

M9: Digital Leadership					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M9	250 h	10	4. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 9.1 Digitalisierung: Unternehmen, Markt, Gesellschaft 9.2 Digital Leadership und Management 9.3 Methoden und Instrumente des Digital Leadership	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen gesellschaftlich-wirtschaftlichen Veränderungsprozessen und die Phänomene der Digitalisierung an konkreten Sachverhalten zu erklären und zu beurteilen. • die Bedeutung und Wirksamkeit der Digitalisierung im Kontext der gesellschaftlich-wirtschaftlichen Transformation zu analysieren und kritisch zu hinterfragen und • ethische und interkulturelle Aspekte der Digitalisierung der Wirtschaft im Kontext einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung zu analysieren und zu reflektieren. • Sie können veränderte Arbeits- und Führungsanforderungen in der Arbeitswelt sowie die veränderte Arbeitgeber-/Arbeitnehmerbeziehungen im Kontext der Digitalisierung beschreiben und klassifizieren sowie daraus resultierende zusätzliche Anforderungen Führungskräfte ableiten und • die Rolle der Führungskraft im Change Prozess der digitalen Transformation an konkreten Handlungs- und Führungssituationen beschreiben, analysieren und kritisch hinterfragen. • Ebenso sind sie in der Lage unterschiedliche Methoden und Tools (Design Thinking, Rapid Prototyping etc.) im Innovations- und Change Prozess der digitalen Transformation im Rahmen von Fallbeispielen zu analysieren und auf ihre Anwendungsgrenzen hin zu beurteilen sowie sie in konkreten Arbeits- und "Führungssituationen" (Gruppenarbeiten) eigenständig anzuwenden. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Konzeptionen der Reflexivität zwischen Gesellschaft und Wirtschaft in einer digitalen Welt • Gesellschaftliche und wirtschaftliche Transformationsprozesse • Merkmale und Phasen der digitalen Transformation • Mediennutzung und der Einfluss digitaler Medien auf einzelwirtschaftliche Geschäftsmodelle • Der Einfluss der Digitalisierung auf die Customer Experience und das interne Betriebsmodell (Operations). • Rolle und Herausforderungen des Managements bzw. der Unternehmensführung in digitalen Welten • Abgrenzung von Digital Leadership und Management in einer digitalen Welt • Erörtern und Einüben des kritischen Hinterfragens von Wirkungen der Digitalisierung auf gesellschaftlich-wirtschaftliche Teilbereiche (z.B. Arbeit, Familie, Mobilität, Bildung, Nachhaltigkeit, Interkulturalität etc.) 				

	<ul style="list-style-type: none"> Ethische und rechtliche Fragestellungen der Digitalisierung Kollaborative Arbeits-, Kommunikations- und Führungsmethoden individuelle Medien- und Mediennutzungskompetenz in sozialen Netzwerken, Führung auf Distanz (Remote Leadership)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vermittlung der Inhalte erfolgt in Rahmen eines teilnehmeraktiven seminaristischen Unterrichts ergänzt durch Unternehmensbesuche, Gastvorträge von Praxisvertretern sowie der situativen Durchführung einer Online Vorlesung als multimediales und hybrides Lernkonzept. Im virtuellen Vorlesungsraum findet ein zeitgleiches synchrones und kollaboratives Lernen statt. Dies ermöglicht den Studierenden, nicht nur den Lernort selbst zu bestimmen, sondern insbesondere die multimedialen ganzheitlichen Kommunikations- und Kollaborationsmöglichkeiten in der konkreten Anwendungssituation zu erlernen und anzuwenden. Ebenso können sie auf diese Art erste Erfahrungen mit medienvermittelten "Führungs- und Gruppensteuerungsprozessen" auf Distanz sammeln und in der Gruppe kritisch hinterfragen.</p> <p>In die Veranstaltungen sind Übungen und Kurzfälle integriert, sodass eine laufende Lernkontrolle erfolgt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen: Portfolioprüfung (Umfang 4-5 schriftliche Hausarbeiten; Bearbeitungszeit 70 Zeitstunden)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulabschlussprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10/210</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Modulverantwortlicher)</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Lehrender)</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p> <p>Literatur (Pflichtlektüre):</p> <ul style="list-style-type: none"> Bongiomo, Giorgio/ Rizzo, Daniele/ Vaia, Giovanni (Ed.): CIOs and the Digital Transformation: A New Leadership Role, Springer Int. 2018 Brandes, Ulf et al.: Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation, Frankfurt, New York 2014. Brown, Tim: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, HarperBusiness 2009. Kreutzer, Ralf T. ; Neugebauer, Tim; Pattloch, Annette: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management, Wiesbaden 2017. Petry, Thorsten (Hrsg.): Digital Leadership: Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, Freiburg 2016. Schallmo, Daniel et al. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Wiesbaden 2017.

	<ul style="list-style-type: none">• Weinreich, Uwe: Lean Digitization: Digitale Transformation durch agiles Management, Berlin, Heidelberg 2016. <p>In der Veranstaltung werden weitere digitale Materialien (Videos, Tutorials, Selbstlerntests) zur Verfügung gestellt.</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.</p> <p>Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
--	--