

Modulbezeichnung	Green Economy & Digital Innovation
Modulbezeichnung (eng.)	Green Economy & Digital Innovation
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Innovation & Projects
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	englischsprachige Lehrveranstaltung
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsart und -dauer	Prüfungsleistung: Referat Vortrag von ca. 15 - 20 Minuten, 60 % der Leistung Mündliche Einzelprüfung in der Gruppe von 15 Minuten Dauer Schriftliche Ausarbeitung, ca. 8 - 12 Seiten, 40 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Case Studies, Gruppenarbeit, Gastvortrag
Modulverantwortliche(r)	Annika Wolf
<p>Qualifikationsziele Wissen und Verstehen: Absolventinnen erlangen ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der Grundlagen von nachhaltigen Transformationsprozessen in Unternehmen am Beispiel von Produktinnovationen. Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Absolventinnen entwickeln durch marktorientiertes Denken und Interpretation von Marktsituationen und -ergebnissen sinnvolle und nachhaltige Produktinnovationen. Sie stellen die Theorie und Praxis gegenüber, reflektieren kritisch und grenzen unterschiedliche Perspektiven voneinander ab. Professionalität: Absolventinnen schaffen mit innovativen Methoden und Werkzeugen in anwendungsorientierten Praxisprojekten durch Teamarbeit (Gruppendynamik) Lösungsansätze und realisieren diese eigenständig. Kommunikation und Kooperation: Absolventinnen formulieren fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs theoretisch und methodisch fundiert argumentieren und begründen. Sie präsentieren professionell ihre Lösungen, begründen ihre Gestaltungs- und Entscheidungsgründe und setzen diese kritisch in Bezug zu gesellschaftlichen Erwartungen und Folgen.</p>	
<p>Lehrinhalte Digitale Technologien wirken sich auf Geschäftsmodelle etablierter Unternehmen aus. Die Transformation von traditionellen Playern durch neue Technologien schafft neue Werte in Geschäftsmodellen, Kundinnenerfahrungen und den internen Unternehmensfunktionen, die die bestehenden Kernoperationen unterstützen. Eine digitale Transformationsstrategie fordert Unternehmen, ihre Geschäftsprozesse zu verbessern und neue Funktionen und Geschäftsmodelle zu entwickeln. In dieser wirtschaftlichen Realität, in der ganze Branchen durcheinandergeraten, ist umsetzbare Intelligenz in innovativen Produkten die neue Währung. Die digitale Transformation ist die Integration digitaler Technologie in alle Bereiche eines Unternehmens. Sie verändert grundlegend, wie Unternehmen operieren und einen Mehrwert für ihre Kundschaft schaffen, um (weiterhin) wettbewerbsfähig zu bleiben. Es ist auch ein kultureller Wandel, bei dem Unternehmen ständig den Status Quo hinterfragen, experimentieren und sich mit dem schnelleren Lernen auseinandersetzen müssen. Die digitale Transformation bietet eine wertvolle Gelegenheit für Kerngeschäftsfunktionen ebenso wie auch Produktinnovationen, um mit verschiedenen Tools wie Big Data Analytics, Maschinelles Lernen oder Cloud die Bedürfnisse der Kunden (noch) besser zu erfüllen. Bei der Umsetzung wird durch die gesetzlichen Rahmenbedingungen vermehrt verpflichtend der Aspekt der Nachhaltigkeit berücksichtigt. Transformationsstrategien berücksichtigen die UN Sustainable Goals und ESG-Kriterien für die interne und externe Veränderung von Organisationen. Dabei wird die Überlebensfrage unter den Aspekten von limitierten Ressourcen und Kreislaufwirtschaft differenzierter gestellt.</p>	

Literatur

Wirtz, B.W. (2019): Digital Business Models, Concepts, Models, and the Alphabet Case Study, Springer. Rogers, D.L. (2016): Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age, Columbia Business School Publishing. Schaeffer, E / Sovie, D. (2019): Reinventing the Product: How to transform your Business and Create Value in the Digital Age, Kogan Page. Ries, E. (2017): The Lean Startup - How today's Entrepreneurs uses Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Currency. Schmarzo B./ Borne, K. (2020): The Economics of Data, Analytics, and Digital Transformation: The theorems, laws, and empowerments to guide your organization's digital transformation, Packt Publishing. Thewes, R (2021). Let's change a running system: Transformationswege in eine nachhaltige Wirtschaft, tredition. Ibisch, P. L. et al. (2022): Der Mensch im globalen Ökosystem: Eine Einführung in die nachhaltige Entwicklung, oekom Verlag. Beck, K. & Buddemeier, P. (2022): Green Ferry - Das Ticket ins konsequent nachhaltige Wirtschaften, Murmann Verlag.

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wolf	Green Economy & Digital Innovation	4