

Digitale Transformation – Geschäftsmodelle (W3BW_DBM209)

Digital Transformation – Business Models

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Digitale Transformation – Geschäftsmodelle	W3BW_DBM209	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Rehme

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Laborübung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
300,0	100,0	200,0	10

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte zur Systematisierung von Geschäftsmodellen sowie die wichtigsten Instrumente zu deren Entwicklung, insb. auch Methoden der Ideengenerierung. Verbunden mit Faktenwissen zu einzelnen Gestaltungsfeldern der Digitalen Transformation sowie zum digitalen Reifegrad von Unternehmen sind die Studierenden darauf aufbauend in der Lage, eine Identifikation sowie Fragen der Ausgestaltung von digitalen Geschäftsmodellen, differenziert nach technologiegetriebenen oder hybriden Formen, vorzunehmen. Die Studierenden kennen zudem Standardverfahren zur Bewertung und Finanzierung von Geschäftsmodellen und können deren Tauglichkeit für die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle bewerten.
Methodenkompetenz	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. Sie sind zudem befähigt, klassische und moderne Instrumente der Finanzierung von Geschäftsmodellen situativ anzuwenden und zu bewerten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können sich auf die z.T. divergenten Interessenlagen der in Prozessen der digitalen Transformation involvierten internen und externen Personen bzw. Marktpartner einstellen sowie eine Mittlerfunktion zwischen betriebswirtschaftlichen und informatikbezogenen Anforderungen wahrnehmen. Sie sind sensibilisiert für die ökonomischen, technologischen und sozialen Herausforderungen, die mit der Suche nach und Implementierung von Geschäftsmodellen im Lichte digitaler Transformationsprozesse einhergehen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben ein integratives Verständnis entwickelt, wie digitale Geschäftsmodelle im Spannungsfeld von Kosten- und Finanzierungserfordernissen einerseits sowie Erlöspotenzialen durch marktbezogene nutzenstiftende Leistungen andererseits auszugestaltet sind. Sie sind in der Lage, die sich aus dem Zusammenspiel von betriebswirtschaftlichen, technologischen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen ergebenden Geschäftsmodellausprägungen (z.B. Smart Factories) als Schlüsselfaktoren für Unternehmenserfolg zu verstehen. Darüber hinaus sind sie sich der Interdependenzen zu den Themenfeldern Innovationsmanagement und Organisationsentwicklung im Rahmen einer zukunftsgerichteten Unternehmensführung bewusst.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen und Entwicklung von Geschäftsmodellen	24,0	48,0
Begriffsbestimmung und Grundlagen Digitaler Transformation – Wandel von Geschäftsmodellen durch Digitale Transformation – Merkmale digitaler Geschäftsmodelle – Konzepte zur Systematisierung von Geschäftsmodellen – Instrumente zur Entwicklung von Geschäftsmodellen (insb. Business Model Canvas und St. Galler Business Model Navigator; Kreativtechniken z.B. Design Thinking)		
Ausgestaltung digitaler Geschäftsmodelle	60,0	120,0
- Ausgewählte Gestaltungsfelder der Digitalen Transformation: Digitale Ökosysteme/Plattform-Strategien; Digitale Kundeninteraktion und -integration (z.B. Digital Customer Experience; Open Innovation) - Reifegradanalyse digitaler Geschäftsmodelle - Ausprägungen digitaler Geschäftsmodelle: Technologiegetriebene digitale Geschäftsmodelle (z.B. auf Basis von Cloudcomputing; Data Analytics; Künstlicher Intelligenz; Blockchain; IoT; Additiver Fertigung) – Hybride digitale Geschäftsmodelle (z.B. systematisiert nach Smart Production/Industrie 4.0; Smart Products/Services; Smart Networks)		
Finanzierung von Geschäftsmodellen	16,0	32,0
Moderne Formen der Unternehmensfinanzierung (z.B. Venture Capital; Private Equity) – Finanzierung digitaler Geschäftsmodelle (z.B. Corporate Venturing; Crowdfunding; Öffentliche Förderung)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen

Alle Studienrichtungskernmodule Semester 1 bis 4; Unternehmensrechnung

Literatur

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.

Kreutzer, 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./Ansober, M.: Digital Disruption, München: Vahlen.

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.

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.