

Akademie für Wissenschaftliche Weiterbildung Bodensee-Oberschwaben

WEITERBILDUNGSKURS „DIGITALISIERUNG FÜR UNTERNEHMEN“

MODULHANDBUCH

INHALT

1.	Wissenschaftliche Weiterbildung an der RWU	2
2.	Qualifikationsziele	3
2.1.	Berufspraktische Relevanz.....	3
2.2.	Kompetenzdimensionen	3
3.	Struktur und Organisation	5
4.	Die Bausteine im Einzelnen	7
4.1.	Baustein 01: Digitale Transformationsexzellenz – Einfach machen!	7
4.2.	Baustein 02: Digital Marketing	8
4.3.	Baustein 03: Design Thinking – Innovationen agil entwickeln	9
4.4.	Baustein 04: Möglichkeiten und Kreieren neuer digitaler Produkte und Services	10
4.5.	Baustein 05: Technologieevaluation (Technologieturbine) im Unternehmen.....	11

1. Wissenschaftliche Weiterbildung an der RWU

Weiterbildung bringt Knowhow in Unternehmen, fördert die Innovationskraft, die Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft, sowie die Arbeitszufriedenheit der Belegschaft. Dies hat somit auch einen positiven Einfluss auf die Produktivität der Unternehmen. Die Akademie für Wissenschaftliche Weiterbildung Bodensee-Oberschwaben bietet – als eines der Standbeine der Hochschule Ravensburg-Weingarten – verschiedene Bildungsangebote im Rahmen der wissenschaftlichen Weiterbildung an, um so in Anbetracht der immer kürzeren Halbwertszeit von Wissen, einen Beitrag zum lebensbegleitenden Lernen zu leisten. Als erfolgsversprechend zeigen sich neben Angeboten, die etwa ein mehrjähriges berufsbegleitendes Studium erfordern, auch kürzere Formate mit einer kleinteiligen Gliederung an Arbeitsstunden. Der Weiterbildungskurs ist ein solches Bildungsangebot der hochschulischen Weiterbildung unterhalb der Studiengangsebene und dient der wissenschaftlichen oder künstlerischen Vertiefung und Ergänzung berufspraktischer Erfahrungen.

Um die Vielfalt an Weiterbildungsformaten und -abschlüssen hochschulübergreifend nachvollziehbar und transparent zu halten, orientiert sich die RWU bei der Gestaltung von Weiterbildungsangeboten an dem etablierten Transparenzraster der Deutschen Gesellschaft für Wissenschaftliche Weiterbildung e.V. (DGWF):

Abschluss	Weiterbildungsformat	Credit Points nach ECTS	Niveaustufe nach DQR	
Master*	Weiterbildender Masterstudiengang	60-120	7	
Bachelor*	Weiterbildender Bachelorstudiengang	180-240	6	
Zertifikat*	Zertifikatsstudium	Diploma of Advanced Studies (DAS)	≥ 30	7
		Certificate of Advanced Studies (CAS)	≥ 10	7
		Diploma of Basic Studies (DBS)	≥ 30	6
		Certificate of Basic Studies (CBS)	≥ 10	6
		Zertifikatskurs	3-9	6 oder 7
	Microcredential	1-2	6 oder 7	
Teilnahmebescheinigung**	Weiterbildungskurs	---	6 oder 7	

* mit Prüfungsleistung, **ohne Prüfungsleistung

Bei der Gestaltung eines Weiterbildungsangebots wird ein Modulhandbuch erstellt, das eine inhaltliche Beschreibung der Lehreinheiten und die zu erwerbenden Kompetenzen enthält. Weiteres zu den Weiterbildungskursen der RWU regelt die jeweils gültige Satzung.

2. Qualifikationsziele

Digitalisierung hält Einzug in sehr viele Unternehmensbereiche und entsprechend unübersichtlich groß ist das Angebot an neuen Softwareprodukten, Digitalservices und digitalen Methoden. Das Programm möchte Chancen aufzeigen, wie Digitalservices im eigenen Unternehmen entwickelt werden können oder das passende Produkt ausgewählt werden kann. Es soll ein Verständnis und ein Überblick über die Schlagworte der Digitalisierung gegeben und daraus passende Schritte abgeleitet werden. Auch soll es Möglichkeiten aufzeigen, wo die neuen Technologien in Unternehmensbereichen dienen, an die bisher noch nicht gedacht wurde.

Digitalisierung kann in vielen Bereichen dienlich sein, zum Einen im Unternehmen, um Abläufe zu vereinfachen oder erst zu ermöglichen, kann aber zum Anderen auch bei der Erschließung neuer Märkte helfen. Dabei hilft es, die Möglichkeiten des digitalen Marketings kennenzulernen, um einzuschätzen, welche Maßnahmen passend für die eigenen Projekte sind. Durch Design Thinking können Produkte so entwickelt werden, dass eine gute User Experience entsteht. Eine gute Bedienphilosophie und passende Produkte sind für die Einführung und Akzeptanz von digitalen Services und Produkten meist zäh und nicht erfolgreich. Digitalisierung trifft nicht immer auch Zustimmung aller Mitarbeiter, weswegen passende Einführungsstrategien gewählt werden müssen. Der Weg zu gelungenen wertschöpfenden neuen digitalen Services oder Produkten kann mit entsprechenden Werkzeugen strukturiert gegangen werden.

2.1. Berufspraktische Relevanz

Durch den Weiterbildungskurs werden Begriffe und Konzepte der Digitalisierung praxisnah erklärt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können schneller entscheiden, was für sie relevant ist. Sie können Angebote besser verstehen und für sie nützliche von weniger nützlichen Produkten unterscheiden. Sie lernen auch, welche Konzepte veraltet und welche zukunftsweisend sind. In den Seminaren entstehen neuen Ideen, die bisher meist noch nicht angedacht wurden. Neue Möglichkeiten in der Kundengewinnung und Marketing werden erläutert. Die Produkte können in Bezug auf deren Nutzererlebnis besser eingeschätzt werden, was die Einführung und den Verkauf von Digitalprodukten erleichtert. Die Einführung und der Change-Prozess sind oft die Knackpunkte bei der Digitalisierung, wofür das Seminar Konzepte anbietet.

2.2. Kompetenzdimensionen

Wissen & Verstehen

- die Grundbegriffe der Digitalisierung verstehen
- die Möglichkeiten, die die neuen Technologien in ihrem jeweiligen Umfeld bieten, verstehen
- verstehen, worauf es ankommt, um ein gutes Nutzererlebnis zu machen
- verstehen, wie digitale Services und Produkte im Unternehmen eingeführt werden können
- verstehen, welche digitalen Geschäftsmodelle für das eigenen Unternehmen gewinnbringend sein könnten

Einsatz, Anwendung & Erzeugung von Wissen/Kunst

Das Wissen kann sofort angewandt werden, um an neuen Ideen für das eigenen Arbeitsumfeld zu arbeiten.

Kommunikation & Kooperation

Die Teilnehmer können durch die Begriffsklärungen effizienter mit Anbietern von Digitalisierungslösungen kommunizieren. Die Teilnehmer erhalten Informationen, wie Digitalservices eingeführt werden können.

3. Struktur und Organisation

Weiterbildungsformat	Weiterbildungskurs			
Titel	Digitalisierung für Unternehmen			
Verantwortliche/r des Weiterbildungskurses	Prof. Dr. Thorsten Weiss			
Übersicht Weiterbildungskurs	Baustein 01: Digitale Transformationsexzellenz – Einfach machen! Baustein 02: Digital Marketing Baustein 03: Design Thinking – Innovationen agil entwickeln Baustein 04: Möglichkeiten und Kreieren neuer digitaler Produkte und Services Baustein 05: Technologieevaluation (Technologieturbine) im Unternehmen			
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Präsenz	<input type="checkbox"/> Blended	<input type="checkbox"/> Hybrid	<input type="checkbox"/> Online
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmerinnen und Unternehmer - Führungskräfte - Projektleiterinnen und Projektleiter - Product-Owner - Start-up Gründerinnen und Gründer - Interessierte am Thema Digitalisierung 			
Teilnahmevoraussetzungen	Formale Zulassungsvoraussetzungen: <ul style="list-style-type: none"> - einschlägiges Hochschulstudium ODER - einschlägige Berufsausbildung inkl. mindestes einjähriger Berufserfahrung Erwartete Vorkenntnisse: <ul style="list-style-type: none"> - grundlegende IT-Kenntnisse (keine Programmierkenntnisse) - grundlegendste wirtschaftliche Zusammenhänge - ein wenig Affinität und Offenheit für neue Technologien 			
Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Kontaktzeit Teilnahme an Präsenzveranstaltungen.			37,5 Stunden
Abschluss	Bei Belegung und erfolgreicher Teilnahme wird eine Teilnahmebescheinigung ausgestellt.			
Max. Teilnehmerzahl	20 Teilnehmende			
Dozent/innen	<ul style="list-style-type: none"> - Prof. Klemens Ehret - Prof. Dr. Steffen Jäckle - Prof. Dr. Bela Mutschler - Prof. Dr. Thorsten Weiss 			
Sprache	deutsch			

Literatur und Studienmaterial	<p>Jäckle, S. & Brüggemann, U. (2019). <i>Digitale Transformationsexzellenz: Wettbewerbsvorteile sichern mit der Customer Company Excellence Matrix</i>. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25431-5</p> <p>Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L. (Hrsg.). (2018). <i>Das Design Thinking Playbook: Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren</i> (2., überarbeitete Auflage). Vahlen. https://doi.org/10.15358/9783800656387</p> <p>Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L. (Hrsg.). (2020). <i>Das Design Thinking Toolbook: Die besten Werkzeuge & Methoden</i> (1. Auflage). Franz Vahlen. https://doi.org/10.15358/9783800657520</p> <p>Mutschler, B. <i>Skriptum</i>.</p> <p>Osann, I., Mayer, L. & Wiele, I. (2018). <i>Design Thinking Schnellstart: Kreative Workshops gestalten</i>. Lernlogbuch, Phasen-Check, Handwerkszeug, Dokumentation, Agendabeispiele. Hanser. https://doi.org/10.3139/9783446458604</p> <p>Weiss, T. <i>Skriptum</i>.</p>
-------------------------------	---

4. Die Bausteine im Einzelnen

4.1. Baustein 01: Digitale Transformationsexzellenz – Einfach machen!

Nummer	01			
Titel	Digitale Transformationsexzellenz – Einfach machen!			
Dozent/innen	Prof. Dr. Steffen Jäckle			
Inhalt des Bausteins	<ul style="list-style-type: none"> - Digitale Transformation – Notwendigkeit und Verständnis - Digitalen Reifegrad belastbar ermitteln mit dem Digital Transformation Excellence Navigator (DTXN) - Wettbewerbsvorteile sichern mit der Customer Company Excellence Matrix (CCXM) - Geschäftsmodell mittels den 22 Prototypen digital weiterentwickeln 			
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Präsenz	<input type="checkbox"/> Blended	<input type="checkbox"/> Hybrid	<input type="checkbox"/> Online
Sprache	deutsch			
Literatur und Studienmaterial (Kurztitel)	Jäckle, Brüggemann 2019 – Digitale Transformationsexzellenz			

4.2. Baustein 02: Digital Marketing

Nummer	02			
Titel	Digital Marketing			
Dozent/innen	Prof. Dr. Bela Mutschler			
Inhalt des Bausteins	<ul style="list-style-type: none">- Einführung in das Digital Marketing- Digital Marketing Strategien- Kundengewinnung durch Konversionsoptimierung- Social Media Marketing- Suchmaschinenmarketing			
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Präsenz	<input type="checkbox"/> Blended	<input type="checkbox"/> Hybrid	<input type="checkbox"/> Online
Sprache	deutsch			
Literatur und Studienmaterial (Kurztitel)	Mutschler – Skriptum			

4.3. Baustein 03: Design Thinking – Innovationen agil entwickeln

Nummer	03			
Titel	Design Thinking – Innovationen agil entwickeln			
Dozent/innen	Prof. Klemens Ehret			
Inhalt des Bausteins	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Design Thinking: Mindset, Prozess, Methoden, Einsatzgebiete und Stärken. - Anhand eines kleinen Teamprojektes wird Design Thinking vorgestellt. Die Teilnehmenden durchlaufen alle Phasen des Prozesses und erleben Herangehensweise und Stärken. - Do The Right Thing: Empathize & Define: Das Problem und den Kontext verstehen. Analyse & Standpunkt definieren. Customer Journey entwickeln. - Do Things Right: Ideation & Prototyping: Ideen finden mit Kreativitätstechniken. Testen mit Prototypen. Passende User Tests testen. 			
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Präsenz	<input type="checkbox"/> Blended	<input type="checkbox"/> Hybrid	<input type="checkbox"/> Online
Sprache	deutsch			
Literatur und Studienmaterial (Kurztitel)	<ul style="list-style-type: none"> - Lewrick, Link et al. (Hg.) 2018 – Das Design Thinking Playbook - Lewrick, Link et al. (Hg.) 2020 – Das Design Thinking Toolbook - Osann, Mayer et al. 2018 – Design Thinking Schnellstart 			

4.4. Baustein 04: Möglichkeiten und Kreieren neuer digitaler Produkte und Services

Nummer	04			
Titel	Möglichkeiten und Kreieren neuer digitaler Produkte und Services			
Dozent/innen	Prof. Dr. Thorsten Weiss			
Inhalt des Bausteins	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Begriffe wie Cloud, Webapp, App, AWS etc. einordnen und verstehen, was sich dahinter verbirgt - Technische Konzepte und Begriffe der Digitalisierung kompakt erklärt - Möglichkeiten der modernen Web-Technologie und deren Einsatz - Möglichkeiten bei der Einführung von digitalen Services nutzen und Fallstricke vermeiden - Entwicklung von neuen Ideen zur Digitalisierung für das eigenen Unternehmen mit anschließender Diskussion und Konzeption 			
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Präsenz	<input type="checkbox"/> Blended	<input type="checkbox"/> Hybrid	<input type="checkbox"/> Online
Sprache	deutsch			
Literatur und Studienmaterial (Kurztitel)	Weiss – Skriptum			

4.5. Baustein 05: Technologieevaluation (Technologieturbine) im Unternehmen

Nummer	05			
Titel	Technologieevaluation, Trends, Diskussion, Feedback			
Dozent/innen	Prof. Dr. Thorsten Weiss			
Inhalt des Bausteins	<ul style="list-style-type: none"> - Diskussion über Maßnahmen im Unternehmen - Offene Fragestellungen - Zukunftsaussichten und Trends (Einsatz KI, Machine 2 Machine) - Technologieeinordnungen - Feedback 			
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Präsenz	<input type="checkbox"/> Blended	<input type="checkbox"/> Hybrid	<input type="checkbox"/> Online
Sprache	deutsch			
Literatur und Studienmaterial (Kurztitel)	Weiss – Skriptum			