



HOCHSCHULE LANDSHUT
HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN

Modulhandbuch

für den

MBA-Studiengang

Digitale Unternehmensführung

an der

Hochschule für angewandte Wissenschaften –

Hochschule Landshut

vom 16.03.2021

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung zum Modulhandbuch	2
Modulbeschreibungen	4
Digitale Transformation und Strategie (DUF 100)	4
Recht der Digitalisierung (DUF 110)	6
Controlling und Kostenmanagement (DUF 120)	8
Agiles Management (DUF 130)	10
Digitale Führung 1 (DUF200)	12
Digitale Führung 2 (DUF210)	14
Internet of Things (DUF 300)	16
IT-Sicherheit (DUF 310)	17
Digitale Produktion/Industrie 4.0 (DUF 320)	18
Data Science & Analytics (DUF 330)	20
Additive Fertigung (DUF 340)	21
Digital Marketing (DUF 350)	22
Blockchain Technologien (DUF 360)	24
Coaching (DUF 400)	25
Konfliktmanagement (DUF 410)	26
Entrepreneurship-Projekt (DUF 500)	28
Masterarbeit/Kolloquium (DUF 600)	30

Vorbemerkung zum Modulhandbuch

	4-5.	Masterarbeit/Kolloquium 4.-5. Semester			
↑ Fachsemester	3. WiSe	Agiles Management	Entrepreneurship-Projekt	Wahlpflichtmodul2 *	Wahlmodul Digitales Expertenwissen
	2. SoSe	Controlling und Kostenmanagement		Wahlpflichtmodul1 *	Wahlmodul Digitales Expertenwissen
	1. WiSe	Digitale Transformation und Strategie	Recht der Digitalisierung	Digitale Führung 1	Wahlmodul Digitales Expertenwissen

* aus den Bereichen „Führung in digitalen Zeiten“ oder „Digitales Expertenwissen“

Das vorliegende Modulhandbuch zum Masterstudiengang „Digitale Unternehmensführung“ stellt eine ergänzende Rechtsgrundlage zur maßgeblichen Studien- und Prüfungsordnung dar.

Das Modulhandbuch gibt einen expliziten Überblick über die im Studiengang angebotenen Module:

- Modulbezeichnung und Modulverantwortlichen
- ECTS-Punkten
- Arbeitsaufwand (Workload) für das Modul in Form von Präsenz- und Selbstlernzeit
- Lehrformaten im Modul
- Teilnahmevoraussetzungen und Prüfungsleistungen auf Grundlage der Studienordnung
- Qualifikationszielen und Inhalten

Im Modulhandbuch können unter Umständen auch Module aufgelistet werden, die aktuell nicht angeboten werden. Der Studiengang ist aktuell folgendermaßen aufgebaut:

Grundlagen der Unternehmensführung	
DUF100	Digitale Transformation und Strategie
DUF110	Recht der Digitalisierung
DUF120	Controlling und Kostenmanagement
DUF130	Agiles Management
Führung in digitalen Zeiten	
DUF200	Digitale Führung 1
DUF210	Digitale Führung 2
DUF400	Coaching (Wahlpflichtmodul)
DUF410	Konfliktmanagement (Wahlpflichtmodul)
Digitales Expertenwissen (Wahl(pflicht)module)	
DUF300	Internet of Things
DUF310	IT-Sicherheit
DUF320	Digitale Produktion/Industrie 4.0
DUF330	Data Science & Analytics
DUF340	Additive Fertigung
DUF350	Digital Marketing
DUF360	Blockchain Technologien
Wahlpflichtmodule ²⁾	
DUF400-410	s.o.
DUF300-DUF360	s.o.
Projektmodul und Masterarbeit	
DUF500	Entrepreneurship-Projekt
DUF600	Masterarbeit/Kolloquium

Im Zweifel gilt die jeweils gültige Studien- und Prüfungsordnung.

Modulbeschreibungen

Digitale Transformation und Strategie (DUF 100)

Modulnummer	DUF 100
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Digitale Transformation und Strategie
Modulbezeichnung (englisch)	Digital Transformation and Strategy
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Karl Stoffel
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Stoffel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Projektarbeit „Digitalisierungsstrategie für ein(en) Unternehmen(sbereich)“
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	-
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden kennen die technologischen und organisatorischen Rahmenbedingungen der Digitalisierung. Die vermittelten Kenntnisse gehen in die Breite und beziehen sich auf das Wissen zu Begriffen und Kernthemen. Eine Vertiefung zu einzelnen technologischen Themenfeldern erfolgt in den Spezialmodulen.</p> <p>Sie erhalten die Möglichkeit, zu bewerten, wo ihr Bereich bzw. ihr Unternehmen im digitalen Wandel steht, Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung zu erarbeiten und die damit verbundenen Innovationspotentiale zu erkennen. Mit diesem Wissen können sie in Ihren Arbeitsbereichen die digitale Transformation mit gestalten.</p> <p>Sie wissen, wie sich eine digitale Strategie von der herkömmlichen Strategie unterscheidet und mit welchen Methoden diese entwickelt wird.</p> <p>Die Teilnehmenden sind zudem in der Lage, Auswirkungen der digitalen Transformation auf Wirtschaft, Arbeit und Gesellschaft zu berücksichtigen und damit grundlegende ethische Herausforderungen, die mit der Digitalisierung einhergehen, zu skizzieren und zu analysieren.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung und Digitale Transformation • Überblick über neue Technologien • Methoden der strategischen Wettbewerbsanalyse und der Strategieentwicklung

	<ul style="list-style-type: none"> • Analysetool für den Digitalisierungsstand eines Unternehmens(bereichs) • Digitale Geschäftsmodelle und Strategien • Implementierung von Digitalstrategien • Implikationen der digitalen Transformation auf Wirtschaft, Arbeit und Gesellschaft
Medien	Powerpoint, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum
Literatur	<p>Appelfeller (2018), W./Feldmann, C.: Die digitale Transformation des Unternehmens, Springer Gabler, Berlin Heidelberg.</p> <p>Becker (2020), W./Ulrich, P./Schmid, O./Feichtinger, C.: Industrielle Digitalisierung - Entwicklungen und Strategien für mittelständische Unternehmen, Gabler, Wiesbaden 2020</p> <p>Bones, C., Hammersley, J., Shaw, N. (2019) Optimizing Digital Strategy. Kogan Page</p> <p>Dahm (2019), M.H./Thode, S. (Hrsg.): Strategie und Transformation im digitalen Zeitalter- Inspirationen für Management und Leadership, Springer, Wiesbaden 2019.</p> <p>Grimm (2013), P: Werte- und Normenaspekte der Online- Medien – Positionsbeschreibung einer digitalen Ethik. S. 371-395 in: Karmasin et al. (Hg.), Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Gupta, S. (2018) Driving Digital Strategy. Harvard Business Press</p> <p>Hoffmeister, C. (2017).Digital business modelling: digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern. Carl Hanser Verlag GmbH Co KG</p> <p>Lemke (2020), C.: Digitalisierung im Spannungsfeld zwischen Technologie und Management, in: Rump (2020); J./Eilers, S. (Hrsg.) Die vierte Dimension der Digitalisierung, Springer, Berlin/Heidelberg 2020, S. 17-41.</p> <p>Lemke (2015), C./Brenner, W.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik: Bd. 2, Springer Gabler, Berlin 2020.</p> <p>Mohr (2019), T.: Der Digital Navigator, Gabler, Wiesbaden 2020.</p> <p>Nöcker (2018), C.: Digitale Exzellenz – Erfolgreich Digitalisieren im Mittelstand, PRO BUSINESS, Berlin.</p> <p>Osterwalder, A. et al. (2015): Value proposition design: Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen, Campus Verlag, Frankfurt/New York</p> <p>Rogers (2017), D. L.: Digitale Transformation – Das Playbook, mitp, Frechen</p> <p>Sassenrath (2017), M.: New Management – Erfolgsfaktoren für die digitale Transformation, Haufe, Freiburg/München/Stuttgart</p> <p>Stöger (2019), R.: Digitalisierung umsetzen – Veränderungsfähigkeit – Professionalität – Wirksamkeit, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Weinreich (2016), U.: Lean Digitization – Digitale Transformation durch agiles Management, Springer, Berlin Heidelberg 2016.</p> <p>Westerman, G., Bonnet, D. & McAfee, A. (2014): Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Review Press 2014</p>

Recht der Digitalisierung (DUF 110)

Modulnummer	DUF 110
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Recht der Digitalisierung
Modulbezeichnung (englisch)	Law of Digitalization
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Bettina Kühbeck
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Bettina Kühbeck
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Fallarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden kennen wichtige Gesetze und Normen aus verschiedenen Gebieten des Rechts der Digitalisierung sowie deren Zusammenhänge. Zudem können sich die Teilnehmenden in juristische Fragen einarbeiten und Lösungen entwickeln.</p> <p>Die erworbenen Kenntnisse befähigen die Teilnehmenden,</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Rechtsfragen der Digitalisierung zu verstehen, • in ihrem Berufsfeld rechtlich relevante Themen zu erkennen sowie • rechtliche Konsequenzen neuer technologischer Entwicklungen und Anwendungen abzuschätzen. <p>Die Teilnehmenden sind in der Lage, mit Gesetzen und Normen umzugehen. Sie können einschlägige Fälle lösen und sich mit den aufgeworfenen Rechtsfragen kritisch auseinanderzusetzen.</p> <p>Sie erwerben die Anwendungskompetenz, rechtliche Grenzen zu erkennen, zu analysieren und in der juristischen Fachsprache zu kommunizieren.</p>
Inhalte	<p>Internet der Dinge, Big Data, Künstliche Intelligenz, Blockchain, Clouds, Virtual Reality, Automatisierung, Online- und Socialmediamarketing sowie internationaler Datentransfer werfen aktuell eine Vielzahl neuer rechtlicher Fragestellungen auf. Dabei ist als Querschnittsmaterie eine Reihe von Rechtsgebieten berührt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertragsrecht • Internetrecht • Gewerblicher Rechtsschutz (Urheber-, Marken-, Patent-, Domain-, und Lizenzrecht) • Datenschutzrecht • IT-Sicherheitsrecht • Vermögensrechte an Daten

	<ul style="list-style-type: none"> • Haftungsrecht • Kartellrecht • Wettbewerbsrecht • Werberecht • Telekommunikations- und Exportkontrollrecht • Computerkriminalität und Internetstrafrecht
Medien	Präsentationen, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum, Skript, Fälle und Lösungen
Literatur	<p>Bräutigam, Peter / Kraul, Torsten Hrsg. (2021): Internet of Things, Rechtshandbuch, Verlag C.H. Beck, München</p> <p>Hartmann, Matthias Hrsg. (2020): KI & Recht kompakt, Springer Verlag, Berlin</p> <p>Hoeren, Thomas (2020): Internetrecht, Online-Skript des Institut für Informations-, Telekommunikations-und Medienrecht, Münster, https://www.itm.nrw/lehre/materialien/</p> <p>Specht-Riemenschneider, Louisa / Werry, Nicola / Werry, Susanne Hrsg. (2019): Datenrecht in der Digitalisierung, Erich Schmidt Verlag, Berlin</p> <p>Ulbricht, Carsten (2018): Praxishandbuch Social Media und Recht, Rechtssichere Kommunikation und Werbung in sozialen Netzwerken, 4. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg</p> <p>Wächter, Michael (2021): Datenschutz im Unternehmen, 6. Auflage, Verlag C.H. Beck, München</p>

Controlling und Kostenmanagement (DUF 120)

Modulnummer	DUF 120
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Controlling und Kostenmanagement
Modulbezeichnung (englisch)	Management and Cost Accounting
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Karl Stoffel
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Stoffel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Sommersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	48	77

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Schriftliche Prüfung (90 Minuten)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	
Qualifikationsziele	<p>Unter Kostenmanagement werden sämtliche Maßnahmen der Kostenbeeinflussung zur Optimierung des Unternehmenserfolgs und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit verstanden. Grundlage sind Grundkenntnisse der Kostenrechnung, die in diesem Modul vorausgesetzt werden und daher nur kurz wiederholt werden.</p> <p>Es werden folgende Kenntnisse vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Funktionsweise wesentlicher Instrumente des Kostenmanagements und des Controlling • Modelle zur Kostengestaltung <p>Auf Basis dieser Kenntnisse erwerben Teilnehmende Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung der Anwendungsfelder, Methoden und Instrumente des Kostenmanagements und des Controllings • Anwendung von Instrumenten für Führungsentscheidungen • Auswahl von Alternativen zu bestehenden Verfahren und Prozessen <p>Die Teilnehmenden verfügen über folgende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reflexionsfähigkeit im Bereich Kostenmanagement und Controlling • Analysefähigkeit für Kostenstrukturen
Inhalte	<p>Zur Erreichung der Modulziele werden folgende Inhalte gelehrt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Controlling und fortgeschrittene Controllingeinsätze • Von der Kostenrechnung zum Kostenmanagement • Operatives und strategisches Controlling • Ausgewählte Instrumente des Kostenmanagements und Controllings • Controlling und Kostenmanagement in Projekten
Medien	Powerpoint, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum

Literatur	Kostenmanagement und Controlling <ul style="list-style-type: none">• Friedl: Kostenmanagement. UTB• Georg: Rezepte für ein wirkungsvolles Kostenmanagement. Vahlen• Kremin-Buch: Strategisches Kostenmanagement. Springer Gabler• Stelling: Kostenmanagement und Controlling. Oldenbourg• Weber und Schäfer: Einführung in das Controlling. Schäffer-Poeschel Controlling und Kostenmanagement in Projekten <ul style="list-style-type: none">• Fiedler: Controlling von Projekten. Springer Vieweg• Zirkler, Hofmann, Nobach, Behrens: Projektcontrolling. Springer Gabler Kostenrechnung <ul style="list-style-type: none">• Horsch: Kostenrechnung - Klassische und neue Methoden in der Unternehmenspraxis. Springer Gabler• Wöltje: Kosten- und Leistungsrechnung - Alle Verfahren und Systeme auf einen Blick. Haufe-Lexware GmbH & Co. KG Bilanz und GuV <ul style="list-style-type: none">• Hering: Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) und Bilanz für Ingenieure. Springer
------------------	---

Agiles Management (DUF 130)

Modulnummer	DUF 130
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Agiles Management
Modulbezeichnung (englisch)	Agile Management
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Holger Timinger
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Holger Timinger
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	64	61

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Schriftliche Prüfung (90 Minuten)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden erwerben fortgeschrittene Kenntnisse und Fertigkeiten agilen Managements projektorientierter Organisationen.</p> <p>Sie kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • wichtige Prozesse und Methoden des Projektmanagements • die Definition und Bedeutung von Agilität sowie deren Einordnung in Unternehmensabläufe und -strukturen • die Abgrenzung zu planbasierten, traditionellen (Projekt-)Organisationskonzepten • die Prinzipien der Engpassstheorie und des Critical Chain Project Managements • agile Vorgehensmodelle und Methoden, darunter Scrum und Kanban sowie deren Abgrenzung zu traditionellen Vorgehensmodellen, wie Wasserfall-, V- und Spiralmodell sowie zu Lean Ansätzen • Grundlagen der Skalierung von Agilität mit SAFe, LeSS und Nexus • Möglichkeiten und Grenzen des hybriden Projektmanagements, darunter Bewertungsverfahren und Tailoring-Frameworks <p>Die Teilnehmende erwerben die Kompetenz, Projekte zu definieren, zu planen, durchzuführen und erfolgreich abzuschließen. Sie sind in der Lage, komplexe Aufgabenstellungen zu strukturieren und deren Bearbeitung unter Berücksichtigung agiler Grundsätze zu planen. Dafür können Sie agile Methoden anwenden und die Projekte sowohl in agilen als auch nicht-agilen Umgebungen erfolgreich durchführen und abschließen.</p>
Inhalte	<p>Zur Erreichung der Modulziele werden folgende Inhalte gelehrt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agiles Manifest 2. Projektorientierung und Einordnung Agilität

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Projektmanagementprozesse, Normen und Standards und Vorgehensmodelle 4. Scrum inkl. SAFe, LeSS und Nexus 5. Kanban 6. Weitere Vorgehensmodelle, darunter Extreme Programming, Crystal, DevOps, und Design Thinking 7. Grundlagen des Critical Chain Project Management und Lean Project Management 8. Hybride Ansätze und Schnittstellen zwischen agilen und traditionellen Organisationseinheiten 9. Hybrides Projektmanagement inkl. der Bewertung dessen Eignung und Möglichkeiten des Tailoring <p>Die Inhalte werden in Präsenzphasen und unterstützenden e-Learningphasen vermittelt. In den Präsenzphasen erfolgt eine Vertiefung und Festigung der Kompetenzen durch Fallstudien und Planspiele.</p>
Medien	Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Timinger: Modernes Projektmanagement. Wiley-VCH Verlag • Timinger: Modernes Projektmanagement in der Praxis. Wiley-VCH Verlag • Scrum Guide (scrumguides.org) • Weitere aktuelle Standards und Fachliteratur, die in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben werden.

Digitale Führung 1 (DUF200)

Modulnummer	DUF 200
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Digitale Führung 1
Modulbezeichnung (englisch)	Digital Leadership 1
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Valentina Speidel
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Valentina Speidel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema		
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)		
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	-		
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die veränderten Anforderungen aus den veränderten Bedingungen der Arbeitswelt 4.0 – VUCA- Welt - für die gegenwärtige und künftige Führung herleiten • wissen um die besondere Bedeutung der Leadership-Kompetenzen • kennen die Bedürfnisse und Werte der unterschiedlichen Generationen und wissen wie diese jeweils geführt werden sollten • durchdringen den Ansatz der transformationalen Führung - als den am besten geeigneten Führungsansatz bei der Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle • können ausgewählte Instrumente zur Selbstreflexion ihrer Rolle und ihres Verhaltens anwenden 		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen der Arbeitswelt 4.0 (VUCA-Welt) • veränderte Anforderungen an Führung im Vergleich von gestern – heute – morgen • Führung: Management und Leadership • Veränderung gesellschaftlicher und individueller Werte und deren Auswirkungen auf Führung • Führen und Motivieren der unterschiedlichen Generationen • transformationaler Führungsansatz • Angebote der betrieblichen Personalentwicklung zur Unterstützung bei der Ausprägung der Führungskompetenzen 		
Medien	Präsentation, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum		

Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Ayberk / Kratzer / Linke (2017): Weil Führung sich ändern muss, Wiesbaden: SpringerGabler C• Creusen / Gall / Hackl (2017): Digital Leadership – Führung in Zeiten des digitalen Wandels, Wiesbaden: Springer Fachmedien• Hurrelmann / Albrecht (2014): „Die heimlichen Revolutionäre – wie die Generation Y unsere Welt verändert, Weinheim: Beltz• Scholz (2014) „Generation Z: Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt, Ulm: Wiley Scholz• Werther / Bruckner (2018): Arbeit 4.0 aktiv gestalten – die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung, Berlin: Springer
------------------	---

Digitale Führung 2 (DUF210)

Modulnummer	DUF 210
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Digitale Führung 2
Modulbezeichnung (englisch)	Digital Leadership 2
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Valentina Speidel
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Valentina Speidel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Sommersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	-
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen verschiedene Formen des agilen Arbeitens (Scrum, Design Thinking, Kanban etc.) und reflektieren die Rolle einer Führungskraft • setzen sich mit den Erfolgsfaktoren des Digital Leaders auseinander und lernen diese auf ihre eigene Führungsrealität zu übertragen • lernen Gestaltungshinweise für beidhändige Führung und Organisationsgestaltung (Ambidextrie) auch anhand von konkreten Beispielen und Fällen aus der Praxis kennen • nehmen für ihren eigenen Führungskontext konkrete Leitlinien für die Förderung von Agilität mit • verstehen die Prinzipien kontextbezogenen Wechsels zwischen klassischer und agiler Führung
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Digital Leadership: Führung in Zeiten von Scrum, Design Thinking, Squads etc. • Vertiefen des Führungsansatzes der transformationalen Führung • Managen der Ambidextrie; Piloten starten, Erfahrungen auswerten bzw. austauschen, Strukturen und Prozesse wirksam anpassen • Vorbildfunktion leben: der Umgang mit Macht, Widersprüchlichkeiten und Unsicherheit.
Medien	Präsentation, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Ayberk / Kratzer / Linke (2017): Weil Führung sich ändern muss, Wiesbaden: SpringerGabler C

	<ul style="list-style-type: none">• Creusen / Gall / Hackl (2017): Digital Leadership – Führung in Zeiten des digitalen Wandels, Wiesbaden: Springer Fachmedien• Ruland / Guillium (2020): Hendricks agile Werkzeuge – Pocket Guide zu agilen Werkzeugen und Begriffen, www.wirbrauchenwasneues.de• Werther / Bruckner (2018): Arbeit 4.0 aktiv gestalten – die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung, Berlin: Springer
--	--

Internet of Things (DUF 300)

Modulnummer	DUF 300
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Internet of Things
Modulbezeichnung (englisch)	Internet of Things
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Abdelmajid Khelil
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Abdelmajid Khelil
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema		
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)		
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung			
Qualifikationsziele	Lernziel ist die Vermittlung von Kompetenzen im Bereich der vernetzten intelligenten Objekte. Die Teilnehmenden lernen die technologischen Grundlagen des Internet der Dinge (Internet of Things, IoT), z.B. intelligente Objekte, Protokolle, Architekturen, etc.		
Inhalte	Eingebettete Systeme sind heute allgegenwärtig und werden zunehmend mit dem, bzw. über das Internet vernetzt. Der Begriff IoT drückt dabei den Trend der intelligenten Vernetzung aller Dinge aus, um den Menschen in seinen Tätigkeiten unmerklich zu unterstützen. In diesem Modul soll den Teilnehmenden die wesentlichen Konzepte und Werkzeuge von IoT vermittelt werden: Die wichtigsten aktuellen Anwendungsgebiete; Elemente der Vernetzung; typische Aktoren und Sensoren; IoT Protokolle (insb. MQTT, CoAP); IoT Plattformen & deren Interoperabilität, IoT Architekturen (insb. Cloud/Fog), Zuverlässigkeit und Sicherheit in IoT, etc. Das Praktikum vertieft das in der Vorlesung erworbene Wissen in ausgewählten Praxisprojekten. Dabei werden verschiedenen IoT Plattformen (z.B. Arduino und Raspberry Pi) verwendet um unterschiedliche IoT-Anwendungen (Smart City, Smart Building, eHealth, Smart Agriculture, Industrie 4.0, etc) zu implementieren.		
Medien	Powerpoint, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum		
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Jean-Philippe Vasseur, Adam Dunkels, Interconnecting Smart Objects with IP: The next Internet, Morgan Kaufmann, 2010 • Adrian McEwen, Hakim Cassimally, Designing the Internet of Things, John Wiley & Sons; November 2013 • Fleisch, E.: Das Internet der Dinge, Springer 2005 • Charles Bell, Beginning Sensor Networks with Arduino and Raspberry Pi, Apress; Auflage: 2013 		

IT-Sicherheit (DUF 310)

Modulnummer	DUF 310
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	IT-Sicherheit
Modulbezeichnung (englisch)	IT Security
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Johann Uhrmann
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johann Uhrmann
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Sommersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema		
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)		
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung			
Qualifikationsziele	<p>Das Modul behandelt die wesentlichen Aspekte der IT-Sicherheit in vernetzten Systemen.</p> <p>Die Teilnehmenden sind vertraut mit Begriffen und Methoden der IT-Sicherheit, können sich in Teilgebieten vertiefen und abwägen, welche Methoden und Maßnahmen in ihrem beruflichen Umfeld wirksam und umsetzbar sind. Sie verfügen am Ende der Lehrveranstaltung insbesondere über das erforderliche praxisrelevante Wissen für</p> <ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten und Grenzen von Methoden und Technologien des IT- Sicherheitsmanagements, • Schutz personen- und unternehmensbezogener Daten in digitalen Geschäftsprozessen und in der Cloud 		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Ziele der IT-Sicherheit • IT-Grundschutz • Grundlagen der Kryptographie • Authentisierung in verteilten Systemen • Sicherheit vernetzter Systeme • Bedrohungsszenarien, Prävention, Erkennung, Reaktion auf Sicherheitsvorfälle • Schutzmaßnahmen: IT-Sicherheitsstrategie, Managementmodelle, Auditing, Maßnahmen nach BSI-Grundschutz • aktuelle Entwicklungen und Ereignisse in der IT-Sicherheit 		
Medien	PowerPoint, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum		
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Roland Hellmann, IT-Sicherheit – Eine Einführung, De Gruyter, 2018 • Michael Brenner, Praxisbuch ISO/IEC 27001, Hanser, 2020 • Ronald Aigner, Hacking & Security, Rheinwerk Verlag, 2020 		

Digitale Produktion/Industrie 4.0 (DUF 320)

Modulnummer	DUF 320
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Digitale Produktion/Industrie 4.0
Modulbezeichnung (englisch)	Digital Production/Industry 4.0
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr.-Ing. Jürgen Welter
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Jürgen Welter
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden erwerben Kenntnisse und Fertigkeiten, um eine digitalisierte Produktion zu verstehen und die Grobplanung durchführen zu können.</p> <p>Sie kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Herausforderungen der Produktion in einem globalisierten Umfeld und wissen, wie erfolgreiche Unternehmen diese bewältigen, • relevante Begriffe, Aufgaben und Komponenten der Automatisierungstechnik, • Technologie, um Produktionsanlagen zu digitalisieren <p>Sie erwerben folgende Fertigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können Begriffe aus dem Themengebiet Industrie 4.0 einordnen und • wissen welche Anforderungen sich damit auf Automatisierungssysteme ergeben • können grundlegende Aufgaben in der Automatisierungstechnik systematisch lösen • können grundlegende Mensch-Maschine-Schnittstellen projektieren und umsetzen • verstehen, wie die Anbindung von MES und ERP Systemen technisch realisiert werden kann <p>Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Teilnehmenden werden befähigt, technische Prozesse zu analysieren und die Realisierbarkeit einer Digitalisierung dieser zu bewerten. • sie sind in der Lage, den Aufwand der Umsetzung einzuschätzen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten und Grenzen der Automatisierung von Produktionsanlagen • Konzepte und Strukturen industrieller Automatisierungssysteme • Digitalisierung der Produktion • Automatisierungsrechner, Sensorik und Aktorik

	<ul style="list-style-type: none">• Schnittstellen für MES und ERP-Systeme• Sicherheitskonzepte in der Automatisierungstechnik• Integrierte Laborübungen zur SPS Programmierung fertigungstechnischer Produktion und Generierung von Prozessdaten für die Digitalisierung
Medien	Tafel, Beamer, Moodle-Kursraum, Hard- und Software
Literatur	<p>Berger, H.: Automatisieren mit SIMATIC S7-1500. VDE Verlag, Berlin, 2019.</p> <p>Bauernhansl, T.: Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Springer Vieweg, Wiesbaden, 2014.</p> <p>Im Seminar wird eine Literaturliste besprochen.</p>

Data Science & Analytics (DUF 330)

Modulnummer	DUF 330
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Data Science & Analytics
Modulbezeichnung (englisch)	Data Science & Analytics
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Dieter Greipl
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dieter Greipl
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema		
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)		
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung			
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden, Technologien und Hilfsmittel im Zusammenhang mit der Verarbeitung großer und strukturierter und unstrukturierter Datenmengen, • qualitativer und quantitative Daten, Zeitreihen • Verfahren zur Datenanalyse (Exploratory Data Analysis) • die funktionalen Grundlagen neuronaler Netze <p>Die Teilnehmenden verfügen über Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • große Datenmengen zu analysieren und aufzubereiten • datenbasierte Entscheidungsprobleme zu formulieren, • Software-Tools zur Analyse von Daten zu nutzen 		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einordnung von KI und Big Data, • Statistische Grundlagen für Exploratory Data Analysis • Formulierung der Problemstellung (Regression/Klassifikation) • Machine Learning (Neuronale Netze) • Praktische Übung mit Python und Case Study (geplant: Titanic, MNIST) 		
Medien	Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum, Folien und Videos		
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Diverse Online Quellen (Dokumentationen, Links Bekanntgabe vor Modulstart) • Data Science (The MIT Press Essential Knowledge series) Taschenbuch – Illustriert, 6. April 2018 • Advanced Data Science and Analytics with Python (Chapman & Hall/CRC Data Mining and Knowledge Discovery), 7. Mai 2020 		

Additive Fertigung (DUF 340)

Modulnummer	DUF 340
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Additive Fertigung
Modulbezeichnung (englisch)	Additive Manufacturing
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Norbert Babel
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Norbert Babel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema CAD-Kenntnisse; Lesen und Verstehen von Technischen Zeichnungen Computerkenntnisse		
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)		
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung			
Qualifikationsziele	<p>Kenntnisse: Überblick über die wichtigsten additiven Fertigungsverfahren, eingesetzte Werkstoffe und 3D-druckgerechte Konstruktion</p> <p>Fertigkeiten: Es soll der Weg vom CAD-Modell bis zum gedruckten Bauteil aufgezeigt und durchlaufen werden, um einen Einblick in dies Technologie zu geben.</p> <p>Kompetenzen: Umfangreiches Fachwissen über die Additive Fertigung und tangierende Bereiche. Ein CAD-Modell für den 3D-Druck vorbereiten und drucken</p>		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Vermittelt wird, neben dem Wissen über die verschiedenen additiven Fertigungsverfahren, das sogenannte „Additive Thingking“. Das bedeutet es werden die, spezifisch für die neuen Designfreiheiten der Additiven Fertigung Möglichkeiten vermittelt. Diese neuen Möglichkeiten des Bauteildesigns machen den Einsatz der Additiven Fertigung insbesondere auch für Anwendungen in der Schlüsseltechnologie Leichtbau sehr interessant. Spezielle, aktuelle Entwicklungen im Bereich der additiven Fertigung zur Vermittlung des jeweils neusten Standes der Technik 		
Medien	Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum, Spezielle Software, Labor mit 3D-Druckern		
Literatur	<p>Vorlesungsmanuskripte; Additive Fertigungsverfahren; Berger U.; Hartmann A.; Schmid D.; Europa Lehrmittel-Verlag, 1. Auflage 2013;3D-Drucken: Grundlagen und Anwendungen des Additive Manufacturing (AM) , Gebhardt, A.; Kessler, J.; Thurn, L.; Hanser-Verlag, 2. Auflage 2016</p> <p>Entwicklung und Konstruktion für die Additive Fertigung;Christoph Klahn; Mirko Meboldt; (Hrsg.); Filippo Federico Fontana;Bastian Leutenecker-Twelsiek;Jasmin Jansen (Autor); Vogel Business Media GmbH & Co. KG, Würzburg 1. Auflage 2018</p>		

Digital Marketing (DUF 350)

Modulnummer	DUF 350
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Digital Marketing
Modulbezeichnung (englisch)	Digital Marketing
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Sandra Gronover
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sandra Gronover
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Endnotenbildender Leistungsnachweis (zwei Studienarbeiten und eine Projektarbeit)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	-
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden kennen die Möglichkeiten und Gestaltungsmöglichkeiten von Digitalem Marketing und Online-Vertrieb.</p> <p>Sie verstehen die Systematik der Online Marketing-& Vertriebs-Instrumente (SEO, SEA, Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Social Media-Marketing, Social Selling).</p> <p>Sie können bestehende Abläufe in Online-Shops analysieren und Verbesserungsmaßnahmen ableiten. Sie können E-Commerce-Prozesse konzipieren und verstehen die Stellhebel der Conversion-Optimierung.</p> <p>Sie können digitale Marketing- und Vertriebs-Aktivitäten konzeptionieren.</p> <p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Veränderungen, die Digitales Marketing und Social Media mit sich bringen, einschätzen und die Bedeutung von Social Media für Unternehmen darstellen. • die wichtigsten Begriffe, Konzepte und Instrumente im Umfeld von Digitalem Marketing erläutern. • einzuschätzen, wie Digitales Marketing und Social Media in ein Unternehmen implementiert werden kann. • eigene Social Media Zielsysteme und Strategien entwickeln, umzusetzen und bewerten. • eigene Social Media Kanäle und Communities aufbauen und Konzepte zum langfristigen Aufbau entwickeln.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des digitalen Marketings und Vertriebs • Omni-Channel Strategien & Customer Journey <ul style="list-style-type: none"> • E-Commerce Prozesse • Conversion-Optimierung

	<ul style="list-style-type: none">• Social Selling & Social Networking• Online/Web- und Social Media-Marketing<ul style="list-style-type: none">• Suchmaschinen-, Affiliate- und E-Mail-Marketing• Content-, Influencer- und Social-Media-Marketing• Struktur und Funktionsweise typischer (Front-End-)Anwendungen und Werkzeugen des digitalen Marketings
Medien	Präsentation, Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum
Literatur	Im Seminar wird eine Literaturliste besprochen.

Blockchain Technologien (DUF 360)

Modulnummer	DUF 360
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Blockchain Technologien
Modulbezeichnung (englisch)	Blockchain Technologies
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	N.N.
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Stoffel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	
Qualifikationsziele	Die Teilnehmenden verstehen den Aufbau und die Funktionsweise der Blockchain-Technologie. Sie verstehen Anwendungsszenarien der Blockchain-Technologie und können Risiken und Herausforderungen sowie Begrenzungen der Technologie einschätzen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Kryptographische Grundlagen - Peer2Peer-Netzwerke - Datenstruktur und Aufbau der Blockchain - Smart Contracts & SC Engineering - Mögliche Anwendungsszenarien - Alternative Distributed-Ledger Ansätze - Risiken & Herausforderungen sowie Limitationen der Technologie
Medien	Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum
Literatur	Im Seminar wird eine Literaturliste besprochen.

Coaching (DUF 400)

Modulnummer	DUF 400
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Coaching
Modulbezeichnung (englisch)	Coaching
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Valentina Speidel
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Valentina Speidel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Sommersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen (80 % Anwesenheit)		
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)		
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung			
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen die Phasen von Coaching kennen und können Techniken des Coachings anwenden. • wissen, bei welchen Anlässen /Situationen Coaching geeignet ist. • sind in der Lage, eine Einzelcoaching mit einer überschaubaren Problematik durchzuführen, indem sie den Coachee so durch den Prozess führen, dass eine umsetzbare Problemlösung erarbeitet wird. 		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Blockveranstaltung 1: Grundlagen des Coaching: Begriff, Phasen, Haltung, Abgrenzung, mögliche Anlässe, Auftragsklärung • Blockveranstaltung 2: Coaching als Kommunikationsprozess: Aktives Zuhören, Fragetechniken, Reframing, Metaphern • Blockveranstaltung 3: Diagnostik im Coaching – Erfassen der Ist-Situation • Blockveranstaltung 4: Konflikte und Führung: interpersonelle Konflikte und Führungsthemen als zentrale Coachingthemen • Blockveranstaltung 5: Durchführen von Einzelcoachings. 		
Medien	Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum		
Literatur	Im Seminar wird eine Literaturliste besprochen.		

Konfliktmanagement (DUF 410)

Modulnummer	DUF 410
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Konfliktmanagement
Modulbezeichnung (englisch)	Conflict management
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Karin Elisabeth Müller
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karin Elisabeth Müller
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit – systemische Aufstellungen		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	40	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse an der Thematik – fachliche Vorkenntnisse keine
Prüfung	Schriftliche Prüfung (60 Minuten)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	(mind. 70% Anwesenheit in den Lehrveranstaltungen für die Prüfung wichtig)

Qualifikationsziele	Menschen und Projekte oder Institutionen führen, erfordert die Fähigkeit mit Konfliktsituationen konstruktiv umgehen zu können. Zur Erlangung dieser Fähigkeit ist ein Wissen um die Grundlagen des systemischen Konfliktmanagements unerlässlich. Dazu gehört aber auch die Bereitschaft Konflikte als Lernchancen zu betrachten, Konfliktfähigkeit durch Selbstreflexion zu entwickeln, über Instrumentarien zur Bearbeitung von Konflikten zu verfügen und diese auch anwenden zu können. Ziel dieses Seminars ist es, genau diese Inhalte und Fähigkeiten zu vermitteln und einzuüben.
Inhalte	<p>Kenntnisse im Sinne von Grundlagen- bzw. Orientierungswissen: Es werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Systemtheorie vorgestellt und diskutiert, denn die systemische Betrachtung konfliktbehafteter Situationen bietet die Möglichkeit tieferliegende Zusammenhänge zu erkennen und zu verstehen • Ethische Grundlagen in Form von Handlungsmodellen als Basis für Persönlichkeitsentwicklung und Konfliktfähigkeit ins Zentrum gerückt • Konfliktursachen, Konfliktarten und Konfliktlösungs-Modelle vorgestellt, reflektiert und praxisnah diskutiert • Konflikte anhand von Praxisbeispielen mittels der Methoden: Konfliktgespräche konstruktiv führen und Organisationsaufstellung analysiert und bearbeitet <p>Fertigkeiten im Sinne von Anwendungswissen: Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über grundlegendes systemtheoretisches Wissen hinsichtlich der Thematik Konfliktmanagement • kennen verschiedene ethische Handlungsmodelle und wissen wie diese im Kontext zur Thematik Konfliktmanagement-Kompetenz praxisorientiert anzuwenden sind

	<ul style="list-style-type: none"> • wissen um die Notwendigkeit einer reflexiven (Führungs-) Haltung um mit Konflikten konstruktiv umgehen zu können • können Konfliktursachen und -arten analytisch identifizieren und beherrschen unterschiedliche Lösungsmodelle zur Bearbeitung von Konflikten • kennen die Methoden Konfliktgespräch und Organisationsaufstellung und können Sie praxisnah anwenden • sind dazu in der Lage eine eigene Haltung zur Thematik Konfliktmanagement einzunehmen <p>Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reflexive Kompetenz hinsichtlich systemtheoretischer Grundlagen und ethischer Handlungsmodelle sowie aufgrund der Bereitschaft zur Hinterfragung der eigenen Persönlichkeit im Umgang mit Konflikten • Diskursive Kompetenz aufgrund des regelmäßigen Austausches in Kleingruppen • Fähigkeit zur analytisch-systematischen Betrachtung und dialektischen Lehrveranstaltung
Medien	Beamer, Whiteboard, Tafel, Flipchart
Literatur	Im Seminar wird eine Literaturliste besprochen.

Entrepreneurship-Projekt (DUF 500)

Modulnummer	DUF
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Entrepreneurship-Projekt
Modulbezeichnung (englisch)	Entrepreneurship Project
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Prof. Dr. Karl Stoffel/Harald Wagner
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Stoffel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	Wintersemester

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	32	90

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Projektarbeit (Business-Plan + Investor Pitch)
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	
Qualifikationsziele	<p>Teilnehmende erwerben theoretische Kenntnisse über die wesentlichen theoretischen und vor allem praktischen Grundlagen einer Geschäftsidee und Unternehmensgründung, die sie bei der Entwicklung einer Gründungsidee direkt anwenden.</p> <p>Nach Abschluss des Entrepreneurship-Projektmoduls verfügen die Teilnehmenden über ein umfassendes theoretisches und praktisches Wissen im Bereich Unternehmertum und Start-Up-Management. Sie sind in der Lage, dieses jederzeit selbständig bei der Entwicklung eigener Geschäftsideen und dazu passender Geschäftsmodelle anzuwenden.</p> <p>Dabei entwickeln die Teilnehmenden eigenständig neue Geschäftsideen und -modelle und Lösungsansätze für projektspezifisch auftretende Probleme. Sie führen eigenständig Markt- und Wettbewerbsanalysen durch, erstellen eigenständig einen Business Plan und einen Investor Pitch. Dabei erkennen sie die zentrale Bedeutung des Kunden für den Unternehmenserfolg.</p> <p>Sie können agile Startup-Methoden wie das Design Thinking oder den Lean Startup Ansatz praxisorientiert anwenden und damit digitale Geschäftsmodelle, mit Hilfe der Erstellung von Prototypen, iterativ auf die unternehmerische Relevanz überprüfen und validieren. Innovationsfähigkeit und Kreativität wurde erlebt und agiles Arbeiten in Teams als Innovationsgrundlage in Unternehmen erkannt</p> <p>Zudem erweitern die Teilnehmenden ihre Teamkompetenzen: Sie können ihre Stärken in Teamprozesse einbringen, Gruppenarbeit strukturiert und lösungsorientiert gestalten sowie Konflikte in Teams klären.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsideenentwicklung • Design Thinking • Geschäftsmodelle

	<ul style="list-style-type: none"> • Business-Plan • Investor Pitch
Medien	Flipchart, Tafel, Moodle-Kursraum
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Baehr, E. / Loomis, E. (2015): Get Backed: Craft Your Story, Build the Perfect Pitch Deck, and Launch the Venture of Your Dreams, HBR Press. • Bieger, Knyphausen-Aufseß zu & Krys (2011): Innovative Geschäftsmodelle, Wiesbaden. • Blank & Dorf (2014): Das Handbuch für Startups, Beijing u.a. • BayStartUp: Handbuch zur Businessplan-Erstellung, • Gassmann, Frankenberg & Csik (2017): Geschäftsmodelle entwickeln, München • https://www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe/handbuch-businessplan/ • Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, J. Wiley & Sons. • Ries, E. (2011): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Crown Business.

Masterarbeit/Kolloquium (DUF 600)

Modulnummer	DUF 600
Modulbezeichnung lt. Studienordnung	Masterarbeit/Kolloquium
Modulbezeichnung (englisch)	Master Thesis/Colloquium
Veranstaltungssprache	Deutsch
Dozent/in	Diverse
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Stoffel
Verankerung im Studiengang	-
Angebotsfrequenz	

ECTS-Punkte	5		
Lehrformate	Seminaristischer Unterricht – Kleingruppenarbeit		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium
	125	8	85

Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema
Prüfung	Masterarbeit
Zulassungsvoraussetzung zur Prüfung	
Qualifikationsziele	Am Ende des Studiums sollen die Teilnehmenden in der Lage sein, auf wissenschaftlicher Grundlage selbständig innerhalb einer vorgegebenen Frist, Frage- und Problemstellungen aus der Digitalisierung bzw. der digitalen Führung praxisorientiert mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Dies wird im Rahmen der Masterarbeit nachgewiesen.
Inhalte	Das Thema der Masterarbeit muss einen Bezug zu aktuellen Fragestellungen der Digitalen Transformation bzw. Führung aufweisen und somit in besonderem Maße praxisorientiert angelegt sein. Wesentlicher Inhalt des Kolloquiums ist die mündliche Präsentation sowie Diskussion der Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Masterarbeit.
Literatur	Die für die Anfertigung der Masterarbeit erforderliche Literatur muss von den Teilnehmenden selbst recherchiert und beschafft werden. Dabei ist auf Angemessenheit, Relevanz und Aktualität sowie auf eine ausreichende Bandbreite zu achten, um Vergleichbarkeit und Repräsentativität zu gewährleisten.