

Modulbezeichnung

412-055 Praxis des PM/ Digital Management

Organisation

Modulverantwortliche/r:
Prof. Dr. Herbert Sperber

Modulart:
Pflichtfach

ECTS-Punkte:
7

Doppelstunden:
13

Prüfungsleistungen

Art:
S, K90

Lernziele

In der ersten LV sollen die Studierenden anspruchsvolle Projekte bearbeiten und dabei die Methoden des Projektmanagements einsetzen, die Rahmenbedingungen und komplexen Zusammenhänge und Abhängigkeiten in Projekten erfahren, Besprechungstechnik anwenden, sich in Teamfähigkeit üben und Projektpräsentationen durchführen können.

Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studienabsolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der zweiten Lehrveranstaltungen sind daher:

- Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Vorbereitung im Ausland tätig sein
- Interkulturelle Vergleichsstudien und Werte kennen und ihre Konsequenzen für die Praxis erkennen
- Bedeutung von Führung und Zusammenarbeit in interkulturellen Projekten erfahren
- Unterschiede in der interkulturellen Kommunikation kennen und erfahren

Business Etiquette – internationales Geschäftsverhalten

Modulelemente

Praxis des PM
Digital Management

Dozent/in:
Dipl.-Mathematiker Joachim Heilck
Prof. Dr. Detscher

Beschreibung 1. Modulelement

412-055 Praxis des PM

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Mathematiker Joachim Heilck	Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 7

Lerninhalte

Dokumentation und Präsentation von aktuellen, wichtigen und komplexen Projektmanagementthemen mit Bezug zur Praxis (Unternehmen)

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ PM Planspiel
- ⇒ Projektarbeit
- ⇒ Teamtraining/Gruppenarbeiten
- ⇒ Präsentationen

Literatur/Lehrmaterial

Keine bzw. abhängig von Projektthemen

Beschreibung 2. Modulelement

412-055 Digital Management

Organisation

Dozent/in: Dr. Stefan Detscher	Status: Professor
ECTS-Punkte: 4	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Digitale Disruption und digitale Geschäftsmodelle
- Lean-Start-Up-Ansatz und Business Model Canvas
- Wert- & Wachstumstreiber digitalen Managements heben durch Growth Hacking
- Digital Leadership und agile Organisation

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Gruppenarbeiten
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial

- ELLIS, S./ BROWN, M. (2017): Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success, New York.
- KREUTZER, R. T. et al. (2017): Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Wiesbaden.
- OSTERWALDER, A./ PIGNEUR, Y. (2010): Business Model Generation: A Hand-book for Visionaries, Game Changers and Challengers, New York.
- OSTERWALDER, A./ PIGNEUR, Y./ BERNARDA, G. et al. (2014): Value Proposition Design – How to Create Products and Services Customers, New York.
- RIES, E. (2011): The Lean Startup, New York.
- WIRTZ, B. (2018): Electronic Business, 6. Aufl., Wiesbaden.
- WIRTZ, Bernd W. (2018): Business Model Management, 4. Aufl., Wiesbaden.