

# **Der Steinbeis-SMI Master**

## ***Digital Innovation & Business Transformation***

Vers. 3.2.

Stand: 08/2017



### **Core Module 1 – Professional Skills & Management**

- Quantitative Forschungsmethoden
- Projektmanagement

### **Core Module 2 – Professional Skills & Management**

- Führung und Kommunikation
- Präsentation und Moderation

### **Core Module 3 – Professional Skills & Management**

- Unternehmensführung
- VWL

### **Core Module 4 - Professional Skills & Management**

- Innovationsmanagement
- Qualitative Forschungsmethoden

### **Core Module 5 - Professional Skills & Management**

- International and Intercultural Management
- Finance



## **Die Fokus-Module:**

### **Fokus „Digital Transformation“**

- Digitale Transformation
- Understanding Main/ Future Technologies supporting the digital Transformation

### **Fokus „Digital Business Transformation“**

- Digital Business Transformation & Management
- Plattformen und Netzwerke

### **Fokus „Digital Leadership & Change“**

- Führung der Zukunft – Leadership 4.0
- Change Management

### **Fokus „Big Data & Practical Experience“**

- Big Data & Business Analytics
- Guest Speaker Days

### **Fokus „Business Development Methods“**

- Business Development & Business Modellierung
- Design Thinking

### **Fokus „Creating the digital Innovation“**

- Market Research & Trendscouting in digitalen Märkten
- **Finanzierung und rechtliche Aspekte von digitalen Innovationen und Geschäftsmodelle**



**Fokus „Online Marketing & Social Media“**

- Online Marketing
- Social Media Marketing

**Fokus „Innovationsmarketing & Sales for digital Innovators“**

- Innovationsmarketing
- Sales for Innovators



## **Der Steinbeis-SMI-Master - Gemeinsames Curriculum für alle Programme -**

### **Core Module 1 – Professional Skills & Management**

*(4 Tage – 2 Module á 2 Tage)*

#### **Quantitative Forschungsmethoden (2,0 Tage):**

- Grundlagen quantitativer Methoden zur Bearbeitung eines Forschungsproblems
- Beschreibende Statistik zur Aufbereitung von ein- und zweidimensionalen Daten
- Bewertung der Grundgesamtheit durch Verwendung der beurteilenden Statistik

#### **Projektmanagement (2,0 Tage)**

- Wie können Projekte erfolgreich gemanagt werden?
- Identifikation von Erfolgsfaktoren
- Erkennen von Risiken
- Wandel und Innovationen im Unternehmen durch Projektmanagement
- Analyse und Entwicklung eines Case-Projektes

## **Core Module 2 – Professional Skills & Management**

*(4 Tage – 2 Module á 2Tage)*

### **Führung und Kommunikation (2,0 Tage)**

- Überblick über die zentralen Erfolgsfaktoren der Mitarbeiterführung
- Führen von Mitarbeitergesprächen durch Kommunikation und Motivation
- Lernen zu delegieren durch zentrale Tools der Kommunikation und Führung
- Praxisnahe Übungen sowie Reflektion des eigenen Führungsverhaltens

### **Präsentation und Moderation (2,0 Tage)**

- Grundlagen der Sprecherziehung, Moderation und Präsentation
- Atem- und Sprechübungen
- Techniken aus der Verhandlungs- und Verkaufspsychologie
- Die Kombination von Methoden aus dem TV-Journalismus und der Verhandlungsführung

## **Core Module 3 – Professional Skills & Management**

*(4 Tage – 2 Module á 2 Tage)*

### **Unternehmensführung (2,0 Tage)**

- Grundlagen des Wirtschaftens sowie der Unternehmensführung
- Der Wirtschaftsprozess im Unternehmen
  - Unternehmensziele und Unternehmensführung
  - Betriebliche Leistungsprozesse und Organisationen
- Betriebliche Finanzprozesse

### **VWL (2,0 Tage)**

- Erlernen des volkswirtschaftlichen Denkens
- Grundlagen der Marktwirtschaft
  - Elastizitäten und ihre Anwendungen
  - Wirtschaftspolitische Maßnahmen
  - Konsumenten und Produzenten
- Die Ökonomik des öffentlichen Sektors

## **Core Module 4 – Professional Skills & Management**

*(4 Tage – 2 Module á 2 Tage)*

### **Innovationsmanagement (2,0 Tage)**

- Innovationsstrategien
- Innovationsprozesse
- Markteinführung von Innovationen
- Produktentwicklung
- Ideengenerierung und –bewertung
- Best-Practice Beispiele

### **Qualitative Forschungsmethoden (2,0 Tage)**

- Einführung und Grundsätze der qualitativen Marktforschung
- Formen der Datenerhebung
  - Leitfadeninterview und –moderation
  - Gruppendiskussion
  - Das Prinzip Kommunikation, Prinzip Offenheit und Prinzip Verstehen
- Grundsätze der Dokumentation und Auswertung von qualitativer Marktforschung

## **Core Module 5 – Professional Skills & Management**

*(4 Tage – 2 Module á 2 Tage)*

### **International and Intercultural Management (2,0 Tage)**

- Einführung in die historische Entwicklung länderübergreifender Wirtschaftsaktivitäten
- Regionale Integrationsprozesse
- Emerging Markets
- Darstellung von Dimensionen der Globalisierung
- Theorien und Strategien der internationalen Unternehmungstätigkeit

### **Finance ( 2,0 Tage)**

- Grundlagen der finanzbasierten Planung und Steuerung von Unternehmen
- Einführung in wertorientierte Steuerung von Unternehmen
  - Finanzanalyse
  - Unternehmens- und Finanzplanung
  - Kosten- und Leistungsrechnung
  - Budgetierung
- Best-Practice Beispiele



## **Varianten der Studienpläne B/S/M**

# **Fokus-Studium „Digital Innovation & Business Transformation“**

## **Fokus „Digital Transformation“**

### **Digitale Transformation (2,0 Tage)**

- Was ist die digitale Transformation?
- Auswirkungen auf die Gesellschaft – Auswirkung auf Wirtschaft: Gesellschaftliche, ökonomische und kulturelle Implikationen der Digitalisierung
- Hauptakteure der digitalen Transformation - Individuen/ Gemeinschaften/ Staat/ Wissenschaft
- Mensch und Kunde im Kontext der Digitalisierung: das veränderte, digitale (Kunden)-Verhalten verstehen
  - Digitale Enabler
    - Digitale Technologien (Software, Big Data, Cloud Computing)
    - Digitale Infrastruktur (Smartphone, Tablet, Laptop usw.)
    - Digitale Anwendungen (Programme, Apps, Gamification, Quantified Self)
  - Gründe für die Unterschätzung des exponentiellen Fortschritts der Digitalisierung
  - Recht und Digitalisierung

### **Understanding Main/Future Technologies supporting the Digital Transformation (2,0 Tage)**

- Blockchain
- Digital Currency - Bitcoin & Co.
- Augmented Reality
- Virtual Reality
- Mobile Reality
- Artificial Intelligence
- Machine Learning
- Smart City 4.0
- Die Rolle von IT und Coding im Kontext der Digitalisierung und Transformation verstehen
- ...

## **Fokus „Digital Business Transformation“**

### **Digital Business Transformation & Management (2,0 Tage)**

- Auswirkungen der digitalen Transformation auf die Wertschöpfungskette
- Auswirkung der digitalen Transformation auf Wettbewerb und Marktstrukturen
- Digitale Geschäftsmodelle und veränderte Wettbewerbsstrategien
- Industrie 4.0
  - IoT im Unternehmen
  - Die Rückkehr zur Produktindividualisierung
  - Vernetzung von Produktionsketten
  - E-Commerce und Omni-Channel-Strategien
- Identifizierung von Potenzialen durch die Digitalisierung
- Veränderung von Verwertungspotenzialen
- Digitale Transformation vs. Digitale Disruption durch Ausgründung, Inkubatoren und alternative organisatorische Modelle
- Digital Entrepreneurship und Digital Intrapreneurship
- Integration von digitalen und analogen Geschäftsmodellen

#### **Plattformen und Netzwerke (2,0 Tage)**

- Dynamik von Plattformen und Netzwerken verstehen – Netzwerke und der Tipping Point
- Die Macht der Gatekeeper und wie diese aufgebrochen werden kann
- Digitale Plattformen als Absatzkanal
- Neue (internationale) Märkte durch digitale Plattformen erschließen
- Social Media im direkten Kundenkontakt

## **Fokus „Digital Leadership & Change“**

### **Führung der Zukunft – Leadership 4.0 (2,0 Tage)**

- Digital Leadership: ein neues Führungsverständnis im digitalen, vernetzten und agilen Zeitalter
- Agile Methoden für das Management
- Internen Kommunikation optimieren
- Wie sich Mitarbeiter und ihre Erwartungen im digitalen Zeitalter verändern
- Unternehmensorganisation und Prozesse digital und agil gestalten
- Veränderung und Transformation des digitalisierten Unternehmens (Werte, Kultur, Strategie, Struktur, Führung)
- Der Arbeitsmarkt wird zum Arbeitnehmermarkt - Neuorientierung des HR Bereich
- Auswahl der richtigen Mitarbeiter und Vermeidung von Besetzungsfehlern
- Retentionmanagement (in Start-Ups und digitalen Unternehmensstrukturen)
- New Work - neue Arbeitsformen und -modelle im digitalen Zeitalter (Digital Workplace, Business-Intelligence-Solutions, Co-Working, „Public-Cloud“-Modelle etc.)

### **Change Management (2,0 Tage)**

- Change und Change Management grundsätzlich verstehen
- Formen der Veränderung: Wachstum und Expansion, Turnaround und Krise, Merger und Fusion, Reorganisation und Strategiewandel etc.
- Die zentralen Phasen von Veränderungsprozessen
- Kontinuierliche Verbesserung vs. grundsätzlicher Wandel
- Emotionen und Widerstände im Veränderungsprozess
- Erfolgskriterien der Veränderung
- Management von Wachstum als besondere Art des Change-Management
- Communicating Change – Zur Rolle und Wirkungsweise der Kommunikation im Change
- Umgang und Nutzen von Widerstand im Change Prozess
- Strategien zur Einbeziehung und Motivation der Mitarbeiter
- Einbeziehung von Stakeholdern und Entscheidern in den Change Prozess

## **Fokus „Big Data & Practical Experience“**

### **Big Data & Business Analytics (2,0 Tage)**

- Was ist Big Data?
- Datengetriebene Geschäftsmodelle verstehen und entwickeln
- Daten als betriebliche Ressource
- Methoden der Datengewinnung
- Nutzung der gewonnenen Daten
- Hindernisse und Kritikpunkte der Datensammlung
- Qualitätsanforderung an Daten
- Methoden der Datenanalyse
- Business Analytics vs. Business Intelligence

### **Guestspeaker Days (2,0 Tage)**

- Guest Speaker verschiedener Branchen berichten von ihren Erfahrungen mit der Digitalen Transformationen – Lernen direkt aus der Praxis!
  - Start-ups
  - Inkubatoren
  - Accelerator
  - Digital Hubs und Units in (Groß)-Unternehmen
  - Digitale Vordenker und Innovatoren

## **Fokus „Business Development Methods“**

### **Business Development & Business Modellierung (2,0 Tage)**

- Unternehmen und Geschäftsmodelle systematisch und strategisch entwickeln
- Systematische Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder
- Erschließung neuer Geschäftsfelder
- Gründung und Entwicklung von neuen Unternehmen
- Tools für systematisches Business-Development
- Grundlage, Verwendung und Anwendung des „Business Model Canvas“
- Transfer: Konzeption und Diskussion eigener, innovativer Geschäftsideen

### **Design Thinking (1 Tag)**

- Design Thinking als ein mensch-zentrierter Ansatz zur Innovationsentwicklung
- Herkunft und Entstehung vom Design Thinking
- Hands-on an aktuellen Praxisbeispielen
- Entwicklung und Diskussion des Design Thinking Prozess
- „learning by doing“

### **Fokus „Creating the digital Innovation“**

#### **Market Research and Trendscouting in digitalen Märkten (1 Tag)**

- Einführung in die Grundbegriffe und Methoden der Trend- & Innovationsforschung
- Wie identifiziert man Trends: Methoden und Tools zur Identifikation und Aufbereitung von Trends
- Von Trends zur Innovation: Methoden zur Übertragung von Trends in eigene innovative digitalen Geschäftsideen

#### **Finanzierung und rechtliche Aspekte von digitalen Innovationen und Geschäftsmodellen (2 Tage)**

- Einführung in die Welt der Gründer und Unternehmer
- Grundlegende Finanzierungsmodelle der jeweiligen Unternehmens- und Investitionsphasen
- Early-Stage-, Expansion Stage-, und Later-Stage-Finanzierung
- Businessplan und Finanzplanung
- Die Rolle von Business-Angels, VCs, Banken, Förderungen und anderen Finanzierern
- Beteiligungsverkauf (Exit)
- Recht im Kontext von digitalen Innovationen und Unternehmungen
- Erfolgsfaktoren und Gründer-Tipps für die richtige Implementierung der Geschäftsidee



## **Fokus „Online Marketing & Social Media“**

### **Online Marketing (1 Tag)**

- Grundlagen des Online Marketing
- Display- und Affiliate Marketing
- Erfolgskontrollen bei Online Marketing Maßnahmen
- Darstellung von Online Media Planning und Targeting
- Anwendung und Transfer der Instrumente anhand von Praxisbeispielen

### **Social Media Marketing (1 Tag)**

- Grundlagen und Entwicklung im Bereich Social Media Marketing
- Grundmechanismen einer erfolgreichen cross-channel Kampagnenplanung
- Digital Performance Management – Messbarmachen von Werbung
- Open Innovation und Open Communication

## **Fokus „Innovationsmarketing & Sales for digital Innovators“**

### **Innovationsmarketing (2,0 Tage)**

- Grundlagen, Methoden und Entwicklungen im Bereich Innovationsmarketing
- Grundmechanismen erfolgreicher Kampagnenplanung
- Erfolgreiches Issuesmanagement
- Detaillierte Analyse von Kundenverhaltensdaten im digitalen Raum
- Messbarmachen aller Kampagnen-Aktivitäten

### **Sales for Innovators (2,0 Tage)**

- Vermarktung von Innovationen – Was machen besonders innovative Unternehmen anders?
- Erfolgsfaktoren von guten Produktpräsentationen & Pitches
- Preis- und Kommunikationspolitik beim Vertrieb von Innovationen
- Entwicklung einer Produktidee inkl. Pitch