

Modulbezeichnung:	Global Commerce II	
Modulnummer: DLBLOGC2	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Digital Future Commerce (DLBLOGC201) • Innovation in Logistik und Commerce (DLBLOGC202) 		Workload: Selbststudium: 180h Selbstüberprüfung: 60h Tutorien: 60h
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Hubert Vogl
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Bachelor Logistikmanagement 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Global Commerce I

Qualifikations- und Lernziele des Moduls:

Digital Future Commerce:

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Möglichkeiten zur Abbildung betriebswirtschaftlicher Prozesse in IT-Systemen zu erläutern sowie die Einsatzmöglichkeiten von Workflow Management Systemen einzuschätzen.
- aktuelle Trends der Digitalisierung zu erklären, die historischen Entwicklungen ausgehend von der industriellen Revolution zu skizzieren sowie das Innovationspotenzial der Digitalisierung zu erläutern.
- digitale Wertschöpfungsnetzwerke und ihre Besonderheiten anhand von Beispielen zu beschreiben.
- die Implikationen des eCommerce auf die Logistik zu beschreiben und den Einfluss der Digitalisierung auf die Geschäftsprozesse zu analysieren.
- die Herausforderungen von Big Data zu erklären und Konzepte sowie Lösungsstrategien für einzelne Anwendungsfelder, insbesondere aus dem Bereich des eCommerce, zu entwickeln.
- Global Commerce in der digitalisierten Welt vor dem Hintergrund schneller Veränderungen und Anpassungsprozesse zu beschreiben und den „Faktor Mensch“ in diesem Kontext einzuordnen.

Innovationen in Logistik und Commerce:

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- unterstützt durch das Studium wissenschaftlicher Lehrbücher und weiterer fachbezogener Literatur, ihr Wissen in wesentlichen Aspekten um neueste Erkenntnisse im Bereich des Innovationsmanagements ergänzt und vertieft zu haben.
- aus Trends und Entwicklungen im organisatorischen und technischen Bereich Innovationspotenziale für Unternehmen ableiten zu können und Innovationsprozesse zu initiieren und zu steuern.
- Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements kritisch zu hinterfragen und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin zu bewerten. Argumente pro und contra können präzise formuliert und untermauert werden.
- zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile zu formulieren. Innovation im Unternehmen wird als Aufgabe des Unternehmens, aber auch jedes Mitarbeiters wahrgenommen und Konzepte können vor diesem Hintergrund entwickelt und umgesetzt werden.
- sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vor einem Fach- sowie Laienpublikum vorstellen und kommunizieren können.
- selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen.
- durch die virtuellen Teams sowie den Open Innovation-Ansatz ihre Kompetenz zu stärken, in Teams und definierten Projekten zielorientiert und kreativ zu arbeiten und Innovationen zu realisieren.

Lehrinhalt des Moduls:

Digital Future Commerce:

- Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik
- Trends und Entwicklungen
- Digitale Wertschöpfungsnetzwerke
- Umgang mit großen Datenmengen
- Global Commerce in einer digitalen Welt

Innovationen in Logistik und Commerce:

- Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Methoden und Verfahren

Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibungen	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	Modulklausur, 180 Min. (100 %)

Kursnummer: DLBLOGC201	Kursname: Digital Future Commerce	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Die Teilnahme an dem Kurs soll die Studierenden mit den Zukunftsthemen der Digitalisierung in Logistik, Industrie und Handel vertraut machen. Sie erhalten einen Überblick über den Stand der technischen Entwicklungen und der aktuellen Umsetzung. Darauf aufbauend entwickeln sie Konzepte und Umsetzungsstrategien für ausgewählte betriebliche Kontexte.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Möglichkeiten zur Abbildung betriebswirtschaftlicher Prozesse in IT-Systemen zu erläutern sowie die Einsatzmöglichkeiten von Workflow Management Systemen einzuschätzen. • aktuelle Trends der Digitalisierung zu erklären, die historischen Entwicklungen ausgehend von der industriellen Revolution zu skizzieren, sowie das Innovationspotenzial der Digitalisierung zu erläutern. • digitale Wertschöpfungsnetzwerke und ihre Besonderheiten anhand von Beispielen zu beschreiben. • die Implikationen des eCommerce auf die Logistik zu beschreiben und den Einfluss der Digitalisierung auf die Geschäftsprozesse zu analysieren. • die Herausforderungen von Big Data zu erklären und Konzepte sowie Lösungsstrategien für einzelne Anwendungsfelder, insbesondere aus dem Bereich des eCommerce, zu entwickeln. • Global Commerce in der digitalisierten Welt vor dem Hintergrund schneller Veränderungen und Anpassungsprozesse zu beschreiben und den „Faktor Mensch“ in diesem Kontext einzuordnen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik</p> <p>1.1 Logistisches Systemdenken und wirtschaftliche Modellbildung 1.2 Logistische Prozesse und Prozessdenken im Handel 1.3 Abbildung von betriebswirtschaftlichen Prozessen in IT-Systemen 1.4 Arbeitszeitmanagement: bedarfsorientierte Personallogistik</p> <p>2. Trends und Entwicklungen</p> <p>2.1 Die Geschichte der globalen Handelslogistik – von den Frühformen der logistischen Optimierung zur Digitalisierung</p>		

2.2 Das Spannungsfeld zwischen Liberalisierung und Protektionismus

2.3 Disruptive Innovationen der Handelslogistik gestern und heute

2.4 Der Mensch in der robotisierten Arbeitswelt – ein unverzichtbarer Störfaktor?

3. Digitale Wertschöpfungsnetzwerke

3.1 Selbststeuernde Systeme – Technologien und Organisation – Schwarmintelligenz

3.2 3D-Druck und Implikationen für die Handelslogistik

3.3 Logistikprozesse in einer digitalen Welt

3.4 E-Commerce und E-Logistik

4. Umgang mit großen Datenmengen

4.1 Herausforderungen und Strategien im Umgang mit Big Data

4.2 Technische Lösungen in verschiedenen Anwendungsfeldern

4.3 Cloud Services

4.4 Sicherheit und Datenschutz

5. Globaler Handel in einer digitalen Welt

5.1 Adaptive Handels- und Lieferketten

5.2 Design und Redesign von globalen Handelsketten

5.3 Digitalisierung weltweiter Produktions- und Liefernetzwerke

5.4 Bildung für die digitalisierte Welt

Literatur:

Bücher:

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658046811.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13 (Buch): 978-3834944719. ISBN-13 (E-Book): 978-3834944726.
- European A.T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains: Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658049874.
- Hausladen, I. (2014): IT-gestützte Logistik. Systeme, Prozesse, Anwendungen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13 (Buch): 978-3834946645. ISBN-13 (E-Book): 978-3834946654.
- Hompel, M. ten (Hrsg.) (2013): IT in der Logistik 2013/2014. Fraunhofer Verlag, München. ISBN-13: 978-3839606278.
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3662482650.
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschbroich. ISBN-13: 978-3981640328.

Zeitschriften zum Thema:

- Computerwoche
- Zeitschrift für Führung und Organisation

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: DLBLOGC202	Kursname: Innovation in Logistik und Commerce	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Es werden konkret innovative Ideen entwickelt und in virtuellen Teams in einem definierten Prozess konkretisiert. Es ist das Ziel, für ein konkretes betriebliches Umfeld Umsetzungsstrategien und Implementierungsvorschläge zu erarbeiten und kritisch zu bewerten. Der für das Präsenzstudium definierte Laborcharakter wird hier durch die Bildung virtueller Teams, ggf. mit den Tutoren des Programms und weiteren Beteiligten z. B. im Rahmen eines „Open Innovation Prozesses“ abgebildet.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • unterstützt durch das Studium wissenschaftlicher Lehrbücher und weiterer fachbezogener Literatur, ihr Wissen in wesentlichen Aspekten um neueste Erkenntnisse im Bereich des Innovationsmanagements ergänzt und vertieft haben. • aus Trends und Entwicklungen im organisatorischen und technischen Bereich Innovationspotenziale für Unternehmen ableiten können und Innovationsprozesse initiieren und steuern. Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements werden kritisch hinterfragt und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin bewertet. Argumente pro und contra können präzise formuliert und untermauert werden. • zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile formulieren können. Innovation im Unternehmen wird als Aufgabe des Unternehmens, aber auch jedes Mitarbeiters wahrgenommen und Konzepte können vor diesem Hintergrund entwickelt und umgesetzt werden. • sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vor einem Fach- sowie Laienpublikum vorstellen und kommunizieren können. Mit Vorbereitung sind die Studierenden in der Lage, diese Inhalte auch in einer anderen Sprache als Deutsch, insbesondere Englisch, zu kommunizieren. • in der Lage sein, selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen. • durch die virtuellen Teams sowie den Open Innovation-Ansatz ihre Kompetenz stärken, in Teams und definierten Projekten zielorientiert und kreativ zu arbeiten und Innovationen zu realisieren. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Trends und Entwicklungen</p> <p>1.1 Technologische Trends</p> <p>1.2 Organisatorischen Trends</p>		

1.3 Wirtschaftliche und gesellschaftliche Trends

1.4 Trendanalyse und -bewertung

2 Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen

2.1 Forschungsfelder

2.2 Technologiefolgenabschätzung und -bewertung

2.3 Von der Invention zur Innovation

2.4 Produkt- und Dienstleistungslebenszyklen

2.5 Typen von Innovationen

3 Innovationen und Innovationsmanagement

3.1 Unternehmensstrategie und Innovationen

3.2 Innovative Unternehmenskultur

3.3 Innovationen in Dienstleistungsunternehmen

3.4 Gestalten von betrieblichen Innovationsprozessen

4 Methoden und Verfahren

4.1 Die Stufen von Innovationsprozessen, Stage Gate-Prozesse

4.2 Ideenfindung und Kreativitätsmethoden

4.3 Systematische Analyse und Potenzialbewertung

4.4 Kreative Zerstörung vs. kontinuierliche Innovation

Literatur:

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658046811.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13 (Buch): 978-3834944719. ISBN-13 (E-Book): 978-3834944726.
- European A.T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains: Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658049874.
- Hompel, M. ten (Hrsg.) (2013): IT in der Logistik 2013/2014. Fraunhofer Verlag, München. ISBN-13: 978-3839606278.
- Herrmann, D./Hüneke, K./Rohrberg, A. (2012): Führung auf Distanz. Mit virtuellen Teams zum Erfolg. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834937117.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. Wiley, Hoboken (NJ). ISBN-13: 978-0470876411.
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3662482650.
- White, M. A./Bruton, G. D. (2006): The Management of Technology and Innovation. Thomson South Western, Mason (OH). ISBN-13: 978-0324144970.
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich. ISBN-13: 978-3981640328.
- Ausgewählte Filme/Bücher aus dem SciFi-Genre.

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30