

M9: Digital Leadership					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M9	225 h	9	4. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 9.1 Digitalisierung: Unternehmen, Markt, Gesellschaft 9.2 Digital Leadership und Management 9.3 Methoden und Instrumente des Digital Leadership	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen gesellschaftlich-wirtschaftlichen Veränderungsprozessen und dem Phänomen der Digitalisierung an konkreten Sachverhalten zu erklären und zu beurteilen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“ und „beurteilen/bewerten“), • die Bedeutung und Wirksamkeit der Digitalisierung im Kontext der gesellschaftlich-wirtschaftlichen Transformation zu analysieren und kritisch zu hinterfragen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“), • ethische und interkulturelle Aspekte der Digitalisierung der Wirtschaft im Kontext einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung in Teams zu analysieren und zu reflektieren (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, Sozialkompetenz), • veränderte Arbeits- und Führungsanforderungen (Future Leadership Skills) sowie veränderte Arbeitgeber-Arbeitnehmerbeziehungen in der Arbeitswelt im Kontext der Digitalisierung zu beschreiben, zu klassifizieren sowie daraus resultierende zusätzliche Anforderungen Führungskräfte und die eigene zukünftige Rolle als Führungskraft abzuleiten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“ und „erweitern/erschaffen“), • die Rolle der Führungskraft in der digitalen Transformation in konkreten Handlungs- und Führungssituationen zu beschreiben, zu analysieren und kritisch zu hinterfragen und in eigenes Führungsverhalten in studentischen Arbeitsgruppen umzusetzen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, „analysieren“, beurteilen/bewerten“ und „erweitern/erschaffen“, Sozial- und Selbstkompetenz), • unterschiedliche Methoden und Instrumente (Design Thinking, Lean Startup., Scrum, etc.) der digitalen Transformation anhand von Fallbeispielen in der Gruppe zu analysieren, auf ihre Anwendungsgrenzen hin zu beurteilen sowie sie in konkreten Arbeits- und Führungssituationen eigenständig anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“, „beurteilen/bewerten“, „erweitern/erschaffen“, Sozial- und Selbstkompetenz). 				
3	Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Konzeptionen der Reflexivität zwischen Gesellschaft und Wirtschaft in einer digitalen Welt • Gesellschaftliche und wirtschaftliche Transformationsprozesse • Merkmale und Phasen der digitalen Transformation • Mediennutzung und der Einfluss digitaler Medien auf einzelwirtschaftliche Geschäftsmodelle 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Der Einfluss der Digitalisierung auf die Customer Experience und das interne Betriebsmodell (Operations). • Rolle und Herausforderungen der Unternehmens- und Personalführung in digitalen Welten (New Leadership- und Full-Range-Of-Leadership) • Abgrenzung von Digital Leadership und Management in einer digitalen Welt • Erörtern und Einüben des kritischen Hinterfragens von Wirkungen der Digitalisierung auf gesellschaftlich-wirtschaftliche Teilbereiche (z.B. Arbeit, Familie, Mobilität, Bildung, Nachhaltigkeit, Interkulturalität etc.) • Ethische und rechtliche Fragestellungen der Digitalisierung • (Digitale) Kollaborative Arbeits-, Kommunikations- und Führungsmethoden • Individuelle Medien- und Mediennutzungskompetenz in sozialen Netzwerken, Führung auf Distanz (Remote Leadership)
4	<p>Lehrformen:</p> <p>Die Vermittlung der Inhalte erfolgt in Rahmen eines teilnehmeraktiven seminaristischen Unterrichts ergänzt durch Unternehmensbesuche, Gastvorträge von Praxisvertretern. Situativ werden die Lehrinhalte als online in virtueller oder hybrider Präsenz vermittelt. Dies ermöglicht den Studierenden, nicht nur den Lernort selbst zu bestimmen, sondern insbesondere die multimedialen ganzheitlichen Kommunikations- und Kollaborationsmöglichkeiten in der konkreten Anwendungssituation zu erlernen und anzuwenden. Ebenso können sie auf diese Art Erfahrungen mit medienvermittelten Führungs- und Gruppensteuerungsprozessen auf Distanz sammeln und in der Gruppe kritisch hinterfragen. Ein Zeitplan wird verbindlich und transparent zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.</p> <p>In die Veranstaltungen sind Übungen, Fallstudien, Rollenspiele und Lego Serious Play integriert, sodass eine laufende Lernstandskontrolle erfolgt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen:</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsform: Portfolioprüfung (i.d.R. 2 schriftliche Ausarbeitungen und 1 Präsentation - Teilmodul 9.1: Position Paper (3-5 Seiten), Teilmodul 9.2: Sprint-Dokumentation (ca. 3 Seiten Reflektion/Retrospektive plus 3-5 Seiten Dokumentation), Teilmodul 9.3: Präsentation (ca. 20 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</p> <p>Rechtzeitige Abgabe und mindestens ausreichende Bewertung von im Rahmen der Portfolioprüfung zu bearbeitenden Aufgaben</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 9/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende:</p> <p>Prof. Dr. Nicole Richter (Modulverantwortliche)</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Lehrender)</p> <p>Prof. Dr. Nicole Richter (Lehrende)</p>
11	<p>Sonstige Informationen:</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p> <p>Literatur (Pflichtlektüre):</p>

- Bongiorno, Giorgio/ Rizzo, Daniele/ Vaia, Giovanni (Ed.): CIOs and the Digital Transformation: A New Leadership Role, Springer Int., 2018.
- Brandes, Ulf et al.: Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation, Frankfurt, New York, 2014.
- Brown, Tim: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, HarperBusiness, 2009.
- Creusen, Utho/Gall, Birte/Hackl, Oliver: Digital Leadership, Führung in Zeiten des digitalen Wandels, Wiesbaden, 2017.
- Dahm, Markus H./Thode, Stefan (Hrsg.): Digitale Transformation in der Unternehmenspraxis, Mindset – Leadership – Akteure – Technologien, Wiesbaden, 2020.
- Kollmann, Tobias: Digital Leadership, Grundlagen der Unternehmensführung in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden, 2020.
- Kreuzer, Ralf T./Neugebauer, Tim/Pattloch, Annette: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management, Wiesbaden, 2017.
- Kupiek, Martin: Agile Change and the Emotional Organization, Emotion as a Success Factor for Digital Transformation Projects, Wiesbaden, 2021.
- Lorenz, Michael: Digitale Führungskompetenz, Was Führungskräfte von morgen heute wissen sollten, Wiesbaden, 2018.
- Petry, Thorsten (Hrsg.): Digital Leadership: Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, 2. Aufl., Freiburg, 2019.
- Schallmo, Daniel et al. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, 2. Aufl., Wiesbaden, 2021
- Weinreich, Uwe: Lean Digitization: Digitale Transformation durch agiles Management, Berlin, Heidelberg, 2016.

In der Veranstaltung werden weitere digitale Materialien (Videos, Tutorials, Selbstlerntests) zur Verfügung gestellt.

Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.

Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.