

# Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

## Modulhandbuch

Version: 09.2021

I.	Vorwort.....	4
II.	Berufsprofil .....	5
III.	Studienziel .....	6
IV.	Übersicht über Module und Leistungsnachweise.....	8
V.	Modulbeschreibungen.....	12
	01 Einführung in Digital Responsible Leadership und Digital Ethics.....	13
	02 Grundlagen der digitalen Ökonomie und digitalen Transformation .....	15
	03 Advanced Research Methods .....	17
	04 Digital Leadership: Mitarbeitendenführung im digitalen Zeitalter.....	19
	05 Data Governance, Analytics und Data Driven Decision Making .....	22
	06 Problem Solving und Critical Thinking .....	24
	07 Digital Policy and Compliance.....	26
	08 Schwerpunktmodul 1.....	28
	09 Corporate Digital und Social Responsibility Management .....	29
	10 Digital Wellbeing.....	31
	11 Leading Digital Change und Transformation .....	33
	12 Schwerpunktmodul 2.....	35
	13 Responsible Leadership und Nachhaltigkeit.....	36
	14 Schwerpunktmodul 3 – Forschungsprojekt .....	38
	15 Wahlpflichtmodul .....	39
	16 Kolloquium und Schreibwerkstatt .....	40
	17 Masterarbeit.....	42
	SCHWERPUNKTE .....	44
	SCHWERPUNKT I: Responsible Innovation & Ethical Design .....	44
	SPI-1 Einführung Innovationmanagement .....	44
	SPI-2 Verantwortungsvolles Innovationsmanagement und Digitale Produktentwicklung ..	46
	SPI-3 Forschungsprojekt .....	48
	SCHWERPUNKT II: Responsible Digital and Data Driven Marketing .....	50
	SPII-1 Digital Marketing .....	50
	SPII-2 Responsible Digital Marketing.....	52
	SPII-3 Forschungsprojekt .....	54
	SCHWERPUNKT III: Human Resources in the Digital Age .....	56
	SPIII-1 Human Resource Management im digitalen Zeitalter.....	56

SPIII-2 Responsible Human Resource Management & Digital Team-Buidling .....	58
SPIII-3 Forschungsprojekt .....	60
SCHWERPUNKT IV: Responsible Artificial Intelligence .....	62
SPV-1 Einführung Artifical Intelligence .....	62
SPIV-2 Ethische Fragestellungen von Artificial Intelligence .....	64
SPIV-3 Forschungsprojekt.....	66
Wahlpflichtmodule (Auszug) .....	68
WP Einführung Künstliche Intelligenz.....	68
WP Design Thinking Methods: Product Development & Service Design.....	70

## I. Vorwort

Der Master-Studiengang Digital Responsible Leadership (Master of Science) umfasst vier Studiensemester in Vollzeit mit insgesamt 120 ECTS-Kreditpunkten. Dieser Studiengang kann nach individueller Vereinbarung auch in Teilzeit erfolgen. Die Regelstudiedauer verlängert sich dabei nach Maßgabe der Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang.

Forschung, wissenschaftlich fundierte Theorien und deren Transfer für die Berufspraxis sind handlungsleitend für das semi-virtuelle Lehr- und Lernkonzept.

Alle Module sind auf sechs CreditPoints (ECTS) zugeschnitten, da so

- eine zu isolierte Vermittlung von Lehrinhalten, die in einem engeren Bezug zueinander zu sehen und zu verstehen sind, vermieden wird,
- die Anzahl der Module für die Studierenden auf fünf je Semester begrenzt bleibt,
- den Studierenden die inhaltlichen Zusammenhänge und Wechselwirkungen bewusster werden,
- für die Studierenden die Prüfungsbelastungen (Anzahl der Prüfungen) zumutbar sind,
- den Lehrenden ein einheitlicherer, größerer Verantwortungsumfang für ein Modul anvertraut wird,
- die Anzahl der Lehrbeauftragten begrenzt werden kann und für diese das Engagement attraktiv bleibt.

Das Anspruchsniveau entspricht in allen Modulen internationalen Standards. Die Zugangsvoraussetzungen zum Studium sind in der Zulassungsordnung sowie in der Studien- und Prüfungsordnung der Digital Business University of Applied Sciences in der jeweils gültigen Fassung festgelegt.

## II. Berufsprofil

Die digitale Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft stellt Unternehmen und Führungskräfte vor ständig neue Herausforderungen. Das betrifft Geschäftsmodelle und -strategien, Geschäfts- und Produktionsprozesse, Marketing und Produktentwicklung oder HR- und Leadership-Themen. Um Unternehmen zukünftig konkurrenzfähig zu erhalten und die Chancen der Digitalisierung systematisch zu nutzen, bedarf es des qualifizierten Nachwuchses im Bereich der verantwortungsvollen Führung von zunehmend digitalisierten Organisationen.

Der Masterstudiengang Digital Responsible Leadership (M.Sc.) hat sich die Ausbildung von Expert\*innen zum Ziel gesetzt, die leitende oder beratende Tätigkeiten im Bereich der Unternehmensführung und Strategieentwicklung in der Digitalen Wirtschaft übernehmen. Der Studiengang fokussiert auf die Besonderheiten von Organisationen und eines Marktumfelds, welche geprägt sind durch eine fortschreitende Digitalisierung von Produkten, Prozessen und Geschäftsmodellen sowie durch agile Strukturen, datenzentrierten Entscheidungen und die zunehmende strategische Bedeutung von Stakeholdermanagement und Leadership.

Absolvent\*innen des Masterstudiengangs werden ganz allgemein auf eine Führungsrolle bei der verantwortungsvollen Transformation, Gestaltung und Steuerung von Organisationen in einer zunehmend digitalen Wirtschaft und Gesellschaft vorbereitet. Neben diesem sehr breiten Berufsfeld sind sie insbesondere in folgenden Bereichen tätig:

- Corporate Social / Ethical Responsibility
- Sustainability Management
- Integrated Managementsystems
- Management Consulting
- Reporting & Investor Relations
- (Digital) Business Development
- (Digital) Product Development
- (Digital) Innovation & Technology Management
- Digital Marketing & E-Commerce
- Human Resources

### III. Studienziel

Die Digitalisierung stellt Unternehmen vor nie dagewesene Herausforderungen: Neue Produkte und Dienstleistungen müssen entwickelt, neue Formen der Zusammenarbeit (Arbeit 4.0) implementiert und die Unternehmenskultur entsprechend weiterentwickelt werden. Eine zusätzliche Herausforderung besteht darin, dass für den Erfolg neuer Technologien und Geschäftsmodelle frühzeitig Akzeptanz, und das heißt Transparenz und Vertrauen bei den Mitarbeitenden, den Kund\*innen, der Gesellschaft und anderen Stakeholdern geschaffen werden muss.

Dabei kommt Führungskräften die Schlüsselrolle zu. Sie sind die zentralen Gestaltenden des Wandels und müssen als Vordenker, Motivatoren, Antreiber, Role Models und Multiplikatoren zugleich agieren. Von ihnen wird sichere Orientierung in einer volatilen, unsicheren, komplexen und ambivalenten (VUCA-)Welt erwartet. Gleichzeitig müssen sie unternehmerische digitale Verantwortung (Corporate Digital Responsibility) vorleben und diese auch in der Unternehmenskultur implementieren.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, vermittelt der Master-Studiengang Digital Responsible Leadership neben den erforderlichen betriebswirtschaftlichen Managementkompetenzen relevante Schlüsselqualifikationen im Bereich Digital Leadership und Digital Ethics. Neben Pflichtmodulen in Bereichen der (digitalen) Mitarbeiter- und Unternehmensführung, der Corporate Governance und Corporate Social Responsibility, der Digitalen Ökonomie oder der Digitalen Transformation, haben die Studierenden die Möglichkeit, durch Wahlmodule eigene Schwerpunkte in den folgenden Bereich zu setzen:

- Responsible Innovation & Ethical Design
- Responsible Digital & Data Driven Marketing
- Human Resources in the digital Age
- Responsible Artificial Intelligence

Im anwendungsorientierten Master-Studiengang Digital Responsible Leadership erwerben die Studierenden zusätzlich ein breites Spektrum an Selbst- und Sozialkompetenzen unter besonderer Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Arbeitswelt.

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs können u.a.

- mittels geeigneter Methoden und Instrumente verantwortungsvolle strategische Entscheidungen in der Digital Economy treffen;
- verantwortungsvolles Handeln in Unternehmen und Organisationen systematisch verankern;
- (digitale) Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle unter wirtschaftlichen und ethischen Kriterien beurteilen und deren Entwicklung begleiten und unterstützen;
- Transformationsprojekte vor dem Hintergrund verantwortungsvoller Unternehmensführung planen, begleiten und umsetzen;
- wissenschaftliche Erkenntnisse und Verfahren aus dem Bereich Digital Responsible Leadership selbstständig anwenden und (weiter-)entwickeln;

- (virtuelle) interdisziplinäre Teams verantwortungsvoll und effektiv führen sowie zielorientiert mit Personen aus verschiedenen Fachrichtungen, auch über digitale Medien, erfolgreich kommunizieren.

Der Master-Studiengang eignet sich für Absolvent\*innen mit einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss (Bachelorabschluss) aus den Wirtschaftswissenschaften und angrenzender Fachbereiche. Insbesondere richtet sich der Studiengang auch an Berufstätige unterschiedlicher Branchen, die ihr Wissen im Bereich Digitalisierung und Leadership aufbauen und erweitern möchten.

**IV. Übersicht über Module und Leistungsnachweise**

Lfd. NR	Modul	Art der Lehrveranstaltung	Zugangsvoraussetzung	Art der Prüfungsleistung	ECTS-Kreditpunkte
<b>(PLAN-)SEMESTER 1</b>					
01	Einführung in Digital Responsible Leadership und Digital Ethics	SK	Keine	ST	6
02	Grundlagen der digitalen Ökonomie und digitalen Transformation	SK	Keine	SL/ST	6
03	Advanced Research Methods	SK	Keine	SL/ST	6
04	Digital Leadership: Mitarbeiterführung im digitalen Zeitalter	SK	Keine	K (120)	6
05	Data Governance, Analytics & Data Driven Decision Making	SK	Keine	K (120)	6
<b>(PLAN-)SEMESTER 2</b>					
06	Problem Solving & Critical Thinking	SK	Keine	SL	6
07	Digital Policy & Compliance	SK	Keine	K (120)	6
08	Schwerpunktmodul 1	s.u.	s.u.	s.u.	6
09	Corporate Digital and Social Responsibility Management	SK	Keine	SL/ST	6
10	Digital Wellbeing	SK	Keine	SL/ST	6
<b>(PLAN-)SEMESTER 3</b>					
11	Leading Digital Change & Transformation	SK	Keine	SL	6
12	Schwerpunktmodul 2	s.u.	s.u.	s.u.	6
13	Responsible Leadership und Nachhaltigkeit	SK	Keine	ST	6
14	Schwerpunktmodul 3 – Forschungsprojekt	s.u.	s.u.	s.u.	6
15	Wahlpflichtmodul	s.u.	s.u.	s.u.	6
<b>(PLAN-)SEMESTER 4</b>					
16	Kolloquium & Schreibwerkstatt	SK	Keine	SL	6
17	Masterarbeit	M	Anmeldung MA	MA	24
<b>Gesamt</b>					<b>120</b>

**Art der Lehrveranstaltung:**

M     Masterarbeitsprojekt



- L Lab (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf Wissensanwendung bzw. anwendungsorientiertem, situativen Lernen)
- PR Projekt (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf problemorientiertem Lernen anhand eines konkreten realen oder fiktiven Projektauftrages)
- SK Semi-virtueller Kurs (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen)

**Art der Leistung:**

- MA Masterarbeit
- K(xx) Klausur mit Dauer in Minuten
- SL Studienbegleitende Leistungsnachweise
- ST Studienarbeit/Projektarbeit/Dokumentation in Verbindung mit Referat/Präsentation

## SCHWERPUNKTE

### wählbare Schwerpunkte und Module im Studiengang Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

vgl. Anlage 2 Studien- und Prüfungsordnung

Lfd. NR	Modul	Art der Lehrveranstaltung	Zugangsvoraussetzung	Art der Prüfungsleistung	ECTS-Kreditpunkte
<b>SCHWERPUNKT I: Responsible Innovation and Ethical Design</b>					
SPII-1	Einführung Innovationsmanagement	SK	Keine	SL	6
SPII-2	Verantwortungsvolles Innovationsmanagement und Digitale Produktentwicklung	SK	Keine	SL/ST	6
SPII-3	Forschungsprojekt	PR	Keine	SL	6
<b>SCHWERPUNKT II: Responsible Digital and Data Driven Marketing</b>					
SPIII-1	Digital Marketing	SK	Keine	K (120)	6
SPIII-2	Responsible Digital Marketing	SK	Keine	ST	6
SPIII-3	Forschungsprojekt	PR	Keine	SL	6
<b>SCHWERPUNKT III: Human Resources in the Digital Age</b>					
SPIV-1	Human Resource im digitalen Zeitalter	SK	Keine	ST	6
SPIV-2	Responsible Human Resources-Management and Digital Team Building	SK	Keine	SL/ST	6
SPIV-3	Forschungsprojekt	PR	Keine	SL	6
<b>SCHWERPUNKT IV: Responsible Artificial Intelligence</b>					
SPV-1	Einführung Artificial Intelligence	SK	Keine	K(120)	6
SPV-2	Ethische Fragestellungen & Artificial Intelligence	SK	Keine	SL/ST	6
SPV-3	Forschungsprojekt	PR	Keine	SL	6

#### Art der Lehrveranstaltung:

- M Masterarbeitsprojekt  
L Lab (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf Wissensanwendung bzw. anwendungsorientiertem, situativen Lernen)  
PR Projekt (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf problemorientiertem Lernen anhand eines konkreten realen oder fiktiven Projektauftrages)  
SK Semi-virtueller Kurs (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen)

#### Art der Leistung:

- MA Masterarbeit  
K(xx) Klausur mit Dauer in Minuten  
SL Studienbegleitende Leistungsnachweise  
ST Studienarbeit/Projektarbeit/Dokumentation in Verbindung mit Referat/Präsentation

## WAHLPFLICHTMODULE

### mögliche Wahlpflichtmodule im Studiengang Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

vgl. Anlage 3 Studien- und Prüfungsordnung

Lfd. NR	Modul	Art der Lehrveranstaltung	Zugangsvoraussetzung	Art der Prüfungsleistung	ECTS-Kreditpunkte
WP1	Einführung Künstliche Intelligenz <sup>1</sup>	SK	Keine	SL	6
WP2	Design Thinking Methods: Responsible Product Development & Service Design	L	Keine	SL/ST	6

#### Art der Lehrveranstaltung:

- M Masterarbeitsprojekt
- L Lab (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf Wissensanwendung bzw. anwendungsorientiertem, situativen Lernen)
- PR Projekt (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf problemorientiertem Lernen anhand eines konkreten realen oder fiktiven Projektauftrages)
- SK Semi-virtueller Kurs (virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen)

#### Art der Leistung:

- MA Masterarbeit
- K(xx) Klausur mit Dauer in Minuten
- SL Studienbegleitende Leistungsnachweise
- ST Studienarbeit/Projektarbeit/Dokumentation in Verbindung mit Referat/Präsentation

---

<sup>1</sup> Nicht kombinierbar mit Schwerpunkt SPV: Artificial Intelligence

## V. Modulbeschreibungen

Die Studieninhalte sind übersichtlich in Module gebündelt; diese sind in ihrer Größe einheitlich (6 CP/ECTS) und auf Mindestgröße gebracht (vgl. European Communities: ECTS User's Guide, Brussels 2015). Gemäß Musterrechtsverordnung §7 (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 07.12.2017) beinhalten die Modulbeschreibungen folgende Angaben

<b>Credit Points/Workload</b>	Benennung des Gesamtarbeitsaufwands und der Anzahl der zu erwerbenden Leistungspunkte für jedes Modul; Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von ECTS-Leistungspunkten zuzuordnen.
<b>Zeitraumen</b>	Mit dem Zeitrahmen ist festgelegt, in welchem Semester das Modul in den Studiengang eingeplant ist.
<b>Dauer des Moduls</b>	1 Semester
<b>Häufigkeit</b>	Festlegung, ob das Modul jedes Semester, jedes Studienjahr oder nur in größeren Abständen angeboten wird;

**Qualifikationsziele:** Lern- und Qualifikationsziele, die sich an der definierten Gesamtqualifikation (angestrebter Abschluss) ausrichten; Qualifikationsziele beschreiben das Wissen, die Fähigkeiten und Fertigkeiten der Studierenden, die sie zum berufsbezogenen Handeln befähigen.

**Inhalte:** Fachliche, methodische, fachpraktische und fächerübergreifende Inhalte dem betreffenden Modul bearbeitet werden.

**Voraussetzungen für die Teilnahme:** Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen.

**Verwendbarkeit:** Es wird dargestellt, welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist.

**Lehr- und Lernformen:** Die Umsetzung des semi-virtuellen Studienkonzeptes in Bezug auf das Modul wird beschrieben.

**Basisliteratur:** Die Basisliteratur ist als Einstiegsempfehlung genannt und wird regelmäßig aktualisiert.

**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten:** Prüfungsart, -dauer, -umfang werden beschrieben; sie können auf Antrag der bzw. des Lehrenden an den Prüfungsausschuss mit dessen Zustimmung geändert werden.

## 01 Einführung in Digital Responsible Leadership und Digital Ethics

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben einen Überblick über die Themen-, Problem- und Gestaltungsfelder des Studiengangs.
- Sie kennen die Unterschiede und Zusammenhänge der Konzepte Management, Führung und Responsible Leadership.
- Sie sind mit Grundbegriffen, Fragestellungen und Grundkonzepten der Unternehmens- und Digialethik vertraut und können diese auf typische Führungssituationen insbesondere vor dem Hintergrund der Digitalisierung anwenden.
- Sie verstehen wesentliche Herausforderungen durch die Nutzung neuer digitaler Technologien und sich ändernde Organisationsstrukturen („New Work“) für eine verantwortliche Mitarbeitenden- und Unternehmensführung, können diese an Hand von Konzepten und Kriterien analysieren und einem systematischen Lösungsansatz zuführen.

### Inhalte

- Digitales Zeitalter und Unternehmertum
  - Charakteristika des digitalen Zeitalters und von Unternehmen in der Digitalen Transformation
  - Resultierende Herausforderungen und Rollen für Manager\*innen, Führungskräfte bzw. Leader
  - Wertebasierte Führung im Digitalen Zeitalter: Grundbegriffe und -konzepte
- Einführung in die Wirtschafts- und Unternehmensethik
  - Grundbegriffe und Fragestellungen
  - Überblick über Ansätze und Positionen
  - Abgrenzung und Zusammenhang von Corporate Ethics, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und Compliance Management
- Ethik der Digitalisierung (Digital Ethics):
  - Grundlagen und Definitionen
  - Verständnis und Bewertung von Problemstellungen aus Sicht der Ethik
  - Herausforderungen, Chancen und Gefahren im Kontext der Digitalisierung
  - Maschinenethik und andere technische und digitale Ethikbereiche

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

#### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

#### **Basisliteratur**

- Davisson, A. & Booth, P. (2016.). *Controversies in Digital Ethics*. New York: Bloomsbury Academic.
- Göbel, E. (2017). *Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung* (5. Auflage). Konstanz/München: UVK.
- Grimm, P., Keber, T. O. & Zöllner, O. (2019). *Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten*. Ditzingen: Reclam.
- Kreipl, C. (2020). *Verantwortungsvolle Unternehmensführung: Corporate Governance, Compliance Management und Corporate Social Responsibility*. Wiesbaden: Springer Gabler
- Misselhorn, C. (2019). *Grundfragen der Maschinenethik* (3. Auflage). Ditzingen: Reclam
- Nida-Rümelin, J. & Weidenfeld, N. (2018). *Digitaler Humanismus. Eine Ethik für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz*. München: Piper.
- Szczepańska-Woszczyzna, K., Dacko-Pikiewicz, Z. & Lis, M. (2015). Responsible Leadership: A Real Need or Transient Curiosity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 546-551 Doi 10.1016/j.sbspro.2015.11.448
- Zeike, S. Bradbury, K., Lindert, L. & Pfaff, H. (2019). Digital Leadership Skills and Associations with Psychological Well-Being. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16 (14), 2628 Doi 10.3390/ijerph16142628

#### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienarbeit (100%)

## 02 Grundlagen der digitalen Ökonomie und digitalen Transformation

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen Grundlagen und Entwicklungen wichtiger digitaler Technologien.
- Sie haben einen Überblick über die durch die zunehmende Verbreitung digitaler Technologien ausgelösten Anpassungserfordernisse und Veränderungsprozesse auf gesellschaftlicher, Unternehmens- und individueller Ebene.
- Die Studierende kennen zentrale Charakteristika der Digital Economy, können diese voneinander abgrenzen und kritisch evaluieren. Sie verstehen zudem wichtige Abhängigkeiten und sind in der Lage, potenzielle Weiterentwicklungen der Digital Economy einzuschätzen.
- Die Studierenden sind vertraut mit Prozessen der digitalen Transformation von Unternehmen. Sie kennen die im Rahmen der Planung und Steuerung digitaler Transformationsprozesse relevanten Aspekte und Handlungsparameter für verschiedene Anspruchsgruppen, Technologien, Prozesse und Strukturen.

### Inhalte

- Technologische Grundlagen und Entwicklungen (z.B. Hardware, Software, IoT, Mobile Computing, Cloud Computing, Künstliche Intelligenz (KI), Blockchain)
- Gesellschaftliche und wirtschaftliche Auswirkungen der zunehmenden Digitalisierung und Charakteristika der Digital Economy, wie z.B. Wissens- und Informationsgesellschaft, VUCA-Welt, exponentielle und disruptive Entwicklungen, Netzwerkeffekte, Wegfall von Intermediären, Lebenszyklen und Just in Time, Globalisierung, Ungleichgewichte, Gratis-Ökonomien, Ressourcenzugänge und Ressourcenbesitz
- Zentrale Perspektiven und Handlungsparameter digitaler Transformationsprozesse (z.B. Vision, Kunden, Mitarbeiter, Produkte und Dienstleistungen, Technologien und Werkzeuge, Prozesse und Strukturen, agile Rahmenbedingungen)
- Resultierende Herausforderungen für Führungskräfte

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Appelfeller, W. & Feldmann, C. (2018). *Die digitale Transformation des Unternehmens: Systematischer Leitfaden mit zehn Elementen zur Strukturierung und Reifegradmessung*. Berlin, Heidelberg: Springer
- Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2016). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. Norton: New York
- Harwardt, M. (2019). *Management der digitalen Transformation*. Wiesbaden: Springer
- Jordan, T. (2020). *The Digital Economy*. Polity Press: Cambridge
- Lingnau, V. et al. (2017). *Management der digitalen Transformation: Interdisziplinäre theoretische Perspektiven und praktische Ansätze*. München: Vahlen
- Oswald, G. & Krcmar, H. (2018). *Digitale Transformation. Fallbeispiele und Branchenanalysen*. Berlin: Springer
- Reinheimer, S. (2018). *Cloud Computing: Die Infrastruktur der Digitalisierung*. Wiesbaden: Springer Vieweg
- Scheerhorn, K. (2019). *So gelingt digitale Transformation!*. Wiesbaden: Springer
- Tapscott, D. (2014). *The Digital Economy: Rethinking Promise and Peril In the Age of Networked Intelligence* (2. Auflage). New York: McGraw-Hill Education

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- Studienbegleitende Leistungsnachweise (40%)
- Studienarbeit (60%)



### 03 Advanced Research Methods

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

#### Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben ein fundiertes Verständnis von gängigen und fortgeschrittenen Methoden der empirischen Sozialforschung. Sie können qualitative und quantitative Methoden entsprechend der wissenschaftlichen Fragestellung auswählen.
- Sie können geeignete Methoden der empirischen Sozialforschung, der Befragung, Beobachtung, quantitativ und qualitativer Methoden im Feld und im Labor sowie der experimentellen Methoden auswählen und anwenden.

#### Inhalte

- Relevanz und Güte wissenschaftlicher Methoden
- Qualitative versus quantitative Methoden der Sozial- und Wirtschaftsforschung
- Erstellung von Studiendesigns, Skalenbildung, Methoden der Stichprobenauswahl
- Qualitative Forschungsmethoden (Tiefen- und Experteninterviews, Gruppendiskussionen, Ethnografische Beobachtungsstudien)
- Qualitative Analysemethoden (Inhaltsanalyse nach Mayring)
- Quantitative Forschungsmethoden (Befragungen, Beobachtungen, Experiment)
- Univariate und multivariate Analysemethoden (Regressionsanalyse, Einfaktorielle und multifaktorielle Varianzanalyse, Cluster- und Faktorenanalyse)
- Kritische Reflexion von Studienergebnissen und Integration in den bestehenden wissenschaftlichen Diskurs

#### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

#### Verwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)
- Cyber Security & Privacy (M.Sc.)

#### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden

- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

#### **Basisliteratur**

- Backhaus, K. Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (1994). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (11. überarbeitete Auflage). Berlin: Springer.
- Baur, N. & Blasius, J. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R., Pigeot, I. & Tutz, G. (2016). *Statistik*. Berlin: Springer.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12. Auflage). Weinheim: Julius Beltz.

#### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- Studienbegleitende Leistungsnachweise (40%)
- Studienarbeit (60%)

## 04 Digital Leadership: Mitarbeitendenführung im digitalen Zeitalter

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen die Unterschiede und Zusammenhänge der Konzepte Management, Führung und Leadership im digitalen Zeitalter.
- Sie haben einen Überblick über Anforderungen an Führungskräfte, insbesondere im Bereich der Personalentwicklung im digitalen Zeitalter und kennen Ansätze, Methoden und Tools zu deren Bewältigung.
- Sie kennen im Kontext der Digitalisierung relevante Führungstheorien (wie z.B. Full Range Leadership, Emergent Leadership) und können diese auf konkrete Führungssituationen anwenden.
- Die Studierenden sind mit den Grundlagen und wichtigen Instrumenten der Teamführung vertraut und können insbesondere die Herausforderungen der Führung virtueller Teams reflektieren und diesen mit konkreten Lösungsansätzen begegnen.
- Sie kennen grundlegende Prinzipien, Elemente und Instrumente von agilen Führungsansätzen und können diese für die Führung von Mitarbeitenden nutzen.
- Die Studierenden erfassen die Bedeutung von Emotionen im Führungskontext und können das Konzept der Emotionalen Intelligenz auf Führungssituationen anwenden.

### Inhalte

- Definition und Abgrenzung von Management, Führung und Leadership
- Wissenschaftliche Führungstheorien und ihre Relevanz für Führung im Zeitalter der Digitalisierung
  - Leadership Mindset im Licht eigenschaftsorientierter Führungstheorien
  - Transaktionale, Transformationale Führung und das Full Range Leadership Modell
  - Emergent Leadership
  - Situative Führungsansätze und das Konzept des Ambidextrous Leadership
- Personenentwicklungsmaßnahmen im digitalen Zeitalter
  - Herausforderungen und Chancen
  - Einfluss von Technologien
  - Tools und Methoden
- Führung von (virtuellen) Teams
  - Grundlagen und aktuelle Erkenntnisse der Team-Führung
  - Besonderheit und Herausforderungen bei der Führung virtueller Teams
  - Techniken und Instrumente zur Führung virtueller Teams
- Mitarbeiterführung in agilen Arbeitswelten
  - Rolle der Führungskraft im agilen Management
  - Coaching und Steuerung autonomer Teams

- Techniken und Instrumente der agilen Mitarbeiterführung
- Grundlagen von Emotional Leadership
  - Bedeutung von Emotionen in der Mitarbeitendenführung
  - Konzept der emotionalen Intelligenz inkl. kritischer Reflektion der Grundlagen und Grenzen
  - Implikationen für die Führung von Mitarbeitenden

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)
- Digital Business Management (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Bass, B.M. & Bass, R. (2008). *The Bass Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications* (4. Auflage). New York: Free Press
- Bergiel, B.J., Bergiel, E.B. & PW Balsmeier (2008). Nature of virtual teams: A summary of their advantages and disadvantages. *Management Research News*, 3, 99-110.
- Bartol, Kathryn & Liu, Wei. (2002). Information technology and human resources management: Harnessing the power and potential of netcentricity. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 21, 215-242. Doi 10.1016/S0742-7301(02)21005-1.
- Cortellazzo, L., Bruni, E., Zampieri, R. (2019). The Role of Leadership in a Digitalized World: A Review. *Frontiers in Psychology*, 10, 1938 Doi 10.3389/fpsyg.2019.01938
- Domsch, M., Regnet, E., Rosenstiel, L v. (2018). *Führung von Mitarbeitern: Fallstudien zum Personalmanagement*. 4. Aufl., Schäffer-Poeschl: Stuttgart
- Holtbrügge, D. (2018). *Personalmanagement* (7. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer
- Goleman, D. (1998). What Makes A Leader. *Harvard Business Review*, 76 (6), 93-102.
- Google (2018). *Understand team effectiveness*. (Abrufbar unter: <https://rework.withgoogle.com/guides/understanding-team-effectiveness>)
- Petry, T. (2016). *Digital Leadership: Erfolgreich Führen in Zeiten der Digital Economy*. Freiburg: Haufe.

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Klausur (120 Minuten) (100%)

## 05 Data Governance, Analytics und Data Driven Decision Making

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben Kenntnisse über grundlegende Konzepte, Strukturen und Verantwortlichkeiten im Bereich der Data Governance.
- Sie haben einen Überblick über verschiedene Datentypen sowie Schlüsseltechnologien, Methoden und Techniken zur Datenanalyse.
- Sie kennen verschiedene Data-Analytics Tools und Frameworks und den Wert, den Daten und Analysen für die Entscheidungsfindung im Unternehmen haben.
- Sie wissen, wie mithilfe von Daten, Analysemethoden und Analysewerkzeugen digitale Geschäfts- und Wertschöpfungsprozesse optimiert und Produkt- bzw. Dienstleistungsangebote erweitert werden können.
- Die Studierenden kennen den Nutzen von analytischen Schlüsseltechnologien und -techniken, z.B. prädiktive Modellierung und maschinelles Lernen, und wie diese bei der Entscheidungsfindung von Führungskräften eine Rolle spielen können.
- Sie können die gelernten Konzepte und Methoden anwenden, um entsprechende Empfehlungen zur weiteren Geschäftsstrategie abzugeben.

### Inhalte

- Einführung in Data Governance and Data Analytics
  - Elemente und Frameworks der Data Governance
  - Datentypen und Schlüsseltechnologien
  - Geschäftliche Auswirkungen durch daten-getriebene Technologien und Entwicklungen in der Datenanalyse
- Überblick zu Techniken und Methoden der Daten-basierten Entscheidungsfindung und Business Analytics
  - Ansätze der Identifizierung, Organisation und Verarbeitung von Daten, insbesondere Big Data und Unstructured Data
  - Schlüsseltechnologien und Tools der Daten- und Business Analytics
  - Techniken der Datenvisualisierung
  - Tools zur Lösung von Geschäftsproblemen, e.g. Excel, SAS, Python
  - Durchführung einer beispielhaften Daten-Analyse anhand eines Data Analytics Framework

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

#### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

#### **Basisliteratur**

- Backhaus, K. Erichson, B., Plinke, W. & Weiber R. (1994). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (11. Überarbeitete Auflage). Berlin: Springer.
- Abraham, R., Brocke, J. & Schneider, J. (2019). Data Governance: A conceptual framework, structured review, and research agenda. *International Journal of Information Management*, 49, 424-438. Doi 10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.008.
- Al-Ruithe, M., Benkhelifa, E. (2017), *A conceptual framework for cloud data governance-driven decision making*, in: 2017 International Conference on the Frontiers and Advances in Data Science (FADS). 23-25 October 2017, Xian, China : conference proceedings, Piscataway, NJ, S. 1–6
- Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (BVDW) (2018). *Data Economy. Datenwertschöpfung und Qualität von Daten*
- Brous, P., Janssen, M. & Vilminko-Heikkinen, R. (2016). *Coordinating Decision-Making in Data Management Activities. A Systematic Review of Data Governance Principles*. In H.J. Scholl et al. (Hrsg.). *Lecture notes in computer science Information systems and applications, incl. Internet/web, and HCI*, Bd. 9820, Electronic government. 15th IFIP WG 8.5 international conference, EGOV 2016, Guimarães, Portugal, September 5-8, 2016 ; proceedings, Guimarães, S. 115–125
- Carretero, A., Caballero, I. & Piattini, M. (2016). *Towards a Data Improvement Model Based on ISO 8000-6X and ISO/IEC 33000*. In P. M. Clarke, R. V. O'Connor, T. Rout & A. Dorling (Hrsg.). *Communications in Computer and Information Science*, Bd. 609, Software process improvement and capability determination, S. 241–25
- Witten, I. (2011). *Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques*, 3rd ed., Morgan Kauffman.

#### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Klausur (120 Min) (100%)

## 06 Problem Solving und Critical Thinking

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden sind vertraut mit Grundlagen und Grundbegriffen der Epistemologie, können verschiedene Erkenntnismethoden und Arten von Wissen differenzieren und diese an Hand von Kriterien bewerten.
- Die Studierenden kennen die Grundlagen der Aussagenlogik, können logische Schlussregeln zutreffend anwenden und die Gültigkeit logischer Argumente analysieren.
- Die Studierenden sind vertraut mit den Grundlagen und Grundbegriffen der Entscheidungstheorie, können komplexe Entscheidungssituationen systematisch analysieren und strukturiert einer Lösung zuführen.
- Die Studierenden kennen verschiedene Formen von Fehlschlüssen und kognitiven Verzerrungen (Bias), können diese erkennen und ihnen vorbeugen.

### Inhalte

- Grundlagen der Epistemologie
  - Definition und Arten von Wissen
  - Wissensquellen und Erkenntnismethoden
  - Gütekriterien für die Bewertung von Wissen
- Grundlagen der Aussagenlogik
  - Aussagen, Operatoren, Verknüpfungen, Konditionale
  - Schlussregeln
  - Semantische Eigenschaften und Gültigkeit von Argumenten
- Grundlagen der Entscheidungstheorie
  - Grundmodell rationaler Entscheidungen
  - Entscheidung unter Sicherheit und Unsicherheit
  - Entscheidungen in Gruppen
  - Interaktive Entscheidungssituationen (Ausblick in die Spieltheorien)
- Fehlschlüsse und kognitive Verzerrungen
  - Definition und Merkmale
  - Arten von Fehlschlüssen und kognitiven Verzerrungen
  - Analyse und Vorbeugung von Fehlschlüssen und kognitiven Verzerrungen

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit



- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)
- Digital Business Management (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Baumann, P. (2015). *Erkenntnistheorie*. 3. Aufl. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Beckermann, A. (2014). *Einführung in die Logik*, 4. Aufl. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Chalmers, A. F. (2007). *Wege der Wissenschaft: Einführung in die Wissenschaftstheorie*. 6. Aufl. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Göbel, E. (2018). *Entscheidungstheorie*. 2. Aufl. Konstanz/München: UVK.
- Kahneman, D. (2012). *Schnelles Denken, langsames Denken*. München: Siedler Verlag.

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## 07 Digital Policy and Compliance

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen Kernbestandteile des Themenkomplexes Digital Policy and Compliance und können diese mit Fragestellungen nach verantwortungsvollem Handeln in Bezug setzen.
- Sie haben einen Überblick über die Entwicklung und Ökonomie von Digital- und Technologiepolitiken auf nationaler und europäischer Ebene.
- Sie kennen die relevante aktuelle und kommende Regulatorik und Gesetzgebungen im digitalen Kontext auf nationaler, europäischer und globaler Ebene.
- Die Studierenden können Digitalpolitik (z.B. Best Governance of Innovationsystems) benennen und evaluieren.
- Sie kennen Instrumente (z.B. Normung), insbesondere mit Hinblick auf Digitalpolitiken, und kennen entsprechende Ansätze der Compliance.
- Die Studierenden wissen, wie Unternehmen regulatorischen Anforderungen und Verpflichtungen auf nationaler, europäischer und globaler Ebene im Bereich der Digitalisierung entsprechen können und kennen entsprechende Modelle (z.B. CLM).

### Inhalte

- Gesetze, Regularien und Richtlinien im Digitalen Kontext
  - Übersicht über aktuelle Gesetze, Regularien und Richtlinien auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene
  - Ansätze der unternehmerischen Compliance
  - Vorbereitung auf zukünftige Anforderungen
- Einführung in die Digitale Compliance
  - Definition von Compliance und Arten von Compliance
  - Compliance und Informationstechnologien
  - Compliance und digitalisierte Geschäftsprozesse
  - Einfluss der Digitalisierung auf Compliance Praktiken

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### Basisliteratur

- Gianluca, E. et al. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process, *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791 Doi 10.1016/j.techfore.2019.119791.
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. Doi 10.1111/etap.12254
- Reischauer, G. (2018) Industry 4.0 as policy-driven discourse to institutionalize innovation systems in manufacturing. *Technological Forecasting & Social Change*, 132, 26-33. Doi 10.1016/j.techfore.2018.02.012

### Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Klausur (120 Min) (100%)

## **08 Schwerpunktmodul 1**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

Siehe Beschreibung der Schwerpunktmodule

## 09 Corporate Digital und Social Responsibility Management

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen Grundbegriffe, Modelle und Handlungsfelder der Unternehmensverantwortung und sind in der Lage, ökonomische, rechtliche, ökologische, soziale und moralische Ansprüche zu analysieren und gegeneinander abzuwägen.
- Sie verstehen die Grundlagen der Stakeholdertheorie, können Instrumente der Stakeholderanalyse anwenden, daraus gewonnene Erkenntnisse in ihre Beurteilungen und Entscheidungen einfließen lassen und im Dialog mit Stakeholdern verargumentieren.
- Sie kennen theoretische und praktische Konzepte der sozialen und digitalen Unternehmensverantwortung (CDR / CSR) im Kontext von gesellschaftlichen Anforderungen und Anspruchsgruppen.
- Sie kennen aktuelle internationale Gesetzgebungen, Richtlinien und Standards mit Bezug zu CSR bzw. CDR.
- Die Studierenden wissen, welche möglichen Vorteile CSR- und CDR-Aktivitäten als integrale Bestandteile der Unternehmensstrategie langfristig für Unternehmen und die Gesellschaft haben und wie sich diese in Unternehmensprozesse integrieren lassen.

### Inhalte

- Einführung in die unternehmerische Verantwortung im digitalen Zeitalter
  - Grundbegriffe, Konzepte und Handlungsfelder der Unternehmensverantwortung
  - Unternehmen als soziale und kollektive Akteure
  - Unternehmensverantwortung vs. individuelle Verantwortung von Managern und Mitarbeitenden
  - Kritik an bekannten Ansätzen der unternehmerischen Verantwortung
- Grundlagen und Relevanz der Stakeholder-Theorie
  - Grundbegriffe und Grundkonzepte der Stakeholder-Theorie
  - Stakeholder-Analyse und Stakeholder-Dialog
  - Aufgabe und Rolle von Führungskräften im Stakeholder-Dialog
- Einführung in Corporate Social und Corporate Digital Responsibility
  - Modelle der Corporate Social und Corporate Digital Responsibility
  - Abgrenzung zur Corporate Governance, Corporate Citizenship und Compliance Management
  - Relevante Gesetzgebungen, Richtlinien und Standards
  - Integration von CSR- und CDR-Ansätzen in unternehmerische Prozesse

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### Basisliteratur

- Buddeberg, E. & Hecker, A. (2018). Justification Incorporated: A Discursive Approach to Corporate Responsibility. *Ethical Theory and Moral Practice*, 21(3), 465-475.
- Drigore G., Molesworth M. & Watkins R. (2017). *New Corporate Responsibilities in the Digital Economy*. In: Theofilou A., Grigore G., Stancu A. (Hrsg.). *Corporate Social Responsibility in the Post-Financial Crisis Era*. Palgrave Studies in Governance, Leadership and Responsibility. Palgrave Macmillan, Cham
- Göbel, E. (2017). *Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung* (5. Auflage). Konstanz/München: UVK.
- Kreipl, C. (2020). *Verantwortungsvolle Unternehmensführung: Corporate Governance, Compliance Management und Corporate Social Responsibility*. Wiesbaden: Springer Gabler
- Lobschat, L., Mueller, B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach, S., Kroschke, M. & Wirzt, J. (2019). Corporate Digital Responsibility. *Journal of Business Research*, 122, 875-888 Doi 10.1016/j.jbusres.2019.10.006.

### Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- Studienbegleitende Leistungsnachweise (40%),
- Studienarbeit (60%)

## 10 Digital Wellbeing

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis über den Themenkomplex Digital Wellbeing in Bezug auf Individuen und Mitarbeitende.
- Sie kennen Konzepte des Selbstmanagement und der Selbstführung.
- Sie kennen Auswirkungen der Digitalisierung auf das Wohlergehen und die Gesundheit des einzelnen Menschen sowie Chance und Herausforderungen von Führungskräften, um Digital Wellbeing zu fördern und aufrechtzuerhalten.
- Sie kennen Chancen und Risiken der Nutzung von digitalen Technologien im Hinblick auf das menschliche Wohlbefinden und können diese bewerten.
- Sie kennen Konzepte, Instrumente und Ansätze, um das physische und psychische Wohlergehen des einzelnen Menschen zu fördern und negative Folgen durch die zunehmende Digitalisierung zu minimieren.
- Sie haben einen Überblick über aktuelle Entwicklungen und Forschungsfragen zum Themenkomplex.

### Inhalt

- Einführung in die Auswirkung von Digitalen Technologien
  - Verständnis und Konzepte des Digital Wellbeing
  - Einfluss digitaler Technologien auf Emotionen, Engagement und Beziehungen
  - Einfluss digitaler Technologien auf die physische und psychische Gesundheit von Berufstätigen
- Führungsansätze und Digital-Wellbeing
  - Führungsansätze um positive Auswirkung zu fördern
  - Ansätze und Konzepte mit Hinblick auf Digital Access and Inklusion sowie Digital Awareness
  - Konzepte des Selbstmanagement und der Selbstführung in digitalen Arbeitswelten

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Barwais, F. (2011). *Definitions of wellbeing, quality of life and wellness*. National Well-ness Institute of Australia, February 28th
- Giraldo-Luque, S., Aldana Afanador, P. & Fernández-Rovira, C. (2020). The Struggle for Human Attention: Between the Abuse of Social Media and Digital Wellbeing. *Healthcare* 8, 497.
- Jones, G., Moore, K.A. & Morgan, D. (2020). *Leadership: Untapping the Secret to Regional Wellbeing, Belonging and Resilience*. In: Campbell A., Duffy M., Edmondson B. (Hrsg). *Located Research*. Palgrave Macmillan, Singapore. Doi 10.1007/978-981-32-9694-7\_8
- Mariek, M. (2020). Digital Wellbeing as a Dynamic Construct, *Communication Theory*, qtaa024 Doi 10.1093/ct/qtaa024
- Ronchi, A. (2019). *Well-Being in the Digital Age*. In: e-Citizens. Springer, Cham. Doi 10.1007/978-3-030-00746-1\_3

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- Studienbegleitende Leistungsnachweise (40%)
- Studienarbeit (60%)



## 11 Leading Digital Change und Transformation

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen die Grundlagen des Change Managements und der Organisationsentwicklung als Fundament einer darauf aufbauenden konkreten Operationalisierung.
- Die Studierenden kennen konkrete Prozessschritte, Methoden und Instrumente zur Umsetzung von Change Management Projekten und können diese anwenden.
- Die Studierenden haben einen Überblick über zentrale Herausforderungen der digitalen Transformation auf Organisationsebene sowie den Umgang mit diesen.

### Inhalte

- Grundlagen Change Management und Organisationsentwicklung im Umfeld der digitalen Transformation
  - Begriffsdefinitionen
  - veränderte Rahmenbedingungen als Auslöser von Change-Prozessen
  - Moderne Organisationsformen als Anpassung auf die digitale Transformation
- Prozessschritte und Instrumente des Change Managements
  - Problemdefinition und Diagnose
  - Aktionsplanung
  - Durchführung
  - Evaluation
- Besondere Herausforderungen und Umgang mit der Implementierung von Digital Change & Transformation
  - Organisatorische und kulturelle Barrieren
  - Strukturen und Verantwortlichkeiten
- Bearbeitung von Fallstudien

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform

- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

#### **Basisliteratur**

- Grossmann, R. et al. (2013). *Organisationsentwicklung konkret: 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte* (Band 2). Wiesbaden: Springer
- Kesler, G. & Kates, A. (2011). *Leading Organization Design. How to Make Organization Design Decisions to Drive the Results You Want*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kotter, J. P. (2011). *Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern*. Vahlen: München
- Mohr, N. et al. (2010). *Herausforderung Transformation. Theorie und Praxis*. Heidelberg: Springer
- Stark, J. (2020). *Digital Transformation of Industry. Continuing Change*. Basel: Springer International Publishing
- Westerman, G. et al. (2014). *Leading Digital. Turning Technology into Business Transformation*. Boston: Harvard Business School Publishing

#### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## **12 Schwerpunktmodul 2**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

Siehe Beschreibung der Schwerpunktmodule

### 13 Responsible Leadership und Nachhaltigkeit

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

#### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen alternative Wirtschaftsmodelle im Zeitalter der Digitalisierung (z.B. Circular Economy).
- Sie kennen Ansätze des nachhaltigen Managements sowie der entsprechenden Umsetzung.
- Sie können marktgetriebene und technische Potenziale durch Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) auf den Klima-, Umwelt- und Ressourcenschutz abschätzen.
- Die Studierenden kennen direkte und indirekte (mögliche) Auswirkungen der digitalen Transformation auf die soziale und natürliche Umwelt.
- Sie haben einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung im Themenfeld Digitalisierung, Nachhaltigkeit und verantwortungsvollem Leadership.
- Die Studierenden lernen, wie Digitalisierung genutzt werden kann, um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

#### Inhalte

- Nachhaltiges Wirtschaften im Digitalen Zeitalter
  - Alternative Wirtschaftsmodelle (z.B. Shared Economy)
  - Digitalisierung und Datenerhebung, z.B. innerhalb der Circular Economy,
  - Auswirkung der Digitalisierung auf Energie- und Ressourcenverbräuche
  - Strategien des nachhaltigen Wirtschaften durch verantwortungsvolle Führung
- Einfluss von digitalen Technologien auf die natürliche Umwelt
  - Energie- und Ressourcenverbräuche
  - Klimawandel
  - Naturschutz
- Nachhaltigkeitsberichterstattung und Nachhaltigkeitsrating
  - Anforderungen von Investoren an Unternehmen
  - CDR als Teil der ESG-Kriterien

#### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

#### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

#### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Aksin-Sivrikaya S. & Bhattacharya C.B. (2017). *Where Digitalization Meets Sustainability: Opportunities and Challenges*. In T. Osburg & C. Lohrmann (Hrsg.). *Sustainability in a Digital World. CSR, Sustainability, Ethics & Governance*. Cham: Springer
- Beier, G., Niehoff, S., Ziems, T. et al. (2017). Sustainability aspects of a digitalized industry – A comparative study from China and Germany. *Int. J. of Precis. Eng. and Manuf.-Green Tech.* 4, 227–234 (2017). Doi 10.1007/s40684-017-0028-8
- Chapron, G. (2015). Wildlife in the cloud: A new approach for engaging stakeholders in wildlife management. *Ambio*. 44. Doi 10.1007/s13280-015-0706-0
- Crossan, M., Vera, D. & Nanjad, L. (2008). Transcendent leadership: Strategic leadership in dynamic environments. *The Leadership Quarterly*, 19(5), 569–581.
- De Hoogh, A. H. B. & Den Hartog, D. N. (2008). Ethical and despotic leadership, relationships with leader's social responsibility, top management team effectiveness and subordinates' optimism: A multi-method study. *The Leadership Quarterly*, 19(3), 297–311.
- Metcalf, L., Benn, S. Leadership for Sustainability (2013). An Evolution of Leadership Ability. *J Bus Ethics* 112, 369–384. Doi 10.1007/s10551-012-1278-6
- Härtel, I. (2020). Künstliche Intelligenz in der nachhaltigen Landwirtschaft – Datenrechte und Haftungsregime. *NuR* 42, 439–453. Doi 10.1007/s10357-020-3704-3.
- Learmonth, G. P., Smith, D. E., Sherman, W. H., White, M. A. & Plank, J. (2011). A practical approach to the complex problem of environmental sustainability: The UVa Bay Game. *The Public Sector Innovation Journal*, 16(1), 1–8.
- UN (United Nations Department of Economic and Social Affairs) (2014). *United Nations E-Government Surveys: 2014 E-Government for the future we want*. (abrufbar unter <http://unpan3.un.org/egovkb/Reports/UN-E-Government-Survey-2014>).
- Seele, Peter & Lock, Irina. (2017). The game-changing potential of digitalization for sustainability: possibilities, perils, and pathways. *Sustainability Science*. 12. 10.1007/s11625-017-0426-4.

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienarbeit (100%)

### **14 Schwerpunktmodul 3 – Forschungsprojekt**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

Siehe Beschreibung der Schwerpunktmodule

## 15 Wahlpflichtmodul

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

Siehe Beschreibung der Wahlpflichtmodule

## 16 Kolloquium und Schreibwerkstatt

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden können komplexe fachliche Herausforderungen und Lösungen wissenschaftlich sowohl schriftlich als auch mündlich argumentativ vertreten.
- Sie können theoretische und methodische Herangehensweisen zur Bearbeitung der wissenschaftlichen Fragestellung und Hypothesen darlegen und begründen.
- Sie sind in der Lage, die Folgen ihrer Entscheidungen fachlich einzuschätzen und ihre Handlungen und Entscheidungen kritisch zu reflektieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, mit ihrem Thema der Masterarbeit verwandte Problem- und Fragestellungen zu erkennen und Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ihren Arbeitsprozess und ihre Arbeitsergebnisse im Rahmen des Masterarbeitsprojektes zielgerichtet und zielgruppenspezifisch gegenüber fachlich nicht tief bewanderten Personen und Fachvertreter\*innen darstellen und präsentieren.

### Inhalte

- Fachliche Orientierung an den Themen der Abschlussarbeiten
- wissenschaftlicher Forschungsprozess
- Wissenschaftliche Literaturrecherche zum Themenschwerpunkt
- Argumentation und Interpretation von Studienergebnissen
- Zielgruppenspezifische Präsentation von Studienergebnissen mit digitalen Medien

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)
- Cyber Security & Privacy (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: Lab

virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzveranstaltungen mit besonderem Fokus auf Wissensanwendung bzw. anwendungsorientiertem, situativen Lernen

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)



- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

Themenspezifische Fachliteratur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## 17 Masterarbeit

Credit Points/Workload	24 CP (ECTS) / 600 Stunden Selbstlernzeit: 600 Stunden
Zeitraumen	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden können das im Masterstudiengang erworbene Wissen für die Bearbeitung einer ausgewählten Problemstellung nutzen.
- Sie können eine wissenschaftliche Fragestellung aus dem gewählten Themenbereich selbstständig unter Berücksichtigung des aktuellen Forschungsstandes und unter Berücksichtigung der Regeln wissenschaftlichen Arbeitens innerhalb einer vorgeschriebenen Zeit bearbeiten.
- Die Studierenden sind dazu in der Lage zu beurteilen, welche methodologischen Zugänge bzw. wissenschaftlichen Forschungsmethoden für die Bearbeitung einer selbst gewählten Fragestellung geeignet sind. Sie können diese praxisbezogen anwenden.
- Sie können die gewonnenen Erkenntnisse beschreiben und bewerten, sie in den Forschungsstand einordnen und den Forschungsprozess kritisch reflektieren.
- Sie können den gewählten wissenschaftlichen Standpunkt sowie die verwendeten Methoden und gewonnenen Ergebnisse logisch ableiten, schriftlich darlegen und argumentativ verteidigen.
- Die Studierenden sind dazu in der Lage, einen Beitrag zum Theorie-Praxis-Transfer zu leisten und das während des Studiums erworbene disziplinäre Wissen in die berufliche Praxis zu integrieren.

### Inhalte

- Eigenständige Bearbeitung einer wissenschaftlichen Problemstellung
- Kritische Reflexion des Forschungsstandes.

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Cybersecurity & Privacy (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen

- eigenständiges Verfassen einer Masterarbeit
- individuelle Begleitung bei Themenauswahl und methodischem Vorgehen durch Fachbetreuer\*innen

### **Basisliteratur**

- Literatur in Abhängigkeit von der gewählten Themenstellung

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Masterarbeit (100%)

## SCHWERPUNKTE

### SCHWERPUNKT I: Responsible Innovation & Ethical Design

#### SPI-1 Einführung Innovationmanagement

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

#### Qualifikationsziele

- Die Studierende kennen grundlegende Konzepte und Arten der Innovation.
- Sie kennen gesellschaftliche Einstellungen zu Innovationen und besitzen eine grundlegende Kenntnis über staatliche Innovationspolitiken.
- Sie verstehen grundlegende Strategien des Innovationsmanagement in Unternehmen und wissen, welche Innovationsinitiativen es gibt.
- Sie haben ein grundlegendes Verständnis für die Steuerung, Zielbildung und Erfolgsmessung in Innovationsprozessen.
- Sie kennen die Organisationen von Forschung und Entwicklung.
- Sie wissen, welche Promotoren für und Widerstände gegen Innovationen bestehen können.
- Sie haben ein grundlegendes Verständnis für Vermarktung von Innovationen.
- Sie haben ein grundlegendes Verständnis von notwendigen Kompetenzen von Führungskräften zur Leitung und Entwicklung von Innovationen.
- Die Studierende kennen Innovationszyklen in der digitalen Produktentwicklung.

#### Inhalte

- Einführung in das Innovationsmanagement
  - Gesellschaftliche Einstellungen und Innovationspolitiken
  - Staatliche Innovationspolitik
  - Innovationsinitiativen
- Einführung zu Innovationsprozessen
  - Zielbildung und Erfolgsmessung
  - Steuerung von Innovationsprozessen
  - Organisation von Forschung und Entwicklung
  - Widerstände und Promotion
  - Innovation und Kooperation
- Management-Ansätze
  - Identifikation von Ansprüchen
  - Umgang mit Wertekonflikten

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Bessant, J. & Tidd, J. (2015). *Innovation and Entrepreneurship* (3. Auflage). Chichester: Wiley
- Hauschildt, J. et al. (2016). *Innovationsmanagement* (6. Auflage). München: Vahlen
- Trommsdorff, V. & Steinhoff, F. (2007). *Innovationsmarketing*, München: Vahlen.
- Trott, P. (2016). *Innovation Management and New Product Development*, 5. Auflage, Hallbergmoos: Pearson.
- Vahs, D. & Brem, A. (2015). *Innovationsmanagement. Von der Produktidee zur erfolgreichen Vermarktung*, 5. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Pöschl.

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## **SPI-2 Verantwortungsvolles Innovationsmanagement und Digitale Produktentwicklung**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden kennen grundlegende ethische Prinzipien im Bereich der digitalen Produktentwicklung.
- Sie kennen grundlegende Konzepte, Dimensionen, Spannungsfelder und Methoden der Responsible Innovation and Research (RRI) und können diese auf die digitale Produktentwicklung anwenden.
- Sie kennen Hauptakteure und können Ebenen der Umsetzung in der digitalen Produktentwicklung erläutern.
- Die Studierenden kennen ethische Fragestellungen und können einschätzen, welche ethischen Fragen entlang des gesamten Produktlebenszyklus aufkommen können.
- Die Studierenden wissen, wie ethische Werte in Entwicklungsprozesse implementiert und Lösungen für ethische Dilemmata umgesetzt werden.
- Die Studierenden sind in der Lage, einen Fahrplan für einen verantwortungsvollen Product Design Prozess entwerfen.

### **Inhalte**

- Einführung in Digitale Produktentwicklung
- Einführung in ethische Prinzipien in Bezug zur digitalen Produktentwicklung
- Responsible Innovation & Responsible Research (RRI)
  - Konzepte und Dimensionen
  - Spannungsfelder
  - Methoden
  - Ökonomische Vor- und Nachteile
- Analyse und Diskussion von RRI-Fällen auf der Grundlage des konzeptionellen und methodischen Wissens
- Nachhaltiges Management von Innovationsprozessen in der digitalen Produktentwicklung
  - Ansätze einer wertorientierten digitalen Produktentwicklung
  - Abschätzung von (nicht-intendierten) Folgen
  - Implementierung von Werten
  - Vor- und Nachteile
- Entwurf einer Roadmap zur verantwortungsvollen Produktentwicklung

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### Basisliteratur

- Briggs, P. & Thomas, L. (2015). An Inclusive, Value Sensitive Design Perspective on Future Identity Technologies. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 22 (5). 1-28.
- Fisher, E. (2020). Necessary conditions for responsible innovation. *Journal of Responsible Innovation*, 7(2), 145-148. DOI 10.1080/23299460.2020.1774105
- Hoven, J (2013). *Value Sensitive Design and Responsible Innovation*. In R. Owen, Bessant, R. & M. Heintz (Hrsg.). *Responsible Innovation: Managing the Responsible Emergence of Science and Innovation in Society* (S.27-50). Weinheim: John Wiley & Sons
- Hoven, J. (2014). *Responsible Innovation: A New Look at Technology and Ethics*. In J. van den Hoven, N. Doorn, T. Swierstra, B.-J. Koops & H. Romijn (Hrsg.). *Responsible Innovation 1: Innovative Solutions for Global Issues* (S. 3-13). Dordrecht: Springer
- Koops, B.-J., Oosterlaken, I., Romijn, H., Swierstra, T. & van den Hoven, J. (2015). *Responsible Innovation 2: Concepts, Approaches and Applications*. Cham: Springer.
- Ligtvoet, A., Van de Kaa, G., Fens, T., Beers, C., Herder, P. & van den Hoven, J. (2015). Value Sensitive Design of Complex Product Systems. *Public Administration and Information Technology*. 157-176. Doi 10.1007/978-3-319-12784-2\_8
- Owen, R., Stilgoe, J., Macnaghten, P., Gorman, M., Fisher, E., Guston, D., Bessant, J. (2013). *A Framework for Responsible Innovation*. In R. Owen, Bessant, R. & M. Heintz (Hrsg.). *Responsible Innovation: Managing the Responsible Emergence of Science and Innovation in Society* (S.27-50). Weinheim: John Wiley & Sons

### Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- Studienbegleitende Leistungsnachweise (40%)
- Studienarbeit (60%)

### SPI-3 Forschungsprojekt

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Fragestellungen und Hypothesen zu formulieren.
- Sie können geeignete wissenschaftliche Publikationen auswählen und verstehen.
- Sie verstehen den Einsatz empirischer Methoden zur Erlangung wissenschaftlicher Erkenntnisse und können diese anwenden. Sie können Forschungsmethoden zur Beantwortung wissenschaftlicher Hypothesen kritisch reflektieren.
- Sind in der Lage, Ergebnisse von empirischen Forschungsprozessen korrekt zu interpretieren, darzustellen und kritisch zu reflektieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, effektiv in remoten Arbeitsgruppen an einem gemeinsamen Projekt zu arbeiten.

### Inhalte

- Entwicklung einer Forschungsfrage mit thematischem Bezug zum Schwerpunkt
- Durchführung einer Literaturrecherche und Aufbereitung des aktuellen Forschungsstandes zur Forschungsfrage
- Formulierung von Hypothesen auf Basis einer gewählten Bezugstheorie bzw. des aktuellen Forschungsstandes
- Wahl und Durchführung einer geeigneten empirischen Methode zur Überprüfung der Hypothesen inkl. Operationalisierung der relevanten Konstrukte, Erhebung von Primärdaten oder Recherche von Sekundärdaten sowie Datenauswertung
- Interpretation und kritische Reflexion der Ergebnisse
- Ableitung wissenschaftlicher und praktischer Implikationen
- Dokumentation des gesamten Forschungsprojekts in einer Projektarbeit
- Vorbereitung und Durchführung einer wissenschaftlichen Präsentation der Ergebnisse

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Cybersecurity & Privacy (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)



### **Lehr- und Lernformen: Projekt**

virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf problemorientiertem Lernen anhand eines konkreten realen oder fiktiven Projektauftrages

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten
- Arbeit in virtuellen Teams

### **Basisliteratur**

- Backhaus, K. Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (1994). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (11. überarbeitete Auflage). Berlin: Springer.
- Baur, N. & Blasius, J. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Brühl, R. (2017). *Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftstheorie und-ethik für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften*. UTB: Stuttgart
- Theisen, M. R. & Theisen, M. (2013). *Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit*. Vahlen: München.
- Wiltinger, K. & Wiltinger, A. (2014). *Wissenschaftliches Arbeiten: Praxisleitfaden für Studierende*. Cuvillier: Göttingen
- Wissenschaftliche Paper zur gewählten Forschungsfrage

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## **SCHWERPUNKT II: Responsible Digital and Data Driven Marketing**

### **SPII-1 Digital Marketing**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden kennen grundlegende Theorien, Strategien, Instrumente und Technologien des digitalen, datengetriebenen Marketings.
- Die Studierenden kennen Modelle der datenbasierten personalisierten Kundenansprache und kennen Konzepte, um die Kundenansprache zu optimieren
- Die Studierenden kennen grundlegende Theorien, Strategien, Instrumente und Technologien des digitalen und des datengetriebenen Marketings aus der Unternehmens- und Zielgruppenperspektive.
- Die Studierenden sind sich der Veränderungen im Konsumentenverhalten in Zeiten der Digitalisierung bewusst und können diese kritisch reflektieren.
- Sie können kritisch bewerten, welche Auswirkung entsprechende Marketingstrategien auf materielle und immaterielle Marketingwerte haben können.
- Die Studierenden kennen die Entwicklungen der neuesten Innovationen im digitalen Marketing.

### **Inhalte**

- Einführung in Digitales Marketing
  - Konzepte, Strategie und Instrumente
  - Märkte und Digital Transformation des Marketing Mix
  - Arten des digitalen Marketings (Digital Outbound / Inbound Marketing / Social Media / Mobile Marketing / E-Commerce)
- Strategische Marketingplanung
- Einführung in die Datenerhebung, Marktforschung und Analyse
- Einführung in daten-getriebene Marketingstrategien, - methoden und -prozesse.
- Bearbeitung von Fallbeispielen

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten
- Projektarbeit in virtuellen Teams

### Basisliteratur

- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th Edition). Harlow: Pearson.
- Große Holtforth D. (2017) Data Driven Marketing. In: Schlüsselfaktoren im E-Commerce. essentials. Springer Gabler, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-16434-8\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-658-16434-8_5)
- Lutz K. (2019). Data-Driven Marketing und der Erfolgsfaktor Mensch: Schlüsselfaktoren und der Erfolgsfaktor Mensch: Schlüsselkompetenzen und Kernkompetenzen für das Marketing der Zukunft. Wiesbaden: Gabler.
- Pitters, J. & Kastlunger, B. (2020). *Kunden im Netz*. Freiburg: Haufe.
- Schwarz, T. (2015). Big Data im Marketing. Chancen und Möglichkeiten für eine effektive Kundenansprache. Freiburg: Haufe.
- Sozuer, S., Carpenter, G.S., Kopalle, P.K. et al. The past, present, and future of marketing strategy. *Mark Lett* (2020). <https://doi.org/10.1007/s11002-020-09529-5>
- Stephen, A. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17-21.

### Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Klausur (120 Minuten) (100%)

## SPII-2\_Responsible\_Digital Marketing

<b>Credit Points/Workload</b>	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
<b>Zeitraumen</b>	3. Semester
<b>Dauer des Moduls</b>	1 Semester
<b>Häufigkeit</b>	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen grundlegende Konzepte des verantwortungsvollen, datengetriebenen Marketings und kennen aktuelle Forschungsfragestellungen zu diesem Themenbereich.
- Die Studierenden kennen Strategien und Instrumente des verantwortungsvollen Marketings.
- Sie sind in der Lage ethisch verantwortungsvolle Marketingziele und -taktiken zu formulieren.
- kennen die wichtigsten Traditionen, Ansätze und Modelle der Unternehmens- und
- Die Studierenden wissen, wie die Umsetzung von verantwortungsvollen Strategien und Taktiken unter Verwendung modernster digitaler Marketinginstrumente geplant wird.
- Die Studierenden wissen, wie Marketingstrategien in digitale und verantwortungsvolle Marketingziele und -taktiken umgesetzt werden.

### Inhalte

- Grundlegende Konzepte und Modelle der Marketingethik, aktuelle Forschungsansätze
- Handlungsebenen in Wirtschafts- und Marketingethik
- Marketing- und Konsumentenethik in im Zeitalter der Digitalisierung
- Bereiche ethischen Marketinghandelns (z.B. Kommunikationspolitik, Produktpolitik, ethische Aspekte von dynamischer Preisbildung in Onlineshops, etc.)
- Lösung ethischer Konflikte im Marketing durch soziale Vertragstheorie

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden

- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Berné-Manero, C., Pedraja-Iglesias, M. & Ramo-Sáez, P. Socially responsible markets involved in the consumer-organization identification process. *Int Rev Public Nonprofit Mark* 14, 179–196 (2017). <https://doi.org/10.1007/s12208-016-0168-5>
- Bhattacharya, CB. (2016). Responsible Marketing: Doing Well by Doing Good. *GfK Marketing Intelligence Review*. 8. 10.1515/gfkmir-2016-0002.
- Eagle, Lynne, Dahl, Stephan, De Pelsmacker, Patrick, and Taylor, Charles R, eds. *The SAGE Handbook of Marketing Ethics*. London: SAGE Publications, 2020. Accessed January 15, 2021. ProQuest Ebook Central.
- Murphy, P.E. (2017). Research in marketing ethics: continuing and emerging themes. *Recherche et Applications en Marketing* (English Edition), 32(3), 84-89
- Murphy, P.E., Laczniak, G.R., Bowie, N.E. & Klein, T.A. (2005.) *Ethical Marketing*. Upper Saddle River, NJ: Pearson

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienarbeit (100%)

### **SP11-3 Forschungsprojekt**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Fragestellungen und Hypothesen zu formulieren.
- Sie können geeignete wissenschaftliche Publikationen auswählen und verstehen.
- Sie verstehen den Einsatz empirischer Methoden zur Erlangung wissenschaftlicher Erkenntnisse und können diese anwenden. Sie können Forschungsmethoden zur Beantwortung wissenschaftlicher Hypothesen kritisch reflektieren.
- Sind in der Lage, Ergebnisse von empirischen Forschungsprozessen korrekt zu interpretieren, darzustellen und kritisch zu reflektieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, effektiv in remoten Arbeitsgruppen an einem gemeinsamen Projekt zu arbeiten.

### **Inhalte**

- Entwicklung einer Forschungsfrage mit thematischem Bezug zum Schwerpunkt
- Durchführung einer Literaturrecherche und Aufbereitung des aktuellen Forschungsstandes zur Forschungsfrage
- Formulierung von Hypothesen auf Basis einer gewählten Bezugstheorie bzw. des aktuellen Forschungsstandes
- Wahl und Durchführung einer geeigneten empirischen Methode zur Überprüfung der Hypothesen inkl. Operationalisierung der relevanten Konstrukte, Erhebung von Primärdaten oder Recherche von Sekundärdaten sowie Datenauswertung
- Interpretation und kritische Reflexion der Ergebnisse
- Ableitung wissenschaftlicher und praktischer Implikationen
- Dokumentation des gesamten Forschungsprojekts in einer Projektarbeit
- Vorbereitung und Durchführung einer wissenschaftlichen Präsentation der Ergebnisse

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Cybersecurity & Privacy (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: Projekt**

virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf problemorientiertem Lernen anhand eines konkreten realen oder fiktiven Projektauftrages

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten
- Arbeit in virtuellen Teams

### **Basisliteratur**

- Backhaus, K. Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (1994). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (11. überarbeitete Auflage). Berlin: Springer.
- Baur, N. & Blasius, J. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Brühl, R. (2017). *Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftstheorie und-ethik für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften*. UTB: Stuttgart
- Theisen, M. R. & Theisen, M. (2013). *Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit*. Vahlen: München.
- Wiltinger, K. & Wiltinger, A. (2014). *Wissenschaftliches Arbeiten: Praxisleitfaden für Studierende*. Cuvillier: Göttingen
- Wissenschaftliche Paper zur gewählten Forschungsfrage

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## **SCHWERPUNKT III: Human Resources in the Digital Age**

### **SPIII-1 Human Resource Management im digitalen Zeitalter**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

#### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden kennen Aufgaben, Theorien, Methoden und Instrumente des Personalmanagements.
- Sie erwerben Grundlagenwissen über Veränderungen von Organisationen durch digitale Technologien und die daraus resultierenden Auswirkungen auf personalwirtschaftliche Fragestellungen, Prozesse und Entscheidungen.
- Sie erwerben ein Verständnis über die Auswirkungen, Chancen und Risiken digitaler Technologien und Tools im Personalmanagement.
- Sie können die Zusammenhänge und Abhängigkeiten von Personalmanagement und Digital Responsible Leadership analysieren und kritisch reflektieren.

#### **Inhalte**

- Grundlagen des Personalwesens und Personalmanagement
  - Theoretische Ansätze und Grundbegriffe des Personalmanagement
  - Methoden der quantitativen und qualitativen Personalbedarfsplanung
  - Personalbeschaffung und -auswahl
  - Personalbeurteilung und Personalentwicklung
  - Entgelt und Entlohnungssysteme
  - Trennung und Personalabbau
- Grundlagen des Personalmanagement 4.0
  - Neue Anforderungen und Herausforderungen der Personalmanagement durch die Digitalisierung
  - Einsatz von digitalen Werkzeugen und Technologien im Personalmanagement

#### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

#### **Verwendbarkeit**

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

#### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform



- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Bartol K. M., Liu W. (2002). Information technology and human resources management: harnessing the power and potential of netcentricity. *Res. Personnel Hum. Resour. Manage.* 21, 215–242.
- Dileep Kumar.M., Srota Pandya (2012) Leveraging Technology towards HR Excellence, *Information Management and BusinessReview*. Vol. 4, No. 4.
- Holtbrügge, D. (2018). *Personalmanagement* (7. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer
- Jhon .H.Dunning,(2002), HR Transformation in the Digital Age, *Technoeconomics & Management Research*, Unwind Hyman Press.
- Ruf, M. (2018). *Personalmanagement 4.0*. In: Erner, M. (Ed.) *Management 4.0 – Unternehmensführung im digitalen Zeitalter*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Stock-Homburg, R. & Groß, M. (2019). *Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente* (4. Auflage). Wiesbaden: Springer
- Vardarlier, P. (2020) Digital Transformation of Human Resource Management: Digital Applications and Strategic Tools in HRM. In: Hacioglu U. (Ed.) *Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems. Contributions to Management Science*. Cham: Springer Nature.
- Zehir C., Karaboğa T., Başar D. (2020) The Transformation of Human Resource Management and Its Impact on Overall Business Performance: Big Data Analytics and AI Technologies in Strategic HRM. In: Hacioglu U. (Ed.) *Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems. Contributions to Management Science*. Cham: Springer Nature.

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienarbeit (100%)

## **SPIII-2 Responsible Human Resource Management & Digital Team-Buidling**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden kennen ethische Fragstellungen und Dilemmata im Bereich der Personalwesen.
- Sie können einzelne Prozesse des Personalwesens (wie z.B. die Bewerberauswahl) unter organisatorischen, ökonomischen und ethischen Gesichtspunkten sinnvoll gestalten.
- Sie verstehen die Anforderungen von Mitarbeitenden und Anspruchsgruppen an die Personalentwicklung sowie die Gestaltung der Arbeitsumgebung und Zusammenarbeit.
- Sie sind mit ehtischen Aspekten von Diversity vertraut und wie man diese im Human Resource Management berücksichtigt.
- Die Studierenden kennen Möglichkeiten der Befähigung von Mitarbeitenden im Umgang mit Technologien und Anwendungen.

### **Inhalte**

- Veränderungen von Human Resource Management durch Digitalisierung, insbesondere im Kontext des responsible Digital Leadership.
- Konzepte und ethische Herausforderungen von Personalmanagement 4.0
- Verantwortungsvolle Gestaltung der Arbeitsorganisation und Zusammenarbeit
- Grundlagen und ethische Aspekte des Diversity Management
- Konzeption ethischer Prinzipien und Best Practices für die Bewerberauswahl
- Problemstellungen und Ansätze der Datenethik im Kontext des Personalmanagement

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Byrd, M. & Scott, C. (2018). *Diversity in the Workforce. Current Issues and Emerging Trends*. New York & London: Routledge.
- Deckop, J.R. (2006). *Human Resource Management Ethics*. Greenwich: Information Age Publishing.
- Kaiser, S. & Kozica, A. (Hrsg.) (2012). *Ethik im Personalmanagement – Zentrale Konzepte, Ansätze und Fragestellungen*. München: Rainer Hampp.
- Konovalova V.G. & Mitrofanova A.E. (2021) *Social and Ethical Problems of Digital Technologies Application in Human Resource Management*. In: Ashmarina S., Mantulenko V. (eds) *Current Achievements, Challenges and Digital Chances of Knowledge Based Economy*. Cham: Springer Nature.
- Ruf, M. (2018). *Personalmanagement 4.0*. In: Erner, M. (Ed.) *Management 4.0 – Unternehmensführung im digitalen Zeitalter*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Winstanley, D. & Woodall, J. (Eds.) (2000) *Ethical Issues in Contemporary Human Resource Management*. London: Red Globe Press.

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- studienbegleitende Leistungsnachweise (40%)
- Studienarbeit (60%)

### **SPIII-3 Forschungsprojekt**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

#### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Fragestellungen und Hypothesen zu formulieren.
- Sie können geeignete wissenschaftliche Publikationen auswählen und verstehen.
- Sie verstehen den Einsatz empirischer Methoden zur Erlangung wissenschaftlicher Erkenntnisse und können diese anwenden. Sie können Forschungsmethoden zur Beantwortung wissenschaftlicher Hypothesen kritisch reflektieren.
- Sind in der Lage, Ergebnisse von empirischen Forschungsprozessen korrekt zu interpretieren, darzustellen und kritisch zu reflektieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, effektiv in remoten Arbeitsgruppen an einem gemeinsamen Projekt zu arbeiten.

#### **Inhalte**

- Entwicklung einer Forschungsfrage mit thematischem Bezug zum Schwerpunkt
- Durchführung einer Literaturrecherche und Aufbereitung des aktuellen Forschungsstandes zur Forschungsfrage
- Formulierung von Hypothesen auf Basis einer gewählten Bezugstheorie bzw. des aktuellen Forschungsstandes
- Wahl und Durchführung einer geeigneten empirischen Methode zur Überprüfung der Hypothesen inkl. Operationalisierung der relevanten Konstrukte, Erhebung von Primärdaten oder Recherche von Sekundärdaten sowie Datenauswertung
- Interpretation und kritische Reflexion der Ergebnisse
- Ableitung wissenschaftlicher und praktischer Implikationen
- Dokumentation des gesamten Forschungsprojekts in einer Projektarbeit
- Vorbereitung und Durchführung einer wissenschaftlichen Präsentation der Ergebnisse

#### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

#### **Verwendbarkeit**

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Cybersecurity & Privacy (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: Projekt**

virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf problemorientiertem Lernen anhand eines konkreten realen oder fiktiven Projektauftrages

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten
- Arbeit in virtuellen Teams

### **Basisliteratur**

- Backhaus, K. Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (1994). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (11. überarbeitete Auflage). Berlin: Springer.
- Baur, N. & Blasius, J. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Brühl, R. (2017). *Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftstheorie und-ethik für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften*. UTB: Stuttgart
- Theisen, M. R. & Theisen, M. (2013). *Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit*. Vahlen: München.
- Wiltinger, K. & Wiltinger, A. (2014). *Wissenschaftliches Arbeiten: Praxisleitfaden für Studierende*. Cuvillier: Göttingen
- Wissenschaftliche Paper zur gewählten Forschungsfrage

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## SCHWERPUNKT IV: Responsible Artificial Intelligence

### SPV-1 Einführung Artificial Intelligence

<b>Credit Points/Workload</b>	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
<b>Zeitraumen</b>	2. Semester
<b>Dauer des Moduls</b>	1 Semester
<b>Häufigkeit</b>	Mindestens einmal pro Studienjahr

#### Qualifikationsziele

- Die Studierenden sind mit den theoretischen und praktischen Grundlagen von Künstlicher Intelligenz vertraut.
- Die Studierenden kennen die Einsatzgebiete und typische Use Cases von Künstlicher Intelligenz.
- Die Studierenden können den Einsatz von Daten und deren Auswirkung deuten und kennen ethische Parameter algorithmischer Entscheidungsfindung.
- Die Studierenden kennen Chancen und Risiken beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz.

#### Inhalte

- Definition und Grundlagen von Künstlicher Intelligenz
- Einführung in Maschinelles Lernen
- Einführung in Deep Learning / Neuronale Netze
- Daten und Datenaufbereitung (inkl. Bias in Daten)
- Risiken beim Einsatz künstlicher Intelligenz
- Künftige Entwicklungsperspektiven und Anwendungsfelder Künstlicher Intelligenz

#### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

#### Verwendbarkeit

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

#### Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, eJournals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Russell, S. and Norvig, P., 2012. Künstliche Intelligenz (Vol. 2). München: Pearson Studium.
- Ertel, W., 2016. Grundkurs künstliche Intelligenz: eine praxisorientierte Einführung. Springer-Verlag.
- Goodfellow, I.J., Shlens, J. and Szegedy, C., 2014. Explaining and harnessing adversarial examples. arXiv preprint arXiv:1412.6572.
- Mooney, R.J., 1996. Comparative experiments on disambiguating word senses: An illustration of the role of bias in machine learning. arXiv preprint cmp-lg/9612001
- <https://mitpress.mit.edu/books/ai-ethics>
- <https://www.koerber-stiftung.de/veranstaltungsuebersicht/digitaler-humanismus-2431>

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Klausur (120 Minuten)

## **SPIV-2 Ethische Fragestellungen von Artificial Intelligence**

<b>Credit Points/Workload</b>	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
<b>Zeitraumen</b>	3. Semester
<b>Dauer des Moduls</b>	1 Semester
<b>Häufigkeit</b>	Mindestens einmal pro Studienjahr

### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden kennen typische ethische Fragestellungen, Herausforderungen und Dilemmata im Kontext Künstlicher Intelligenz und können diesen mit Hilfe von Konzepten und Werkzeugen systematisch analysieren und reflektieren.
- Die Studierenden können verschiedene Formen von Bias in Daten und deren potenziellen Auswirkungen analysieren und bewerten.
- Die Studierenden kennen Ansätze und Konzepte, ethische Probleme durch die bewusste Gestaltung künstlich intelligenter Systeme zu adressieren..

### **Inhalte**

- Grundlagen: Ethik, Moral, Normen und Werte vor dem Hintergrund Künstlicher Intelligenz
- Daten und Datenauswahl (Bias in Daten) und deren Auswirkung auf die Funktionsweise künstlicher Intelligenz
- Autonomie im Bereich der künstlichen Intelligenz – Welche Entscheidungsgewalt hat der Algorithmus selbst und wo sind menschliche Entscheidungen notwendig?
- Ethische Fragestellungen beim Einsatz künstlicher Intelligenz mit Schwerpunkt Digital Leadership – Welchen Einfluss hat der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Unternehmenskontext auf die Mitarbeiterführung?
- Entscheidungsfindung unter Berücksichtigung ethischer Aspekte für auftretende Problemstellungen eines Digital Leaders beim Einsatz künstlicher Intelligenz
- Verantwortliches Design von KI-Systemen

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, eJournals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden



- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

#### **Basisliteratur**

- Coeckelbergh, M. (2020). *AI Ethics*. Cambridge: The MIT Press.
- Dignum, V. (2018) Ethics in artificial intelligence: introduction to the special issue, *Ethics and Information Technology*, Vol. 20, 1–3.
- Dignum, V. (2019) *Responsible Artificial Intelligence: How to Develop and Use AI in a Responsible Way*. Cham: Springer Nature.
- Liao, M. (2020). *Ehtics of Artificial Intelligence*. Oxford: Oxford University Press
- Nida-Rümelin, J., Weidenfeld, N. (2018). *Digitaler Humanismus. Eine Ethik für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz*. München: Piper.

#### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- studienbegleitende Leistungsnachweise (40%)
- Studienarbeit (60%)

### **SPIV-3 Forschungsprojekt**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### **Qualifikationsziele**

- Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Fragestellungen und Hypothesen zu formulieren.
- Sie können geeignete wissenschaftliche Publikationen auswählen und verstehen.
- Sie verstehen den Einsatz empirischer Methoden zur Erlangung wissenschaftlicher Erkenntnisse und können diese anwenden. Sie können Forschungsmethoden zur Beantwortung wissenschaftlicher Hypothesen kritisch reflektieren.
- Sind in der Lage, Ergebnisse von empirischen Forschungsprozessen korrekt zu interpretieren, darzustellen und kritisch zu reflektieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, effektiv in remoten Arbeitsgruppen an einem gemeinsamen Projekt zu arbeiten.

### **Inhalte**

- Entwicklung einer Forschungsfrage mit thematischem Bezug zum Schwerpunkt
- Durchführung einer Literaturrecherche und Aufbereitung des aktuellen Forschungsstandes zur Forschungsfrage
- Formulierung von Hypothesen auf Basis einer gewählten Bezugstheorie bzw. des aktuellen Forschungsstandes
- Wahl und Durchführung einer geeigneten empirischen Methode zur Überprüfung der Hypothesen inkl. Operationalisierung der relevanten Konstrukte, Erhebung von Primärdaten oder Recherche von Sekundärdaten sowie Datenauswertung
- Interpretation und kritische Reflexion der Ergebnisse
- Ableitung wissenschaftlicher und praktischer Implikationen
- Dokumentation des gesamten Forschungsprojekts in einer Projektarbeit
- Vorbereitung und Durchführung einer wissenschaftlichen Präsentation der Ergebnisse

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Cybersecurity & Privacy (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: Projekt**

virtuelle Lehrveranstaltungen mit optionalen Präsenzphasen mit besonderem Fokus auf problemorientiertem Lernen anhand eines konkreten realen oder fiktiven Projektauftrages

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten
- Arbeit in virtuellen Teams

### **Basisliteratur**

- Backhaus, K. Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (1994). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (11. überarbeitete Auflage). Berlin: Springer.
- Baur, N. & Blasius, J. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Brühl, R. (2017). *Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftstheorie und-ethik für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften*. UTB: Stuttgart
- Theisen, M. R. & Theisen, M. (2013). *Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit*. Vahlen: München.
- Wiltinger, K. & Wiltinger, A. (2014). *Wissenschaftliches Arbeiten: Praxisleitfaden für Studierende*. Cuvillier: Göttingen
- Wissenschaftliche Paper zur gewählten Forschungsfrage

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## Wahlpflichtmodule (Auszug)

### WP Einführung Künstliche Intelligenz

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen grundlegende Begriffsdefinitionen und sind mit den Grundsätzen zum Themenkomplex „Künstliche Intelligenz“ sowie mit den grundlegenden Konzepten vertraut.
- Sie verstehen die Prinzipien von algorithmischen Suchverfahren sowie agentenbasierten Systemen.
- Die Studierenden verstehen die Grundlagen und Konzepte des maschinellen Lernens und verwandter Themen
- Sie kennen verschiedene Anwendungsbereiche der Künstlichen Intelligenz und die damit verbundene Chancen und Risiken.
- Die Studierenden sind sich möglicher, zukünftiger Entwicklungen im Bereich Künstliche Intelligenz bewusst und sind in der Lage, aktuelle und zukünftige Entwicklungen vor dem Hintergrund ethischer Fragestellungen kritisch zu reflektieren.

### Inhalte

- Einführung in die Grundbegriffe der künstlichen Intelligenz
- Historischer Entwicklungen der KI (technologische Entwicklungen, aktuelle Fortschritte)
- Wissensrepräsentationen (Ontologies)
- Algorithmische Entscheidungsfindung und KI in der Programmierung
- Agentenbasierte Modellierung
- Suchverfahren (Informierte und uninformierte Suchverfahren), adversariale Suche
- Maschinelles Lernen
- Neuronale Netze, Evolutionäre Algorithmen
- Künstliche Intelligenz in Industrie und Gesellschaft
- Zukünftige Entwicklungen und ethische Fragestellungen

### Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

### Verwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)
- Data Science & Management (M.Sc.)
- Cybersecurity & Privacy (M.Sc.)

### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Anleitungen und Unterstützung auf der Online-Lernplattform (z.B. individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

### **Basisliteratur**

- Buxmann, P. & Schmidt, H. (2019). *Künstliche Intelligenz. Mit Algorithmen zum wirtschaftlichen Erfolg*. Berlin: Springer Gabler.
- Gröner, S. & Heinecke, S. (2019). *Kollege KI. Künstliche Intelligenz verstehen und sinnvoll im Unternehmen einsetzen*. München: Redline Verlag.
- Kreuzer, R. T. & Sirrenberg, M. (2019). *Künstliche Intelligenz verstehen. Grundlage – Use-Cases – unternehmenseigene KI-Journey*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Retti, J., Bibel, W. & Buchberger, B. (2019). *Artificial Intelligence – Eine Einführung*. Edingburgh: Univ. Press
- Russel, S. & Norvig, P. (2009). *Künstliche Intelligenz. Ein moderner Ansatz* (4. Auflage). München: Pearson.
- Michalski, R.S., Carbonell, J.G. & Mitchell, T.M. (2014): *Machine Learning: An Artificial Intelligence Approach*

### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

Studienbegleitende Leistungsnachweise (100%)

## **WP Design Thinking Methods: Product Development & Service Design**

Credit Points/Workload	6 CP (ECTS) / 150 Stunden Lehrveranstaltungsstunden: 30 Stunden Selbstlernzeit: 120 Stunden
Zeitraumen	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit	Mindestens einmal pro Studienjahr

### **Qualifikationsziele**

- Studierende kennen Grundlagen und wichtige Methoden des Design Thinking-Ansatzes und können diese zur Entwicklung von Produkten oder Dienstleistungen anwenden.
- Sie sind mit wichtigen Phasen des Design Thinking-Prozesses vertraut und können diese selbständig planen, organisieren und durchführen.
- Studierende verstehen die Besonderheiten digitaler Produkte und Dienstleistungen und können diese bei deren Entwicklung und Gestaltung berücksichtigen.

### **Inhalte**

- Grundlagen und Methoden des Design Thinking, u.a.
  - User Research und Personas
  - Customer Journey und Touchpoints
  - Kreativitätstechniken
  - Rapid Prototyping
  - Storyboarding
  - Testmethoden
- Phasen des Design Thinking Prozesses
  - Problemdefinition und -analyse
  - Beobachtung
  - Synthese
  - Ideation
  - Prototyping
  - Testen
- Besonderheit digitaler Produkte und Services, u.a.
  - User Experience Design
  - Lock in-Effekte
  - Datengetriebene Produkte und Services
  - Produkt-Service-Bündel
  - User-Driven Innovation und Co-Creation

### **Voraussetzungen für die Teilnahme**

Keine

### **Verwendbarkeit**

- Digital Business Management (M.Sc.)
- Digital Responsible Leadership (M.Sc.)

- Data Science & Management (M.Sc.)
- Cybersecurity & Privacy (M.Sc.)

#### **Lehr- und Lernformen: semi-virtueller Kurs**

- Lernvideos, (digitale) Arbeitsmaterialien und wissenschaftliche Literatur (eBooks, e-Journals) auf der Online-Lernplattform
- studienbegleitende Übungen auf der Online-Lernplattform (z.B. Quizzes, individuelle Aufgabenbearbeitung, Beiträge in Gruppenforen)
- Virtuelle Kommunikation & Kollaboration (synchron, asynchron) in Foren, Chats und virtuellen Konferenzen und Online-Sprechstunden
- eine zwei-tägige Präsenzphase: Interaktive individuelle und kollektive Aufarbeitung und Vertiefung von Lerninhalten

#### **Basisliteratur**

- Lewrik, M., Link, P., Leifer, L. (Hrsg.) (2018). *Das Design Thinking Playbook*. 2. Aufl. München: Vahlen.
- Lewrik, M., Link, P., Leifer, L. (Hrsg.) (2018). *Das Design Thinking Toolbook*. München: Vahlen.
- Pioch, S. (2019). *Digital Entrepreneurship. Ein Praxisleitfaden für die Entwicklung eines digitalen Produkts von der Idee bis zur Markteinführung*. Wiesbaden: Springer Gabler
- Schallmo, D. R. A., Lang, K. (2020). *Design Thinking erfolgreich anwenden*. 2. Aufl. Wiesbaden: SpringerGabler.
- Schrader, Matthias (2017). *Transformationale Produkte. Der Code von digitalen Produkten, die unseren Alltag erobern und die Wirtschaft revolutionieren*. Hamburg: Next Factory Ottensen
- Stich, V. et al. (Hrsg.) (2019). *Digitale Dienstleistungsinnovationen: Smart Services agil und kundenorientiert entwickeln*. Wiesbaden: Springer Vieweg

#### **Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten**

(Prüfungsart, -dauer, -umfang)

- studienbegleitende Leistungsnachweise (40%)
- Studienarbeit (60%)