

Modultitel: Digital Strategies & Business Modelling

Modulnummer: B 5		Umfang: 5 ECTS-Credits	
Niveaustufe	Master		
Lage im Curriculum	2. Sem. Kernmodule		
Pflicht- oder Wahl(pflicht)modul	Pflichtmodul		
Aufteilung Präsenzlehre – E-Learning	1,5 Präsenzlehre	3,5 E-Learning	
Zugeordnete Lehrveranstaltungen*/ Phasen/ ECTS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen Digitaler Transformationsstrategien (E-Learning - Online Phase), 1,5 ECTS 2. Ausgewählte Kapitel – Vorlesung / Übung / Fallstudien (Vertiefung in der Präsenzphase), 1,5 ECTS, VU (Vorlesung mit Übung) 3. Transferprojekt – Projektarbeit in der Transferphase (E-Learning), 2 ECTS, PT (Projekt) 		
<small>*... Lehrveranstaltungstypen und workload sind im pädagogisch-didaktischen Konzept detailliert erläutert</small>			
Umfang (ECTS)	5 ECTS-Credits		
Vorausgesetzte bzw. parallel zu erwerbende Kompetenzen, Module	Advanced Digital Technologies		
Aufbauende Module	Applied Digital Transformation		
Unterrichtssprache	Englisch		
Leitidee und Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden erwerben im Modul die Fähigkeit digitale Strategien zu formulieren und zu implementieren. Dazu lernen die Studierenden Methoden des Technology Foresight im strategischen Kontext anzuwenden, um strategische Schritte in der digitalen Ökonomie zu planen und umzusetzen.</p> <p>Spezieller Fokus wird auf digitale Transformations-strategien sowie auf deren unternehmensinterne und externe Treiber gelegt. Zusätzlich wird auf die Anwendung klassischer strategischer Methoden im Kontext digitalisierter Aufbau- und Ablauforganisation Wert gelegt.</p> <p>In Übungen, Fallstudien und einem Transferprojekt nehmen die Studierenden die Rolle eines Managers bzw. einer Managerin im digitalen strategischen Kontext an.</p> <p>Fokus liegt hierbei auch auf dem Verständnis konkreter Problemstellungen und deren Lösung mit Hilfe strategischer Ansätze. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden selbständig strategische Problemsituationen im digitalen Kontext analysieren, abgeleitete Konsequenzen bewerten und daraus Optionen zur Lösungsfindung entwerfen.</p>		

Lehrinhalte	Lernergebnisse/ -ziele
	<p>Nach positiver Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p>
<p>Digitale Handlungsoptionen verstehen und einordnen</p> <p>Externe strategische Analyse hinsichtlich digitaler Technologien</p> <p>Digitale Transformationsstrategie</p> <p>Interne Potenzialanalyse hinsichtlich digitaler Technologien</p> <p>Formulierung und Implementierung digitaler Strategien</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Aufgaben digitaler Strategien zu formulieren • Ziele, Inhalte und Entwicklung einer digitalen Transformationsstrategie zu erklären • Technology Foresight im digitalen Bereich zu verstehen • Methoden der technologischen Frühaufklärung im strategischen Kontext anzuwenden • neue Geschäftsfelder in der digitalen Ökonomie zu erkennen und in der strategischen Planung bzw. Umsetzung einzubeziehen • aktuelle technologische Entwicklungen, die Treiber der digitalen Transformation sind, zu nennen • die konzeptionellen Grundlagen der digitalen Transformation und deren Bedeutung für die strategische Ausrichtung von Unternehmen zu erläutern • die Auswirkungen der digitalen Transformation auf Branchenstrukturen, Strategien und Geschäftsmodelle von Unternehmen nachzuvollziehen. • konkrete strategische Fragestellungen selbständige zu analysieren bzw. komplexe strategische Situationen und Entwicklungen lösungsorientiert zu strukturieren und zu bearbeiten • Digitalisierungspotenziale in Aufbau- und Ablauforganisation zu erkennen • den digitalen Reifegrad von Geschäftsmodellen und Geschäftsprozessen zu beurteilen • digitale Strategien zu erarbeiten und zu implementieren • klassische sowie moderne Methoden zur Strategieimplementierung erfolgreich im digitalen Kontext einzusetzen • Implikationen digitaler Strategien für den Ablauf digitaler Prozesse und für die Aufbauorganisation zu verstehen • zentrale Konzepte des strategischen Managements und Konzepte und Modelle für die Gestaltung organisationaler Strukturen vor dem Hintergrund digitaler Themenbereiche zu beschreiben und zu beurteilen

Fallstudien zum digitalen strategischen Management	<ul style="list-style-type: none"> • praxisorientierte digitale Strategiekonzepte mit Hilfe von Case Studies zu verstehen und anzuwenden • die für den Strategieprozess notwendigen Informationen selbständig zu recherchieren, Studien fundiert auszuwerten und auf die Relevanz für die eigene Fragestellung hin zu bewerten
--	--

<p>Lehr- /Lernaktivitäten und Methoden*</p> <p>*... die Lernorganisation und die geplanten Lehrmethoden sind im pädagogisch-didaktischen Konzept erläutert</p>	<p>Geplante didaktische und methodische Gestaltung:</p> <p>Die Präsenzphase wird in einer Mischung aus Frontal-, Frage- und Gesprächsunterricht abgehalten, wobei der gemeinsamen Diskussion (im Plenum, in Gruppen) viel Raum gewidmet wird.</p> <p>Die Theorieinputs des/der Lehrenden werden anhand von Beispielen veranschaulicht und gefestigt. In Einzel- oder Gruppenarbeiten werden weitere Aufgaben in der Präsenzzeit bearbeitet bzw. im Zuge des selbstgesteuerten Lernens vor- bzw. nachbereitet.</p> <p>Eine selbständige Bearbeitung der Basisliteratur und Aneignung der Grundlagen werden als Vorbereitung und Nachbereitung zu den Präsenzphasen als asynchrones Distance Learning Element angeboten.</p> <p>Jede Präsenzeinheit beginnt mit einer kurzen verbalen Lernzielkontrolle auf freiwilliger Basis, die die Lehrinhalte der Online Phase festigt.</p> <p>Ein anwendungsorientiertes Transferprojekt rundet das didaktische Konzept dieses Moduls ab und widmet sich damit konkreten betrieblichen Aufgabenstellungen der Studierenden.</p>											
	<p>Aufteilung des Zeitaufwands:</p> <table border="1" data-bbox="659 1317 1407 1697"> <thead> <tr> <th></th> <th>Geschätzter voraussichtlicher Zeitaufwand in Stunden zu 60 Minuten</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Learning (Vorbereiten der Präsenzphase)</td> <td>37,5</td> </tr> <tr> <td>Präsenzeinheiten Lehre</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Leistungsbeurteilung</td> <td>17,5</td> </tr> <tr> <td>Transferprojekt (Nachbereiten der Präsenzphase)</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>125</td> </tr> </tbody> </table>		Geschätzter voraussichtlicher Zeitaufwand in Stunden zu 60 Minuten	E-Learning (Vorbereiten der Präsenzphase)	37,5	Präsenzeinheiten Lehre	20	Leistungsbeurteilung	17,5	Transferprojekt (Nachbereiten der Präsenzphase)	50	Summe
	Geschätzter voraussichtlicher Zeitaufwand in Stunden zu 60 Minuten											
E-Learning (Vorbereiten der Präsenzphase)	37,5											
Präsenzeinheiten Lehre	20											
Leistungsbeurteilung	17,5											
Transferprojekt (Nachbereiten der Präsenzphase)	50											
Summe	125											

<p>Leistungsbeurteilung</p>	<p>Methoden der Leistungsbeurteilung: Die Leistungsbeurteilung der Online Phase erfolgt über ein Online Assessment (Multiple-Choice), jene der Präsenzlehrveranstaltung erfolgt mittels schriftlicher Prüfung und mittels Ausarbeitung bzw. Präsentation der Gruppenarbeit (Falldiskussionen), während die Leistungsbeurteilung der Transferphase auf Basis der Ausarbeitung des Transferprojektes in Form eines Projektberichtes bzw. anhand einer Präsentation der Projektergebnisse erfolgt.</p> <p>Gewichtung der Einzelbeurteilungen in der Gesamtbeurteilung des Moduls:</p> <table border="1" data-bbox="659 663 1406 1106"> <thead> <tr> <th></th> <th>Gewichtung</th> <th>Mindesterfolg je Beurteilung für eine positive Absolvierung der Lehrveranstaltung im Erstantritt</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Online Assessment</td> <td>30%</td> <td>> 50%</td> </tr> <tr> <td>Schriftliche Prüfung - Präsenzphase</td> <td>30%</td> <td>> 50%</td> </tr> <tr> <td>Projektbericht/-ausarbeitung, -präsentation</td> <td>40%</td> <td>> 50%</td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>100%</td> <td>> 50%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Davon abweichende Regelungen für die Gesamtbeurteilung werden zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.</p>		Gewichtung	Mindesterfolg je Beurteilung für eine positive Absolvierung der Lehrveranstaltung im Erstantritt	Online Assessment	30%	> 50%	Schriftliche Prüfung - Präsenzphase	30%	> 50%	Projektbericht/-ausarbeitung, -präsentation	40%	> 50%	Summe	100%	> 50%
	Gewichtung	Mindesterfolg je Beurteilung für eine positive Absolvierung der Lehrveranstaltung im Erstantritt														
Online Assessment	30%	> 50%														
Schriftliche Prüfung - Präsenzphase	30%	> 50%														
Projektbericht/-ausarbeitung, -präsentation	40%	> 50%														
Summe	100%	> 50%														

<p>Fachliteratur und sonstige Lernunterlagen</p>	<p>Basisliteratur: Bücher, jeweils in aktueller Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gupta, Sunil (2018): Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business, London: Harvard Business Review Press. • Strauß, Ralf E. (2019): Digitale Transformation: Strategie, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis, Wiesbaden: Schäffer Poeschel. • Hess, Thomas (2019): Digitale Transformation strategisch steuern: Vom Zufallstreffer zum strategischen Vorgehen, Wiesbaden: Springer. • Kreutzer, Ralf T. T.; Neugebauer, Tim; Pattloch, Anette (2016): Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change Management, Wiesbaden: Springer Gabler. <p>Fachzeitschriften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Journal of Strategic Information Systems • ZFO - Zeitschrift Führung und Organisation • Information Systems Research (ISR) • Management Information Systems Quarterly (MISQ)
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Technology Analysis & Strategic Management • Journal of Business Venturing (JBV) • Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)
	<p>Weiterführende empfohlene Literatur:</p> <p>Bücher, jeweils in aktueller Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph (2005): Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Wiesbaden: Schäffer Poeschel. • Volberda, Henk et al. (2011): Strategic Management. Competitiveness and Globalization, Andover: Cengage Learning. • Clegg, Stewart R. et al. (2011): Strategy. Theory and Practice, Los Angeles: Sage. • Mintzberg, Henry et al. (1998): Strategy Safari. The complete guide through the wilds of strategic management, New Jersey: Prentice Hall. <p>Fachzeitschriften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harvard Business Manager • Harvard Business Review
	<p>Sonstige Lernunterlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TU Graz Lernvideos (20-30 min.) Screencasts und Slidecasts • Sowie weitere freie Lern- und Lehrmaterialien.