

Digitalisierung von Prozessen und digitale Geschäftsmodelle (SMDiSA_06)

Processes of digitalisation and digital business plans

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
SMDiSA_06	-	1	Prof. Dr. Matthias Rehme	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Lehrveranstaltung	Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	40	110	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein integratives Verständnis entwickelt, wie digitale Geschäftsmodelle im Spannungsfeld von Kosten und Sozialer Arbeit auszugestalten sind. Sie sind in der Lage, die sich aus dem Zusammenspiel von technologischen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen ergebenden Geschäftsmodellausprägungen (z.B. im Kontext von Social Entrepreneurship) als Schlüsselfaktoren für den Erfolg sozialer Institutionen zu verstehen.

SELBSTKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsmodelle im Allgemeinen sowie digitale Geschäftsmodelle im Besonderen zu dokumentieren, zu analysieren sowie auf Basis einschlägiger Methoden der Ideengenerierung neu oder weiter zu entwickeln sowie auf die besonderen Rahmenbedingungen sozialer Institutionen zu übertragen. Sie sind zudem befähigt, Methoden des Prozessmanagements anzuwenden.

SOZIAL-ETHISCHE KOMPETENZ

Die Studierenden können sich auf die z. T. divergenten Interessenlagen der in Prozessen der digitalen Transformation involvierten internen und externen Personen in Wirtschaft und Gesellschaft einstellen sowie eine Mittlerfunktion zwischen verschiedenen Anspruchsgruppen wahrnehmen. Sie sind sensibilisiert für die ökonomischen, technologischen und sozialen Herausforderungen, die mit der Suche nach und Implementierung von Geschäftsmodellen im Lichte digitaler Transformationsprozesse sozialer Institutionen einhergehen.

WISSENSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen wichtige technologische Entwicklungen im Kontext der Digitalisierung und deren Bedeutung für Unternehmen, Staat, Gesellschaft und soziale Einrichtungen. Sie wissen um grundlegende Konzepte des Prozessmanagements die Möglichkeiten zur Standardisierung und Automatisierung von Prozessen. Den Studierenden sind Konzepte zur Systematisierung von Geschäftsmodellen bekannt sowie die wichtigsten Instrumente zu deren Entwicklung, insb. auch Methoden der Ideengenerierung. Verbunden mit Faktenwissen zu einzelnen Gestaltungsfeldern der Digitalen Transformation im Kontext der Sozialen Arbeit sowie zum digitalen Reifegrad von sozialen Institutionen sind die Studierenden darauf aufbauend in der Lage, eine Identifikation sowie Fragen der Ausgestaltung von digitalen Geschäftsmodellen im sozialen Kontext vorzunehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitalisierung von Prozessen und digitale Geschäftsmodelle	40	110

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Rahmenbedingung der Digitalisierung für soziale Institutionen und Sozialunternehmen (z. B. Digitale Transformationen von Unternehmen, eGovernment, Anspruchsgruppen der Sozialen Arbeit)
- Strategisches und operatives Prozessmanagement
- Digitalisierung von Verwaltungs- und Leistungsprozessen (insbes. Standardisierung und Automatisierung)
- (Digital) Customer Experience im Kontext der Sozialen Arbeit
- Begriffsbestimmung und Grundlagen Digitaler Transformation
- Wandel von Geschäftsmodellen in Unternehmen durch Digitale Transformation
- Merkmale digitaler Geschäftsmodelle
- Konzepte zur Systematisierung von Geschäftsmodellen
- Traditionelle Formen sozialer Institutionen und Geschäftsmodelle von Sozialunternehmen
- Instrumente zur Entwicklung von Geschäftsmodellen (insb. Business Model Canvas und St. Galler Business Model Navigator; Kreativtechniken z.B. Design Thinking)
- Übertragung neuer Geschäftsmodellkonzepte auf die Besonderheiten von Sozialunternehmen
- Reifegradanalyse digitaler Geschäftsmodelle

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Zusätzliche Voraussetzung für die Belegung im Rahmen eines Masterstudiums: Bachelorabschluss mit 180 ECTS

Alle im Rahmen des Zulassungsprozesses durch die jeweilige Wissenschaftliche Leitung festgelegten Grundlagenmodule sind erfolgreich abgeschlossen.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Beck, R.: Crowdinvesting: Die Investition der Vielen, Kulmbach: Börsenbuch Verlag.
- Becker, W. /Ulrich, P. /Stradtman, M.: Geschäftsmodellinnovationen als Wettbewerbsvorteil mittelständischer Unternehmen, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Borgmeier, A. / Grohmann, A. / Gross, S. (Hrsg.): Smart Services und Internet der Dinge: Geschäftsmodelle, Umsetzung und Best Practices, München: Hanser.
- Gassmann, O. / Frankenberger, K. / Csik, M: Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München: Hanser.
- Gassmann, O. / Sutter, P.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München: Hanser.
- Gentsch, P.: Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Graf, A. / Schneider, H.: Das E-Commerce Buch: Marktanalysen – Geschäftsmodelle – Strategien, Frankfurt: Deutscher Fachverlag.
- Hahn, C. (Hrsg.): Finanzierung und Besteuerung von Start-up-Unternehmen, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, München: Hanser.
- Hoffmeister, C.: Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen, München: Hanser.
- Jung, H.H. / Kraft, P. (Hrsg.): Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, München: Hanser.
- Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kreuzer, R.T. / Neugebauer, T. / Pattloch, A.: Digital Business Leadership. Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change Management, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Lemke, C. / Brenner, W. / Kirchner, K.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik: Band 2: Gestalten des digitalen Zeitalters, Berlin: Springer Gabler.
- Matzler, K. / Bailom, F. / von den Eichen, S.F. / Anschöber, M.: Digital Disruption, München: Vahlen.
- Moos, G. / Peters, A.: BWL für soziale Berufe: Eine Einführung, München/Basel, Ernst Reinhardt Verlag.
- Osterwalder, A. / Pigneur, Y.: Business Model Generation, Frankfurt: Campus.
- Perridon, L. / Steiner, M. / Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen.
- Porter, M.E. / Heppelmann, J.E.: How Smart, Connected Products Are Transforming Companies, in: Harvard Business Review 93, 2015, 96-114.
- Rogers, D.L.: Digitale Transformation, Frechen: mitp.
- Schallmo, D. / Rusnjak, A. / Anzengruber, J. / Werani, T. / Jünger, M. (Hrsg.). Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schellberg, K.: Betriebswirtschaftslehre für Sozialunternehmen: BWL-Grundwissen für Studium, Fortbildung und Praxis, Regensburg, Walhalla u. Praetoria Verlag.
- Strauß, R.E.: Digital Business Excellence: Strategien und Erfolgsfaktoren im E-Business, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Weitnauer, W.: Handbuch Venture Capital: Von der Innovation zum Börsengang, München: Beck.
- Wirtz, B.W.: Business Model Management: Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Wiesbaden: Springer Gabler.