

Technologie- und Prozessmanagement-Seminar im WS 13/14

TPM-Seminar

Seminartitel	Technologie- und Prozessmanagement-Seminar (TPM Seminar)
Dauer	1 Semester (WS 13/14)
Leitung	Prof. Dr. Leo Brecht ITOP-Mitarbeiter
Inhalte	Das TPM-Seminar baut auf der Vorlesung TIM I und/oder PM I auf und ist inhaltlich in die vom ITOP entwickelte PROHAS-Architektur* eingeordnet. Das Process House of Analytics besteht aus den Bereichen (Floors) • Customer and Market Management (CMM), • Technology and Innovation Management (TIM), • Management- and Support Processes (MSP), • Business Model Innovation (BMI), • Information and Communication Technology (ICT), • Active and Healthy Aging (AHA), • Produktmanagement (ProMM). Im Rahmen der Arbeit sollen Lösungsansätze für spezifische Fragestellungen aus dem Bereich Technologie- und Prozessmanagement entwickelt werden. Einzelheiten hierzu finden Sie auf der Homepage des Instituts.
Prof. Dr. Leo Brecht	1. Crossing the Chasm I: Methoden des Innovationsmarketings. 2. Crossing the Chasm II: Methoden des Technologiemarketings.
Themen TIM Leiter Julian Kauffeldt	1. Identifikation und Vergleich quantitativer Investmentansätze und Prozesse deutscher Finanzinstitutionen. 2. Übersicht und Analyse bestehender Fonds mit dem Themenfokus "Innovation". 3. Übersicht und Analyse bestehender Fonds mit dem Themenfokus "Nachhaltigkeit". 4. Analyse von branchenspezifischen Unterschieden bzgl. Time to Market und Innovation Cycles.
Themen ICT/AHA Leiter Thomas Mahnke	1. Analyse von Geschäftsmodellen des Healthcare-Marktes in der Region Ulm/Neu-Ulm – stationäre Pflege • Ziel der Arbeit ist, alle Wettbewerber der stationären Pflege der Region Ulm/Neu-Ulm zu evaluieren und anhand des Geschäftsmodellrasters (nach Schallmo) zu beschreiben. 2. Analyse von Geschäftsmodellen des Healthcare-Marktes in der Region Ulm/Neu-Ulm – Arztpraxen. • Ziel der Arbeit ist die größten Wettbewerber der Arztpraxen/Gemeinschaftspraxen der Region Ulm/Neu-Ulm zu evaluieren und anhand des Geschäftsmodellrasters (nach Schallmo) zu beschreiben. 3. Analyse von Geschäftsmodellen des Healthcare-Marktes in der

	Region Ulm/Neu-Ulm – Krankenhäuser/Kliniken • Ziel der Arbeit ist, alle Wettbewerber der stationären Pflege der Region Ulm/Neu-Ulm zu evaluieren und anhand des Geschäftsmodellrasters (nach Schallmo) zu beschreiben. 4. Aktuelle Forschungsprojekte im Healthcare • Die Arbeit umfasst die Identifikation bestehender Healthcare-Forschungsprojekte in Deutschland und die Beschreibung der Forschungsprojekte anhand des Geschäftsmodellrasters (nach Schallmo). 5. Analyse bestehender Healthcare-Technologien • Ziel der Arbeit ist, bestehende Healthcare-Technologien zu identifizieren und diese in Form eines Technologiesteckbriefes zu beschreiben. 6. Technologiefolgenabschätzung im Gesundheitswesen • Ziel der Arbeit ist, mittels der Szenario-Technik Auswirkungen neuer Healthcare-Technologien auf das Gesundheitswesen zu identifizieren. 7. Prozessmanagement in der stationären Pflege • Ziel der Arbeit ist, den Betreuungsprozess in der stationären Pflege (speziell in Pflegeheimen) zu identifizieren und ein Prozessmodell zu entwickeln. Die Identifizierung kann z.B. mittels eines Fragebogens oder Interviews bei Pflegeunternehmen erfolgen. 8. Prozessmanagement in der ambulanten Pflege. • Ziel der Arbeit ist, den Betreuungsprozess in der ambulanten Pflege (z. B. mobile Pflegeanbieter) zu identifizieren und ein Prozessmodell zu entwickeln. Die Identifizierung kann z.B. mittels Fragebogen oder Interviews bei Pflegeunternehmen erfolgen.
Themen ProMM Leiter Marc Oßwald	1. Entwicklung eines Führungssystems für das Produktmanagement. Anhand welcher Prozesse und Methoden können die Produktmanagementprozesse geplant und gesteuert werden? 2. Methoden zur Bewertung von Produktportfolios. Welche Methoden schlägt die Literatur zur Bewertung von Produktportfolien vor? 3. KPI's in allen Phasen des Produktmanagementprozesses. Analyse der Literatur und Ableitung von KPI's. 4. Komplexität als Strategie zur Produktdifferenzierung. Welche Auswertung hat die Produktkomplexität auf die Produktdifferenzierung? 5. Kostenrisiken und -ertragspotentiale durch Produktmodularisierung und –standardisierung. Welche Chancen und Risiken bietet die Produktmodularisierung hinsichtlich Kosten und Erträgen? 6. Identifikation und Analyse der gängigen Portfoliostrategien in der Literatur und Praxis.

Themen BMI

Leiter Dr. Daniel
Schallmo

1. Erhebung des State-of-the-Art (ca. 12 Beiträge) zu Business Models, Business Model Innovation und deren Auslöser (z.B. Commoditisierung) in den wissenschaftliche Zeitschriften: Review of Managerial Science, International Business Review, Long Range Planning, Industry & Innovation, International Journal of Innovation Management, Zeitschrift für Betriebswirtschaft ZfB.
2. Erhebung des State-of-the-Art (ca. 12 Beiträge) zu Business Models, Business Model Innovation und deren Auslöser (z. B. Commoditisierung) in den wissenschaftliche Zeitschriften: Journal of Small Business Management (JSBM), British Journal of Management, Journal of Business, ZfbF Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Business Research (BuR), Schmalenbach Business Review.
3. Erhebung des State-of-the-Art (ca. 12 Beiträge) zu Business Models, Business Model Innovation und deren Auslöser (z.B. Commoditisierung) in den wissenschaftliche Zeitschriften: Journal of Management, Strategic Organization, Journal of International Management, Business Strategy and the Environment, Journal of International Marketing, Journal of Management Studies, Business & Society.
4. Erhebung des State-of-the-Art (ca. 12 Beiträge) zu Business Models, Business Model Innovation und deren Auslöser (z.B. Commoditisierung) in den wissenschaftliche Zeitschriften: Journal of International Business Studies JIBS, Journal of the Academy of Marketing Science, Strategic Management Journal, Journal of Service Research, Journal of Economics and Management Strategy, International Journal of Research in Marketing, Journal of Product Innovation Management.
5. Erhebung des State-of-the-Art (ca. 12 Beiträge) zu Business Models, Business Model Innovation und deren Auslöser (z.B. Commoditisierung) in den wissenschaftliche Zeitschriften: Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Marketing Science, Management Science, Academy of Management Journal, Academy of Management Review.
6. Business Model Analytics I – How to quantify Customers/Cust. Channels/Cust. Relationships within a Business Model
7. Business Model Analytics II – How to quantify Products/Services/Value Propositions within a Business Model
8. Business Model Analytics III – How to quantify Resources/Capabilities/Processes within a Business Model
9. Business Model Analytics IV – How to quantify Partners/Part. Channels/Part. Relationships

Themenbeschreibung für alle Seminararbeiten

- Unterschiedliche Auslöser (z.B. kürzere Produktlebenszyklen, schnelle Kopierbarkeit) führen häufig dazu, dass sich Unternehmen immer schwerer gegenüber ihren Wettbewerbern differenzieren.

	• Häufig sind Preiskämpfe die Folge, die sinkende Margen mit sich bringen und Investitionen in die Weiterentwicklung in das Leistungsangebot des Unternehmens erschweren (Commodity Trap). Neben der Commodity Trap liegen auch weitere „Fallen“ für Unternehmen vor. • Ein Weg, um der Commodity Trap zu entkommen, ist die Geschäftsmodell-Innovation. Ein Geschäftsmodell orientiert sich an Kundenbedürfnissen, kombiniert unterschiedliche Elemente eines Unternehmens und stiftet somit einen Kundennutzen. Da innovative Geschäftsmodelle meist komplex sind (z.B. aufgrund einer Service-Infrastruktur) und eine starke Kundenbindung ermöglichen (z.B. mittels der Kopplung an ein System); zudem ermöglichen innovative Geschäftsmodelle eine bessere Differenzierung gegenüber Wettbewerbern. • Zielsetzung der Seminararbeit ist es, den State-of-the-Art für typische Unternehmensfallen (z.B. Commodity Trap) und Business Models zu erheben. Dabei fokussieren wir uns auf die oben genannten wissenschaftlichen Zeitschriften.
Themen TIM Leiter Kirill Welz	1. Methoden und Techniken zur Bestimmung des optimalen Markteinführungszeitpunkts. 2. Die Survival Data Analysis zur Identifikation von Technologielebensdauern. 3. Methoden und Techniken zur Identifikation verschiedener Käufertypen (Welche Eigenschaften charakterisieren diese Typen und welche Handlungsempfehlungen können für Unternehmen auf Basis der Eigenschaften ausgemacht werden.). 4. Diffusion von Technologien in Mitteleuropa (Recherche zum Diffusionsverlauf ausgewählter Technologien in Mitteleuropa).
Bearbeitung	Die Themen können nach Absprache mit dem jeweiligen Betreuer in Gruppen oder alleine bearbeitet werden. Zur Erlangung des Leistungsnachweises ist die Anfertigung einer Seminararbeit sowie einer Präsentation (15 Minuten) mit anschließender Diskussion (5 Minuten) notwendig.
Meilensteine	Vergabe der Themen: 10. Juli 2013, 18.00 Uhr im Seminarraum 122 im Gebäude O27. Zwischenpräsentation: Donnerstag, den 28.11.2013 um 13:00 Uhr Endpräsentation: Donnerstag, den 23.01.2014 um 13:00 Uhr Abgabe der Berichte: bis zum Montag, den 20.01.2014, 12:00 Uhr
Ablauf und Anforderungen	• analytische und konzeptionelle Fähigkeiten • selbständige, zielorientierte und systematische Arbeitsweise • Weitere Informationen siehe Webpage www.uni-ulm.de/mawi/itop.html



* Das "Process House of Analytics" ist eine Referenz-Prozess-Architektur bestehend aus vier Floors (Bsp: Technologie- und Innovationsmanagement, welche wiederum in Subprozesse, wir nennen sie „Rooms“ (Bsp. PLCM) aufgeteilt sind. Die Subprozesse werden wieder in einzelne Sub-Sub-Prozesse unterteilt (Prozessphasen des PLCM).