

# DIPL. CHIEF DIGITAL OFFICER NDS HF

## STOFFPLAN

### 1 – Umweltsphären und Anspruchsgruppen (6 Tage)

Disruptive Technologietrends und ihre Einflüsse auf die Gesellschaft und Unternehmen

Optimierung traditioneller Geschäftsmodelle durch aktuelle Digitalisierungsansätze

Prinzipien und Konzepte der kundenorientierten Entwicklung und deren Nutzungsanforderungen

Customer Experience und Customer Journey als zentrale Management-Frameworks

VR/AR/MR Use Cases verschiedener Branchen

Hands-on VR/AR/MR Experience

Digitalisierung und Recht: IT-Sicherheit, Datenschutz und Haftung

### 2 – Strategisches Management (9 Tage)

Nachhaltige Wettbewerbsvorteile mittels Big Data und Advanced Analytics

Essenzielle Fragestellungen für Data Scientists

Unternehmenskultur als Basis erfolgreicher digitaler Transformation

Effektives Leadership im digitalen Zeitgeist

Definition, Abgrenzung und Anwendungsgebiete von KI

KI: Prompts, Reasoning, Chatbots, Agents und Multimodale Tools

KI Use Cases verschiedener Branchen

Vergleich zwischen klassischen und neuen Unternehmensformen

Vor- und Nachteile einer Self Managed Organization

Strategie-Modelle und neuartige Businessmodell-Ansätze

Sicherheitszentrierte Unternehmenskultur: Cyber Security & Risk

Bedeutung von Corporate Venturing zur Steigerung der Innovation in Unternehmen

### 3 – Digital Business Transformation (9 Tage)

Von der traditionellen zur digitalisierten Wertschöpfungskette

Auswirkungen digitalisierter Wertschöpfungsketten auf das Unternehmen und seine Umwelt

Bedeutung von Geschäftsprozessen für die digitale Transformation

Hands-on Modellierung nach BPMN 2.0

Von den Treibern, Arten, Techniken und Dimensionen bis zur nachhaltigen Innovationsstrategie

Herausforderungen und Entwicklungsperspektiven eines nachhaltigen Wissensmanagements

Agiles Projektmanagement und seine Bedeutung für Projekte

Hands-on Anwendung von Scrum

Modelle, Methoden und Vorgehensweisen für ein erfolgsversprechendes Changemanagement

Bedeutung und Mehrwert von Prototyping und Usertests im digitalen Produktdesign

Effizienzsteigerung mittels hybrider Modelle und Strategien

### 4 – Digital Marketing (8 Tage)

Herausforderungen und Unterschiede zwischen klassischem und digitalem Marketing

KPIs, Reportings und Erfolgskontrollen von Kampagnen

Werkzeuge zur Webseitenoptimierung und das Konzept der Conversion-Optimierung

Bedeutung von E-Mail und Mobile im Marketing-Mix

Suchmaschinenmarketing und seine Rolle für analoge und digitale Geschäftsmodelle

Aktuelle Trends und Entwicklungen im E-Commerce

E-Commerce Analyse und Verbesserungen

Programmatic Campaigns im Digital Marketing Mix

Funktionsweise und Phasen der Marketing-Automation

Dashboards

### 5 – Diplomarbeit (1 Tag)

Diplomarbeit Einführung