

Digitalisierung im Mittelstand

Lehrende	Matthias Brucke embeteco GmbH & Co. KG
Inhalte	<p>Unter Digitalisierung verstand man früher die Umwandlung von analogen Werten in digitale Inhalte, z.B. bei der Aufnahme von Musik. Heute wird darunter eher die Transformation von Unternehmen und der gesamten Gesellschaft verstanden, die sich durch die Entwicklungen in der Informationstechnologie ergeben. Wenn Unternehmen widerstandsfähig gegen die immer schneller stattfindenden Entwicklungen neuer digitaler Werkzeuge und Geschäftsmodelle werden oder bleiben wollen, müssen sie die Digitalisierung in den folgenden fünf Dimensionen verstehen und angehen:</p> <p>Menschen: Die Digitalisierung mit der Möglichkeit, Daten und Informationen in Lichtgeschwindigkeit zu übertragen sorgt für Transparenz. Eine digitale, agile Unternehmens- und Innovationskultur und neue Führungsansätze sind nötig.</p> <p>Technik: Der Einsatz von neuen Technologien (z.B. Informations- und Kommunikationstechnologien) sind notwendig. Das Spektrum geht dabei von Social Intranets bis zu Enterprise Content Management Systemen (ECM) bis zu Auto Ident Systemen,</p> <p>Prozesse: Interne Digitalisierung setzt voraus, dass im Unternehmen die dafür notwendigen Prozesse entwickelt werden. Wenn keine Prozesse existieren, kann auch nicht digitalisiert werden.</p> <p>Produkte: Es ist für Unternehmen in der Zukunft wichtig, die bei der Produktion anfallenden Daten zu erfassen und zu nutzen und sich verstärkt auf die Entwicklung von Produkten zu fokussieren, die Daten erzeugen. Aus diesen Daten können dann zukünftige Geschäftsmodelle entwickelt werden.</p> <p>Märkte: Durch die Digitalisierung kommt es zu einer Plattformisierung von Märkten oder einer sog. Plattform-Ökonomie mit anderen Marktmechanismen. Es ist nicht mehr so wichtig, ob ein Produkt gut ist, sondern ob es in der richtigen Plattform existiert, d.h. ob es die Kunden ohne Brüche mit ihren sonstigen Werkzeugen nutzen könnten</p>
Lernergebnisse	<p>Durch die Bearbeitung des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Digitalisierungsstrategie für ein Unternehmen zu entwickeln und eine Umsetzung zu planen und zu steuern, • die fünf Dimensionen der Digitalisierung zu verstehen und die nötigen Techniken für eine Transformation anwenden, • die Unternehmenskultur zu analysieren und eine Digitale Kultur zu definieren, die nötigen Führungskonzepte anzuwenden und einen Transformationsprozess zu steuern, • Innovative Digitale Technologien (Internet-Technologie, Social Media, Social Intranets, Zukünftige Trends (KI, Maschinen Lernen, Robotik, Autonome Systeme) kennen und bewerten zu können, • die Entwicklung von Digitalen Produkten und Digitalen Dienstleitungen zu initiieren und zu steuern (z.B. mit Design Thinking), • Plattformökonomie zu verstehen und für die Entwicklung eigener Produkte und Dienstleistungen zu nutzen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen.
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende.
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> • regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzphasen • Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektbezogene Prüfungsleistung
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.)
Dauer	ca. 25 Wochen
Termine	Keine aktuellen Termine
Gebühren	750,00 Euro