



ADG BUSINESS  
SCHOOL  
AN DER STEINBEIS-HOCHSCHULE



## CURRICULUM

# MASTER (M.SC.) DIGITAL INNOVATION & BUSINESS TRANSFORMATION

Zukunftsfähige Geschäftsstrategien & Innovationen



## STUDIENABLAUF

Modul-Nr.	Modul	Präsenztage	Leistungsnachweis	Credit-points
<b>Foundation</b>				
F-01	Wissenschaftstheorie & Forschungsmethoden	2	Transferarbeit	5
F-02	Economics, Politics & Society	2	Klausur (30 Min.) & Zwischentest	5
F-03	Projektmanagement	2	Transferarbeit	5
F-04	Strategische Unternehmensführung	2	Transferarbeit & Mitarbeit	5
F-05	Finance	2	Klausur (60 Min.)	5
F-06	Markt, Kunde & Marketing	2	Transferarbeit	5
F-08	Führung & Kommunikation	2	Transferarbeit	5
F-09	Statistik advanced	2	Klausuraufgabe (Bearbeitung von zu Hause aus) & Zwischentest	5
<b>Spezialisierung</b>				
IM-02	Innovation Project	2	Transferarbeit	5
ITD-01	Integrationsmodul: Innovation, Technology & Digitalization	2	Transferarbeit	5
DIT	Digital Technology	4	Klausur (60 Min.)	5
ITD-02	Digital Technology - advanced	4	Klausur (60 Min.)	5
INO	Innovationsmanagement	4	Transferarbeit	5
DES	Digital Economics - Implications for Business & Society	4	Klausur (60 Min.)	5
ENT	Entrepreneurship	2	Transferarbeit	5
MMO	Managing the modern Organisation: Change, Agility & Leadership	4	Transferarbeit	5
MRC	Market Research and Consumer Behavior	2	Transferarbeit	5
ITD-11	Business Intelligence: Strategy	4	Transferarbeit	5
<b>Projekte</b>				
P-01	Projektstudienarbeit (PSA)		schriftliche Ausarbeitung & Präsentation	5
P-02	Studienarbeit (SA)		schriftliche Ausarbeitung	5
P-03	Master Thesis (MT)		Abschlussarbeit & mündliche Prüfung (Präsentation & Verteidigung)	20



## STUDIENINHALTE

<b>Wissenschaftstheorie &amp; Forschungsmethoden</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Einführung in Wissenschaftstheorien und empirische Forschung</li><li>▪ Kriterien der Auswahl qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden</li><li>▪ Methoden der Hypothesengewinnung und Theoriebildung sowie gestaltungsorientierte Forschungsansätze</li></ul>
<b>Economics, Politics &amp; Society</b>	<p><b>Economics</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Philosophische Perspektiven</li><li>▪ Politische Ansätze</li><li>▪ Modelllandschaft</li></ul> <p><b>Politics</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Definition und Abgrenzung</li><li>▪ Stakeholder</li><li>▪ Machtbasen</li><li>▪ Einflussgrößen und Bearbeitungsmethoden</li></ul> <p><b>Society</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Perspektiven</li><li>▪ Erwartungen und Einflussgrößen</li><li>▪ Wirtschaftsethik, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und Compliance</li></ul>
<b>Projektmanagement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Umsetzungsprojekte vs. wissenschaftliche Projekte</li><li>▪ Projektziele und Projektanforderungen identifizieren</li><li>▪ Aufgaben- und Phasenplanung</li><li>▪ Controlling-Werkzeuge und Projektsteuerung</li><li>▪ Agile Projektmanagement-Methoden wie z.B. SCRUM</li><li>▪ Multiprojekt-Management und Projektportfolio-Management</li></ul>
<b>Strategische Unternehmensführung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ebenen und Funktionen eines Unternehmensführungssystems</li><li>▪ Theorien und Entwicklung der strategischen Unternehmensführung</li><li>▪ Strategische Analysen sowie Integration der Ergebnisse</li><li>▪ Marktorientierte und ressourcenorientierte Strategien</li><li>▪ Innovationsstrategien und disruptive Geschäftsmodelle</li><li>▪ Strategiefokussierte Organisation und effektiver Strategieprozess (XPP)</li></ul>
<b>Finance</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Finanzcontrolling</li><li>▪ Grundlagen der Unternehmensbewertung</li><li>▪ Unternehmensbewertungsverfahren</li><li>▪ Mergers &amp; Acquisitions (M&amp;A)</li></ul>
<b>Markt, Kunde &amp; Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Marketingtheorien und -paradigmen</li><li>▪ Strategisches Marketing</li><li>▪ The Marketing Case Course</li><li>▪ Market based und ressourcenorientierte view</li><li>▪ Grundlagen der neuen Institutionsökonomie</li><li>▪ Competitive Analysis</li></ul>
<b>Führung &amp; Kommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Kommunikationsmodelle</li><li>▪ Harvard-Methode</li><li>▪ Verhandlungsstrategien</li><li>▪ Verhaltensstrategien in der Personalführung</li><li>▪ Aktuelle und zukünftige Anforderungen an die Führung</li><li>▪ Kommunikationsinstrumente und -strategien</li></ul>



<b>Statistik advanced</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung in multivariante Analysemethoden</li> <li>▪ Datengewinnung und -aufbereitung</li> <li>▪ Regressions-, Zeitreihen-, Varianz-, Diskriminanz- und Faktorenanalyse</li> <li>▪ Clusteranalyse</li> <li>▪ Einführung in ein Statistikprogramm</li> </ul>
<b>Innovation Project</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identifikation von komplexen Markt- und Kundenbedürfnissen</li> <li>▪ Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung</li> <li>▪ Entwicklung unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanter Innovationsansätze</li> <li>▪ Konzeption und Projektierung von Lösungswegen sowie Entwicklung von Prototypen</li> <li>▪ Testen der Innovationsansätze und Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse</li> <li>▪ Finales Design der Innovationsansätze</li> </ul>
<b>Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Innovation, Technology &amp; Digitalization</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Innovation, Technology &amp; Digitization in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen</li> <li>▪ Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Innovation, Technology &amp; Digitization</li> </ul>
<b>Digital Technology</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wesentliche digitale Technologien</li> <li>▪ Integriertes, normatives und strategisches Technologiemanagement</li> <li>▪ Konzepte der Lebenszyklen und Erfahrungskurve</li> <li>▪ Portfoliomethodik</li> <li>▪ Programmierung &amp; Algorithmen</li> <li>▪ Virtuelle und erweiterte Realität (virtual / augmented Reality)</li> </ul>
<b>Digital Technology - advanced</b>	<p><b>Digitale Technologien und Innovationen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Digitale Technologietrends</li> <li>▪ Datenbank-Management</li> <li>▪ Computer- &amp; Netzwerk-Architekturen</li> </ul> <p><b>Mediennutzung und Rezeption im digitalen Zeitalter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Medientechnologien</li> <li>▪ Medienangebote</li> </ul>
<b>Innovationsmanagement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innovationsstrategien und -management</li> <li>▪ Steuerung des Innovationsprozesses</li> <li>▪ Arten von Innovationen</li> <li>▪ Markteintrittsmöglichkeiten</li> <li>▪ Kreativitätsmanagement</li> </ul>
<b>Digital Economics: Implications for Business &amp; Society</b>	<p><b>Digital Economics and Business</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grenzkostenanalyse und Skaleneffekte</li> <li>▪ Modularisierung und Individualisierung</li> <li>▪ Netzwerkeffekte und Metcalfe's Law</li> <li>▪ Dezentralisierung, Peer-to-Peer und Blockchain</li> <li>▪ Digitale Erlös- und Geschäftsmodelle</li> </ul> <p><b>Information Society</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Information Overload &amp; Aufmerksamkeitsökonomie</li> <li>• Empfehlungssysteme, Filtertechnologien und Echo Chambers</li> <li>• Synchrone und asynchrone Kommunikation</li> <li>• Digitale Berechenbarkeit</li> <li>• Privacy &amp; Post-Privacy</li> </ul>



<p><b>Entrepreneurship</b></p>	<p><b>Entrepreneurship &amp; Intrapreneurship</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gründungsphasen</li> <li>▪ Seedphase &amp; Innovationen</li> <li>▪ Trends &amp; Trend Scouting</li> <li>▪ Digitale Geschäftsmodelle</li> <li>▪ Finanzierungsinstrumente</li> </ul> <p><b>Business Planning, Modellierung &amp; Development</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geschäftsmodellentwicklung</li> <li>▪ Systematisches Business Development</li> <li>▪ Lernen von erfolgreichen Innovatoren</li> </ul>
<p><b>Managing the modern Organisation: Change, Agility and Leadership</b></p>	<p><b>Change Management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Methoden der Analyse von Organisationen und Organisationskultur</li> <li>▪ Erfolgsfaktoren des Change Managements</li> <li>▪ Ansätze der Organisationsberatung</li> </ul> <p><b>Digitalisierte Organisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organisationale Optimierung und Veränderung durch Digitalisierung</li> <li>▪ Industrie 4.0</li> <li>▪ Agile Organisationen</li> <li>▪ Führung und Zusammenarbeit in digitalen Strukturen</li> </ul>
<p><b>Market Research and Consumer Behavior</b></p>	<p><b>Market Research &amp; Analytics</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wesentliche Methoden und Anwendungsfelder der Marktforschung</li> <li>▪ Primäre und sekundäre Marktforschung</li> <li>▪ Qualitative und quantitative Methoden</li> <li>▪ Gütekriterien der Marktforschung</li> </ul> <p><b>Verhalten relevanter Austauschpartner</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Theorien und Konzepte des Konsumentenverhaltens</li> <li>▪ Motivationsforschung</li> <li>▪ Emotionale &amp; kognitive Prozesse</li> <li>▪ Neuronale Konsumentenforschung</li> </ul>
<p><b>Business Intelligence: Strategy</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyse der Ausgangssituation</li> <li>▪ Strategieentwicklung</li> <li>▪ SWOT-Analyse</li> <li>▪ BSC-Methodik</li> <li>▪ Elemente einer Business Intelligence Strategie</li> </ul>
<p><b>Projektstudienarbeit (PSA)</b></p>	<p>Der Inhalt der Projektstudienarbeit ist von dem zu bearbeitenden Projekt im Unternehmen abhängig. Die Projektstudienarbeit stellt Lösungen der unternehmensrelevanten Projektaufgabenstellung dar. Dabei soll der Studierende die Methoden und Erkenntnisse des Studiums um- und einsetzen.</p>
<p><b>Studienarbeit (SA)</b></p>	<p>Die Studienarbeit ist eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu einem anwendungsorientierten akademischen Thema, das der Studierende in Absprache (Inhalt und Frist) mit dem bestellten Erst-Prüfer der Steinbeis-Hochschule bearbeitet.</p>
<p><b>Master Thesis (MT)</b></p>	<p>Die Master Thesis ist eine praxisorientierte, wissenschaftliche und unternehmerisch relevante Konzeption und Abschlussdokumentation, in der das im Studium erworbene Wissen und die erlernten Fähigkeiten auf ein Projekt aus dem beruflichen Umfeld des Studierenden angewendet werden. Die Thesis soll zeigen, dass der Studierende in der Lage ist, eine komplexe Problemstellung seines Unternehmens selbständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten.</p>



### **Hinweis**

Bei den dargestellten Studieninhalten handelt es sich um eine gekürzte Version.

Die vollständigen Inhalte und Qualifikationsziele können dem Modulhandbuch des Master of Science (M.Sc.) im Studiengang Business Management entnommen werden.

## STUDIENBERATUNG

Bei Fragen steht gerne unsere Studienberatung zur Verfügung:



Nadine Piroth  
Tel. 02602 14-209  
[nadine.piroth@adg-business-school.de](mailto:nadine.piroth@adg-business-school.de)



Katja Kranz  
Tel. 02602 14-320  
[katja.kranz@adg-business-school.de](mailto:katja.kranz@adg-business-school.de)

Infoveranstaltungen & Info-Webinare: [www.adg-business-school.de/master-informieren](http://www.adg-business-school.de/master-informieren)

ADG Business School an der Steinbeis-Hochschule Berlin GmbH  
Schloss Montabaur  
56410 Montabaur



## ÜBERBLICK

### Zulassungsvoraussetzungen:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (Universität, Fachhochschule oder Berufsakademie) mit Uni- oder FH-Diplom, Bachelor Degree oder vergleichbarem Abschluss *sowie*
- Einreichen der Bewerbungsunterlagen *sowie*
- erfolgreiche Teilnahme am Bewerbungsverfahren der ADG Business School

### Aufwand:

- Selbststudium: eigeninitiiertes Lernen mit iPad und zur Verfügung gestellten Studienunterlagen
- Präsenzstudium: 8 Blöcke à 6 Präsenztage am Studienstandort der Wahl (insgesamt 48 Präsenztage), immer über das Wochenende
- Transferstudium: ab dem 1. Semester konsequente Anwendung des Wissens über Leitfragen und Projektthemen im Unternehmen

### Studiendauer:

4 Semester / 2 Jahre

### Studiengebühren:

24 Monatsraten à 829,17 €

### Credit Points:

120 CP

zzgl. 500 € Immatrikulations- und  
500 € Prüfungsgebühr

insgesamt:

20.900 €

### Studienstandorte:

- Montabaur
- Berlin

### Studienstarts:

Sommersemester: 01.06.

Wintersemester: 01.12.

### Bewerbungsfrist:

Sommersemester: bis zum 15.05.

Wintersemester: bis zum 15.11.

### Abschluss: Master of Science (M.Sc.)

Studiengang: Business Management  
Vertiefung: Innovation, Technology & Digitalization  
- advanced  
Spezialisierung: Digital Innovation & Business  
Transformation

### Status:

staatlich anerkannt & FIBAA-akkreditiert

PROGRAMMAKKREDITIERT  
nach Akkreditierungsrat durch FIBAA