



ELG
E-Learning Group

MODULBESCHREIBUNG

MBA Digital Transformation

Fernstudium ohne Präsenz

in Kooperation mit:

FH
Fach-
hochschule
des BFI Wien

Inhaltsverzeichnis

Aufbau des MBA Studiengangs: Digital Transformation	1
Modul 1: Digital Business	3
Modul 2: Management und Leadership, Digital Leadership und Transformation ...	5
Modul 3: Wissenschaftliches Arbeiten	7
Modul 4: Strategisches und Change Management	9
Modul 5: Wissens- und Prozessmanagement	11
Modul 6: Compliance und Governance im Zeitalter der Digitalisierung	13
Modul 7: Rechnungswesen, Controlling, Digitalisierung im Finanz- und Rechnungswesen	15
Modul 8: Marketing & Digital Marketing	17
Modul 9: Human Resource Management	19

Aufbau des MBA Studiengangs: Digital Transformation

Der MBA Studiengang Digital Transformation zählt grundsätzlich zehn Module. Jedes Modul besteht dabei aus drei Lehrveranstaltungen. Die einzige Ausnahme bildet dabei das abschließende Modul zur Masterthesis, hier wird schlicht die abschließende Masterarbeit abgefasst.

Inhaltlich bauen die Lehrveranstaltungen ergänzend und logisch aufeinander auf. Aus diesem Grund ist ein stringenter Ablauf kategorisch vorgesehen.

Die nachfolgende Tabelle stellt die vorgesehene Reihenfolge dar, die anschließenden Kapitel erklären dann die Lehrinhalte der einzelnen Module überblicksmäßig:

	Beurteilung	ECTS
Modul 1: Digital Business		
Digital Business und Innovationsmanagement	MC + schriftl. Aufgabe	3
Neue Technologien	MC + schriftl. Aufgabe	3
Digitalisierung im Handel und in der Produktion	MC + schriftl. Aufgabe	3
Modul 2: Management und Leadership, Digital Leadership und Transformation		
Leadership und Management Tools	MC + schriftl. Aufgabe	3
Leadership und Kommunikation	MC + schriftl. Aufgabe	3
Leadership im digitalen Zeitalter	MC + schriftl. Aufgabe	3
Modul 3: Wissenschaftliches Arbeiten		
Wissenschaftliches Arbeiten I	MC + schriftl. Aufgabe	3
Wissenschaftliches Arbeiten II	MC + schriftl. Aufgabe	3
Wissenschaftliches Arbeiten III	MC + schriftl. Aufgabe	3
Modul 4: Strategisches und Change Management		
Strategisches Management	MC + schriftl. Aufgabe	3
Change Management	MC + schriftl. Aufgabe	3
Agilstabile Organisation	MC + schriftl. Aufgabe	3

MC = Multiple Choice Test

Modul 5: Wissens- und Prozessmanagement		
Wissensmanagement	MC + schriftl. Aufgabe	3
Erkenntnistheorie und Digitalisierung des Wissensmanagements	MC + schriftl. Aufgabe	3
Prozessmanagement	MC + schriftl. Aufgabe	3
Modul 6: Compliance und Governance im Zeitalter der Digitalisierung		
Compliance	MC + schriftl. Aufgabe	3
Informationsethik	MC + schriftl. Aufgabe	3
Governance und Digitalisierung	MC + schriftl. Aufgabe	3
Modul 7: Rechnungswesen, Controlling, Digitalisierung im Finanz- und Rechnungswesen		
Finanz- und Rechnungswesen	MC + schriftl. Aufgabe	3
Controlling und Unternehmensführung	MC + schriftl. Aufgabe	3
Digitalisierung im Finanz- und Rechnungswesen	MC + schriftl. Aufgabe	3
Modul 8: Marketing & Digital Marketing		
Marketing I	MC + schriftl. Aufgabe	3
Marketing II	MC + schriftl. Aufgabe	3
Digital Marketing	MC + schriftl. Aufgabe	3
Modul 9: Human Resource Management		
Human Resource Management I	MC + schriftl. Aufgabe	3
Human Resource Management II	MC + schriftl. Aufgabe	3
Neue Arbeitswelt	MC + schriftl. Aufgabe	3
Master Thesis		9

In Summe 90 ECTS

Modul 1: Digital Business

Inhalt

Die Digitalisierung verändert die Funktionslogik von Gesellschaften und bestehenden Märkten substantiell. Technologische Innovationen veranlassen strukturelle Veränderung in Organisationen, beweisen ökonomische Relevanz, zeigen soziologische Implikationen. Welche entscheidenden Technologien dabei tiefgreifende Transformationen mittelfristig verantworten und wie Unternehmen bzw. Institutionen darauf angemessen reagieren können, wird im Rahmen dieses Moduls untersucht.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Digital Business und Innovationsmanagement
- ✓ Neue Technologien
- ✓ Digitalisierung im Handel und in der Produktion

Lernziele

- ✓ Kenntnis, welche tiefgreifende Transformation die Digitalisierung aktuell für Gesellschaften und Märkte impliziert
- ✓ Pragmatischer und instrumenteller Technologiebegriff, der die Bedeutung neuer Technologien erkennt und sie instrumentell anzuwenden versteht
- ✓ Verständnis, welche technologischen Entwicklungen mittelfristig tonangebend sein werden
- ✓ Ideen davon, unter welchen betriebswirtschaftlichen Verfahrensweisen und Prozessdesigns sich Innovationen durchsetzen, anstoßen und umsetzen lassen
- ✓ Betriebswirtschaftliche Perspektive auf Veränderungsprozesse, die durch zeitgemäße Informations- und Telekommunikationstechnologien verantwortet werden

Lehrinhalte

- ✓ Strukturwandel der Volkswirtschaft: Transformation von der Industriegesellschaft zur Wissensgesellschaft
- ✓ Innovationsmanagement
- ✓ Technologische Entwicklungen für die mittelfristige Zukunft
- ✓ Aufgabengebiet der Informatik und die unterstützende Wirkung für das moderne Management
- ✓ Industrie 4.0
- ✓ Transformationen im Handel und in der Produktion

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussarbeit

Modul 2: Management und Leadership, Digital Leadership und Transformation

Inhalt

Management bedeutet, Verantwortung zu übernehmen. Es meint, essenzielle Entscheidungen zu treffen, um die Entwicklung von Organisationen tätig zu gestalten. Damit das zielführend geschieht, setzt es spezifische Analysemethoden, kommunikative Fähigkeiten und persönliche Überzeugungsarbeit voraus. Es verlangt Fähigkeiten, die erlernt werden können und sollten. Denn anders als oft gemeinhin vermutet, basiert gutes Management nicht auf dem Vorhandensein persönlicher Charaktereigenschaften, sondern auf Techniken und Methoden, die zu trainieren wären. Dieses Modul erklärt, welche instrumentellen Ansätze dafür zur Verfügung stehen und wie sie sich effizient einsetzen lassen. Denn speziell der digitale Wandel verlangt nach effektivem Management, um Transformationen bestehender Organisationen wirkungsvoll anzustoßen und umzusetzen.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Leadership und Management Tools
- ✓ Leadership und Kommunikation
- ✓ Leadership im digitalen Zeitalter

Lernziele

- ✓ Verständnis, welche Management Tools sich instrumentell anwenden lassen
- ✓ Kenntnisse strategischer Kommunikation, Gesprächs- und Verhandlungsführung
- ✓ Fähigkeit, eine Organisation auf Grundlage einer Umfeldanalyse zu positionieren
- ✓ Reflexion darüber, welche Leadership-Theorien das eigene Handeln begründen
- ✓ Entwicklungsmöglichkeiten für moderne Unternehmenskulturen identifizieren

- ✓ Vorbehalten und Sorgen bei anstehenden Veränderungen antizipativ begegnen

Lehrinhalte

- ✓ 6-Phasen-Modell der Verhandlungsführung
- ✓ Planung und Budgetierung als Kernelemente des Managements
- ✓ Management als kommunikativer Akt
- ✓ Motivation und Motivationstheorien
- ✓ Transformation von bestehenden Organisationen
- ✓ Managementkybernetik
- ✓ Stakeholder-Analyse
- ✓ Umfeldanalyse

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussarbeit

Modul 3: Wissenschaftliches Arbeiten

Inhalt

Wissenschaftliche Erkenntnisse gründen grundsätzlich auf methodischer Vorgehensweise, der Überprüfbarkeit von Annahmen, der theoretischen Betrachtung von Tatsachen und der Dokumentation des Erkenntniswegs. Wissenschaft repräsentiert dabei den immanenten Anspruch, auf Basis des Verstands und Denkens präsenste Phänomene zu entschlüsseln. Dieses Modul vermittelt exakt, wie sich diese Grundlagen anwenden lassen, um moderne Sachfragen der Wirtschaftswissenschaft zu untersuchen. Es lehrt jene praktischen Fertigkeiten, die es voraussetzt, damit ein Forschungsvorhaben eigenständig konzipiert und anschließend umgesetzt werden kann. Diese Voraussetzungen braucht es schon alleine dafür, um die Masterarbeit zu Ende des Studiums korrekt abfassen und eigenständig recherchieren zu können.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Wissenschaftliches Arbeiten I - Einführung in die wissenschaftliche Theorie
- ✓ Wissenschaftliches Arbeiten II - Forschungsdesign
- ✓ Wissenschaftliches Arbeiten III – Wissenschaftliche Methodik

Lernziele

- ✓ Kenntnisse, über die Bedeutung wissenschaftlicher Methodik und Theorie
- ✓ Kompetenz, Forschungsmethodik und Forschungsziel selbstbestimmt zu wählen
- ✓ Verständnis, wie Daten zu erheben, einzuordnen, zu qualifizieren, zu analysieren und zu interpretieren wären
- ✓ Kenntnisse von Erhebungs- und Auswertungsmethoden der empirischen Sozialforschung

Lehrinhalte

- ✓ Experimentelle Forschungsdesigns
- ✓ Interviewführung, Interviewanalyse, Interviewauswertung
- ✓ Statistik und Wahrscheinlichkeitsverteilung
- ✓ Betriebswirtschaftliche Entscheidungstheorie
- ✓ Von der Theorie zur Praxis

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussarbeit

Modul 4: Strategisches und Change Management

Inhalt

Jede Organisation bildet den integralen Bestandteil einer größeren Umwelt. Verändert sich das Umfeld, bedarf es Reaktionen und Adaptionen seitens der Organisationen. Die Transformationen von Unternehmen oder Institutionen vorsätzlich zu planen, umzusetzen, zu gestalten, das geschieht im Rahmen von Change Management Projekten. Besonders im Zusammenspiel mit der Digitalisierung ändert sich die Funktionslogik bestehender Märkte und Prozesse wesentlich. Um den Wandel seitens Unternehmen zu spiegeln, bedarf es folglich professionellen Change Managements. Doch nicht nur das: Die Veränderungen sollten in größere Zusammenhänge eingebettet sein. Es verlangt unbedingt nach strategischer Zielsetzung, um ein Unternehmen zu positionieren. Wie diesbezüglich konzeptionell vorgegangen werden kann, welche Ansätze sich erfolgreich kombinieren lassen und welche flexiblen Organisationsmodelle dafür geeignet wären, erklärt dieses Modul.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Strategisches Management
- ✓ Change Management
- ✓ Agilstabile Organisationen

Lernziele

- ✓ Fähigkeit, Branchen-, Umfeld-, Wettbewerbsanalyse durchzuführen
- ✓ Verständnis vom Produktlebenszyklus
- ✓ Kenntnisse, Change Management Prozesse in Organisationen zu planen, zu begleiten, zu bewerten
- ✓ Ansätze wie sich hierarchisch strukturierte Organisationen in agilere Organisationsstrukturen übertragen lassen

Lehrinhalte

- ✓ Zielgruppenanalyse, Kostenanalyse, Erfahrungskurve
- ✓ Stakeholderanalyse
- ✓ Branchenanalyse
- ✓ Unternehmensanalyse
- ✓ GAP-Analyse
- ✓ SWOT-Analyse
- ✓ Change Management nach Kurt Lewin
- ✓ Change Management 8 Phasen Modell nach John P. Kotter
- ✓ Transformation zu agil stabilen Organisationen

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussarbeit

Modul 5: Wissens- und Prozessmanagement

Inhalt

Die Bedeutung der Ressource Wissen wächst kontinuierlich. In der Epoche internationaler Wertschöpfungsketten verlangt es nicht nur Kommunikationskanäle, die grenzübergreifende Zusammenarbeit ermöglichen und flexibel gestalten. Es braucht seitens erfolgreicher Unternehmen auch Verständnis darüber, dass organisationsinternes Wissen ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal gegenüber der Konkurrenz repräsentiert. Nur Organisationen, die es verstehen, vorhandenes Wissen zu heben, zu fördern, zu erneuern, zu dokumentieren, werden den vorhandenen Voraussetzungen am Markt genügen. Das Modul erklärt vor diesem Hintergrund, wie institutionelles Wissen entsteht, wie die Digitalisierung das gängige Verständnis davon verändert und wie Prozesse diesbezüglich zu strukturieren wären.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Wissensmanagement
- ✓ Digitalisierung des Wissensmanagements
- ✓ Prozessmanagement

Lernziele

- ✓ Kenntnis darüber, wie in Institutionen Wissen entsteht
- ✓ Urteilskraft, um zwischen unterschiedlichen Wissenstypologien zu unterscheiden
- ✓ Verständnis, wie verschiedene Technologien aktuell die Organisation institutionalisierten Wissens verändert
- ✓ Fähigkeit, interne Prozesse und Abläufe zu verbessern, zu optimieren, aufzusetzen

Lehrinhalte

- ✓ Wissensmanagementsysteme
- ✓ Groupware und Social Software
- ✓ Ansätze und Strategien von organisatorischem Wissensmanagement

- ✓ Grundlagen und Methoden des persönlichen Wissensmanagements
- ✓ Planen und Modellieren von Geschäftsprozessen
- ✓ Überwachen, Adaption und Dokumentation der Prozesse
- ✓ Prozessanalyse
- ✓ Qualität und Risiko im Prozessmanagement

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussprüfung

Modul 6: Compliance und Governance im Zeitalter der Digitalisierung

Inhalt

Zwischen den Disziplinen Governance, Compliance und Ethik existieren mannigfaltige Zusammenhänge. Die Digitalisierung agiert dabei als Treiber und gleichzeitig als Integrationsmechanismus zwischen den Fachbereichen. Die digitale Transformation bedingt jedenfalls eine Anpassung und ein Umdenken in vielen Bereichen des Unternehmens. Vier davon, Corporate Governance, Risikomanagement, praktische Ethik und Corporate Compliance, werden im Rahmen des Moduls vorgestellt. Ziel wäre es, eindrücklich zu erklären, wie die alle vier zentralen Aspekte für Organisationen aktiv im Zuge der Digitalisierung gesteuert werden können.

Ein besonderer Ausgenmerk wird dabei auch im Zusammenhang mit der praktischen Ethik auf die Fragestellung gelegt, wie die Digitalisierung einen Mechanismus darstellt, um die Folgewirkungen des Klimawandels einzudämmen.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Compliance
- ✓ Informationsethik
- ✓ Governance und Digitalisierung

Lernziele

- ✓ Verständnis der Grundkonzepte Governance, Compliance, Informationsethik, um es auf die IT umlegen zu können
- ✓ Digitalisierung als Treiber der Entwicklung dieser Konzepte erkennen
- ✓ Relevanten Regelungen und Gesetze sowie deren unterschiedliche Zielrichtungen begreifen
- ✓ Kenntnis davon, warum Compliance und Governance nicht passiv geschieht, sondern aktiv gesteuert wird
- ✓ Formale und inhaltliche Rahmenkonzepte nachvollziehen
- ✓ Ziele, Zwecke und Inhalte des Risikomanagements in der IT
- ✓ Beispiele, wie IT-Compliance in der Praxis sichergestellt werden kann

- ✓ Verständnis der Datenschutzgrundverordnung
- ✓ Kenntnis davon, warum die digitale Transformation eine Methode darstellt, um die Folgeschäden des Klimawandels einzudämmen

Lehrinhalte

- ✓ Stellenwert von Compliance, Governance, praktischer Ethik im Kontext der Digitalisierung
- ✓ Aufgabenbereiche Compliance, Governance, praktischer Ethik
- ✓ Frameworks für Compliance, Governance, praktischer Ethik
- ✓ IT-Risikomanagement
- ✓ IT-Compliance
- ✓ DSGVO
- ✓

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussprüfung

Modul 7: Rechnungswesen, Controlling, Digitalisierung im Finanz- und Rechnungswesen

Inhalt

Die Grundlage solider Unternehmensführung liegt in umsichtigem Finanzgebaren. Vor dem Verständnishintergrund erklärt dieses Modul erstmal das System und die Logik der doppelten Buchhaltung. Die Lehrinhalte konzentrieren darauf, Bilanzierungsstrategien zu entwickeln und vermitteln auch die notwendige Kompetenz, um diese umzusetzen. Bilanzen lassen sich analysieren und interpretieren, um folgerichtige Maßnahmen zu ergreifen. Davon ausgehend lassen sich weitere operative und strategische Instrumente des Controllings beschreiben, deren Einsatzgebiete definieren, die Wirkungsmechanismen untersuchen und deren Einsatz bewerten. Wie all diese Aspekte nun durch die Digitalisierung beschleunigt und erweitert werden, erklärt die abschließende Lehrveranstaltung.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Finanz- und Rechnungswesen
- ✓ Controlling und Unternehmensführung
- ✓ Digitalisierung im Finanz- und Rechnungswesen

Lernziele

- ✓ Fähigkeit, Bilanzpositionen zu interpretieren und zu bewerten
- ✓ Verständnis für die Zusammenhänge in Jahresabschlüssen
- ✓ Kennzahlen ermitteln, clustern, analysieren
- ✓ Kompetenz, um Vermögens- und Kapitalstruktur einer Organisation zu identifizieren und zu verbessern
- ✓ Fähigkeit, operative und strategische Instrumente des Controllings einzusetzen
- ✓ Kenntnis, der digitalen Trends und Entwicklungen im Zusammenhang mit dem Rechnungswesen

Lehrinhalte

- ✓ Bilanzbuchhaltung
- ✓ Gliederung der Gewinn und Verlust Rechnung
- ✓ Kennzahlen
- ✓ Organisatorische Einordnung des Controllings
- ✓ Praxis des Controllings
- ✓ KI und deren Einsatzgebiet im Rechnungswesen
- ✓ Neue Grundsätze der Budgetplanung

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussprüfung

Modul 8: Marketing & Digital Marketing

Inhalt

Marketing umfasst alle Aufgaben und Strategien, die dafür angewandt werden, Dienstleistungen und Produkte unmittelbar auf den Markt zu bringen und dort abzusetzen. Das verlangt einen intelligenten Katalog unterschiedlicher Maßnahmen, die clever geplant, kombiniert und umgesetzt werden.

Die Voraussetzung, damit das gelingen kann, besteht jedenfalls in der Praxis intelligenter Kommunikation. Es erscheint demnach augenscheinlich, dass neue Kommunikationskanäle, die sich aufgrund der Digitalisierung etablieren, effektiv eingesetzt werden sollten und substantiell verstanden werden müssen, um aus ihnen Nutzen zu ziehen.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Marketing I: Einführung in das Marketing
- ✓ Marketing II: Unternehmenskommunikation
- ✓ Digital Marketing

Lernziele

- ✓ Kenntnis gängiger Marketingtools
- ✓ Kompetenz, um die Medienplanung für eine Organisation durchzuführen
- ✓ Verständnis, wie Beziehungen zu KundInnen aufgebaut und intensiviert werden können
- ✓ Urteilskraft, welche Marketingstrategien online ausgerollt werden können
- ✓ Differenzierungsfähigkeit zwischen den Stärken und Schwächen bei klassischen und digitalen Marketinginstrumenten, um eine passende Gesamtstrategie aufzusetzen

Lehrinhalte

- ✓ Produktpolitik
- ✓ Preispolitik
- ✓ Marketing-Mix und Marketingtools
- ✓ Marketingtheorie
- ✓ Marketingstrategien
- ✓ Online-Marketing
- ✓ Soziale Medien
- ✓ Customer Relationship Management

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussprüfung

Modul 9: Human Resource Management

Inhalt

In globalisierten Gesellschaften, deren Produktion auf der Nutzung von gleichen Technologien baut, wird Wissen und Kreativität zum entscheidenden Erfolgskriterium. Das bedeutsamste Unterscheidungsmerkmal und den entscheidenden Erfolgsgaranten markieren die Talente, Ideen, Fähigkeiten jener Menschen, die sich in Unternehmen tätig verwirklichen können. Welche Freiräume, Kapazitäten und Voraussetzung dafür gefordert werden, erklärt dieses Modul. Es zeichnet die gegenwärtigen Anforderungen nach, denkt aber auch perspektivisch über die Zukunft der Arbeit und die neue Arbeitswelt nach.

Lehrveranstaltungen

- ✓ Human Resource Management I: Zweck des Human Resource Managements
- ✓ Human Resource Management II: Individuen und Organisation
- ✓ Neue Arbeitswelt

Lernziele

- ✓ Verständnis der grundlegenden Aspekte des Human Resource Managements
- ✓ Kompetenz, um Personalplanungen durchzuführen und den Personalbedarf objektiv zu kalkulieren
- ✓ Fähigkeit, den Personaleinsatz agil zu gestalten
- ✓ Perspektive auf die Zukunft der Arbeit und Einschätzung der damit verbundenen Herausforderungen
- ✓ Zusammenspiel aus Organisation und Individuum gestalterisch formen

Lehrinhalte

- ✓ Zweck des Human Resource Managements
- ✓ Personalführung, Personalentwicklung, Personalfreistellung
- ✓ Personalbedarf, Personalbeschaffung
- ✓ Organisationspsychologie

- ✓ Aktuelle Trends und Entwicklungen im Human Resource Management
- ✓ New World of Work

Beurteilung

- ✓ Multiple Choice Prüfung
- ✓ Schriftliche Abschlussprüfung