

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Georg-August-Universität Göttingen Modul B.WIWI-WIN.0025: Digitale Märkte <i>English title: Digital Markets</i> | | 6 C 2 SWS |
| Lernziele/Kompetenzen: Durch die Digitalisierung haben sich die Wertschöpfungsprozesse und -strukturen vieler traditioneller Branchen stark verändert und neue Sektoren sind geschaffen worden. Die Veranstaltung beschäftigt sich zum einen mit konvergenten Märkten (z.B. Telekommunikation, Energie, Medien) und den Herausforderungen, Chancen und Risiken der Digitalisierung für Unternehmen in diesen Märkten. Der zweite Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf digitalen Unternehmen. Im Rahmen der Vorlesung werden u.a. Fragen der Produktion, Organisation, Kommunikation, Geschäftsmodellkonfiguration von digitalen Unternehmen aus technologischer und theoretischer Sicht behandelt und diskutiert. Der Besuch der Veranstaltung soll dazu befähigen, die tiefgreifenden Konsequenzen der Digitalisierung für traditionelle Industrien zu verstehen sowie Chancen und Risiken, die für die Unternehmen daraus erwachsen, anhand theoretischer Grundüberlegungen kompetent zu beurteilen. Darüber hinaus verfolgt die Veranstaltung das Ziel, Studierende mit Wertschöpfungsprozessen und -strukturen digitaler Unternehmen sowie dahinter stehender Theorien für das Management und innovativer IT-basierter Konzepte vertraut zu machen. | | Arbeitsaufwand: Präsenzzeit: 28 Stunden Selbststudium: 152 Stunden |
| Lehrveranstaltung: Digitale Märkte (Vorlesung) | | 2 SWS |
| Prüfung: Klausur (90 Minuten) | | |
| Prüfungsanforderungen: Nachweis von Kenntnissen der relevanten theoretischen Konzepte und deren Anwendung auf praktische Anwendungsbeispiele. Ferner sollen die Managementherausforderungen der Digitalisierung für die betroffenen Industrien dargestellt und kritisch diskutiert werden können. | | |
| Zugangsvoraussetzungen: keine | Empfohlene Vorkenntnisse: Abgeschlossene Orientierungsphase | |
| Sprache: Deutsch, Englisch | Modulverantwortliche[r]: Jun.-Prof. Dr. Johann Kranz | |
| Angebotshäufigkeit: jedes Sommersemester | Dauer: 1 Semester | |
| Wiederholbarkeit: zweimalig | Empfohlenes Fachsemester: 3 - 6 | |
| Maximale Studierendenzahl: nicht begrenzt | | |