

# Studieninhalte

Der Executive MBA in Disruptive Business Development umfasst sechs Unterrichtsmodule mit insgesamt 36 Präsenztagen sowie die Master Thesis. Damit erwerben Sie insgesamt 36 ECTS-Punkte. Dies entspricht einem totalen Arbeitsaufwand von ca. 1080 Stunden.

## Strategische Unternehmensführung

6 Tage / 4 ECTS

- Unternehmensstrategie und Geschäftsfeldstrategie
- Strategische Analyse und Position
- Formulierung von klassischen und neuen Wachstumsstrategien
- Bedeutung disruptiver Geschäftsmodelle und disruptiver Strategien für das Wachstum
- Strategieauswahl und Implementierung
- Strategische Kontrolle
- Fallbearbeitung anhand von Herausforderungen aus dem Praxisumfeld der Studierenden

## Business Transformation – disruptive Geschäftsmodelle

7 Tage / 5 ECTS (mit Intensivwoche Berlin)

- Future Foresight-Analyse von Makro-, Branchen- und Technologietrends zur Identifizierung relevanter Innovationsfelder für Branchen und Unternehmen
- Übersicht von Geschäftsmodellen mit dem Business Model Canvas
- Disruptive Geschäftsmodellinnovationen und datenbasierte Geschäftsmodelle
- Innovative Pricingmodelle
- Nutzerorientierte Positionierung mit Value Proposition Design
- Best Practice-Beispiele disruptiver Geschäftsmodelle und innovativer Branchenszenarien in Berlin

## Globale und nachhaltige Wachstumsstrategien 4.0

6 Tage / 4 ECTS

- Chancen und Herausforderungen durch Globalisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit für Wachstumsstrategien
- Internationalisierungsstrategien (Markteintrittsszenarien, Geschäftsmodelle im internationalen Kontext, internationales Management und Marketing)
- Verständnis und Relevanz nachhaltiger Geschäftsmodelle als Chance für erfolgreiche Wachstumsstrategien (Nachhaltigkeitsmanagement, Wesentlichkeitsmatrix, CSR)
- Digitale Customer Journey: datengestützte Strategien für Sales und Marketing 4.0
- Best Practice Beispiele globaler, disruptiver und nachhaltiger Wachstumsstrategien

## Agile Innovation

7 Tage / 4 ECTS

- Überblick Innovationsziele, -strategien und -prozesse
- Produkt- und Serviceinnovationen und Service Blueprint (Konzepte Good Dominant Logic vs. Service Dominant Logic)
- Agile Innovationsmethode Design Thinking: Innovationsprojekt mit agiler Entwicklung, Test und Demo eines User-Experience Prototyps im Service Innovation Lab (SIL)
- Aktuelle Methoden des Innovationsmarketings

## Corporate Entrepreneurship und Venturing

6 Tage / 4 ECTS

- Methoden für Corporate Entrepreneurship und Corporate Ventures (Innovation Labs, Intrapreneurship, Incubators und Accelerators)
- Start-Up Beispiele zu disruptiven Geschäftsmodellen
- Partnerschaften, Allianzen und Ökosysteme
- Finanzierung und Skalierung disruptiver Geschäftsmodelle
- Finanzierungsformen und Vorbereitung eines Investoren-Pitch für einen Corporate Innovation Case
- Gastreferate zu Corporate Venture Strategien und Start-Ups aus der Start-Up Szene Schweiz

## Change Management und agiles Leadership

4 Tage / 3 ECTS

- Anforderungen durch disruptive Geschäftsmodelle und Digitalisierung an Organisation, Führung, Kultur
- Agile Organisation und Leadership im Umfeld von Transformation und Innovation (duale Organisation, Netzwerk- und Projektorganisationen)
- Erfolgsfaktoren des Change Managements und Innovationskultur (Modelle, Kommunikation, Coaching, Kulturwandel)

## Master Thesis

12 ECTS