

Digitalisierung im Unternehmen

Wahlpflichtmodul | Profil: Digital Business

Lehrende*r	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 sich anpassen und weiterentwickeln 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 Technologien der Industrie 4.0 über Steuerungswerkzeuge (MES, PPS, ERP, CMR) bis hin zu Social Intranets.</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. Wenn keine oder schlechte Prozesse existieren, führt dies zu schlechten digitalisierten Prozessen.</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 und nutzen. 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 (Netzwerkeffekt).</p>
Lernergebnisse	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die fünf Dimensionen der Digitalisierung verstehen und den Stand im Unternehmen analysieren. — innovative Digitale Technologien (Internet-Technologie, Social Media, Social Intranets), zukünftige Trends (KI, Maschinen Lernen, Robotik, Autonome Systeme) unterscheiden und bewerten. — Plattformökonomie verstehen und für die Entwicklung eigener Produkte und Dienstleistungen sowie zur Positionierung des Unternehmens im Markt nutzen. — die Unternehmenskultur analysieren, eine Digitale Kultur definieren sowie die nötigen Führungskonzepte auswählen und anwenden um einen Transformationsprozess steuern. — die Entwicklung von digitalen Produkten und Digitalen Dienstleistungen initiieren und steuern — eine Digitalisierungsstrategie für ein Unternehmen entwickeln und deren Umsetzung planen, dafür passende Methoden auszuwählen und sie umzusetzen.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzeln und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit
Teilnehmerzahl	max. 25 Teilnehmende
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 10 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 zwei bis drei Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.)
Dauer	ca. 26 Wochen
Termine	Zurzeit liegen keine Termine vor.
Gebühr	890,00 Euro