsmodells
  - 2.1 Entwicklung eines digitalen Geschäftsmodells
  - 2.2 Identifikation von Handlungsfeldern und Umsetzung