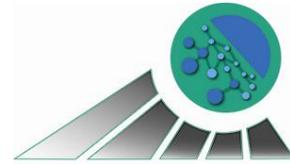


**UNIVERSITÄT
BAYREUTH**

Universität Bayreuth • 95440 Bayreuth



LEHRSTUHL

für Strategisches Management und Organisation

Prof. Dr. Ricarda Bouncken

Postanschrift:
Universität Bayreuth
95440 Bayreuth

Besucheradresse:
Prieserstr. 2
95447 Bayreuth

Telefon: 0921 / 55 -4840/Telefax: -42

Internet: <http://www.bwlvi.uni-bayreuth.de/>

Fallstudienseminar Digital identity and empowerment

Bachelor (5 CP) / Master (6 CP)

Prof. Dr. Ricarda Bouncken

zus. mit Roman Barwinski M.Sc.

1 Zielsetzung:

Ziel des Fallstudienseminars ist die Untersuchung der Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmen. Der Seminarschwerpunkt liegt auf (1) der unternehmensextern und -intern wahrgenommenen (digitalen) Identität sowie (2) dem Zusammenhang von Digitalisierung, digitaler Identität und Empowerment. Nach einer Einführung in das Thema erarbeiten die Studierenden im ersten Schritt in Teamarbeit auf der Grundlage einer umfangreichen Literatur- und Sekundärdatenrecherche zunächst die Charakteristika von zugeteilten Unternehmen und stellen dar wie diese durch digitale Technologien beeinflusst werden. Die gewonnenen Erkenntnisse stellen die Studierenden in 10-minütigen digitalen Vorträgen vor. Die Präsentationen werden durch den Lehrstuhl bewertet. In einem zweiten Schritt führen die Studierenden eine tiefgehende Analyse eines ausgewählten Unternehmens durch und führen Interviews mit Vertretern dieses Unternehmens. Aus diesen Daten erarbeiten die Studierenden ein Poster (eine Powerpoint Slide) mit direktem Bezug zum Seminarschwerpunkt (digitale) Identität und Empowerment. Die Poster werden online in der Gruppe vorgestellt. Die Poster werden ebenfalls eingereicht und bewertet. Ein Interviewleitfaden zur Durchführung der Interviews wird vom Lehrstuhl zur Verfügung gestellt.

Die Fallstudien tragen zu einem tiefen Verständnis der Studierenden über digitale Transformation und deren „humane“ Seite bei. Sie bringen den Studierenden vertiefte Einsichten in welcher Form sich Unternehmen über die Nutzung von digitalen Technologien definieren und wie digitalen Technologien das Arbeitsumfeld und die Arbeitsorganisation verändern. Durch den Vergleich der verschiedenen Fallstudien im Seminar lernen die Studierenden praxisorientiert Stärken, Schwächen und neue Potentiale der einzelnen Konfigurationen kennen und sind in der Lage, unternehmenspraktisch relevante Lösungen zu entwickeln.

2 Hintergrund

Der Begriff der Identität betrifft die Werte, Erwartungen und Verhaltensweisen einer Person, Gruppe oder Organisation. Identität ergibt sich zum einen aus Rollen, die Personen oder Gruppen haben. Zum anderen aus dem Vergleich mit anderen, die als in-group oder out-group aufgefasst werden. Identität ist mit vielen positiven Wirkungen verbunden, bspw. Steigerung

von Selbstwertgefühl, Motivation und Bereitschaft zur Interaktion, kann aber auch Abgrenzung und Konflikte zwischen in- und out-groups nach sich ziehen.

Unternehmen und Organisationen können eine eigene Identität auf der Basis von gemeinsamen Charakteristika, Werten, Ansichten und Verhaltensweisen aufbauen, die sie von anderen Organisationen unterscheidet. Verbunden mit der Identifikation ist ein „Wir-Gefühl“ und die Abgrenzung von anderen. Nach innen stiftet die Identität Sinn für die Organisationsmitglieder. Zugleich können diese Veränderungen zu selbstbestimmter und autonomer Arbeit führen. Ob und wie es zu diesem Empowerment kommt ist jedoch unklar und bedarf weiterer Forschung.

Lernziele

Wie ist die Identität der Unternehmen ausgeprägt? Welche Rolle spielen dabei digitale Technologien? Bilden Unternehmen eine geschlossene oder mehrere Subidentitäten aus? Wie erfolgt die Bildung einer ‚digitalen Identität‘? Erfolgt die Identitätsbildung geplant? Welche Technologien stehen im Fokus dieser Entwicklung? Wer sind die Treiber dieser Entwicklung?

Welche Auswirkungen hat der digitale Wandel auf die Organisation der Arbeit und damit auf die Autonomie und Selbstbestimmtheit der Mitarbeiter? Wie verändert sich der Ermessensspielraum der Mitarbeiter sowie die Ausführung ihrer Aufgaben? Wie nehmen die Mitarbeiter diese Entwicklung wahr?

Ablauf

Allgemeines: Die Studierenden werden im Fallstudienseminar, in Abhängigkeit der Teilnehmerzahl, in Teams aus zwei- oder drei Studierenden eingeteilt (selbstständige Teambildung möglich). Jedem Team werden mehrere spezifische Unternehmen zugeteilt, in denen es zunächst ein Unternehmensprofil, hinsichtlich der Nutzung digitaler Technologien, zu erstellen gilt. Jedes Team untersucht daran anschließend die Unternehmen hinsichtlich ihrer digitalen Identität sowie arbeitsorganisatorischen Änderungen, die zu einem Empowerment der Mitarbeiter führen. Qualitativ-empirisches Arbeiten wird dabei zwingend erwartet.

Die erste Besprechung zum Seminar findet am 13. November statt.

3 Arbeitsphasen und Präsentation:

Die Studierenden fertigen, auf Sekundärquellen basierend, zunächst Profile der zugeteilten Unternehmen an und stellen diese in kurzen Präsentationen von ca. 10 min vor. Daran anschließend führen sie eine Analyse von digitaler Identität und Empowerment auf Basis von Sekundär und Primärdaten (Interviews) durch und erarbeiten auf dieser Basis eine Posterpräsentation (eine PPT-Slide) eines ausgewählten Unternehmens. Abschließend erstellt jede Gruppe ein 7-seitiges Konzeptpapier, indem die Ergebnisse des Seminars schriftlich dargestellt werden.

Erster Präsentationstermin: 17. Dezember. Präsentation der digitalen Profile als „digitaler Marktplatz“.

Zweiter Präsentationstermin: 29. Januar.

Abgabe Konzeptpapier: Ende März. Genauer Termin wird in Kürze veröffentlicht.

Bewertung

Das Konzeptpapier zählt zu 2/3 und die Posterpräsentationen zu 1/3 in die Endnote.

Anmeldung

Interessierte Studierende können sich bis nach der ersten Besprechung über CampusOnline verbindlich für das Fallstudienseminar anmelden: <https://campusonline.uni-bayreuth.de/ubto/wbLv.wbShowLVDetail?pStpSpNr=275275&pSpracheNr=1>

Anrechnung

Das Fallstudienseminar kann im **Bachelor** als Fallstudien BWL (C-4) eingebracht werden. Im **Master** kann das Fallstudienseminar als „Ausgewählte Aspekte des strategischen Managements und der Organisation (V6-4)“ in der kleinen Vertiefung strategisches Management sowie der großen Vertiefung Management angerechnet werden. Weiterhin ist eine Anrechnung im Ergänzungsbereich möglich.

Wenn die Studierenden noch dazu das Modul empirisches Arbeiten wählen, können sie weitere 6 CP durch V6-6 einbringen.

Weitere Hinweise

Die Veranstaltung ist als Onlineveranstaltung konzipiert und wird gemeinsam mit dem **Seminar empirische Forschung** angeboten, welches in Bachelor sowie im Master in der Vertiefung angerechnet werden kann

BWL VI,
Oktober 2020