Digital Leadership and Transformation Specialisation

Digitale Transformation · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	12 Monate in Vollzeit oder 24 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule

Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Telefon: 030 22027283

E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de

Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Die Nutzung digitaler Technologien? Bringt auch komplexe organisatorische Veränderungen mit sich. Es geht darum, Wettbewerbsvorteile zu sichern und Geschäftsmodelle neu zu denken. Und auch das Kund:innenverhalten hat sich durch die Digitalisierung entscheidend verändert. Gefragt ist ein tiefes Verständnis für das menschliche Informations- und Entscheidungsverhalten. Intern wie extern. Mit Deiner Online-Weiterbildung Digital Leadership and Transformation Specialisation bist Du bereit für neue Wege. Die Möglichkeiten und Chancen der Digitalisierung effektiv zu nutzen – darum geht es in Deiner Weiterbildung. Themen wie Agile Leadership, Konsument:innenverhalten und Marktforschung, Anforderungsmanagement oder auch Innovation und Entrepreneurship stehen dabei stark im Fokus. Im Seminar „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“ setzt Du Dich kritisch mit dem Thema auseinander. Um später mit Verantwortung und Menschlichkeit als Führungskraft zu handeln. Mit im Gepäck: Neue Ansätze im New Work. Gleichzeitig lernst Du, wie man digitale Businessmodelle erstellt und mit hybridem Projektmanagement die digitale Transformation zielführend gestaltet. Dazu gibt es Projekte wie Design Thinking, die Dir innovative Werkzeuge an die Hand geben, um den digitalen Transformationsprozess aktiv mitzugestalten.

02 Lehrplan & Module

1. Digitale Business-Modelle

Gegenstand des Kurses sind IT-getriebene Unternehmensgründungen und Geschäftsmodelle. Ausgehend von der Diskussion der historischen Entwicklung und der Rahmenbedingungen des Digital Business werden alternative Geschäftsmodelle im Digital Business systematisch dargestellt und hinsichtlich der jeweiligen Stärken- und Schwächen analysiert sowie bewertet. Die Studierenden lernen die zentralen Ansätze zur Entwicklung einer eigenständigen Unternehmenspositionierung und werden in die Lage versetzt, eigenständig die zentralen Einflussfaktoren auf den Unternehmenserfolg im digitalen Business zu prüfen und zu bewerten. Abschließend werden alternative Finanzierungskonzepte für digitale Geschäftsmodelle dargestellt und kritisch gewürdigt sowie die zentralen Bestandteile eines Business Plans detailliert. Darüber hinaus wird der gesamte Prozess zur Erstellung und Definition eines Business Plans im Detail dargestellt und an Praxisbeispielen erprobt.
Kursinhalte
Innovation und Innovationsmanagement Definition und Einordnung von Innovation
Innovationen und Unternehmertum
Innovationsmanagement
Geschäftsmodelle Entstehung und Definition des Geschäftsmodellkonzepts
Struktur von Geschäftsmodellen
Tools zur Darstellung und Analyse von Geschäftsmodellen
Digitale Geschäftsmodelle Digital Business
Geschäftsmodellinnovationen
Digitale Transformation von Geschäftsmodellen
Digitale Geschäftsmodellmuster Entstehung von Geschäftsmodellmustern
Beispiele digitaler Geschäftsmodellmuster
Digitalstrategie Definition und Einordnung
Zusammenhang von Geschäftsmodell und Strategie
Business Case und Investitionsplanung Elemente des Business Case
Besonderheiten bei der Investitionsplanung von digitalen Geschäftsmodellen
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

2. Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung

Im Rahmen des Seminars „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“ erstellen die Studierenden zu einem Fachthema eine wissenschaftliche Seminararbeit. Die Studierenden stellen so unter Beweis, das sie in der Lage sind, sich selbständig in ein aktuelles und gesellschaftlich relevantes Thema einzuarbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse wissenschaftlich zu dokumentieren.
Kursinhalte
Ein Seminar behandelt aktuelle Themen aus dem Bereich „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“. Dabei werden insbesondere gesellschaftliche Fragestellungen und Herausforderungen thematisiert und der Einfluss der Digitalisierung auf Veränderungen in sozialen Prozessen und Arbeitswelten analysiert und reflektiert.
Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine wissenschaftliche Seminararbeit erstellen, die der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen kann. Der aktuelle Themenkatalog steht auf der Lernplattform und bildet die inhaltliche Basis des Moduls und kann vom Tutor ergänzt bzw. aktualisiert werden.
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Seminararbeit

3. Marktforschung

Im Rahmen des Kurses „Marktforschung“ wird das gesamte Spektrum der Marktforschung, von der Datenerhebung bis zur Datenauswertung behandelt.
Im Rahmen des Abschnitts „Datenerhebung“ wird der gesamte Marktforschungsprozess umfassend dargestellt und im Detail beleuchtet. Ausgehend von der Konzeption des Studiendesigns über die Phasen und Schritte im Rahmen der Durchführung bis zur Datenaufbereitung werden die zentralen Aspekte und Anforderungen der Datenerhebung beleuchtet: Alternative Erhebungsformen werden vertieft dargestellt und kritisch gewürdigt. Der Umgang mit systematischen Fehlern und Stichprobenfehlern behandelt und die Ziele, Anforderungen und Konsequenzen qualitativer und quantitativer Forschung im Detail analysiert. Grundzüge der Stichprobentheorie und alternative Verfahren der Stichprobenziehung werden ebenso behandelt wie Grundzüge des Datenschutzes.
Im Abschnitt „Datenauswertung“ werden die Grundlagen der Marktforschungsanalyse vertieft. Im Mittelpunkt stehen das Verständnis und die praktische Anwendung bi- und multivariater Verfahren. Neben den Möglichkeiten zur Analyse durch Gruppenvergleiche werden insbesondere die Korrelations- und Regressionsanalyse wie die Faktoren- und Clusteranalyse vertieft. Darüber hinaus erfolgt eine erste Einführung in die Möglichkeiten und Grenzen von kausalanalytischen und strukturprüfenden Methoden.
Kursinhalte
Grundlagen der Marktforschung Wer betreibt Marktforschung und wofür?
Marktforschung in Deutschland – ein Überblick
Der Marktforschungsprozess
Repräsentativität und ihre Voraussetzungen Grundgesamtheit
Vollerhebung, Teilerhebung, Stichprobe
Repräsentativität
Verfahren der Stichprobenziehung (Auswahlverfahren) Repräsentative vs. willkürliche Auswahl
Verfahren der Zufallsauswahl
Verfahren der bewussten Auswahl
Messtheorie, Skalentypen und Gütekriterien Messen und Operationalisieren
Skalentypen
Gütekriterien der empirischen Forschung
Instrumente der Datenerhebung: Befragung Allgemeines zu Befragungen
Formen und Ziele von Befragungen
Vor- und Nachteile von Befragungen
Aufbau und Gestaltung eines Fragebogens
Instrumente der Datenerhebung: Beobachtung und Experiment Formen und Ziele von Beobachtungen
Formen und Ziele von Experimenten
Grundlagen univariater Datenanalyse Klassifizierung von Merkmalen
Darstellung von Häufigkeiten
Maße der zentralen Tendenz
Dispersionsmaße
Die Schiefe von Verteilungen
Grundlagen bivariater Datenanalyse Kreuztabellen
Korrelationsanalysen
Einfache Regressionsanalysen
Grundlagen multivariater Datenanalyse Multiple Regressionsanalysen
Varianzanalyse
Faktorenanalyse
Clusteranalyse
Grundzüge der Kausalanalyse
Quo vadis, Marktforschung? Grenzen, Ethik und Datenschutz in der Marktforschung
Neue Medien, neue Herausforderungen
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

4. Agile Leadership

Durch die Digitalisierung und dem damit einhergehenden disruptiven Wandel hat die Agilität in den letzten Jahren eine zunehmende Bedeutung für die Managementpraxis und Unternehmensführung erlangt. Agilität bezieht sich somit nicht nur auf die Prozesse und organisatorische Strukturen in den Unternehmen, sondern auch im Sinne eines agilen Mindsets auf die Einstellungen und das Verhalten der Organisationsmitglieder. Besonders bei Führungskräften kommt es hierbei zu radikalen Veränderungen in der Führungskultur. Im Kontext des Agile Leaderships sind ein neues Führungsverständnis sowie neue Führungsrollen und -prinzipien unabdingbar für eine agile Organisationsentwicklung hin zu einer lernenden Organisation. Durch die intensive Auseinandersetzung mit den Grundlagen zu Leadership, Agilität und agilem Management werden die Studierenden in die Lage versetzt die neuen Anforderungen an die agile Führungskraft einzuordnen. Darüber hinaus werden neben wichtigen Kompetenzen und Soft Skills agiler Führungskräfte auch moderne Führungsansätze und -werkzeuge vermittelt, um schließlich den Weg von der traditionellen Führungskraft zum Agile Leader beschreiten zu können.
Kursinhalte
Leadership und Management Treiber und Enabler der Führung
Einordnung von Leadership in die klassische Unternehmensführung
Der Begriff Leadership
Modern Leadership vs. Management
Transformation der Führung im digitalen Zeitalter VUCA und Leadership
Neue Anforderungen an die Führung
Führungsverständnis im digitalen Zeitalter
Wandel der Führungsmodelle und -stile: ein Überblick
Der Begriff Agile Leadership
Agilität und agiles Management Bedeutung und Eigenschaften von Agilität
Agile Werte und Prinzipien
Agile Methoden und Frameworks: Lean Startup, Kanban und Scrum
Agiles Mindset: Motivation, Vertrauen und Verantwortung
Zusammenhang von Agile und Lean Management
Die Rolle einer agilen Führungskraft in der neuen Arbeitswelt Bedeutung des agilen Denkens und Handelns einer Führungskraft
Aufgaben der agilen Führungskraft
Kompetenzen und Soft Skills agiler Führungskräfte
Selbstorganisation von Gruppen und Teams
Entwicklung und Bindung von Mitarbeitenden
Agile Führungsansätze und -werkzeuge Regeln der agilen Führung
Entscheidungsfindung im agilen Umfeld
Fehlerkultur im agilen Umfeld
Agile Werkzeuge für die Führungskraft
Transition zum Agile Leader und Agile Change-Management Der Weg von der traditionellen Führungskraft zum Agile Leader
Agile und Lean Change-Management: Erfolgsfaktoren und Schlüsselprinzipien
Kulturveränderung beherrschen: Umgang mit Widerständen
Steuern von Veränderungsprojekten mit agilen Methoden
Agile Organisationsentwicklung: Lernende Organisation
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

5. Hybrides Projektmanagement in der digitalen Transformation

Die Digitalisierung geht mit immensen Veränderungsprozessen in Gesellschaft, Wirtschaft und Industrie einher und beeinflusst zunehmend klassische Managementansätze. Das traditionelle Projektmanagement ist aktuell noch in vielen Industrieunternehmen vorzufinden und auch von dieser digitalen Transformation betroffen. Durch das hohe Maß an Standardisierung im traditionellen Projektmanagement besteht zunehmend der Bedarf, mehr Flexibilität und Dynamik durch agile Ansätze zu integrieren. Doch gerade in der Unternehmenspraxis ist vielen Projektmanagern noch nicht klar, wann auf agile und wann auf klassische Projektmanagementprinzipien zurückgegriffen werden kann. Insbesondere im Kontext von digitalen Veränderungsprojekten in klassischen Industrieunternehmen erweist sich daher eine Kombination aus agilen und traditionellen Werkzeugen und Prinzipien als vorteilhaft, welche mit dem Begriff „hybrides Projektmanagement“ zusammengefasst werden können. Vor diesem Hintergrund werden in diesem Kurs wichtige Grundlagen des klassischen, agilen und hybriden Projektmanagements vermittelt. Darüber hinaus werden wichtige laterale Führungsprinzipien und Anwendungsfelder des hybriden Projektmanagements aufgezeigt.
Kursinhalte
Projektmanagement und Digitalisierung Wandel des Projektmanagementverständnisses durch die digitale Transformation
Terminologie: Projekt und Projektmanagement
Projektportfolio-, Multiprojekt- und Programmmanagement
Projektmanagementphilosophien: klassisch, agil und hybrid
Neue Formen des Projektmanagements in digitalen Veränderungsprojekten
Normen, Standards und Zertifizierungsmodelle im Projektmanagement DIN 69901 und ISO 21500
International Project Management Association (IPMA)
Project Management Institute (PMI)
Prince 2
Agile Standards
Traditionelles Projektmanagement Klassifikation traditioneller Vorgehensmodelle
Phasen im traditionellen Projektmanagement
Kontinuierliche Aufgaben im traditionellen Projektmanagement
Agiles Projektmanagement Agiles Manifest und agile Werte
Agile Vorgehensweise: Scrum und Kanban
Lean Projektmanagement
Hybrides Projektmanagement Kriterien für die Auswahl von geeigneten Vorgehensmodellen
Konfiguration von unternehmensspezifischen hybriden Vorgehensmodellen
Integrierte Anwendung agiler und traditioneller Projektmanagementprinzipien
Projektorganisation in der hybriden Vorgehensweise
Softwarewerkzeuge in hybriden Projekten
Laterale Führung im hybriden Projektmanagement Führung ohne disziplinarische Weisungsbefugnis
Führungskonzepte und -stile für das hybride Projektmanagement
Teamzusammenstellung und -entwicklung
Interdisziplinarität hybrider Projekte in der Digitalisierung
Teamdynamik und Konfliktmanagement
Anwendung des hybriden Projektmanagements in der digitalen Transformation Hybrides Projektmanagement in der interdisziplinären Produktentwicklung
Hybrides Projektmanagement im strategischen Innovationsmanagement
Hybrides Projektmanagement in digitalen Veränderungsprojekten
Weitere Fallstudien und Praxisbeispiele
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

6. Projekt: Digitale Transformation

Der digitale Wandel steht für komplexe organisatorische Veränderungen durch die Nutzung digitaler Technologien. In diesem Transformationsprozess wird von den Unternehmen das Ziel verfolgt, Wettbewerbsvorteile zu generieren. Digitale Technologien haben dabei komplexe Auswirkungen auf bestehende Geschäftsprozesse, Produkte, Dienstleistungen und auch Geschäftsmodelle. Zudem kommt es zu einem geänderten Kundenverhalten durch die Digitalisierung, welche die Unternehmen branchenübergreifend vor große Herausforderungen stellt. Die Möglichkeiten und Chancen der Digitalisierung effektiv zu nutzen, kann als eine der zentralen Herausforderungen im strategischen Management der Unternehmen angesehen werden. Denn je nach digitalem Reifegrad der Unternehmen müssen hier umfassende Veränderungsprojekte und Transformationsprozesse angestoßen werden. Um diese Herausforderungen in der Praxis bewältigen zu können, müssen die Unternehmen durch methodisches Knowhow und die systematische Anwendung innovativer Werkzeuge dazu befähigt werden, die anstehenden Aufgaben im digitalen Transformationsprozess disziplinübergreifend zu koordinieren. In diesem Projekt stehen die erforderlichen Kompetenzen und Fähigkeiten im Rahmen eines praktischen Anwendungsfalls der Digitalisierung projektorientiert Fokus. Durch Anwendung eines digitalen Reifegradmodells leiten die Studierenden einen Maßnahmenkatalog ab, um ein digitales Veränderungsprojekt an einem exemplarischen Anwendungsfall aus der Praxis zu skizzieren.
Kursinhalte
Im Rahmen des Projekts Digitale Transformation stellen die Studierenden ihr Wissen sowie die Fertigkeiten und Kompetenzen unter Beweis, um ein bestehendes Unternehmen aus dem vordigitalen Zeitalter erfolgreich im digitalen Transformationsprozess zu unterstützen. Dabei wird anhand eines konkreten Anwendungsszenarios das Ziel verfolgt, Handlungsempfehlungen sowie einen Maßnahmenkatalog zur erfolgreichen Umsetzung eines digitalen Veränderungsprojektes abzuleiten. Durch Anwendung eines digitalen Reifegradmodells wird zunächst der Status quo der Digitalisierung in einem praktischen Anwendungsfall evaluiert. Anschließend werden konkrete Maßnahmen und Handlungsempfehlungen für ein digitales Veränderungsprojekt konzipiert. Insbesondere im Kontext von digitalen Veränderungsprojekten erweist sich in diesem Kontext eine Kombination aus agilen und traditionellen Projektmanagementwerkzeugen und -prinzipien als vorteilhaft, welche mit dem Begriff „hybrides Projektmanagement“ zusammengefasst werden können. Vor diesem Hintergrund integrieren die Studierenden den Einsatz hybrider Projektmanagementbausteine in ihre Projektplanung, um eine erfolgreiche Gestaltung und Umsetzung des exemplarischen digitalen Veränderungsprojekts sicherzustellen.
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Projektbericht

7. Projekt: Design Thinking

In diesem Kurs erhalten die Studierenden eine praktische Einführung in das menschenzentrierte Design mit Hilfe der Methode des Design Thinking. Über die Vermittlung der einzelnen Grundlagen hinaus werden die Vorgehensweisen im Design Thinking im Detail untersucht. Um Design Thinking in Bezug auf wichtige Aspekte in der Praxis vollständig zu verstehen, werden ausgewählte Methoden für die einzelnen Prozessschritte in Theorie und Praxis vorgestellt. Die Studierenden lernen, ihren Designprozess durch Reflexion und Anpassung ihrer Aktivitäten zu verbessern.
Kursinhalte
Dieser Kurs behandelt aktuelle Themen und Trends im Design Thinking und veranschaulicht einige Methoden und Techniken sowie Fallstudien. Alle Teilnehmenden erstellen eine schriftliche Ausarbeitung zu einem ausgewählten Projekt, in der die Anwendung des Design Thinking-Ansatzes auf ein reales Produktentwicklungsszenario beschrieben wird.
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Projektbericht

8. Anforderungsmanagement

In diesem Kurs lernen die Studierenden Hintergründe, Begriffe, Methoden und Instrumente des Anforderungsmanagements kennen. Dabei wird überwiegend die Managementebene betrachtet, d. h. die Aspekte vertieft, die gezielt für die Gestaltung des Managements von Anforderungen im Kontext Unternehmens-IT besonders relevant sind. Darüber hinaus werden typische Risiken und Herausforderungen aufgezeigt und diskutiert, die im Bereich Anforderungsmanagement verortet werden können.
Kursinhalte
Grundlagen Anforderungsmanagement Begriff: Anforderung und Anforderungsmanagement
Typische Prozesse, Aktivitäten und Rollen
Beziehungen zu anderen konstruktiven und verwaltenden IT-Aktivitäten
Dimensionen von Anforderungen Überblick und Zusammenhang
Anforderungen im Kontext Softwareentwicklung
Anforderungen im Kontext Transition
Anforderungen im Kontext Betrieb
Dokumentationsformen von Anforderungen Texte und Tabellen
Modelle und Diagramme
Dokumentenstrukturen
Verwaltung von Anforderungen Lebenszyklus
Attribute von Anforderungen
Verfolgbarkeit und Versionierung
Anforderungsmanagement nach ITIL Grundbegriffe und die Service-Wertschöpfungskette
ITIL-Management-Praktiken und ihr Bezug zum Anforderungsmanagement
Rollen und Verantwortlichkeiten
Herausforderungen und Risiken in der Praxis Unpräzise und ungenaue Beschreibungen
Kontinuierliche Änderungen von Anforderungen
Organisation industrieller Softwareprozesse
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

9. Innovation und Entrepreneurship

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors.
Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkswirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen.
Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen). Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.
Kursinhalte
Entrepreneurship Entrepreneurship und Unternehmer
Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship
Strategie der Unternehmensgründung Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
Der Entrepreneur
Geschäftsmodell und Strategie
Innovation und Innovationsmanagement Innovation
Innovationsmanagement
Der Schutz geistigen Eigentums
Das BMW Empathic Design
Rechtsformen im internationalen Vergleich Deutschland
USA
Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
Business Angels
Private Equity und Venture Capital
Öffentliche Gründungsförderung
Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
Valuierung von Unternehmensgründungen
Der Businessplan Zweck und Zielsetzung des Businessplans
Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
Struktur und Inhalt des Businessplans
Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans
Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz E-Business
Künstliche Intelligenz
Globotics
Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures Cooperative Strategy
Der richtige „Fit“
Die richtige „Form“
Familienunternehmen Definition

10. Change Management und Organisationsentwicklung

Unternehmen – sowohl Großunternehmen als auch KMUs - sind vor dem Hintergrund der aktuellen Rahmenbedingungen ständig mit der Notwendigkeit konfrontiert, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Organisation bzw. Struktur entsprechend anzupassen und zu verändern. Diese Transformationsprozesse werden insbesondere von den Mitarbeitern eines Unternehmens häufig als schmerzlich empfunden: Unsicherheiten, Widerstände und Ängste entstehen. Mithilfe von Konzepten und Methoden zu Change Management und Organisationsentwicklung lassen sich diese negativen Konsequenzen aus Veränderungsprozessen mildern. Im Rahmen des Kurses gilt es, dieses Verständnis den Studierenden zu präsentieren und ihnen das notwendige „Handwerkszeug“ zur Umsetzung von Aktivitäten im Hinblick auf Change Management und Organisationsentwicklung zu vermitteln.
Kursinhalte
Grundlagen von Changemanagement und Organisationsentwicklung Externe und interne Rahmenbedingungen
Definition und Ziele von Changemanagement und Organisationsentwicklung
Hemmnisse und Ursachen des Scheiterns von Wandel in Organisationen
Ausgewählte Ansätze der Organisationsentwicklung Ausgewählte theoretische Modelle der Organisationsentwicklung
Praxisbeispiele der Organisationsentwicklung
Organisationstheoretische Antworten auf aktuelle Herausforderungen
Ausgewählte Ansätze des Changemanagements Vier Typen des organisatorischen Wandels
Phasenmodell des Changemanagements nach Kotter
Ursache-Wirkungs-Modell für Performance und Veränderung nach Burke/ Litwin
Zwei psychologische Modelle zum organisationalen Wandel
Ausgewählte Instrumente des Changemanagements Ausgewählte Instrumente für die Phase „Analyse Ist und Soll“
Ausgewählte Instrumente für die Phase „Konzeptionierung und Planung“
Ausgewählte Instrumente für die Phase „Umsetzung“
Organisatorische Implementierung von Changemanagement Relevanz der Organisationskultur für die Implementierung von Change-Prozessen
Strukturen und Verantwortlichkeiten in Change-Prozessen
Kommunikation und Konfliktmanagement in Change-Prozessen
Erfolgskontrolle von Changemanagement und Organisationsentwicklung Ziele und Nutzen von Change-Monitoring
Formen und Methoden des Change-Monitoring
Change-Monitoring – Praxisbeispiele
Changemanagement in internationalen Projekten, in Mergers & Acquisitions und in Unternehmensnachfolge-Prozessen Herausforderungen internationaler Change-Projekte
Herausforderungen in Mergers & Acquisitions
Herausforderungen in Unternehmensnachfolge-Prozessen
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

11. New Work

Unsere Arbeitswelt verändert sich gerade rasant. Es kommt zu gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbrüchen. Die digitale Revolution führt die Gesellschaft in ein neues Zeitalter. Digitalisierung und Globalisierung stellen die Wirtschaft vor nie dagewesene Herausforderungen und heben uns auf die nächste Evolutionsstufe. Dies hat beträchtliche Auswirkungen auf die Arbeitsrealität der Menschen. Kollaborationsmethoden, neue Formen der Arbeit und veränderte Hierarchien gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. Starre Unternehmenshierarchien nach dem Prinzip „Kommandieren und Kontrollieren“ haben in einer auf Schnelligkeit, Flexibilität und digitale Angebote ausgerichteten Arbeitswelt ausgedient.
Kursinhalte
New Work: Grundlagen und Ansätze Old Economy versus New Work
Gesellschaftliche Ebene (Makroebene)
Unternehmensebene (Mesoebene)
Managementanforderungen in Unternehmen (Mikroebene)
Neue Rollen von People, Places, Tools
Digitales Mindset
Rolle und Bedeutung von Diversität
Neue Aspekte im Recruiting Active Sourcing
Social Media Recruiting
Kandidatenbewerbung via Staffingplattformen und Co.
Person-Environment-Fit
Auswahlprozesse und Verfahren
Onboarding
Mitarbeitermotivation und -bindung Motivation und Empowerment
Selbstbestimmung (Autonomy)
Kompetenz und Perfektion (Mastery)
Sinnerfüllung (Purpose)
Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung an Unternehmen und Team
Empowering Workforce Fehlertolerante Unternehmenskultur
Empowering & Shared Leadership
Lebenslanges Lernen und Weiterbildung
Kollaboration durch vernetztes Lernen und Wissensteilung
Restrukturierung der Organisation – neue Organisationsstrukturen Hierarchie, Heterarchie und agile Organisationsform
Netzwerkstrukturen und Schwarmintelligenz
Holokratie
Soziokratie
Neue Arbeitsmethoden Agiles Arbeiten in der VUCA-Welt
Design Thinking
Kanban
Scrum
Workhack
Prototyping
Agile Arbeitslandschaften in der Organisation Flexible Arbeits(zeit)modelle und Work-Life-Blending
Flexible Arbeitswelten und -räume
Kollaborative Arbeitstechnologien und -werkzeuge
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

12. Seminar: New Work

Der Kurs beschäftigt sich mit den zentralen Themen der Neugestaltung der Art von unternehmerischer und organisationaler Zusammenarbeit. Dabei wird auf die Notwendigkeit der erforderlichen Veränderungen ebenso eingegangen wie auf die neuen Formen der Zusammenarbeit, der Gewinnung, Bindung und Motivation von Mitarbeitern. Darüber hinaus setzen sich die Studierenden mit neuen Arbeitsmethoden und der Ausgestaltung von Arbeitswelten für verschiedene Arten des Arbeitens auseinander.
Kursinhalte
In einer neuen Businesswelt haben Prinzipien des „Befehls und Gehorsams“ von Mitarbeitern ebenso ausgedient wie starre Hierarchien, Einzelbüros und festgezurrte Arbeitszeiten und -formen. Derzeit entstehen durch die Digitalisierung ganzer Branchen und Bereiche vorangetrieben durch die Start-Up-Ökonomie neue Formen der Arbeitsorganisation, der Zusammenarbeit, der Unternehmenskultur und der Arbeitsplatzarchitektur. Immer mehr Menschen fragen darüber hinaus nach dem Sinn dessen, wofür sie ihre Arbeits- und damit Lebenszeit einsetzen und wünschen sich eine Zusammenarbeit aller Akteure in Unternehmen und Organisationen auf Augenhöhe. Der Kurs behandelt aktuelle und in der Zukunft bedeutsame Aspekte des „New Work“ hinsichtlich neuer Formen der Arbeitsorganisation und Arbeitsmethoden.
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Seminararbeit

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Master Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Master-Niveau ist anspruchsvoller als auf Bachelor-Niveau. Vorhandenes Grundlagenwissen im gewählten Fachbereich ist deshalb von Vorteil.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Transformation Manager, Digital Transformation Consultant, Digitalisierungsmanager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen