

Digital Business Strategy & Business Development



Dozent

Mag. Nikolaus Mittheisz, MSc
Innovations- und Transformationsmanager,
Startup-Mentor

100 offene Lernfragen zur Stoffreflexion

1. Was versteht man unter Business Development?
2. Was ist die Definition einer Unternehmensstrategie?
3. Was wird unter den 5Ps einer Strategie nach Henry Mintzberg verstanden?
4. Welche strategischen Grundfragen sollte eine Unternehmensstrategie beantworten können?
5. Welche Eigenschaften hat eine Unternehmensstrategie?
6. Was ist die Kompaktdefinition eines Geschäftsmodells?
7. Welche Frage (mit 4 Dimensionen) sollte durch ein Geschäftsmodell beantwortet werden?
8. Was ist der Nutzen eines Geschäftsmodells?
9. Welche Merkmale haben gute Wertangebote/Nutzenversprechen eines Geschäftsmodells?
10. Wie lautet die Definition von Innovation?
11. Welche unterschiedlichen Innovationsarten und welche Innovationsgrade gibt es?
12. Was versteht man unter Digitalisierung, Digitalisation und digitaler Transformation?
13. Welche großen Herausforderungen bringen bestehende traditionelle Geschäftsmodelle immer mehr unter Druck?

14. Wie definieren Sie ein digitales Geschäftsmodell?
15. Welche Besonderheiten zeichnen digitale Geschäftsmodelle gegenüber traditionellen Geschäftsmodellen aus?
16. Welche Herausforderungen gibt es bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle?
17. Welche Bereiche eines Unternehmens können digitalisiert werden?
18. Was versteht man unter Kernprodukt, greifbares Produkt und erweitertes Produkt?
19. Welchen Nutzen bringen digitale Geschäftsmodelle?
20. Was sind die größten Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle?
21. Wie unterscheiden sich traditionelle von agilen Innovations-, Produkt- oder Geschäftsmodellentwicklungsprozessen?
22. Welche Phasenschritte beinhaltet ein Wasserfall-Projektmodell?
23. Was wird unter Stages und Gates im Stage-Gate-Prozess verstanden & welche Vorteile hat die Unterteilung in Stages und Gates in einem Entwicklungsprozess?
24. Über welche möglichen 4 Entscheidungsvarianten kann bei einem Gate in einem Stage-Gate-Prozess abgestimmt werden?
25. Auf welchen beiden Grundprinzipien beruht Lean Management?
26. Welche potenziellen Verschwendungen sollen im Zuge von Lean Management eliminiert werden, um Effizienz- und Effektivitätssteigerungen zu erreichen?
27. Welche 4 Werte und Grundprinzipien von agilem Management wurden im „Agile Manifesto“ festgehalten?
28. Was sind die Ziele, die mit der Methode Customer Development verfolgt werden?
29. Welche 4 Phasen gibt es im Customer Development Modell?
30. Aus welchen 4 Schritten setzt sich die 1. Phase „Customer Discovery“ im Customer Development zusammen?
31. Wie lautet die Definition von Minimum Viable Product (MVP)?

32. Welche Arten von Minimum Viable Products gibt es z. B.?
33. Was versteht man unter „Prototypes“?
34. Was verbirgt sich hinter einem Flintstone/Wizard of Oz Minimum Viable Product (MVP)?
35. Welche Vorteile hat es, wenn man mit einem Minimum Viable Product (MVP) in der Produktentwicklung arbeitet?
36. Aus welchen 4 Schritten setzt sich die 2. Phase „Customer Validation“ im Customer Development zusammen?
37. Auf welche 3 Markttypen muss man laut Customer Development bei der Entwicklung neuer Ideen oder Unternehmen Rücksicht nehmen und wie unterscheiden sich diese?
38. Wie lauten die Regeln im Customer Development Manifest?
39. Welche Vorteile bringt das Customer Development Modell im Vergleich zu traditionellen Geschäftsideen- oder Geschäftsmodell-Entwicklungsprozessen?
40. Woher kommt der Business Model Canvas?
41. Was ist ein Business Model Canvas und welche Ziele sollen mit dem Einsatz eines Business Model Canvas erreicht werden?
42. Ist der Business Model Canvas ein gleichwertiges Ersatzinstrument für einen traditionellen Business Plan? Warum oder warum nicht?
43. Welche sind die 9 Elemente des Business Model Canvas?
44. Welche Fragen gilt es im Business Model Canvas Segment „Nutzenversprechen“ zu beantworten?
45. Welche Fragen gilt es im Business Model Canvas Segment „Kund*innenbeziehungen“ zu beantworten?
46. Welche Vor- und welche Nachteile hat der Business Model Canvas?
47. Was ist der E-Business Model Generator und aus welchen 5 Ebenen besteht dieser?
48. Nach welchen 5 Grundprinzipien funktioniert die Lean Startup Methode von Eric Ries und was wird jeweils darunter verstanden?

49. Welche 7 Risikofelder können im Lean Startup Prozess mit gezielten Fragestellungen bearbeitet und so die Unsicherheiten minimiert werden?
50. Aus welchen 3 Phasen besteht der Lean Startup Prozess, was sollte in diesen 3 Phasen jeweils validiert werden und welche 3 Stage Gates bilden die Übergänge zwischen den Phasen?
51. Was wird unter Problem-Lösungs-Fit im Lean Startup verstanden?
52. Was wird unter Produkt-Markt-Fit im Lean Startup verstanden?
53. Welche 4 Segmente wurden von Ash Maurya in seiner Überarbeitung des Business Model Canvas zum Lean Canvas aus dem Business Model Canvas herausgenommen?
54. Welche 4 neuen Elemente hat Ash Maurya im Lean Canvas ergänzt und was gilt es in diesen jeweils zu bearbeiten?
55. Was versteht man unter unfairem Vorteil und welches Risiko besteht für Startups, die keinen unfairen Vorteil für sich erarbeitet und definiert haben?
56. Warum stimmt der Mythos nicht, dass Lean Startup nur für Web 2.0/Internet/Consumer Software Firmen geeignet sei?
57. Welche Vorteile bringt die Lean Startup Methode?
58. Woher kommt der Ansatz des Blue Ocean Strategiemodells?
59. Wie lauten die Definitionen für den Blauen und den Roten Ozean?
60. Welche Strategien werden meist im roten Ozean verfolgt?
61. Welche Strategien werden meist im blauen Ozean verfolgt?
62. Was sind die Ziele, die mit der Blue Ocean Methode erreicht werden sollen?
63. Was versteht man unter einer Nutzeninnovation im Blue Ocean Strategiemodell und welche Eigenschaften hat diese?
64. Beschreiben Sie die schrittweise Vorgehensmethodik des Blue Ocean Strategiemodells.
65. Wozu dienen Nutzen- oder Wertekurven?
66. Welche Inhalte hat das 4-Aktionen-Format/ERSK-Quadrat im Blue Ocean Strategiemodell?

67. Wie lauten die sogenannten 6 Suchpfade im Blue Ocean Strategiemodell?
68. Welche 3 unterschiedlichen Käufer*innengruppen gilt es im Blue Ocean Strategiemodell auf unterschiedliche Art und Weise anzusprechen?
69. Durch welche Schlüsselprinzipien zeichnen sich nachhaltige Trends im Blue Ocean Strategiemodell aus?
70. In welche 3 Kategorien können im Blue Ocean Strategiemodell Nichtkund*innen unterteilt werden?
71. Welche Hürden müssen laut Blue Ocean Strategiemodell überwunden werden, um neue Strategien umsetzen zu können?
72. Welche Vor- und welche Nachteile hat das Blue Ocean Strategiemodell?
73. Welche Geschäftsmodelle hat Nestlé bei Nespresso kombiniert, um erfolgreich einen neuen Markt in der Kaffeindustrie zu kreieren?
74. Beschreiben Sie die Weiterentwicklung der Blue Ocean Methode zur Green Ocean Strategy.
75. Welche Transformationskanäle gibt es im Green Ocean Modell und was ist das Ziel im Green Ocean?
76. Mit welchen Fragestellungen kann lt. Osterwalder ein Geschäftsmodell grundsätzlich evaluiert werden?
77. Welche sind die 7 relevanten Kategorien für den Erfolg von IT-Systemen im IS-Erfolgsmodell?
78. Welche 3 Qualitätskategorien haben Einfluss auf die Nutzung und die Nutzer*innenzufriedenheit im IS-Erfolgsmodell und warum?
79. Aus welchen 3 Zielbereichen besteht das E-Commerce Zielsystem?
80. Welche Parameter finden sich bei den technologieorientierten Zielen des E-Commerce Zielsystems wieder?
81. In welcher Abhängigkeit stehen technologieorientierte, kund*innenorientierte und managementorientierte Ziele im E-Commerce-Zielsystem zueinander?
82. Welche Ziele verfolgt ein Unternehmen mit den zur Verfügung gestellten Informationen in seinem Internetauftritt?

83. Welche 2 Dimensionen beeinflussen die Akzeptanz und die Nutzung einer neuen Technologie laut Technologieakzeptanzmodell (TAM)?
84. Welche Komponenten kamen durch die Weiterentwicklungen Technologieakzeptanzmodell 2 und 3 zur ursprünglichen Variante des Technologieakzeptanzmodell dazu?
85. Welche sind die wichtigsten Einflussfaktoren auf den wahrgenommenen Nutzen im Technologieakzeptanzmodell?
86. Welchen Aspekten trägt das Hedonistische Motivationssystem-Akzeptanzmodell (HMSAM) als Weiterentwicklung des TAMs Rechnung?
87. Beschreiben Sie die wichtigsten Elemente, die im Sinne des HMSAM für Nutzer*innen erfüllt werden müssen.
88. Welche Geschäftsmodelle sind derzeit (situationsabhängig) besonders erfolgreich (in der analogen als auch der digitalen Welt)?
89. Was wird lt. dem St. Galler Modell unter dem magischen Dreieck eines Geschäftsmodells verstanden?
90. Was sind z. B. das Gratis-, das Freemium oder das Abo-Geschäftsmodell?
91. Welche Varianten können beim Abo-Geschäftsmodell z. B. unterschieden werden?
92. Wer zahlt im Gratis-Modell für die Produkte und Dienstleistungen bzw. wie kann mit diesem Geschäftsmodell Geld verdient werden?
93. Was sind die grundsätzlichen Aufgaben eines Marktplatz-Anbieters?
94. Welche unterschiedlichen Arten von Marktplätzen gibt es?
95. Welche Vorteile hat ein Marktplatz für Händler und Hersteller, die noch keinen eigenen Webshop betreiben oder für die, die bereits einen eigenen Webshop betreiben?
96. Welche analogen und digitalen Vertreter eines Hypermarkt-Modells gibt es?
97. Welche erfolgreichen Beispielunternehmen kennen Sie für das Ökosystem-Modell?
98. In welches Geschäftsmodell fallen Freelancer*innen hinein?

99. Wieso können im (User) Experience-Modell höhere Preise verlangt werden?

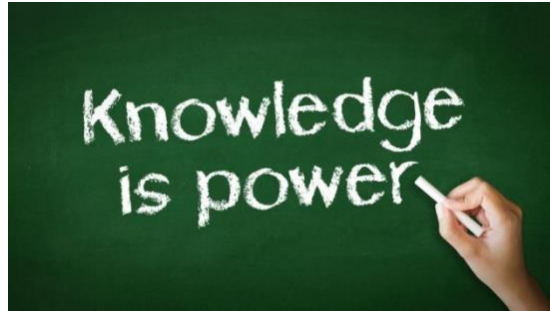
100. Was bedeutet explore-exploit im Zusammenhang mit Geschäftsmodellen?

Wir freuen uns auf Ihre Fragen!

Fragen vor Kursbeginn: studienberatung@amc.or.at
Fragen während des Kurses: studienabteilung@amc.or.at

Infos zur Bildungskarenz:
<http://www.mba-studium.at/bildungskarenz>

Wir wünschen viel Erfolg im Studium!



Auf zum nächsten Karrieresprung!

