

## Management digitaler Geschäftsmodelle

| Modulcode | Modulverantwortung            | ECTS-Punkte  | Stand   |
|-----------|-------------------------------|--------------|---------|
| MBA09     | Prof. Dr. André von Zobeltitz | 4            | 07/2022 |
| Dauer     |                               | Periodizität |         |
| 9 Wochen  |                               | jedes Jahr   |         |

### Qualifikationsziele

Die Studierenden beherrschen die Grundbegriffe des Managements digitaler Geschäftsmodelle. Sie wissen um die Auswirkungen der digitalen Transformation auf den Wettbewerb und deren Bedeutung für die Entwicklung (digitaler) neuer Geschäftsmodelle. Hierbei können Sie die Bedeutung des Kunden im Innovationsprozess reflektieren. Sie beherrschen angewandte Kenntnisse der digitalen Geschäftsmodellentwicklungen und Entscheidungskompetenzen von Führungskräften. Sie sind in der Lage neue Geschäftsmodelle auf Basis strukturierter Verfahren zu entwickeln.

### Lehrinhalte

Management digitaler Geschäftsmodelle

- Strategische Implikationen des digitalen Wandels für Unternehmen,
- Herausforderungen etablierter Unternehmen, das Maturity Model und die Digitale Transformation von Geschäftsmodellen,
- Szenario-Analyse, Krisen- & Changemanagement als relevante Größe und die integral-evolutionäre (Re-)Organisation
- Entscheidungskompetenzen (von Führungskräften) für die Digitalisierung, New Work als Nebenbedingung und das 7-S-Modell (Unternehmenskultur / Spiral Dynamics)
- Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen, Produktion & Logistik 4.0 und Kanban,
- Die Bedeutung des Controllings und der Erfolgskontrolle im Rahmen der Digitalisierung
- Kaizen, Kundengetriebene Innovationen und die Wichtigkeit des Innovationsmanagements
- Business Continuity Management in Zeiten von Krisen

Angewandte Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle

- Agile Methoden zur Konstruktion Digitaler Geschäftsmodelle (Vom „Design Thinking“ über „Blue Ocean“ bis zum „Lean Startup“),
- Das Zusammenspiel von Business Model Generation, Value Proposition Model und Business Model Canvas
- Product Field Methode und Customer Journey
- Erweiterter Marketing-Mix und Product Launch Strategien
- Der St. Galler Business Model Navigator
- Fallbeispiele und Branchenanalysen

### Literatur

Becker, W., et al.: Geschäftsmodelle in der digitalen Welt - Strategien, Prozesse und Praxiserfahrungen, Springer Gabler.

Eichenberg, T./Zobeltitz, A. von (Hrsg): Trends im Management von Nachhaltigkeit und Digitalisierung 2023 - Gestaltung der Unternehmensentwicklung im Kontext der digitalen Transformation und der 17 Sustainable Development Goals, BoD - Books on Demand.

Gassmann, O./Frankenberger, K./Choudury, M.: Geschäftsmodelle entwickeln - 55+ innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, Hanser.

Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation - Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus.

Oswald, G./Saueressig, T./Krcmar, H.: Digitale Transformation - Fallbeispiele und Branchenanalysen, Springer Gabler.

Zobeltitz, A. von /Eichenberg, T. (Hrsg.): Trends im Management von Nachhaltigkeit und Digitalisierung 2024 - Gestaltung der Unternehmensentwicklung im Kontext der digitalen Transformation und der 17 Sustainable Development Goals, BoD - Books on Demand.

In der jeweils aktuellen Auflage.

### Modulaufbau

| Nr | Art                       | Bezeichnung                             | Dozent | Std. |
|----|---------------------------|-----------------------------------------|--------|------|
| 1  | Seminaristische Vorlesung | Management digitaler Geschäftsmodelle   |        | 17   |
| 2  | Seminaristische Vorlesung | Angewandte Entwicklung dig. Geschäftsm. |        | 17   |
| 3  | Selbststudium             | Management digitaler Geschäftsmodelle   |        | 66   |

Summe: 100

### Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte)