

Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Introduction to Digital Business, Strategy and Management
Code der Lehrveranstaltung	76407
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	
Sprache	Englisch; Deutsch
Studiengang	Bachelor in Wirtschaftsinformatik
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Paola Rovelli, Paola.Rovelli@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/38337 Prof. Dr. Christian Vincenzo Baccarella, Christian.Baccarella@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/52516
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Alle Semester
Studienjahr/e	2
KP	10
Vorlesungsstunden	70
Laboratoriumsstunden	0
Stunden für individuelles Studium	180
Vorgesehene Sprechzeiten	30
Inhaltsangabe	- Einführung in Business/Management - Einführung in Digital Business - Einführung in das strategische Management

	- Unternehmensstrategie und Digitalisierung - Digitale Transformation - Digitale Geschäftsmodelle/Sharing Economy - Organisationsprozesse - Geschäftsmodellierung - Gestaltung von Veränderungsprozessen - Management des Wandels - ICT und Wandel
Themen der Lehrveranstaltung	M1 In den letzten Jahren haben Fortschritte in der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) die Arbeitsweise von Unternehmen massiv geprägt und zugleich zahlreiche neue Herausforderungen und Chancen geschaffen. Neue digitale Technologien sind zu entscheidenden Faktoren geworden, die nicht nur neuartige Produkte und Dienstleistungen, sondern auch völlig neue Geschäftsmodelle ermöglichen. Mit dem Aufkommen des Internets und der Allgegenwärtigkeit mobiler Geräte entstehen Modelle, die Daten nutzen, um das Nutzererlebnis zu personalisieren und Leistungen anzubieten, die individuelle Präferenzen anhand persönlicher Daten berücksichtigen. Je tiefer digitale Technologie in ein Unternehmen eingebettet ist, desto geschäftskritischer wird sie – und es wird immer klarer, dass Unternehmen ohne innovative Geschäftsmodelle ihre Wettbewerbsfähigkeit nicht wahren können. Um dieses entstehende digitale Geschäftsumfeld besser zu verstehen, deckt dieser Kurs ein breites Spektrum ab: von Definitionen und Grundkonzepten der Betriebswirtschaft, des Managements und der Unternehmensstrategie bis hin zu stärker digitalisierungsorientierten Ansätzen wie Business Model Innovation, Digital Entrepreneurship, Digital Leadership, Digital Marketing, Digital Disruption, Digital Transformation, Managing Technology Innovation und der Sharing Economy. Durch die Teilnahme erwirbst du die strategischen und digitalen Kernkompetenzen, die für unternehmerisches Handeln in einer sich digitalisierenden Welt nötig sind. M2 Im vergangenen Jahrzehnt haben technologische Fortschritte (etwa Digitalisierung und neue digitale Technologien), zunehmender Wettbewerbsdruck, veränderte

	Organisationsgrenzen, neue Organisationsformen, Fusions- und Übernahmeinitiativen, regulatorische Reformen und Globalisierung Chancen und Risiken geschaffen, denen Organisationen begegnen müssen, um zu bestehen und erfolgreich zu bleiben. Dieser Druck macht professionelles Change-Management wichtiger denn je. Führungskräfte müssen nicht nur den Bedarf an Veränderung erkennen, sondern den Wandel auch wirksam steuern: alle Ebenen einer Organisation – trotz unterschiedlicher Rollen und Verantwortlichkeiten – müssen die hohe Komplexität jeder Change-Initiative bewältigen. Anders gesagt: Manager, Fachkräfte und Mitarbeitende müssen so handeln, dass Veränderungen nachhaltig verankert werden, wohl wissend, dass es keine Universallösung gibt, die jederzeit für alle gilt. Change-Management verlangt von Change Agents, die verschiedenen Dimensionen des organisatorischen Handelns kohärent zu steuern. Dieser Kurs bietet daher einen umfassenden Überblick über Theorie und Praxis der wichtigsten Aspekte, damit Studierende Prinzipien, Werkzeuge und Methoden erlernen und anwenden können, um organisatorische Veränderungen – allgemein und speziell in digitalen Umgebungen – erfolgreich umzusetzen. Die Inhalte sind um sechs theoretische Module organisiert, die die Schlüsselschritte eines Change-Prozesses nachbilden: • TM1. Eine prozessorientierte Perspektive des Change-Managements • TM2. Erkennen des Veränderungsbedarfs • TM3. Diagnostizieren, was verändert werden muss • TM4. Führen und Managen von Personalfragen • TM5. Planung und Vorbereitung der Veränderung • TM6. Umsetzung der Veränderung, Fortschritt überprüfen und Lernen Theoretische Vorlesungen zu diesen Modulen wechseln sich mit Vorlesungen ab, die der Analyse und Diskussion von Fallstudien gewidmet sind.
Stichwörter	Strategisches Management, Digitales Geschäft, Änderungsmanagement, Änderungsmanagementprozess
Empfohlene	Keine.

Voraussetzungen	
Propädeutische Lehrveranstaltungen	
Unterrichtsform	Frontalunterricht, Lektüre, Analyse von Fallstudien in der Gruppe und Diskussionsrunden
Anwesenheitspflicht	Wird sehr empfohlen, ist aber nicht erforderlich.
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	Der Kurs gehört zum Typ "attività formative affini o integrative". Die Hauptziele des Kurses sind: (1) einen Überblick über ausgewählte Tätigkeitsbereiche innerhalb des strategischen Managements der digitalen Transformation zu geben und (2) aufzuzeigen, dass erfolgreiche digitale Unternehmen einem kontinuierlichen Veränderungsprozess mit ständiger Erneuerung und Innovation unterworfen sind. Die Philosophie des Kurses besteht darin, die Erkenntnisse aus der realen Welt mit den eher theoretischen Ideen aus der akademischen Literatur zu verbinden und wichtige analytische Vorlagen zu verwenden, um die Praxis und die Erfahrung der Organisation und des Managements für digitale Unternehmen zu beleuchten. So soll der Kurs einen allgemeinen Überblick über die wissenschaftlichen Inhalte geben und durch die Analyse von realen Geschäftsfällen berufliche Fähigkeiten und Kenntnisse vermitteln. Wissen und Verständnis - D1.15 - Kenntnis der grundlegenden Konzepte der Organisation und des Managements von Unternehmen und Wirtschaftseinheiten. - D.1.18 - Den interdisziplinären Ansatz für IT-Projekte verstehen, der die technischen Grundlagen, die geschäftlichen Anforderungen, soziale und dynamische Aspekte sowie den rechtlichen Rahmen berücksichtigt. Anwendung von Wissen und Verständnis - D2.3 - Fähigkeit zur Analyse von Geschäftsproblemen und zur Entwicklung von Lösungsvorschlägen mit Hilfe von IT-Werkzeugen. - D2.4 - Fähigkeit, Abläufe und betriebliche Prozesse zu formalisieren und zu analysieren, Optimierungspotenziale zu erkennen und zu nutzen. - D2.6 - Fähigkeit, IT-Lösungen zu entwerfen, zu beschreiben und den Entscheidungsträgern zu präsentieren. - D2.9 - Fähigkeit zur Unterstützung des Managements von IT-Abteilungen und Softwareunternehmen durch Bereitstellung von

	Informationen nach Bedarf. Urteilsbildung - D3.3 - Fähigkeit, verschiedene IT-Lösungen auf der Grundlage ihrer technischen Merkmale und betriebswirtschaftlichen Kennzahlen zu vergleichen und zu bewerten. Kommunikationsfähigkeit - D4.2 - Fähigkeit, moderne Kommunikationsmittel auch für Ferngespräche zu nutzen. - D4.3 - Fähigkeit, mit Personen mit unterschiedlichen Berufserfahrungen über die Definition und Anforderungen von betrieblichen Informationssystemen zu verhandeln. Lernfähigkeit - D5.2 - Lernfähigkeit zur Durchführung von strategischen und IT-Projektaktivitäten in Unternehmensgemeinschaften, auch verteilt.
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	
Art der Prüfung	M1 ("Strategic Management and Digital Business") - 50 %: • Zwischenprüfung: Mündliche Präsentation und Diskussion einer Fallstudie am Ende von Semester 1. M2 ("Change Management") - 50 %: • Analyse und Diskussion einer Fallstudie in der Gruppe - 40% • individuelle schriftliche Abschlussprüfung am Ende von Semester 2 - 60% Studierende, die die Zwischenprüfung am Ende des ersten Moduls nicht bestehen oder nicht daran teilnehmen, müssen auch diesen Teil der Abschlussprüfung am Ende des zweiten Moduls ablegen. Modalitäten für nicht teilnehmende Studenten: Schriftliche schriftliche Abschlussprüfung für M1 und M2.
Bewertungskriterien	Grundkenntnisse zentraler Definitionen und Begriffe im Zusammenhang mit wichtigen Theorien, Konzepten und Methoden der Betriebswirtschaftslehre sowie die Anwendung grundlegender Methoden, Instrumente und Werkzeuge Relevant für die Beurteilung M1: Teamfähigkeit, Kreativität, Fähigkeit zum kritischen Denken, Fähigkeit, Themen

	zusammenzufassen, zu bewerten und Zusammenhänge herzustellen. Relevant für die Beurteilung M2: Klarheit der Antworten auf der Grundlage des in den Vorlesungen und auf den Folien vermittelten Wissens, Fähigkeit, Themen zusammenzufassen, zu bewerten und Beziehungen zwischen ihnen herzustellen, Fähigkeit zur kritischen Analyse von Fragen des Veränderungsmanagements und Fähigkeit zur Arbeit im Team.
Pfichtliteratur	Eine Liste der Pflichtlektüre wird online zur Verfügung gestellt oder verlinkt. Subject Librarian: David Gebhardi
Weiterführende Literatur	Eine Liste mit weiterführender Lektüre/Artikeln kann im Unterricht verteilt werden.
Weitere Informationen	
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Hochwertige Bildung

Kursmodul

Titel des Bestandteils der Lehrveranstaltung	Strategic Management and Digital Business
Code der Lehrveranstaltung	76407A
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	ECON-07/A
Sprache	Deutsch
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Christian Vincenzo Baccarella, Christian.Baccarella@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/52516
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Erstes Semester
KP	5

Verantwortliche/r Dozent/in	
Vorlesungsstunden	35
Laboratoriumsstunden	0
Stunden für individuelles Studium	90
Vorgesehene Sprechzeiten	15
Inhaltsangabe	- Einführung in Business/Management - Einführung in Digital Business - Einführung in das strategische Management - Unternehmensstrategie und Digitalisierung - Digitale Transformation - Digitale Geschäftsmodelle/Sharing Economy
Themen der Lehrveranstaltung	In den letzten Jahren haben sich die Fortschritte in der IKT massiv auf die Art und Weise ausgewirkt, wie Unternehmen arbeiten, und eine Vielzahl neuer Herausforderungen und Möglichkeiten für Organisationen geschaffen. Neu entstehende digitale Technologien sind zu wichtigen Faktoren geworden, die neue Arten von Produkten und Dienstleistungen sowie neue Formen von Geschäftsmodellen ermöglichen. Mit dem Aufkommen des Internets und der Allgegenwärtigkeit mobiler Geräte entstehen neue Geschäftsmodelle, die Daten nutzen, um das Nutzererlebnis zu personalisieren und Dienste anzubieten, die individuelle Präferenzen auf der Grundlage persönlicher Daten berücksichtigen. Die digitale Technologie wird immer geschäftskritischer, je tiefer sie in die Organisation eingebettet ist, und es wird immer deutlicher, dass Unternehmen ohne neue Geschäftsmodelle nicht wettbewerbsfähig bleiben können. Um dieses aufkommende digitale Geschäftsumfeld besser zu verstehen, bietet dieser Kurs eine breite Palette von Themen an, die von den Definitionen und grundlegenden Konzepten der Wirtschaft, des Managements und der Unternehmensstrategie im Allgemeinen bis hin zu stärker digitalisierungsorientierten Konzepten innerhalb des Managements reichen, wie z. B. Geschäftsmodellinnovation, digitales Unternehmertum, digitale Führung, digitales Marketing, digitale Disruption, digitale Transformation, Management von Technologieinnovationen oder die Sharing Economy. Mit diesem Studiengang erwerben Sie die grundlegenden strategischen und digitalen Kompetenzen für

	unternehmerisches Handeln in einer sich digitalisierenden Welt.
Unterrichtsform	Frontalvorträge, Lektüre, Diskussionen, Fallstudien/Gruppenarbeit.
Pfichtliteratur	Das Skript und eine potentielle Liste der erforderlichen Lektüre wird online zur Verfügung gestellt oder verlinkt.
Weiterführende Literatur	Eine Liste weiterer Lektüre/Artikel wird bei Bedarf im Unterricht verteilt.

Kursmodul

Titel des Bestandteils der Lehrveranstaltung	Change Management
Code der Lehrveranstaltung	76407B
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	ECON-07/A
Sprache	Englisch
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Paola Rovelli, Paola.Rovelli@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/38337
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
KP	5
Verantwortliche/r Dozent/in	
Vorlesungsstunden	35
Laboratoriumsstunden	0
Stunden für individuelles Studium	90
Vorgesehene Sprechzeiten	15
Inhaltsangabe	• Organization Processes • Business Modelling • Designing Change Processes • Management of Change

	• ICT and Change
Themen der Lehrveranstaltung	In the last decade, technological advancement (such as digitalization and the introduction of new digital technologies), increasing competitive pressures, changes in the boundaries of organizations, the development of new organizational forms, merger and acquisition initiatives, regulatory reforms and globalization gave rise to opportunities and threats that organizations need to address to survive and succeed. These factors are increasingly pressuring organizations and change management is of paramount importance in this context, today more than ever. Not only managers have to be competent at identifying the need for change, but they also have to properly manage change: all organizational levels – even if involving different roles and responsibilities – have to deal with the high degree of complexity imposed by each change management initiative. In other words, managers, professionals, and employees have to be able to act in ways that will secure change, understanding that there is no single solution that can be applied to all organizations at all times. Change management requires change agents to coherently manage the various dimensions of the organizational functioning. Therefore, this course is intended to give students a broad overview of the theory and practice of the main aspects pertaining change management, to the final aim of allowing students to learn and apply management principles, tools, and methods to successfully implement an organizational change, in general and in a digital environment in specific. The course covers a variety of topics organized around six theoretical modules, which mimic the key steps of a change management process: • TM1. A process perspective of managing change. • TM2. Recognizing the need for change. • TM3. Diagnosing what needs to be changed. • TM4. Leading and managing the people issues. • TM5. Planning and preparing for change. • TM6. Implementing change, reviewing progress and learning. Theoretical lectures on these modules are alternated with lectures dedicated to in-class case study analysis and discussion.
Unterrichtsform	Frontal lectures, in-class group case study analysis and discussion sessions.

Pflichtliteratur	Readings will be made available on the TEAMS page of the course. Subject Librarian: David Gebhardi
Weiterführende Literatur	Supplementary readings will be eventually recommended to the students on the TEAMS page of the course.