



Module: Management und Digitalisierung März 2020 bis Dezember 2020 in Mannheim

Seite 2

Agiles Projektmanagement

Termine:

1. Veranstaltung: 05.03. - 07.03.2020 und 12.03. - 14.03.2020
2. Veranstaltung: 17.09. - 19.09.2020 und 24.09. - 26.09.2020

Seite 4

Digital Business Excellence

Termine:

- 10.12. - 12.12.2020 und 17.12. - 19.12.2020

Seite 6

Forschungsprojekt – praxisorientiert forschen

Termine:

1. Veranstaltung: wöchentlich 05.06.20 - 31.07.20 (8 Veranstaltungen)
2. Veranstaltung: wöchentlich 04.12.20 - 12.02.21 (8 Veranstaltungen)

Seite 8

Digitale Transformation

Termine:

- 03.09. - 05.09.2020 und 10.09. - 12.09.2020

Seite 10

Digitale Ethik

Termine:

1. Veranstaltung 19.03. - 21.03.2020 und 26.03. - 28.03.2020
2. Veranstaltung 17.09. - 19.09.2020 und 24.09. - 26.09.2020

Weitere Informationen:

Die Module finden an der Hochschule der Wirtschaft für Management, Oskar-Meixner-Straße 4-6, 68163 Mannheim statt.

Bei Interesse an der Teilnahme bei einem oder mehreren der oben aufgeführten Module wenden Sie sich bitte per E-Mail an weiterbildung@hdwm.org oder telefonisch an das Team der Weiterbildung unter 0621-49089036. Eine Anmeldung ist bis 7 Tage vor Beginn der Veranstaltung möglich.

Unsere Module (außer das Modul „Forschungsprojekt“) bieten wir auch als Inhouse-Schulung an. Bei Fragen wenden Sie sich gerne an uns: weiterbildung@hdwm.org; 0621-49089036.



Agiles Projektmanagement – agile Methoden erfolgreich anwenden können

Agiles Projektmanagement bezeichnet eine Methodik in einem dynamischen Umfeld. Das agile Projektmanagement entstand als Gegenbewegung zum klassischen, rein prozessorientierten Projektmanagement, das in der Praxis vor allem bei der Umsetzung von komplexen IT-Projekten, trotz hohen Aufwandes, oft nur ungenügende Resultate erzielte. In diesem Seminar erfahren Sie die Unterschiede zwischen dem klassischen und dem agilen Projektmanagement und wie beide sich verbinden lassen. Sie lernen Methoden und Techniken des agilen Projektmanagements kennen. Sie sind in der Lage, die Unterschiede im agilen Projektmanagement zu beurteilen und mit agilen Techniken zu arbeiten. Sie können die wesentlichen Instrumente in der Praxis einsetzen und deren Auswirkung auf Projekt und Umfeld abschätzen.

Themenschwerpunkte:

- Grundlagen des Projektmanagements
- Ziele und Zielkonflikte im Projektmanagement
- Projektmanagement und Organisation von Projekten klassisch und agil
- Agile Werte und Prinzipien
- Agile Techniken und Methoden - phasenübergreifend und phasenspezifisch
- Scrum als Framework zur innovativen, prozessorientierten Produktentwicklung
- Kanban als Framework zur Verbesserung des Prozessdurchlaufs
- Design Thinking als Methode zur Lösung komplexer Problemstellungen und zur Generierung neuer Produktideen
- Lean Startup als iterativer Prozess, der Kundendaten erfasst und Informationen über Anpassungen der Produktstrategie nutzt
- Lean als Ursprung agiler Methoden mit den Schwerpunktthemen "Just-in-time"-Produktion und Qualität von Anfang an
- Agile Change: Agile Methoden etablieren und erfolgreich umsetzen
- Das Miteinander in agilen Teams
- Softwarewerkzeuge des agilen Projektmanagements
- Ethik im agilen Projektmanagement

Lernziele:

- Die Teilnehmer kennen den Unterschied zwischen klassischem und agilem Projektmanagement.
- Die Teilnehmer verstehen die agilen Werte und können ein agiles Mindset entwickeln.
- Sie kennen die agilen Prinzipien zur Schaffung des notwendigen Frameworks .
- Sie kennen die Techniken und Methoden des agilen Arbeitens.
- Sie sind in der Lage passende Techniken und Methoden für ihren Bedarf auszuwählen und umzusetzen.
- Sie lernen agile Techniken und agile Vorgehensmodelle wie Scrum, Kanban, Design Thinking und Lean Startup und in Ihren Projekten einzusetzen.



HdWM Weiterbildung

Didaktik und Methodik:

Seminar, themenbezogene Diskussionen, Gruppenarbeiten, Übungen und Fallstudien und wenn gewünscht fachsprachliche Begleitung.

Zielgruppe:

Fach- und Führungskräfte aus der betrieblichen und öffentlichen Praxis aus den Bereichen Projektmanagement und IT sowie Organisation, Marketing, Finanzen und Produktion, die Projekte leiten und betreuen.

Prüfung:

Mit der Erfüllung der entsprechenden Zugangsvoraussetzungen (mind. Bachelor-Studium) sowie dem erfolgreichen Bestehen der Prüfungsleistung ist der Erwerb von 6 ECTS-Punkten möglich.

Kosten:

1.080,-€ / Teilnehmer (aktuell Sonderkondition) anstelle des regulären Preises*.

*Diese Veranstaltung wird im Rahmen des Förderprojektes QUAPI vom Europäischen Sozialfonds (ESF) und durch das Land Baden-Württemberg gefördert. Info unter www.hdwm.de/quapi

Veranstaltungstermin(e):

05.03.2020 – 07.03.2020 und 12.03.2020 – 14.03.2020

17.09.2020 – 19.09.2020 und 24.09.2020 – 26.09.2020

Trainer/Dozent:

Prof. Dr. Özer Pinar;

Prof. Dr. Christoph Sandbrink

(Die Vita unserer Trainer und Dozenten entnehmen Sie bitte dem Anhang)



Digital Business Excellence

Disruption und digitale Technologien bestimmen die Veränderung von Märkten und Branchen. Klassische Anwendungsgebiete der Betriebswirtschaft – wie Einkauf, Produktion und Marketing – werden mittels digitaler Technologien und der damit verbundenen Datenvielfalt und -verfügbarkeit durch neue Geschäftsfelder und -modelle ergänzt oder ersetzt. Neue Anforderungen an Strukturen und Prozesse in Planung, Organisation, Führung oder Monitoring bieten hierbei Chancen und Risiken. Die Entwicklung von digitalen Geschäftsmodellen ist die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Dabei ist das Verständnis über digitale Wertschöpfung, Plattformen des Digital Business sowie Vorgehensmodelle des Digital Marketing essenziell. Neue Kundenanforderungen und eine Vielzahl neuer Kanäle verbunden mit aufkommenden Megatrends stellen Unternehmen vor große Herausforderungen. Schnelligkeit, Technologieeinsatz und Agilität sind entscheidende Voraussetzungen, um im Wettbewerb langfristig bestehen und wachsen zu können.

Themenschwerpunkte:

- Digitale Technologien und Trends
- Grundlagen des Digital Business
- Mobile Business
- Social Media Business
- Digital Business Strategieentwicklung
- Web 1.0: Angebotssysteme
- Web 2.0: Vernetzungssysteme
- Web 3.0: Nachfragesysteme
- Digital Marketing
- Digital Customer Journey und Customer Experience Management
- Digital Pricing und Dynamic Pricing
- Digital Products und Services
- Digital Communication und Social Media Marketing
- Digital CRM und Marketing Automation

Lernziele:

- Sie können technologische Grundlagen und -prinzipien von Digital Business darstellen.
- Sie können veränderte Rahmenbedingungen für Unternehmen und Mitarbeiter erkennen.
- Sie können digitale Technologien identifizieren und nutzen.
- Sie können wesentliche Erfolgsfaktoren der Customer Experience beurteilen.
- Sie können digitale Geschäftsmodelle einschätzen und praktisch entwickeln.
- Sie können Anforderungen an New Work, Digital Leadership und agiles Management verstehen.
- Sie können aktuelle Trends von Digital Business (z. B. Internet of Things) in den unternehmerischen und gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang einordnen.

Didaktik und Methodik:

Seminar, themenbezogene Diskussionen, Gruppenarbeiten, Übungen und Fallstudien und wenn gewünscht fachsprachliche Begleitung.



HdWM Weiterbildung

Zielgruppe:

Fach- und Führungskräfte aus der betrieblichen und öffentlichen Praxis aus den Bereichen Unternehmensführung, Organisation, IT, Marketing, Finanzen, HR und Produktion.

Prüfung:

Mit der Erfüllung der entsprechenden Zugangsvoraussetzungen (mind. Bachelor-Studium) sowie dem erfolgreichen Bestehen der Prüfungsleistung ist der Erwerb von 6 ECTS-Punkten möglich.

Kosten:

1.080,-€ / Teilnehmer (aktuell Sonderkondition) anstelle des regulären Preises*.

*Diese Veranstaltung wird im Rahmen des Förderprojektes QUAPI vom Europäischen Sozialfonds (ESF) und durch das Land Baden-Württemberg gefördert. Info unter www.hdwm.de/quapi

Veranstaltungstermin(e):

10.12.2020 – 12.12.2020 und 17.12.2020 – 19.12.2020

Trainer/Dozent:

Prof. Dr. Özer Pinar;

Prof. Dr. Christoph Sandbrink

(Die Vita unserer Trainer und Dozenten entnehmen Sie bitte dem Anhang)



Forschungsprojekt – praxisorientiert forschen

Das Modul leitet die Teilnehmer (bevorzugt kleinere Gruppen) dabei an, eine wissenschaftliche Fragestellung in ein empirisches Forschungsdesign zu überführen, dies ggf. mit anderen Fragestellungen zu verbinden und eigenständig zu bearbeiten.

Die Teilnehmer erwerben in diesem Forschungsprojekt Kenntnisse über wissenschaftlich-systematisches Arbeiten, den Umgang mit Fachliteratur, qualitative und quantitative Methoden der empirischen Forschung, Daten-auswertung und Umsetzung in tabellarische, grafische und textliche Präsentation der Ergebnisse. Sie sind anschließend dazu in der Lage selbständig Studien zu entwerfen und durchzuführen oder deren externe Erledigung zu begleiten und zu bewerten.

Bearbeitet werden komplexe Fragestellungen aus der betrieblichen und öffentlichen Praxis, wie z.B. Produkteinführung, interne Restrukturierung, Prozessbeschreibung, Bürgerbeteiligung, Digitalisierung, Open Data etc.

Bei einzelnen Auftraggebern ab einer Teilnehmerstärke von mindestens 3 Personen können unternehmensspezifische Fragestellungen bearbeitet werden.

Themenschwerpunkte:

- Wissenschaftstheoretische Konzepte
- Finden einer untersuchungswerten wirtschafts- oder sozialwissenschaftlichen Problemstellung und die analytische Zerlegung in Teilfragen.
- Abstimmung mit anderen Gruppen über eventuelle thematische Schnittstellen oder Überlappungen.
- Erarbeitung eines ersten theoretischen Fundaments, einschlägige Literatursichtung, Festigung der Theorie und Entwicklung von zu untersuchenden Hypothesen.
- Suche nach vorhandenen und nutzbare Datenquellen sowie deren Beschreibung.
- ggf. Daten selbst erheben; abschätzen der Realisierbarkeit.
- ggf. Entwicklung eines Erhebungsinstruments
- deskriptive Datenauswertungen
- inferenzstatistische Datenauswertungen
- simulierende Datenauswertungen
- Rückbindung empirischer Analysen an die zugrunde gelegte theoretische Basis

Lernziele:

- Die Teilnehmer erwerben vertiefte Kenntnisse der empirischen Sozialforschung und der statistischen Methoden
- Sie können sich eigenständig neue fachliche und methodische Wissensgebiete erarbeiten
- Sie können eigenständig Datenquellen erschließen, an die Forschungsfrage herantragen und ggf. die Themenstellung anpassen an die Datenlage
- Sie können sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Analysen mit Sekundärdaten erstellen (z.B. Länderanalysen anhand statistischer Jahrbücher oder anderer statistischer Veröffentlichungen, Sozialstrukturanalysen mit dem sozio-



HdWM Weiterbildung

oekonomischen Panel SOEP) und wissen, welche Primärdatenerhebungen hilfreich wären

- Sie sind in der Lage aussagekräftige Zwischenergebnisse präsentabel zu formulieren
- Sie können Schlussberichte in wissenschaftlicher Form (einschließlich der Beschreibung der eingesetzten Methoden) verfassen

Didaktik und Methodik:

Seminar sowie seminar- und fachsprachliche Begleitung.

Art der Prüfung:

Mit der Erfüllung der entsprechenden Zugangsvoraussetzungen (mind. Bachelor-Studium) sowie dem erfolgreichen Bestehen der Prüfungsleistung ist der Erwerb von 12 ECTS-Punkten möglich.

Zielgruppe:

Fach- und Führungskräfte aus der betrieblichen und öffentlichen Praxis aus den Bereichen Projektmanagement und IT sowie Organisation, Marketing, Finanzen und Produktion, die Projekte leiten und betreuen.

Kosten:

1.080,-€ / Teilnehmer (aktuell Sonderkondition) anstelle des regulären Preises*.

*Diese Veranstaltung wird im Rahmen des Förderprojektes QUAPI vom Europäischen Sozialfonds (ESF) und durch das Land Baden-Württemberg gefördert. Info unter www.hdwm.de/quapi

Veranstaltungstermin(e):

1. Veranstaltung:

05.06.20, 19.06.20, 26.06.20, 03.07.20, 10.07.20, 17.07.20, 24.07.20, 31.07.20

2. Veranstaltung

04.12.20, 11.12.20, 18.12.20, 15.01.21, 22.01.21, 29.01.21, 05.02.21, 12.02.21

Trainer/Dozent:

Prof. Dr. Özer Pinar;

(Die Vita unserer Trainer und Dozenten entnehmen Sie bitte dem Anhang)



Digitale Transformation – Herausforderungen und Chancen der digitalen Geschäfts- und Arbeitswelt erfolgreich nutzen

Die Digitale Transformation oder auch „Digitaler Wandel“ bezeichnet einen fortlaufenden, in digitalen Technologien begründeten Veränderungsprozess, der die gesamte Gesellschaft und besonders auch Unternehmen betrifft.

Es entstehen neue Gewohnheiten und Bedürfnisse im Privat- und Geschäftsleben. Beispiele der digitalen Transformation umfassen Social Media, Big Data, Cloud Services, Smart Devices, Internet of Things oder Blockchain, die unser Leben nicht nur begleiten, sondern auch beeinflussen. Im Zuge der digitalen Transformation verändern sich auch die Erwartungen potenzieller Kunden. Somit werden Unternehmen gezwungen, bestehende Prozesse anzupassen und durch wesentlich effizientere, digitale Prozesse abzulösen – der Kunde wird zum „König mit extremer Handlungsgeschwindigkeit“. Es entstehen innovative und disruptive Geschäftsmodelle (Amazon, Ebay, Uber, Spotify usw.), welche die neuen Wünsche unserer Gesellschaft erfüllen und auch alteingesessene Unternehmen und deren Geschäftsmodelle bedrohen und zerstören können.

Themenschwerpunkte:

- Wettbewerb und Plattformen
- Daten als Assets
- Innovation durch Experimentieren
- Wertschöpfung und Wertversprechen
- Business Model Design
- Geschäftsmodelle im E-Business
- Roadmap für die digitale Transformation
- Digitale Disruption
- Use Cases

Lernziele:

- Sie werden wissen, wie Sie Kundennetzwerke nutzen können.
- Sie werden die Relevanz von Plattformen in der digitalen Transformation verstanden haben.
- Sie werden Daten in Assets umwandeln können.
- Sie werden verschiedene Ansätze des Experimentierens zur Generierung von Innovationen kennen.
- Sie werden die Entwicklung des Wertversprechens theoretisch und praktisch anwenden können.
- Sie werden verschiedene Ansätze der Entwicklung und Abbildung von Geschäftsmodellen verstanden haben.
- Sie werden Geschäftsmodelle im E-Business nachvollziehen können.
- Sie werden eine Vorgehensweise für die digitale Transformation in Unternehmen anwenden können.
- Sie werden den Begriff der Disruption sowie die Auswirkungen auf Märkte und Wettbewerb einordnen können.



HdWM Weiterbildung

Didaktik und Methodik:

Seminar, themenbezogene Diskussionen, Gruppenarbeiten, Übungen und Fallstudien und wenn gewünscht fachsprachliche Begleitung.

Zielgruppe:

Fach- und Führungskräfte aus der betrieblichen und öffentlichen Praxis aus den Bereichen Unternehmensführung, Organisation, IT, Marketing, Finanzen, HR und Produktion.

Prüfung:

Mit der Erfüllung der entsprechenden Zugangsvoraussetzungen (mind. Bachelor-Studium und ein Jahr Berufserfahrung) sowie dem erfolgreichen Bestehen der Prüfungsleistung ist der Erwerb von 6 ECTS-Punkten möglich.

Kosten:

1.080,-€ / Teilnehmer (aktuell Sonderkondition) anstelle des regulären Preises*.

*Diese Veranstaltung wird im Rahmen des Förderprojektes QUAPI vom Europäischen Sozialfonds (ESF) und durch das Land Baden-Württemberg gefördert. Info unter www.hdwm.de/quapi

Veranstaltungstermin(e):

03.09.2020 – 05.09.2020 und 10.09.2020 – 12.09.2020

Trainer/Dozent:

Prof. Dr. Özer Pinar;

Prof. Dr. Christoph Sandbrink

(Die Vita unserer Trainer und Dozenten entnehmen Sie bitte dem Anhang)



Digitale Ethik –neue Wertmaßstäbe in einer digitalen Welt

Ob in der Arbeitswelt, in der zivilgesellschaftlichen Öffentlichkeit, im Privaten oder in den Beziehungen zu Staat und Verwaltungen – in allen Bereichen stehen den Menschen die für ihre Lebensführung notwendigen Informationen in zunächst leicht verfügbarer Form zur Verfügung. Zugleich können sie über die dafür eingesetzten digitalen Medien Handlungen mit großer Tragweite für sich und andere Kommunikationsteilnehmer auslösen. Daraus ergeben sich eine Reihe von Themen über den Umgang mit den Konsequenzen der digitalen Transformation.

In den neu entstehenden medialen Beziehungen muss bestimmt werden, was als moralisch gerechtfertigtes Verhalten gelten kann und welche wechselseitigen Erwartungen sich entwickeln. Das Verhältnis zwischen Privatsphäre, Datenentstehung und Datennutzung muss neu austariert und zugleich dynamisiert werden. Es ergeben sich bisher unbekannt Manipulationsmöglichkeiten und es bedarf entsprechender Formen der Überprüfung von Informationsinhalten. Die Kriterien anhand derer diese Entwicklungen beurteilt und gegebenenfalls gesteuert werden können, müssen benannt und rational nachvollziehbar gemacht werden. Hierzu gehört auch deren kulturelle Verankerung sowie die sich daraus ergebenden Friktionsprobleme.

Themenschwerpunkte:

- Bestimmung zentraler Begriffe; u.a. Ethik, Moral, Fairness, Anstand, Netiquette
- Komponenten der digitalen Transformation
- Akteure und Akteursgruppen sowie deren Rollen in der aktuellen kulturellen Dynamik
- Veränderte Kommunikationsstrukturen und Verhaltensweisen im Privaten, in der Öffentlichkeit und in wirtschaftlichen Beziehungen
- Konzentration des archivierbaren Wissens (z.B. im Hintergrund von Suchmaschinen) und damit verbundene Geschäftsmodelle
- Neustrukturierung von Unternehmen im Rahmen der digitalen Transformation; Wirkungen auf die Stakeholder
- Beurteilung problematischer Informationen
- Zunehmende Bedeutung Künstlicher Intelligenz und deren voraussichtliche Weiterentwicklung
- Affinität zum digitalen Fortschritt vs. Reflexion der dadurch ausgelösten Entwicklungen

Lernziele:

- Die Teilnehmer können sicher mit den begrifflichen Differenzierungen und den damit verbundenen Inhalten umgehen.
- Sie sind in der Lage die funktionalen Beziehungen der Akteure im Prozess der digitalen Transformation zu erkennen, deren jeweilige Interessenlage zu analysieren und diese Entwicklungen unter ethischen Kriterien zu beurteilen.
- Sie entwickeln die Fähigkeit kritisch mit neuen Kommunikationsformen umzugehen sowie die dabei vermittelten Informationen, deren Herkunft und inhaltliche Strukturierung einzuschätzen.
- Die Teilnehmer schaffen sich Kompetenzen, um verantwortungsvoll auf zukünftige Entwicklungen reagieren und gestaltend einwirken zu können.



HdWM Weiterbildung

Didaktik und Methodik:

Seminar, themenbezogene Diskussionen, Gruppenarbeiten, Übungen und Fallstudien und wenn gewünscht fachsprachliche Begleitung.

Zielgruppe:

Fach- und Führungskräfte aus der betrieblichen und öffentlichen Praxis aus den Bereichen Unternehmensführung, Organisation, IT, Marketing, Personalvertreter, Vertreter von Verbänden.

Prüfung:

Mit der Erfüllung der entsprechenden Zugangsvoraussetzungen (mind. Bachelor-Studium und ein Jahr Berufserfahrung) sowie dem erfolgreichen Bestehen der Prüfungsleistung ist der Erwerb von 6 ECTS-Punkten möglich.

Kosten:

1.080,-€ / Teilnehmer (aktuell Sonderkondition) anstelle des regulären Preises*.

*Diese Veranstaltung wird im Rahmen des Förderprojektes QUAPI vom Europäischen Sozialfonds (ESF) und durch das Land Baden-Württemberg gefördert. Info unter www.hdwm.de/quapi

Veranstaltungstermin(e):

19.03.2020 – 21.03.2020 und 26.03.2020 – 28.03.2020

17.09.2020 – 19.09.2020 und 24.09.2020 – 26.09.2020

Trainer/Dozent:

Prof. Dr. Uwe Hochmuth

(Die Vita unserer Trainer und Dozenten entnehmen Sie bitte dem Anhang)



Dozenten/Trainer

Prof. Dr. Özer Pinar, Dipl.-Wirtsch.-Ing., studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität Kaiserslautern. Er arbeitete für mehrere große internationale Unternehmen im Bereich der Effizienz und Methodik. Zu seinen Aufgaben gehörten Projektleitung, Konzeption und Einführung zentraler Strukturen zur Etablierung eines durchgängigen Qualitäts- und Prozessmanagementansatzes. Anschließend übernahm er als Direktor Produktion die Verantwortung für Einkauf, Forschung & Entwicklung, Qualitätssicherung, Produktionsplanung und -steuerung sowie Lieferantenmanagement. Er gründete eine Unternehmensberatung und bot Dienstleistungen schwerpunktmäßig zur Organisations- und Prozessgestaltung an. Berufsbegleitend promovierte er am Lehrstuhl für Wirtschaftswissenschaften der Universität Kassel. Seit 2015 ist er in der Forschung und Lehre für die HdWM tätig. Er unterrichtet vor allem in der Management-Lehre. Seine Forschungsschwerpunkte sind Weiterbildung und interkulturelle Bildung. 2018 wurde Herr Pinar zum Professor für Qualitäts- und Prozessmanagement berufen.

Herr Prof. Pinar betreut seit 2016 kommunale Projekte – finanziert über das Auswärtige Amt – zur Stärkung der Kommunen in der Ukraine und hat in diesen Projekten u.a. diverse Seminare in der Ukraine durchgeführt und hierbei eng mit Vertretern der Stadt Mannheim kooperiert.

Prof. Dr. Christoph Sandbrink ist seit dem 01. Oktober 2015 als Studiengangleiter und Professor und für IT Management, insbesondere Digital Business, an der Hochschule der Wirtschaft für Management in Mannheim tätig. Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte liegen in Business Analytics und Predictive Analytics, Data Science, Customer Experience, Big Data und Industrie 4.0. Prof. Dr. Sandbrink zeichnet sich durch eine langjährige internationale Managementkarriere als Bereichsleiter und Business Director unter anderem bei SAP, Deutsche Telekom und Telefónica O2 aus. Er plante, gestaltete und leitete in diesen Technologie-Unternehmen die Digitalisierung der Geschäftsfelder mit den Schwerpunkten Unternehmensführung, IT, Sales, Marketing und Services.

Als überzeugter Botschafter der Idee, dass sich einerseits völlig neue Geschäftsfelder mittels innovativer Informationstechnologien erzeugen lassen und andererseits intelligent eingesetzte Daten das neue „Öl“ der Wirtschaft darstellen, versteht er sich und den modernen IT Manager als unternehmensweiten Impulsgeber, Business Berater, Strategen und umsetzungsstarken Realisierer mit ausgeprägtem Technologie- und Methoden-Hintergrund.

Seine wissenschaftliche Laufbahn führte ihn nach einem erfolgreichen Studium der Betriebswirtschaftslehre (Universität Osnabrück) und des Information Management (University of Hull, Großbritannien) an den Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Friedrich-Schiller-Universität Jena. Dort promovierte zum Thema „Methodische Entwicklung eines mikrogeographischen Marktsegmentierungssystems unter Verwendung von konventionellen und Fuzzy Klassifikationsverfahren“, begleitet von einer wissenschaftlichen Mitarbeitertätigkeit.

Prof. Dr. Christoph Sandbrink berät in seiner gleichnamigen Unternehmensberatung Mittelstandsunternehmen der Rhein-Neckar-Region, um diese für die Herausforderungen der globalen Digitalisierung fit zu machen und das sich bietende Chancenpotenzial nachhaltig zu realisieren



HdWM Weiterbildung

Prof. Dr. Uwe Hochmuth, Diplom Volks- und Finanzwirt (FH), M.A., leitet die Forschungsaktivitäten an der HdWM. Er studierte in Marburg, Heidelberg und London Volkswirtschaftslehre, Soziologie und Philosophie. Tätigkeiten u.a. als wissenschaftlicher Geschäftsführer des Sonderforschungsbereichs 3 der DFG sowie des Instituts für Angewandte Wirtschaftsforschung Tübingen (IAW). Im Anschluss daran war er tätig als Stadtkämmerer der Stadt Karlsruhe, begleitend dazu Lehrveranstaltungen u.a. am Karlsruhe Institute of Technology (KIT) sowie Forschungstätigkeiten u.a. an der University of California und London School of Economics and Political Science (LSE). Beratende Tätigkeiten im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung in den GUS-Staaten sowie dem Baltikum, weiterhin Beratung für die Markenentwicklung bei der Firma dm-drogerie markt GmbH & Co. KG, Karlsruhe. Hauptverantwortlich für die inhaltliche Entwicklung und Durchführungen der Wissenschaftsjahre des BMBF 2006–2011. Tätigkeit als Prorektor für Forschung an der Staatlichen Hochschule für Gestaltung Karlsruhe (HFG).

Beteiligung am Aufbau der Türkisch-Deutschen Universität (TDU) in Istanbul im Fachbereich Kultur- und Kommunikationswissenschaften sowie am Aufbau einer privaten Hochschule des Salzburg Urstein Instituts (SUI) für ein internationales Studium im Bereich „Cultural Studies“.

Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Mikrotheorie, Theorie öffentlicher Güter, Konsumforschung, Finanzwissenschaft und Kulturökonomie.