



Veranstaltungs- und Prüfungsmerkblatt Herbstsemester 2023

7,039: Gestaltung und Management von Digital Channels und Stakeholder Relationships

ECTS-Credits: 3

Überblick Prüfung/en

(Verbindliche Vorgaben siehe unten)

dezentral - Analoge schriftliche Prüfung, Analog, Einzelarbeit Individualnote (100%, 90 Min.)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Zugeordnete Veranstaltung/en

Stundenplan -- Sprache -- Dozent

[7,039,1.00 Gestaltung und Management von Digital Channels und Stakeholder Relationships](#) -- Deutsch -- [Stanoevska Katarina](#)

Veranstaltungs-Informationen

Veranstaltungs-Vorbedingungen

Keine Vorbedingungen.

Diese Vorlesung ist die einführende Veranstaltung für das Profil "Digital Channel & Customer Relationship Management". Die Veranstaltung kann aber auch ohne Auswahl einer Vertiefung belegt werden.

Lern-Ziele

Die Studierenden

- kennen die Potentiale und Ansatzpunkte der digitalen Transformation an der Schnittstelle von Unternehmen zu diversen Stakeholdergruppen (z.B. Kunden, NGOs, Investoren oder andere Unternehmen mit komplementären Kundenangeboten).
- verstehen die komplexen Transformationsprozesse an der Schnittstelle zu diversen Kunden- und Stakeholdergruppen und können diese gestalten.
- sind in der Lage, übergreifende Roadmaps für die digitale Transformation an der Kunden- und Stakeholderschnittstelle zu entwickeln, zu gestalten und zu managen.
- verstehen komplexe Customer und Stakeholder Experiences und Journeys und können diese analysieren, digital gestalten und optimieren.
- verstehen das Phänomen des «Digitalen Kunden» und kennen Ansätze um den «Digitalen Kunden» zu analysieren und datenbasiert rein digitale Beziehungen zu ihm zu gestalten und zu managen.
- kennen Ansätze zur Digitalisierung von Dienstleistungen und Produkten und können diese anwenden.
- kennen die diversen Kommunikationskanäle zu Kunden- und Stakeholdergruppen und verstehen unterschiedliche Ansätze und Architekturen zur deren Integration (z.B. Omnichannel).
- erkennen den Einfluss des allgemeinen Wertesystems in einer Gesellschaft als Umfeld in welchem Kunden- und Stakeholder Erlebnisse und Journey gestaltet werden.
- verstehen die digitalen Transformationsprozesse an der Kunden- und Stakeholderschnittstelle und verfügen über grundlegende Fähigkeiten für einen Berufseinstieg in diesem Bereich.

Veranstaltungs-Inhalt

Technologien wie Big Data, Internet der Dinge oder künstliche Intelligenz werden verstärkt eingesetzt und die digitale Transformation erfasst immer mehr Bereiche in Unternehmen und Gesellschaft. Ein Unternehmensbereich, welcher stark durch digitale Technologien verändert wird, ist die Schnittstelle und Beziehungen der Unternehmen zu deren diversen Stakeholdern: z.B. Kunden, NGOs, Investoren und andere. Insbesondere die Beziehungen und Schnittstellen zu Kunden verändern sich durch



die Digitale Transformation und erfordern den Einsatz von neuen Technologien und Ansätzen zum Management von Kundenbeziehungen. So werden durch Customer Hubs Beziehungen zu Kunden zunehmend digital und werden zunehmend in rein digitaler Form nur über digitale Kanäle (z.B. soziale Medien oder mobile Kundenbindungsapps) abgewickelt. Kunden werden in unterschiedliche Formen (z.B. Crowdsourcing) in Unternehmensprozesse integriert und die Kommunikation zu Kunden erfolgt über eine stetig steigende Anzahl von digitalen Kanälen. Neben bereits etablierten, digitalen Kommunikationskanälen wie soziale Medien und mobile Apps kommen neue dazu wie Chatbots oder sprachbasierte Kommunikation. Neu werden in den Kommunikationsströmen auch digitalisierte Produkte integriert. Mit neuen, kanalübergreifenden Konzepten wie Customer Experience Management oder Customer Journey Design werden seitens Unternehmen integrierende Schnittstellen zu Kunden aufgebaut.

Getrieben durch die Digitalisierung hat sich die Komplexität der Schnittstelle von Unternehmen zu den Kunden und anderen Stakeholdern erhöht und es bilden sich spezifische, siloübergreifende informationstechnische Lösungen und Architekturen, die die Bewältigung dieser Komplexität ermöglichen.

Ziel dieser Veranstaltung ist es, im Themenbereich der digitalen Transformation der Schnittstelle zu Kunden einzuführen und innovative Ansätze zum Management von digitalen Kanälen und Kundenbeziehungen aufzuzeigen. In der Vorlesung werden insbesondere folgende Themen behandelt:

1. Überblick über Veränderungen und Anforderungen in Unternehmen, die durch die digitale Transformation der Kundenschnittstelle entstehen;
2. Der digitale Kunde
3. Digitalisierung von Produkten;
4. Innovative Kundenkommunikation mit Chatbots, Voice Assistants, sprachbasierte Kommunikation, künstliche Intelligenz;
5. Integration von digitalen Kommunikationskanälen durch Gestaltung von Customer Experiences und Journeys.

Veranstaltungs-Struktur und Lehr-/Lerndesign

Dieser Kurs umfasst 3 Credits. Entsprechend liegt das Arbeitspensum für Studierende gesamthaft bei 90 Stunden. Dieses umfasst Selbststudium, Präsenzzeit und alle Prüfungsleistungen.

Die Vorlesung ist eine Mischung aus Vorlesungen, interaktive Fallstudien und Gastvorträge. Neben den klassischen Präsenzvorlesungen, wird ein Teil der Vorlesungen digital durchgeführt und ein Teil in Form von Blended Learning. Bei den Blended Learning Modulen werden Themen von den Studenten im Selbststudium erarbeitet und an der Vorlesung durch Quizzes oder andere Form von Diskussionen und Aufgaben interaktiv besprochen.

Das Kontaktstudium umfasst insgesamt 18 Stunden. Davon sind 4 Blöcke je 4 Stunden Vorlesungszeit und Gastvorträge sowie 2 Stunden dezentrale schriftliche Prüfung am Ende des Semesters. Die eigentliche Prüfung dauert 90 Minuten.

Die Blended-Learning Module beinhalten 6 Stunden. Davon sind 3 Stunden Vorbereitung (Selbststudium) und 3 Stunden interaktive Diskussion.

Die Struktur der restlichen 63 Stunden Selbststudium ist wie folgt vorgesehen: 13 Stunden Vorbereitungszeit für die Lehrveranstaltung, 50 Stunden für die Prüfungsvorbereitung.

Veranstaltungs-Literatur

Wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Veranstaltungs-Zusatzinformationen

--

Prüfungs-Informationen

Prüfungs-Teilleistung/en



1. Prüfungs-Teilleistung (1/1)

Prüfungsmodalitäten

Prüfungstyp	Analoge schriftliche Prüfung
Verantwortung für Organisation	dezentral
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung
Prüfungsart	Analog
Prüfungszeitpunkt	Vorlesungszeit
Prüfungsdurchführung	Synchron
Prüfungsort	On Campus
Benotungsform	Einzelarbeit Individualnote
Gewichtung	100%
Dauer	90 Min.

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch
Antwortsprache: Deutsch

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Closed Book

Die Benutzung von Hilfsmitteln ist grundsätzlich untersagt. Davon ausgenommen sind Taschenrechnermodelle der Texas Instruments TI-30-Serie sowie, mit Ausnahme von Sprachprüfungen, zweisprachige Wörterbücher ohne Handnotizen. Alle darüber hinaus erlaubten Hilfsmittel müssen die Dozierenden im Abschnitt «Hilfsmittelzusatz» des Veranstaltungs- und Prüfungsmerkblattes explizit aufführen; diese Aufführung ist abschliessend.

Die Beschaffung der Hilfsmittel, wie auch die Sicherstellung deren Funktionsfähigkeit, ist ausschliesslich Sache der Studierenden.

Hilfsmittel-Zusatz

Es werden keine weiteren Hilfsmittel, ausser der bereits erwähnten Ausnahmen, erlaubt.

Prüfungs-Inhalt

Die Prüfung besteht aus einer analogen schriftliche Einzelprüfung mit vertiefenden Fragen zu Themen der Vorlesung (100%). Die Prüfung besteht aus einem Mix von "richtig/falsch" Fragen, kurze Fallstudien, konzeptionelle Fragen.

Die Prüfung dauert 90 Minuten.

Prüfungs-Literatur

Vorlesungsfolien und weitere während der Veranstaltung explizit als Prüfungsliteratur gekennzeichnete Publikationen.



Wichtige Hinweise

Bitte beachten Sie, dass nur dieses Merkblatt, sowie der bei Biddingstart veröffentlichte Prüfungsplan verbindlich sind und anderen Informationen, wie Angaben auf StudyNet (Canvas), auf Internetseiten der Dozierenden und Angaben in den Vorlesungen etc. vorgehen.

Allfällige Verweise und Verlinkungen zu Inhalten von Dritten innerhalb des Merkblatts haben lediglich ergänzenden, informativen Charakter und liegen ausserhalb des Verantwortungsbereichs der Universität St.Gallen.

Unterlagen und Materialien sind für zentrale Prüfungen nur dann prüfungsrelevant, wenn sie bis spätestens Ende der Vorlesungszeit (KW51) vorliegen. Bei zentral organisierten Mid-Term Prüfungen sind die Unterlagen und Materialien bis zur KW 42 prüfungsrelevant.

Verbindlichkeit der Merkblätter:

- Veranstaltungsinformationen sowie Prüfungszeitpunkt (zentral/dezentral organisiert) und Prüfungsform: ab Biddingstart in der KW 34 (Donnerstag, 24. August 2023);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für dezentral organisierte Prüfungen: in der KW 42 (Montag, 16. Oktober 2023);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Mid-Term Prüfungen: in der KW 42 (Montag, 16. Oktober 2023);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Prüfungen: zwei Wochen vor Ende der Prüfungsabmeldephase in der KW 45 (Montag, 06. November 2023).