



Modulkatalog

Digital Business – Bachelor of Arts (B. A.)

180 ECTS

Studienverlaufsübersicht

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
SQF20 D Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf Assignment 5 LP	DBA23 D Datenbanken Klausur 5 LP	IUF22 D Investition und Finanzierung Klausur 5 LP	SQF42 D Klassisches und agiles Projektmanagement Assignment 5 LP	P20 0	Vertiefung 1 5 LP
BWL25 D Grundlagen des Wirtschaftens Klausur 5 LP	DIT43 D Management der digitalen Transformation in der Praxis II: Tools und Services Klausur 5 LP	DIT52 D Digital Leadership und Arbeit 4.0 Assignment 5 LP	STA23 D Statistik Klausur 5 LP	Projekt	Vertiefung 2 15 LP
BWL26 D BWL-Grundlagen Klausur 5 LP	WEB40 D Projekt Web-Business: Grundlagen und praktische Anwendungen der Web-Programmierung Assignment (100%)+ mündl.Prüfung (0%) 10 LP	DIT45 D Digital Collaboration: Plattform und Crowdphänomene Assignment 5 LP	AMS43 D Geschäftsprozesse und Anwendungssysteme Assignment 5 LP	Projektbericht 20 LP	B10 Abschlussprüfung Bachelorarbeit 10 LP
DIT42 D Management der digitalen Transformation in der Praxis I: Digitale Motivation Klausur 5 LP	DIT60 D Digitale Geschäftsmodelle Assignment 5 LP	DIT46 D Digital Start-up Management (Planspiel) Assignment 5 LP	DIT41 D Fallstudie Digitalisierung Assignment 5 LP	Vertiefung 1 10 LP	
INT21 D Grundlagen des E-Business Klausur 5 LP	MAT25 D Wirtschaftsmathematik Klausur 5 LP	MKG23 D Grundlagen des Marketingmanagements Klausur 5 LP	DIT40 D Strategisches Management und Digitalisierung Assignment 5 LP		
WIN21 D Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik Klausur 5 LP		ENC13 E English for professional purposes C1 Klausur 5 LP	SQF31 D Moderieren und Präsentieren Assignment (70%)+ mündl.Prüfung (30%) 5 LP		

Vertiefungen

Vertiefung 1:	Vertiefung 2:	Vertiefung 3:	Vertiefung 4:	Vertiefung 5:	Vertiefung 6:	Vertiefung 7:	Vertiefung 8:	Vertiefung 9:	Vertiefung 10:
UFU78 D Strategisches Management Klausur 5 LP	MKG50 D Marketing von E-Service Klausur 5 LP	MKG53 D Marketing 4.0 inkl. Social Media Assignment 5 LP	PER71 D Personalmanagement (Vertiefung) Klausur 5 LP	LPM75 D Logistik 4.0 Assignment 5 LP	IMG64 D Grundlagen Business Intelligence Klausur 5 LP	FB03 D Leadership Assignment 5 LP	PEV62 D Technologiemanagement Assignment 5 LP	MKG58 D Social Media Marketing Klausur 5 LP	MKM61 D Strategien und Instrumente des Submaschinemarketing Klausur 5 LP
DIT67 D Digital Business Strategy Assignment 5 LP	MKG51 D Digital Front-End Services Assignment 5 LP	MKG54 D Grundlagen des Online-Marketings Klausur 5 LP	IMG40 D Informationsmanagement Assignment 5 LP	LPM76 D Lieferantenmanagement und Beschaffung 4.0 Klausur 5 LP	IMG65 D Datenvisualisierung im Managementcockpit Klausur 5 LP	DIT72 D Digital Leadership - Vertiefung Assignment 5 LP	PEV63 D Innovationsmanagement Klausur 5 LP	MKG59 D Digital Marketing Assignment 5 LP	MKM62 D Submaschinienoptimierung und Submaschinienwerbung Assignment 5 LP
DIT68 D Praxismodul - Digital Business Strategy Assignment 5 LP	MKG52 D Digital Back-End Services Assignment 5 LP	MKG56 D Praxisanwendungen zum Digital Marketing Assignment 5 LP	PER75 D Digitalisierung im Personalmanagement Assignment 5 LP	LPM77 D Praxismodul - Digitalisierung in der Logistik Assignment 5 LP	IMG66 D Praxisanwendung Datenanalyse und Visualisierung Assignment 5 LP	DIT73 D Digital Leadership - Praxismodul Assignment 5 LP	ITE73 D Führung und Strategie Assignment 5 LP	MKM60 D Praxisanwendung in Social Media Marketing und Digitaler Marketingführung Assignment 5 LP	MKM63 D Praxisanwendung zum Submaschinienmarketing Assignment 5 LP
Vertiefung 11:	UFU76 D Grundlagen und Rahmenbedingungen des Gründungsmanagements Klausur 5 LP	UFU77 D Praxismodul - Gründungsmanagement Assignment 5 LP	UFU21 D Innovation und Entrepreneurship Klausur 5 LP	DIT47 D Management disruptiver Innovationen Assignment 5 LP	EBSE1 D Mobile Commerce Assignment 5 LP	Vertiefung 12:	DIT48 D Fallstudien zum Innovationsmanagement und digitalen Geschäftsmodellen Assignment 5 LP		

15 LP

15 LP



ANS43 Geschäftsprozesse und Anwendungssysteme

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul ANS43 erwerben die Studierenden Grundlagenwissen zu betrieblichen Anwendungs- und Informationssystemen AS/IS.</p> <p>Sie klassifizieren AS/IS und skizzieren den grundlegenden Aufbau und Architektur von AS/IS.</p> <p>Sie können Formen und Ansätze zur Integration von AS/IS beschreiben und jeweils die Beispielsysteme benennen. Weiterhin beurteilen sie die prozessorientierte Ausrichtung von AS/IS.</p> <p>Die Studierenden beschreiben die ARIS Methode und wenden sie an. Sie kennen die Ansätze funktionsbezogener und integrierter Anwendungssysteme und beurteilen diese.</p> <p>Funktionale und integrierte Systemlösungen werden gegenübergestellt und bewertet. Anwendungssysteme werden definiert, systematisiert und abgegrenzt.</p> <p>Sie sind in der Lage ein Gesamtkonzept der integrierten Informationsverarbeitung und die Bedeutung der Prozessorientierung für Anwendungssysteme zu erläutern.</p> <p>Die Studierenden beschreiben ein konkretes Referenzmodell für Prozesse in Industriebetriebe. Weiterhin beschreiben sie aktuelle Trends und branchenspezifische Ausrichtungen von Anwendungssystemen.</p> <p>Darüber hinaus kennen und beurteilen sie Ansätze und Architekturen zur Enterprise Application Integration (EAI).</p> <p>Weiterhin sind sie in der Lage die charakteristischen Merkmale einer serviceorientierten Architektur (SOA) als einen wichtigen Integrationsansatz zu benennen.</p> <p>Sie entwickeln Bewertungskriterien für betriebswirtschaftliche Standardsoftware (SSW und ihre Infrastruktur-Komponenten und wenden sie auf eine typische Unternehmenssituation an.</p> <p>Weiterhin sind sie in der Lage eine einfache EAI-Lösung im Rahmen einer vorgegebenen Fallbeschreibung zu konzipieren (Fach-, Methoden- und soziale Kompetenz).</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Konzepte betrieblicher Anwendungssysteme</p> <p>Begriffsdefinition und Abgrenzung</p> <p>Aufgaben und Einteilung betrieblicher Anwendungssysteme</p> <p>Impulsgeber „Fehlende Integration“</p> <p>Aufbau betrieblicher Anwendungssysteme</p> <p>Architekturbeispiele</p> <p>Typen und Herkunft von Anwendungssoftware</p> <p>Geschäftsprozessmodellierung</p> <p>Geschäftsprozesse</p> <p>Das ARIS-Konzept</p> <p>Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK)</p> <p>Objektorientierte Geschäftsprozessmodellierung</p> <p>Ausblick: Prozessmodellierung heute und morgen</p> <p>Musterfallstudie</p> <p>Grundlagen und Hinführung</p>
---------------	---



Szenario und Hintergrund

In Phasen zum Ziel

ERP goes Internet: auf welche Standards geachtet werden muss

Anlagen zur Auswahlphase

Einsatzbereiche von Anwendungssystemen

Integration von Anwendungsmodellen

Integrationsmodelle

Architektur von Informationssystemen

Referenzmodell der integrierten Informationsverarbeitung in der Industrie

Funktionsbereich- und prozessübergreifende Integrationskomplexe

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	ANS101 Studienbrief Konzepte betrieblicher Anwendungssysteme mit Onlineübung ANS102 Studienbrief Geschäftsprozessmodellierung mit Onlineübung ANS201 Studienbrief Musterfallstudie ABTE014-EL Fachbuch Mertens: Integrierte Informationsverarbeitung mit ANS301-BH Begleitheft und Onlineübung Fallstudie Optimierung der innerbetrieblichen Logistik bei der Marcus Lang GmbH Onlineseminar (2 Stunden)
-----------------------	--

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr.-Ing. Matthias Riege
----------------------	-------------------------------



BADITP Projekt

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls BADITP können die Studierenden fachspezifisches Wissen und Verstehen auf berufspraktische Fragestellungen anwenden sowie Problemlösungen und Argumente im Fachgebiet erarbeiten und weiterentwickeln.
Inhalt	<p>Die Aktivierung dieses Moduls erfolgt durch das Prüfungsamt im Rahmen der Anmeldung und Genehmigung der Arbeit. Eine Aktivierung durch Sie selbst ist nicht möglich.</p> <p>Ziele des Moduls: Praxisphase, in der die Studierenden ein Projekt oder eine andere anspruchsvolle Schwerpunktaufgabe mit einem starken praktischen Anwendungsbezug aus dem Problembereich des Studiengangs bearbeiten. Projektbericht, der Thema, Ziel, Ablauf und Ergebnisse des Projekts bzw. der Schwerpunktaufgabe nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten beschreibt und auswertet.</p>
Voraussetzungen	Vor Beginn der Praxisphase müssen die im Studien- und Prüfungsplan ausgewiesenen Module der ersten drei Studiensemester erfolgreich abgeschlossen oder mindestens 90 ECTS erreicht worden sein.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Projektbericht
Lernaufwand	500 Stunden, 20 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger



BADITT Bachelorarbeit

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul BADITT sind die Studierenden in der Lage eine komplexe Problemstellung aus einem Themenbereich des Studiengangs mit wissenschaftlichen Methoden in einem festgelegten Zeitraum eigenständig zu bearbeiten.</p> <p>Sie sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen und leiten daraus wissenschaftlich fundierte Urteile ab.</p>
Inhalt	<p>Die Aktivierung dieses Moduls erfolgt durch das Prüfungsamt im Rahmen der Anmeldung und Genehmigung der Arbeit. Eine Aktivierung durch Sie selbst ist nicht möglich.</p> <p>Ziele des Moduls: Selbstständige Bearbeitung einer Problemstellung aus einem gewählten Themenbereich in einem festgelegten Zeitraum. Lösen der Aufgabenstellung und Verfassen einer Studienabschlussarbeit (Bachelorarbeit) unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden mit hohen inhaltlichen und formalen Anforderungen.</p>
Voraussetzungen	<p>Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer das Projektmodul erfolgreich abgeschlossen hat und die im Studien- und Prüfungsplan ausgewiesenen studienbegleitenden Module der ersten fünf Studiensemester erfolgreich abgeschlossen oder mindestens 150 ECTS erreicht hat.</p> <p>Bitte beachten Sie außerdem, dass zu Ihrem Studium zwei Vertiefungsrichtungen gehören. Prüfen Sie bitte, ob Sie diese Wahl getroffen haben. Das Formular zur Wahl finden Sie im AKAD Campus an Ihrem Studienplan unter "Mehr". Bei Fragen dazu steht Ihnen die Studienbetreuung gerne zur Verfügung.</p>
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Bachelorarbeit
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger



BWL25 Grundlagen des Wirtschaftens

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls BWL25 können die Studierenden Grundlegende volkswirtschaftliche Begriffe und Zusammenhänge erläutern.</p> <p>Zudem können sie die Wechselbeziehungen zwischen Unternehmen und ihrer Umwelt sowie Entscheidungsgrundlagen für die Unternehmensstruktur und -strategie nennen und beschreiben.</p>
Inhalt	<p>Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge/Unternehmen und Unternehmensumwelt</p> <p>Einstieg ins Thema mit einer Darstellung wirtschaftlicher Grundzusammenhänge</p> <p>Das Unternehmen als Wirtschaftseinheit und seine Umwelt</p> <p>Betriebswirtschaftslehre: die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Führung von Unternehmen</p> <p>Gründung eines Unternehmens</p> <p>Was ist ein Unternehmen Die Gründung eines Unternehmens: Vier konstitutive Entscheidungen</p> <p>Der Businessplan Systematisch Entscheiden – Eine Analyse von Entscheidungsprozessen</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>BWL101 Studienbrief Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge/Unternehmen und Unternehmensumwelt</p> <p>BWL102 Studienbrief Gründung eines Unternehmens</p> <p>Onlineübung zu den Studienbriefen BWL101–102</p> <p>Onlinetutorium (1 Stunde)</p>
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Beate Holze



BWL26 BWL-Grundlagen

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul BWL26 können die Studierenden zentrale strategische, organisatorische und rechtliche Fragen bei der Gründung von Unternehmen erläutern.</p> <p>Sie können betriebliche Funktionsbereiche (primäre und sekundäre) in Unternehmen und ihre grundlegenden Methoden erklären.</p> <p>Weiterhin können die Studierenden für ein Beispielunternehmen den Leistungsprozess im engeren Sinne analysieren und Marktchancen und die finanzielle Struktur des Unternehmens bewerten.</p> <p>Zudem können sie grundlegende Aufgaben und Instrumente des Personalmanagements und des Rechnungswesens aufzählen und beurteilen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, sich im Bereich BWL-Grundlagen zu orientieren und lernen, diese selbstständig einzuordnen und diesbezüglich unterstützend in Teams mitzuarbeiten.</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Grundlagen des Produktionsmanagements und der Materialwirtschaft</p> <p>Begriffliche Grundlagen</p> <p>Geschichte der industriellen Produktion – ein Überblick</p> <p>Produktionsmanagement</p> <p>Materialwirtschaft</p> <p>Marketing</p> <p>Wandel der Märkte und des Marketings</p> <p>Wie kommt es zu einer Kaufentscheidung? – Eine Analyse des Kaufverhaltens</p> <p>Informationsbeschaffung für das Marketing: die Marketingforschung</p> <p>Marketingkonzeption – Ergebnis eines systematischen Vorgehens im Marketing</p> <p>Ausgangspunkt für die Entwicklung einer Marketingkonzeption: die Umwelt- und Unternehmensanalyse</p> <p>Entwicklung von Marketingzielen und Marketingstrategie</p> <p>Marketinginstrumentarium und Marketingmix</p> <p>Marketingcontrolling</p> <p>Organisation der Marketingfunktion</p> <p>Personalmanagement</p> <p>Grundlagen des Personalmanagements</p> <p>Rechtliche Grundlagen des Personalmanagements</p> <p>Personalplanung</p> <p>Personalbeschaffung</p> <p>Personaleinsatz</p> <p>Personalentwicklung</p> <p>Betriebliche Anreizsysteme</p> <p>Personalbeurteilung</p> <p>Personalcontrolling und Personaldatenverwaltung</p> <p>Personalführung</p> <p>Rechnungswesen</p> <p>Grundlagen</p>
---------------	--



Finanzbuchhaltung
Kosten- und Leistungsrechnung
Spezialaufgaben des Rechnungswesens
Grundlagen der Unternehmensführung
Was ist Unternehmensführung
St. Galler Managementkonzept
Normatives Management
Strategisches Management
Operatives Management

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	RAE101-EL Studienbrief mit Rechtsänderungen BWL103 Studienbrief Grundlagen des Produktionsmanagements und der Materialwirtschaft mit Onlineübung BWL104 Studienbrief Marketing mit Onlineübung BWL105 Studienbrief Personalmanagement mit Onlineübung BWL106 Studienbrief Rechnungswesen mit Onlineübung BWL107 Studienbrief Grundlagen der Unternehmensführung mit Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Dr. Beate Holze
----------------------	-----------------

DBA23 Datenbanken

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Mit erfolgreicher Teilnahme am Modul DBA23 erlangen die Studierenden Grundkenntnisse in Dateiorganisation, Datenmodellierung und Datenbanken:</p> <p>sie beschreiben die Basistechniken der physischen und logischen Datenorganisation, sie erstellen einfache ER-Modelle, sie leiten daraus relationale Datenmodelle ab und optimieren diese über Normalformen. Zudem geben sie einen Überblick über die Aufgaben und den Aufbau von Datenbanksystemen.</p> <p>Die Studierenden können Architektur und Funktionsweise von Datenbanken sowie die Vorgehensweise beim Entwurf von Datenbanken beschreiben.</p> <p>Weiterhin können sie ERM zum Datenbankentwurf anwenden. Die Studierenden kennen die Befehle von SQL zur Datendefinition und zur Datenmanipulation und verwenden diese.</p> <p>Weiterhin können sie Konzepte zur Datenintegrität erläutern.</p> <p>Die Studierenden können eine einfache relationale Datenbanken aufbauen und benutzen (Fach- und Methodenkompetenz).</p>
Inhalt	<p>Vom Datenmodell zur Speicherung in Dateien</p> <p>Allgemeines zur Datenorganisation</p> <p>Entity-Relationship-Modelle</p> <p>Relationale Datenmodellierung</p> <p>Physische Datenorganisation</p> <p>Datenbanksysteme</p> <p>Structured Query Language</p> <p>Grundlagen von Datenbanksystemen</p> <p>Datenbanken in der Informationstechnologie</p> <p>Konzepte und Architekturen</p> <p>Logische Datenmodelle</p> <p>Einsatz von Datenbanksystemen im Unternehmen</p> <p>Datenbankentwurf</p> <p>Einführung: Prozess des Datenbankentwurfs im Überblick</p> <p>Konzeptuelle Modellierung</p> <p>Logische Modellierung: Umsetzung ins Relationenmodell</p> <p>Qualität des Datenbankentwurfs: Normalformen-Theorie</p> <p>Physische Modellierung</p> <p>SQL – Structured Query Language</p> <p>Datenbanksprachen und Datenbanksysteme</p> <p>Lebenszyklus einer Datenbankanwendung</p> <p>Datendefinition mit SQL</p> <p>Datenmanipulation mit SQL</p> <p>Einsatz von Sichten mit SQL</p> <p>Einbindung von SQL in andere Sprachen</p> <p>Erweiterte Konzepte von Datenbanksystemen</p> <p>Sicherheit und Zugriffskontrolle</p> <p>Ablaufsteuerung mit Transaktionen</p>



Wiederherstellung (Recovery) des DBS
Performanz von Datenbanksystemen
Weitere Datenbankkonzepte und Technologien

Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik
------------------------	---------------------------

Modulbausteine	DAO101 Studienbrief Vom Datenmodell zur Speicherung in Dateien mit Onlineübung DBA101 Studienbrief Grundlagen von Datenbanksystemen mit Onlineübung DBA102 Studienbrief Datenbankentwurf mit Onlineübung DBA103 Studienbrief SQL – Structured Query Language mit Onlineübung DBA104 Studienbrief Erweiterte Konzepte von Datenbanksystemen mit Onlineübung Onlineseminar (2 Stunden) Onlinetutorium (2 Stunden)
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Klausur (1,5 Stunden)
--------------------------	-----------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Matthias Dehmer
----------------------	---------------------------



DIT40 **Strategisches Management und Digitalisierung**

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT40 können die Studierenden den Diskurs des Begriffs des strategischen Managements differenziert erklären und das St. Galler Managementkonzept (ganzheitliche Perspektivenbetrachtung, vernetzte (Sub-/Systeme) interpretieren.</p> <p>Weiterhin leiten sie die Stufen des Prozessmodells des strategischen Managements ab.</p> <p>Überdies ordnen und übertragen die Studierenden das Wirkungsspektrum sowie entscheidungstheoretische und -praktische Aspekte des strategischen Denkens ein.</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul DIT40 führen die Studierenden strategische Analysen durch und arbeiten strategische Lösungsvorschläge aus.</p> <p>Sie verstehen die Grundlogik, Prämissen und Vorgehensweisen des strategischen Managements im Kontext der Digitalisierung und können sie differenziert erklären sowie interpretieren.</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Grundlegendes zum Problem der Unternehmensführung</p> <p>Unternehmensführung – „Shortcut“ zum Funktionsspektrum und Problemkontext</p> <p>Normatives Management: Handlungsmaßstab und Gestaltungsaufgaben</p> <p>Unternehmenspolitik: Aktivitätselement normativer Unternehmensführung</p> <p>Unternehmensverfassung: Strukturelement normativer Unternehmensführung</p> <p>Unternehmenskultur – Verhaltenselement der normativen Unternehmensführung</p> <p>Strategische Unternehmensführung</p> <p>Strategische Unternehmensführung</p> <p>Strategie und strategische Programme – ausgewählte Zugänge</p> <p>Entscheidungstheoretische und –praktische Aspekte strategischen Denkens</p> <p>Zwischenfazit zum strategischen Management</p> <p>Operative Unternehmensführung – Merkmale, Wirkungszusammenhänge und Gestaltungserfordernisse</p> <p>Strategieentwicklung und Strategieimplementierung</p> <p>Prozessmodell des strategischen Managements</p> <p>„SWOT“ zum Ersten: Merkmale und „innere Logik“</p> <p>„SWOT“ zum Zweiten: Konsolidierungsperspektiven</p> <p>Strategieformulierung</p> <p>Strategiebewertung und –(aus)wahl</p> <p>Strategieimplementierung</p> <p>Strategische Kontrolle</p> <p>Epilog zum St. Galler Managementmodell</p> <p>Strategie und Digitalisierung</p> <p>Begrifflichkeiten und Zusammenhänge</p> <p>Strategisches Management und Managementmodelle</p>
---------------	--



Bedeutung der Wettbewerbsposition
Bedeutung des Kunden
Geschäftsmodelle
Digitale Transformation
Digitalisierung und Geschäftsmodell

Voraussetzungen	Grundlagen des Managements
------------------------	----------------------------

Modulbausteine	UFU201 Studienbrief Grundlegendes Problem der Unternehmensführung mit Onlineübung UFU202 Studienbrief Strategische Unternehmensführung mit Onlineübung UFU203 Studienbrief Der Prozess des strategischen Managements mit Onlineübung DIT401 Studienbrief Strategie und Digitalisierung mit Onlineübung
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger
----------------------	-----------------------------

DIT41 Fallstudie Digitalisierung

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul DIT41 arbeiten die Studierenden eine Fallstudie zur Digitalisierung durch und betreiben begleitende Internetrecherche.</p> <p>Sie erkennen und analysieren eigenständig zentrale Problemstellungen aus der Fallstudie.</p> <p>Weiterhin wenden sie wissenschaftliche Erkenntnisse und Entscheidungsmethoden aus dem Bereich der Digitalisierung bei der Analyse der Fallstudie an.</p> <p>Überdies erkennen und bewerten die Studierenden zentrale Herausforderungen und Schwierigkeiten in der Lösung des Falls.</p> <p>Sie erarbeiten unterschiedliche Lösungsalternativen und treffen eine begründete Auswahl einer Alternative.</p>
Inhalt	<p>Fallstudie Digitale Transformation im Einzelhandel Konkrete Aufgabenstellungen zu Themen der Digitalisierung anhand der Fallstudie bearbeiten.</p> <p>Fallstudien im Kompaktformat Konkrete Aufgabenstellungen zu Themen der Digitalisierung anhand der Fallstudien bearbeiten.</p>
Voraussetzungen	Grundlagen des Wirtschaftens
Modulbausteine	<p>DIT402-FS Fallstudie inklusive Lösungsskizze zur Fallstudie</p> <p>DIT403-FS Fallstudie inklusive Lösungsskizze zur Fallstudie</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger



DIT42 Management der digitalen Transformation in der Praxis I: Digitale Motivation

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT42 verfügen die Studierenden über Grundkenntnisse des Managements der digitalen Transformation in der Praxis und ordnen diese ein bzw. legen sie dar. Weiterhin ordnen und übertragen sie die praktischen Herausforderungen der neuen Verantwortungs- und Arbeitsbereiche für Führungskräfte und Mitarbeiter.</p> <p>Überdies erkennen und lösen sie Anforderungen an betriebliche Veränderungen und deren Umsetzung.</p> <p>Die Studierenden kennen grundlegende Ansätze des Innovationsmanagements.</p> <p>Sie wenden diese auf eigene praktische Herausforderungen an und übertragen diese.</p> <p>Sie setzen Innovationsmethoden und Kreativitätsmethoden gestaltend ein.</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Praktische Grundlagen der digitalen Transformation</p> <p>Die Entwicklung der digitalen Transformation</p> <p>Digital Governance</p> <p>Künstliche Intelligenz (KI)</p> <p>Digitale Marktforschung</p> <p>Budgetplanung für die digitale Transformation</p> <p>Digitale Verantwortung und Know-how-Kultur</p> <p>Einstieg in die digitale Transformation</p> <p>Digitale Kompetenz der Führungskräfte</p> <p>Geschäftsmodelle</p> <p>Wandel zur digitalen Unternehmenskultur</p> <p>Digitale Know-how-Kultur</p> <p>New Work</p> <p>Definition und Entstehung von New Work</p> <p>Zentrale Begriffe aus der Welt von New Work</p> <p>Human Resources 2.0</p> <p>Digitale Unternehmenskultur</p> <p>Agile Führung</p> <p>Gestaltung des Arbeitsplatzes</p> <p>Innovationsmanagement</p> <p>Grundlagen des Innovationsmanagements</p> <p>Plattform Economy</p> <p>Open Innovation</p> <p>Business Model Canvas</p> <p>Innovationsmethoden</p> <p>Kreativitätstechniken</p> <p>Aufbau eines Innovationsprogramms</p> <p>Connected Leadership</p> <p>Einstieg in das Thema "Connected Leadership"</p>
---------------	---



Connected vs. Non-connected Company
Connected Maps
Tools zum kollaborativen Arbeiten
Interne Kommunikation
Crowdsourcing
Crowdfunding

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	Einführungsvideo zum Studienbrief DIT421 DIT421 Studienbrief Praktische Grundlagen der digitalen Transformation mit Onlineübung Einführungsvideo zum Studienbrief DIT422 DIT422 Studienbrief Digitale Verantwortung und Know-how-Kultur mit Onlineübungen Einführungsvideo zum Studienbrief DIT423 DIT423 Studienbrief New Work mit Onlineübung Einführungsvideo zum Studienbrief DIT424 DIT424 Studienbrief Innovationsmanagement mit Onlineübung Einführungsvideo zum Studienbrief DIT425 DIT425 Studienbrief Connected Leadership mit Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	--

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf
----------------------	---------------------------



DIT43 Management der digitalen Transformation in der Praxis II: Tools und Services

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls DIT43 kennen die Studierenden Grundlegende Begriffe und Prozesse aus dem Onlinemarketing, dem Social-Media-Marketing, dem Personal Branding und dem digitalen Service und ordnen diese ein bzw. übertragen sie.</p> <p>Sie erkennen und erklären Möglichkeiten der Digitalisierung von Prozessen im allgemeinen Geschäftsbetrieb.</p> <p>Weiterhin kennen sie Grundlagen der Vernetzung und Automatisierung von Prozessen und Dingen und geben sie wieder.</p> <p>Sie kennen die Grundlagen der digitalen Infrastruktur und geben sie wieder.</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Online- und Social-Media-Marketing</p> <p>Online-Marketing Corporate Website Suchmaschinenmarketing E-Mail-Marketing Affiliate- Marketing Social- Media- Marketing Social Selling Die Strategie im Social-Media-Marketing Personal Branding und Influencer-Marketing</p> <p>Digitale Servicekultur und Produkte als Service</p> <p>Customer-Experience – Design als Service Der Kunde – Dialog und Bedürfnisse Kundenkontakt Customer-Relationship-Management (CRM)</p> <p>Prozesse im Digital Business</p> <p>Digital Business und Status quo Übersetzung von manuellen in digitale Prozesse Usability im Digital Business Optimierung von Prozessen Business-Process-Management-Systeme (BPM) Robotic Process Automation (RPA) Enterprise Resource Planning (ERP) Supply Chain Management Business Intelligence Controlling im Digital Business Blockchain</p> <p>Automatisierung</p> <p>Grundlagen der Automatisierung Internet der Dinge (IoT) Automatisierungstechnik Key Performance Indicator (KPI)</p>
---------------	---



Mensch-Maschine-Kommunikation

Digitale Infrastruktur

Serviceorientierte Architektur (SOA) – konkrete Aufgabenverwaltung

API-Management – organisierter Datenaustausch

Digital-Asset-Management – Organisation digitaler Dateien

Digital Security

Hardware für Unternehmen

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	Einführungsvideo zum Studienbrief DIT431 DIT431 Studienbrief Online- und Social-Media-Marketing mit Onlineübung Einführungsvideo zum Studienbrief DIT432 DIT432 Studienbrief Digitale Servicekultur und Produkte als Service mit Onlineübung Einführungsvideo zum Studienbrief DIT433 DIT433 Studienbrief Prozesse im Digital Business mit Onlineübung Einführungsvideo zum Studienbrief DIT434 DIT434 Studienbrief Automatisierung mit Onlineübung Einführungsvideo zum Studienbrief DIT435 DIT435 Studienbrief Digitale Infrastruktur mit Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf
----------------------	---------------------------



DIT45 Digital Collaboration: Plattform und Crowdphänomene

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT45 kennen die Studierenden die Grundlagen der digitalen Kollaboration und können verschiedene Crowdansätze darstellen und auf praktische Beispiele anwenden.</p> <p>Weiterhin erkennen sie die Plattform als Basis für Geschäftsmodelle und können sie auf praktische Beispiele übertragen.</p> <p>Die Studierenden erkennen die Chancen und Anforderungen von transformationalen Produkten und können Herangehensweisen auf eigene Produkte anwenden.</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Grundlagen der digitalen Kollaboration Digitale Plattformen: Eine erste Annäherung und Analyse Modelle zur Analyse von Plattform-Unternehmungen Crowdsourcing als Basis vieler Plattformen Transformationale Produkte</p> <p>Die Crowd als Kollaborationsbasis Das Phänomen digitaler Plattformen Business Model Canvas (BMC) als Gestaltungswerkzeug Analyse ausgewählter Plattformen mittels der BMC</p> <p>Die Plattform-Revolution Entwicklung des Plattformgedankens Eignet sich mein Produkt für eine Plattformstrategie? Die Plattform als Basis für neue und etablierte Geschäftsmodelle Anforderungen und Vorgehensweisen Nutzen und Nachteile</p> <p>Transformationale Produkte Service Diffusion Service Experience Service Co-Creation</p>
---------------	---

Voraussetzungen	Kenntnisse der digitalen Transformation und grundlegende Kenntnisse von Geschäftsmodellen
------------------------	---

Modulbausteine	<p>DIT451 Studienbrief Grundlagen der digitalen Kollaboration mit Onlineübung</p> <p>ABWI062-EL Fachbuch Choudary, Sangeet Paul; Van Alstyne, Marshall; Parker, Geoffrey: Die Plattform-Revolution – Von Airbnb, Uber, PayPal und Co. lernen: Wie neue Plattform-Geschäftsmodelle die Wirtschaft verändern mit</p> <p>DIT452-BH Begleitheft mit Onlineübung</p> <p>ABWI063-EL Fachbuch Schrader, M.: Transformationale Produkte – Der Code von digitalen Produkten, die unseren Alltag erobern und die Wirtschaft revolutionieren</p> <p>MKG621-BH Begleitheft Transformationale Produkte mit Onlineübung</p>
-----------------------	--



Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf



DIT46 Digital Start-up Management (Planspiel)

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
---------------------------	--------------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul DIT46 erkennen die Studierenden gesamtunternehmerische Zusammenhänge und können vernetztes Denken und Handeln für den Aufbau und die Etablierung eines Startups anwenden.</p> <p>Weiterhin können sie Methoden zur Ideenfindung und Geschäftsmodellentwicklung anwenden und Kapitalbedarfs- und Finanzierungspläne erstellen und vermitteln.</p> <p>Die Studierenden können strategische Analysen (Umwelt- und Unternehmensanalysen) anwenden und Wettbewerbsstrategien für den Markteintritt und die Unternehmensführung auswählen.</p> <p>Zudem können sie Ergebnisse mit Hilfe von Controlling Instrumenten interpretieren, strategische Innovationsplanung und GAB-Analyse evaluieren und Fremd- und Eigenfinanzierungsmöglichkeiten vergleichen und auswählen.</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Planspiel: Start-Up Management</p> <p>in TOPSIM – Startup-Management werden die komplexen Zusammenhänge einer Existenzgründung am Beispiel einer Manufaktur für Surfbretter abgebildet. Die Teilnehmer müssen Entscheidungen von der Ideengenerierung bis hin zum Markteintritt und der Etablierung am Markt treffen. Sie werden dabei mit verschiedenen Modellen wie dem Business Modell Canvas konfrontiert und von Tools wie dem Businessplan-Assistenten unterstützt.</p> <p>Es gilt, auf Marktbewegungen zu reagieren und dennoch der eigenen Strategie treu zu bleiben. Das Planspiel vermittelt Grundkenntnisse des betriebswirtschaftlichen Handelns und dient der Einführung in die Gründungsthematik auch für Teilnehmer ohne kaufmännische Vorkenntnisse.</p> <p>Im Verlauf des Planspiels werden die Teilnehmer unter anderem mit den folgenden Entscheidungsbereichen konfrontiert:</p> <ul style="list-style-type: none">Methoden zur Entwicklung von Geschäftsideen und Geschäftsmodellen (bspw. mit dem Business Modell Canvas)MarktanalyseAufbau eines BusinessplansKapitalbeschaffung (Kredit, Beteiligungskapital)Personalplanung und KapazitätsauslastungGrundlagen der UnternehmensbewertungGrundlagen der InvestitionsrechnungGrundlagen des internen und externen Rechnungswesens
---------------	---

Voraussetzungen	Grundkenntnisse des Wirtschaftens und Grundkenntnisse Internet
------------------------	--

Modulbausteine	Handbücher zum Planspiel Onlineseminar
-----------------------	---



Kompetenznachweis Assignment

Lernaufwand 125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache Deutsch

Studienleiter Prof. Dr. Daniel Markgraf



DIT47 Management disruptiver Innovationen

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul DIT47 verfügen die Studierenden über Kenntnis verschiedener Innovationsarten und können Abgrenzungen in der Diffusion von Innovationen darstellen und diskutieren.</p> <p>Sie erkennen Herausforderungen disruptiver Innovationen für bestehende Unternehmen und können die Herangehensweisen auf praktische Beispiele anwenden.</p> <p>Die Studierenden identifizieren Chancen disruptiver Innovationen für etablierte und neue Unternehmen und stellen diese dar.</p> <p>Weiterhin kennen sie Vorgehensweisen im Management von disruptiven Innovationen für etablierte und neue Unternehmen, können sie abgrenzen und auf Beispiele übertragen.</p> <p>Sie können bestehende Geschäftsmodelle digital anreichern oder darstellen, wie sie in neue digitale Geschäftsmodelle überführt oder parallel etabliert werden können.</p>
Inhalt	<p>Grundlagen</p> <p>Merkmale disruptiver Innovationen</p> <p>Diffusion von Innovationen nach Rogers</p> <p>Diffusion disruptiver Innovationen</p> <p>Innovators Dilemma</p> <p>Warum erfolgreiche Unternehmen scheitern</p> <p>Der Umgang mit disruptiven Herausforderungen</p> <p>Innovators Solution</p> <p>Minimum Viable Product und der Lean Startup Ansatz</p> <p>Den Wettbewerb schlagen</p> <p>Die "Commodity Trap" vermeiden</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>Wissenschaftliche Quellen mit Begleitheft und Onlineübung</p> <p>ABWI078-EL Fachbuch Christensen: The Innovator's Dilemma mit DIT471-BH Begleitheft und Onlineübung</p> <p>ABWI079-EL Fachbuch Christensen; Raynor: The Innovator's Solution mit DIT472-BH Begleitheft und Onlineübung</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf



DIT48 Fallstudien zum Innovationsmanagement und digitalen Geschäftsmodellen

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT48 arbeiten die Studierenden Fallstudien zu den Themenbereichen Innovationsmanagement und Geschäftsmodellen durch und betreiben begleitende Internetrecherchen.</p> <p>Sie erkennen und analysieren eigenständig zentrale Problemstellungen aus den Fallstudien.</p> <p>Weiterhin wenden die Studierenden wissenschaftliche Erkenntnisse und Entscheidungsmethoden aus dem Bereich des Innovationsmanagements und/oder der digitalen Geschäftsmodellen bei der Analyse der Fallstudien an.</p> <p>Überdies erkennen und bewerten sie zentrale Herausforderungen und Schwierigkeiten in der Lösung des Falls.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten unterschiedliche Lösungsalternativen und treffen eine begründete Auswahl einer Alternative.</p>
Inhalt	<p>Fallstudie Innovationsmanagement Konkrete Aufgabestellungen zu verschiedenen Themen im Rahmen des Innovationsmanagements anhand der Fallstudie bearbeiten</p> <p>Fallstudie Erweiterung und Transformation bestehender Geschäftsmodelle um digitale Aspekte Konkrete Aufgabestellungen zur digitalen Transformation etablierter Geschäftsmodelle anhand der Fallstudie bearbeiten</p> <p>Fallstudie digitale Geschäftsmodelle Konkrete Aufgabestellungen zu verschiedenen Themen im Rahmen des Innovationsmanagements anhand der Fallstudie bearbeiten</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	DIT481-FS Fallstudie Innovationsmanagement ABWI061-EL Fachbuch Schallmo: Digitale Transformation mit Geschäftsmodellen mit DIT482-BH Begleitheft und Onlineübung
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf



DIT52 Digital Leadership und Arbeit 4.0

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul erkennen die Studierenden die Bedeutung des digitalen Wandels und interpretieren Veränderungen bei den Managementmethoden. Sie schätzen die Bedeutung von agilen Arbeitsmethoden ein und leiten grundlegende Konsequenzen ab. Weiterhin zeigen sie wichtige Aspekte der Führung von Mitarbeitern im digitalen Wandel auf und skizzieren erste Konsequenzen der Mitarbeiterführung für Unternehmen. Überdies schlussfolgern die Studierenden die Bedeutung des neuen Managementkontextes auf die Führung. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls zeigen die Studierenden Maßnahmen zur Veränderung der Mitarbeiterführung in digitalen Zeiten auf. Sie kennen neue Führungsansätze des Digital Leadership und übertragen diese auf den betrieblichen Alltag. Sie kennen die Herausforderungen, die das zunehmende Veränderungstempo in der Arbeitswelt mit sich bringt und können dieses bewerten.</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Digitaler Wandel - Managementmethoden im Wandel Technologische und gesellschaftliche Entwicklungen Entwicklungen auf Unternehmensebene Neue Arbeitskontext in Unternehmen Agile Arbeitsmethoden</p> <p>Führung von Mitarbeitern im digitalen Wandel Auswirkungen technologischer und gesellschaftlicher Entwicklungen Auswirkungen des neuen Managementkontextes auf die Führung Führung im Wandel Führung in digitalen Unternehmen und Organisationen Neue Führungsansätze des Digital Leadership</p> <p>Arbeitswelten im Wandel Arbeitsbelastung und Kommunikation Selbstbewertungen für Organisation und Mitarbeiter Zunehmendes Veränderungstempo: Wieviel Change halten Mitarbeiter aus? Lernen im digitalen Wandel – Ängste abbauen und digitale Kompetenzen von Beschäftigten fördern</p>
---------------	--

Voraussetzungen	keine
------------------------	-------

Modulbausteine	<p>ABTE049-EL Fachbuch: Digital Leadership: ISBN: 978-3-658-17812-3 (eBook). Greusen, Gall, Hackl: Wiesbaden, 2017 mit</p> <p>DIT501-BH Begleitheft zum E-Book "Digital Leadership" mit Onlineübung</p> <p>ABWI192-EL E-Book Harwardt: "Führen und Managen in der digitalen Transformation"</p> <p>DIT521-BH Begleitheft zum Fachbuch "Führen und Managen in der digitalen Transformation" mit Onlineübung</p> <p>ABWI193-EL E-Book Markgraf: "AKAD Studien zu Arbeitswelten im Wandel"</p>
-----------------------	---



DIT522-BH Begleitheft zum Fachbuch "AKAD Studien zu Arbeitswelten im Wandel"

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	
----------------------	--



DIT60 Digitale Geschäftsmodelle

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT60 können die Studierenden Ideen zu digitalen Geschäftsmodellen generieren, bewerten und eigenständig weiterentwickeln.</p> <p>Sie kennen grundlegende Begrifflichkeiten, Möglichkeiten und Zusammenhänge der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und können digitale Geschäftsmodelle für eigene und fremde Ideen entwickeln.</p> <p>Weiterhin können die Studierenden Geschäftsmodelle in einzelne Prozesse herunterbrechen und zu ganzheitlichen Unternehmenskonzepten für die praktische Umsetzung weiterentwickeln.</p>
Inhalt	<p>Generierung und Entwicklung von Geschäftsmodellen</p> <p>Innovation als Katalysator für neue Geschäftsideen</p> <p>Mit Kreativitätstechniken neue Geschäftsideen entwickeln</p> <p>Ideenkonkretisierung</p> <p>Ideenbewertung und Ideenauswahl</p> <p>Business Model Generation</p> <p>Grundlagen</p> <p>Exkurs: Value Proposition Canvas</p> <p>Das Konzept des Lean Start-ups</p> <p>Grundlagen</p> <p>Part 1: Vision</p> <p>Part 2: Steer</p> <p>Part 3: Accelerate</p> <p>Epilogue: Waste Not / Join the Movement</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>Studienbrief DIT608 Generierung und Entwicklung von Geschäftsmodellen mit Onlineübung</p> <p>ABWI074-EL und ABWI055-EL Fachbücher mit DIT601-BH Begleitheft und Onlineübung</p> <p>ABWI075-EL Fachbuch Ries: Lean-Startup mit DIT612-BH Begleitheft und Onlineübung</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf



DIT67 Digital Business Strategy

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul DIT67 adaptieren und erweitern die Studierenden klassische Ansätze von Kernkompetenzen und Wettbewerbskräften auf digitale Geschäftsmodelle.</p> <p>Sie erkennen neu entstehende Dynamiken und bewerten deren Relevanz und Anwendbarkeit für eigene Beispiele.</p> <p>Die Studierenden kennen die Entscheidungsdimensionen der digitalen Geschäftsstrategie, legen diese dar und wenden sie auf Praxisbeispiele an.</p> <p>Weiterhin erkennen die Studierenden Handlungsfelder der digitalen Strategie, übernehmen sie in die Strategieplanung sowie übertragen sie auf verschiedene Anwendungsfelder.</p>
Inhalt	<p>Fallbeispiel Encyclopedia Britannica Kernkompetenzen und Wettbewerbskräfte für digitale Geschäftsmodelle</p> <p>Kernkompetenzen</p> <p>Fünf Wettbewerbskräfte, die unsere Strategie formen</p> <p>Neue Dynamiken im Wettbewerb und Unternehmen</p> <p>Digitale Geschäftsmodelle</p> <p>Entscheidungsdimensionen zur Entwicklung der digitalen Geschäftsstrategie</p> <p>Grundlegende Rahmenbedingungen der Digitalisierung</p> <p>Grundlegende Strategieprinzipien und Handlungsregeln</p> <p>Strategiedomänen der digitalen Transformation</p> <p>Unternehmerische Herausforderungen der Digitalisierung</p> <p>Digitale Transformation von Geschäftsmodellen</p> <p>Veränderte Rahmenbedingungen einer Strategie zur Digitalisierung</p> <p>Disruptive Geschäftsmodelle</p> <p>Eine Roadmap für die digitale Transformation von Geschäftsmodellen</p>
Voraussetzungen	Grundkenntnisse digitale Transformation und Geschäftsmodelle, Kenntnisse zu Produkten und Geschäftsmodellen als Plattform
Modulbausteine	<p>ABTE111-EL Fachbuch Cauz: Encyclopedia Britannica's President on Klliiing Off a 244-Year-Old Product</p> <p>ABTE112-EL Fachbuch Rogers: Digitale Transformation – Das Playbook – Wie Sie Ihr Unternehmen erfolgreich in das digitale Zeitalter führen und die digitale Disruption meistern mit</p> <p>DIT672-BH Begleitheft und Onlineübung</p> <p>DIT673-BH Begleitheft und Onlineübung</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte



Sprache Deutsch

Studienleiter Prof. Dr. Daniel Markgraf



DIT68 **Praxismodul – Digital Business Strategy**

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT68 bearbeiten und lösen die Studierenden problem- und zielorientiert im Team oder einzeln praktische Aufgabenstellungen mit einem grundlegenden wissenschaftlichen Anspruch der Themenfelder und Schwerpunkte der Vertiefungsrichtung.</p> <p>Sie setzen das erworbene Fachwissen um und wenden es an.</p> <p>Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, geeignete Modelle, Methoden und Instrumente einzusetzen.</p> <p>Sie dokumentieren und präsentieren Ergebnisse zielorientiert.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung eines Praxisprojektes oder -beispiels</p> <p>selbstständig sowie in Gruppen unter Verwendung verschiedener Methoden und Diskurse;</p> <p>Beispiele:</p> <p>Entwicklung einer digitalen Geschäftsstrategie für etablierte Geschäftsmodelle.</p> <p>Überführung etablierter Geschäftsmodelle in plattformbasierte Geschäftsmodelle.</p> <p>Erweiterung bestehender Wertschöpfungsprozesse bzw. Erweiterung dieser um crowdbasierte Prozesse.</p> <p>Erarbeitung von Handlungs- und Optimierungsempfehlungen für bestehende digitale Geschäftsstrategien.</p> <p>usw.</p> <p>Gegenstand der Projektarbeiten: Analyse, Planung, Konzeption Gestaltung, Entwicklung, Einsatz und Bewertung von Lösungen für den Praxiseinsatz unter Berücksichtigung der Kompetenzfelder der Vertiefungsrichtung.</p>
Voraussetzungen	Kenntnisse im strategischen Management und Digital Business Strategy
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf



DIT72 Digital Leadership - Vertiefung

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT72 erkennen die Studierenden die Bedeutung von Stress und Reizüberflutung im Alltag und verstehen das psychologische Konzept der Achtsamkeit.</p> <p>Sie schätzen die Bedeutung für das Selbstmanagement ein und leiten Konsequenzen für das Selbstmanagement und das eigene Führungsverhalten ab.</p> <p>Sie charakterisieren wichtige Achtsamkeitsprinzipien und generieren Konsequenzen im Kontext von Digital Leadership für Unternehmen.</p> <p>Weiterhin analysieren sie die Bedeutung von Kommunikation und Empathie im Digitalen Zeitalter und hinterfragen deren Umsetzung im betrieblichen Alltag.</p> <p>Überdies leiten sie Achtsamkeit als eine wichtige Grundlage von Digital Leadership ab.</p> <p>Die Studierenden reflektieren das psychologische Konzept der Achtsamkeit im Kontext von Leistung und Leistungsdruck.</p> <p>Weiterhin bewerten sie Achtsamkeit als Leadership-Mindset und als Grundprinzip der Teamführung.</p>
Inhalt	<p>Achtsamkeit in Zeiten der Digitalisierung</p> <p>Stress und Reizüberflutung im Alltag</p> <p>Selbstbestimmung vs. Fremdbestimmung</p> <p>Grundlagen der Achtsamkeit im Alltag</p> <p>Achtsamkeit und Achtsamkeitsprinzipien</p> <p>Kommunikation und Empathie im Digitalen Zeitalter</p> <p>Achtsamkeit als Grundlage von Digital Leadership</p> <p>Achtsamkeit als Leadership-Mindset</p> <p>Achtsamkeit im Kontext von Leistung und Leistungsdruck</p> <p>Achtsamkeit als Grundprinzip der Teamführung</p> <p>Achtsamkeit und Digital Leadership</p>
Voraussetzungen	Grundlagen von Digital Leadership
Modulbausteine	ABTE068-EL Fachbuch: Achtsamkeit in digitalen Zeiten (eBook). Autorin: Güntsche, Wiesbaden 2017 mit Begleitheft und Online-Übung
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Wolfgang Bohlen



DIT73 Digital Leadership – Praxismodul

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DIT73 bearbeiten und lösen die Studierenden problem- und zielorientiert Aufgabenstellungen mit einem wissenschaftlichen Anspruch auf Bachelorniveau und im Kontext des Themenfeldes des Wahlpflichtbereichs nach den Methoden eines modernen Projektmanagements.</p> <p>Die Inhalte des Wahlpflichtmoduls beziehen sich auf unterschiedliche Funktionsbereiche im Unternehmen.</p> <p>Sie setzen das erworbene – auch interdisziplinäre Fachwissen um und wenden es an. Sie zeigen eine weiterführende Analyse von Chancen und Risiken bei Digital Leadership auf und generieren eine empirische Forschungsarbeit.</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul DIT73 betrachten die Studierenden unterschiedliche Führungsaspekte im Kontext von Digital Leadership.</p> <p>Sie nehmen eine kritische Reflexion von Digital Leadership vor und bestimmen Optimierungsempfehlungen für die Weiterentwicklung von Digital Leadership.</p> <p>Weiterhin dokumentieren und präsentieren die Studierenden Ergebnisse zielorientiert und nach den Regeln der Wissenschaftlichkeit.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung einer Transferaufgabe</p> <p>Chancen und Grenzen von Leadership in Zeiten der Digitalisierung</p> <p>Lösung von Konflikten durch Digital Leadership</p> <p>Diversity Management und Digital Leadership – Chance oder Risiko?</p> <p>Digital Leadership und Achtsamkeit – zwei ungleiche Ansätze?</p> <p>Steigerung von Leistung und Motivation durch Digital Leadership (?)</p> <p>Kritische Reflexion von Digital Leadership</p> <p>Weiterentwicklungsoptionen für Digital Leadership</p> <p>Konzeption von Lösungen für den Praxiseinsatz</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Wolfgang Bohlen



EBS61 Mobile Commerce

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls EBS61 kennen und erläutern die Studierenden wesentliche Strukturelemente webbasierter Geschäftsmodelle.</p> <p>Sie geben theoretische Ansätze zur Entwicklung neuer Geschäftsideen wieder und übertragen sie auf die Finanzdienstleistungsbranche.</p> <p>Weiterhin beschreiben und begründen die Studierenden notwendige Schritte zur Gründung eines IT-orientierten Unternehmens.</p> <p>Überdies erarbeiten sie eine strukturierte Analyse der Erfolgsaussichten und ermitteln den Investitionsbedarf eines Unternehmens (Fach- und Methodenkompetenz).</p>
Inhalt	<p>Sicherheit und Bezahlen im Internet</p> <p>Problemstellung</p> <p>Sicherheit im Electronic Commerce</p> <p>Elektronisches Bezahlen</p> <p>Webbasierter Vertrieb und digitales Marketing</p> <p>Einführung in die Webwirtschaft</p> <p>Vom klassischen zum digitalen Onlinemarketing</p> <p>Kundenmanagement</p> <p>Kommunikationsmanagement</p> <p>Onlineshops und -marktplätze</p> <p>Technologien in der Webwirtschaft</p> <p>Einführung in das Onlinemarketing</p> <p>Einordnung des Onlinemarketings</p> <p>Konsumentenverhalten im digitalen Zeitalter</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingungen des Onlinemarketings</p> <p>Instrumente des Onlinemarketings</p> <p>Webkennzahlen und Webanalyse</p> <p>Mobile Commerce</p> <p>Vom Electronic Commerce zum Mobile Commerce</p> <p>Drahtlose Kommunikation</p> <p>Mobile Endgeräte</p> <p>Ubiquitous Computing und Location-Based Services</p> <p>Entwurf und Programmierung mobiler Anwendungen</p> <p>Sicherheitsproblematik im Mobile Commerce</p> <p>Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Mobile Commerce</p> <p>Mobile Commerce im B2C- und B2B-Bereich</p>
Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	<p>WEB201 Studienbrief Sicherheit und Bezahlen im Internet mit Onlineübung</p> <p>WEB301 Studienbrief Webbasierter Vertrieb und digitales Marketing mit Onlineübung</p>



WEB303 Studienbrief Einführung in das Onlinemarketing mit
Onlineübung

WEB304 Studienbrief Mobile Commerce mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Mark Harwardt
----------------------	-------------------------



ENC13 English for professional purposes C1

Kompetenzzuordnung	Kompetente Sprachverwendung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ENC13 gebrauchen die Studierenden die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben wirksam und flexibel. Sie verstehen ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte und erfassen auch implizite Bedeutungen.</p> <p>Weiterhin drücken sie sich spontan und fließend aus, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen.</p>
Inhalt	<p>Themenbereiche Orte, Menschen, Beziehungen, Arbeitswelt, Technologie, moderne Gesellschaft</p> <p>Lesen Lesetechniken, Texte analysieren</p> <p>Wortschatzarbeit Neue Wörter zu den genannten Themenbereichen, Wortbildung, bedeutungsähnliche Wörter, Synonyme</p> <p>Grammatik Wiederholung und Vertiefung ausgewählter Grammatikprobleme; Zeitenfolgen und Verwendung von Präsens, Present Perfect, Futur, Vergangenheitszeiten, Pronomen, modale Hilfsverben, indirekte Rede, Adverb, Adjektiv, Konditional, Konjunktiv, Nebensätze, Partizipien, Passiv, Infinitiv, Gerundium</p> <p>Schreiben Emails, persönliche und geschäftliche Briefe, Notizen, Instruktionen und Anweisungen, Broschüren, Bekanntmachungen, Berichte, Grafiken und Diagramme, Empfehlungsschreiben, Artikel; Texte strukturieren, bearbeiten, zusammenfassen</p> <p>Sprechen Alltagssprache, Meinungen und Gefühle ausdrücken; um etwas bitten, etwas anbieten, informelles Englisch verwenden, sich entschuldigen, jemanden unterbrechen, ein Telefongespräch führen; Verwendung von "phrasal verbs"</p> <p>Hörverständnisübungen</p>
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	<p>mp3 Ergänzungen zu EN541-543</p> <p>EN541 Studienbrief English C1 mit Onlineübung</p> <p>Online-Content Rosetta Stone: English C1: Situations: Interpersonal Skills and Negotiation IV, Professional Interaction, Client Relations, Business Calls</p> <p>EN542 Studienbrief English C1 mit Onlineübung</p> <p>EN543 Studienbrief English C1 mit Onlineübung</p> <p>mp3 Ergänzungen zu EN544-546</p> <p>EN544 Studienbrief English C1 mit Onlineübung</p> <p>EN545 Studienbrief English C1 mit Onlineübung</p>



EN546 Studienbrief English C1 mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Studienleiter	Prof. Dr. Verena Jung



FGI03 Leadership

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>After the successful completion of module FGI03 the students gain in-depth leadership knowledge (staff and self management) to describe significant propositions and aspects of Anglo-Saxon leadership skills.</p> <p>The students estimate and handle the influence of gender mainstreaming in leadership situations.</p> <p>They give an explanation of the theory of diversity management and targeted choice of intercultural staff, effective choice and professional leadership of virtual teams.</p> <p>Furthermore they conduct internal and external win-win negotiations (how to negotiate effectively for business success).</p> <p>The students describe the problems in staff replacement.</p> <p>They recognise, motivate and involve the competence profile and potential of current staff (skill management).</p> <p>Furthermore they fill general staff and management vacancies.</p> <p>Empowerment: The students provide incentives for top-quality performance and high levels of staff satisfaction.</p> <p>They estimate their own leadership behavior (leadership performance test).</p>
Inhalt	<p>Organizational Behavior</p> <p>Key questions of organizational behavior</p> <p>Characteristics of people in organizations</p> <p>Social judgement processes at the workplace</p> <p>Managerial decision-making</p> <p>Group dynamics and teamwork</p> <p>Power and politics in organizations</p> <p>Leadership and motivation</p> <p>Employee motivation: Learnings from the classical theories</p> <p>Self-Determination Theory</p> <p>The necessity and art of goal-setting</p> <p>What is leadership? Basics and necessities</p> <p>The art of leadership: When does it work?</p> <p>Big theories, standard paradigms</p> <p>The limits of leadership</p> <p>Diversity and conflict management</p> <p>Diversity management: witnessing a merger of two debates</p> <p>Domestic diversity</p> <p>International or cultural diversity</p> <p>Resolving specific cultural diversity challenges</p> <p>Conflict management: types of conflicts and approaches to handle them</p>
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau B2 werden empfohlen; Grundlagen der Führung von Mitarbeitern
Modulbausteine	PER608 Studienbrief Organizational Behavior mit Onlineübung



PER609 Studienbrief Leadership and motivation mit **Onlineübung**
PER610 Studienbrief Diversity and conflict management mit
Onlineübung

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger



IMG40 Informationsmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls IMG40 erläutern die Studierenden Bedeutung, Aufgaben und Organisation des strategischen und operativen Informationsmanagements.</p> <p>Weiterhin wenden sie grundlegende Methoden zum Planen, Kontrollieren und Steuern von Projekten mit hohem IT-Anteil an (IV-Controlling).</p> <p>Sie erklären Formen und Potenziale des Outsourcing sowie die Erläuterung von wesentlichen rechtlichen Aspekten beim Einsatz von IV-Systemen (Datenschutz, Lizenzfragen).</p> <p>Überdies erläutern sie die Auswirkungen der Informatik auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten und schätzen diese ein.</p> <p>Die Studierenden kennen philosophische und ethische Maßstäbe, mit Hilfe derer die Auswirkungen beurteilt werden können.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls IMG40 erkennen die Studierenden die Verantwortung des (Wirtschafts-)Informatikers für sein Handeln in Konfliktsituationen und können unter Berücksichtigung der Folgen individuellen oder gemeinschaftlichen Handelns für die soziale, politische, ökonomische und natürliche Umwelt ausüben.</p> <p>Weiterhin erarbeiten sie selbstständig ein vorgegebenes aktuelles Thema und stellen es dar.</p> <p>Dabei greifen sie übergreifende Fragestellungen aus den Säulen Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre und Informatik auf.</p> <p>Sie erkennen und arbeiten die Bedeutung der integrativen Betrachtung insbesondere für Anwendungen in der Praxis heraus (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz).</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Informationsmanagement im Unternehmen</p> <p>Die Aufgaben des Informationsmanagements</p> <p>Das operative Informationsmanagement</p> <p>Das strategische Informationsmanagement</p> <p>Die Organisation der Informationsversorgung</p> <p>Der unternehmensexterne Bezug von IV-Leistungen durch Outsourcing</p> <p>IV-Projektmanagement und IV-Controlling</p> <p>IV-Projektmanagement</p> <p>Einführung und Einsatz von Standardsoftware</p> <p>Controlling der Informationsverarbeitung</p> <p>Risikomanagement: Sicherheitsmanagement, Katastrophenmanagement und Datenschutz</p> <p>Vom Informationsmanagement zum Wissensmanagement</p> <p>Auswirkungen der IT auf die Arbeitswelt</p> <p>Datenschutz</p> <p>Grundfragen des Datenschutzes</p> <p>Ziele, sachlicher Geltungsbereich und grundlegende Begriffe der DSGVO und des BDSG</p> <p>Erlaubte Datenverarbeitung</p> <p>Maßnahmen der Datensicherung</p> <p>Datenverarbeitung bei öffentlichen und nichtöffentlichen Stellen</p> <p>Die Kontrolle der Datenverarbeitung</p>
---------------	---



Die Rechtsstellung des Betroffenen
Internationaler Datenschutz
Gesellschaftliche Auswirkungen der IT
Informatik und Gesellschaft
Das Zauberwort "Kommunikation"
Technikentwicklung als sozialer Gestaltungsprozess
Der Weg in die Informationsgesellschaft
Konkrete Effekte auf dem Weg in die Informationsgesellschaft
Schlussbetrachtung

Voraussetzungen	Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik
------------------------	--

Modulbausteine	IMG101 Studienbrief Informationsmanagement im Unternehmen mit Onlineübung IMG102 Studienbrief IV-Projektmanagement und IV-Controlling mit Onlineübung SRK102 Studienbrief Datenschutz mit Onlineübung GAI101 Studienbrief Gesellschaftliche Auswirkungen der IT mit Onlineübung Onlineseminar (2 Stunden)
-----------------------	--

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Ralph Lausen
----------------------	------------------------



IMG64 Grundlagen Business Intelligence

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls IMG64 verstehen die Studierenden die Grundlagen des Einsatzes von Business Intelligence in Unternehmen und können es einordnen.</p> <p>Sie verstehen die Grundlagen der Business Modellierung im Überblick und kennen Entscheidungen im Unternehmenskontext kennen und strukturieren sowie können diese in Business-Intelligence-Systeme überführen.</p> <p>Weiterhin vertiefen sie die Grundlagen zur Datenmodellierung. Sie erkennen den Bezug von Geschäftsmodellen zu Business-Intelligence-Technologien und ziehen daraus wesentliche Schlüsse.</p> <p>Hierfür kennen sie das Instrument des Data Mining und können es strukturieren.</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen zur datengetriebenen Entwicklung von Modellen für Zusammenhänge im Unternehmen und können es ansatzweise anwenden.</p> <p>Darüber hinaus kennen sie Methoden zur Bewertung von datengetriebenen Modellen und können diese bewerten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, sich im Bereich BI zu orientieren und BI im jeweiligen Unternehmenskontext einzuordnen und zu bewerten.</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Data-Warehouse-Systeme</p> <p>Analytische Informationssysteme</p> <p>Komponenten eines Data Warehouse</p> <p>Reporting</p> <p>Online Analytical Processing</p> <p>Data Mining</p> <p>Informationsgenerierung mit Business-Intelligence-Technologien</p> <p>Grundlagen zur betrieblichen Entscheidungsunterstützung</p> <p>Architektur und Komponenten von Business-Intelligence-Systemen</p> <p>Datenmodellierung für Business Intelligence</p> <p>Geschäftliche Problemstellungen, Data Science Lösungen und Predictive Modeling</p> <p>Betriebliche Herausforderungen und Lösungen mit Data Mining</p> <p>Der Data Mining Prozess</p> <p>Weitere Analyseverfahren und -technologien</p> <p>Einführung in die Vorhersagemodellbildung</p> <p>Ein Modell an Daten anpassen</p> <p>Überanpassung erkennen und vermeiden</p> <p>Ähnlichkeiten, Nachbarn und Cluster</p> <p>Bewertung von Modellen</p> <p>Leistung von Modellen visualisieren</p> <p>Evidenzen und Wahrscheinlichkeiten</p> <p>Texte repräsentieren und auswerten</p>
---------------	--

Voraussetzungen

Modulbausteine	<p>IMG406 Studienbrief Datawarehouse Systeme mit Onlineübung</p> <p>ABWI007-EL Fachbuch Linden, M. (2015): Geschäftsmodellbasierte Unternehmenssteuerung mit Business-Intelligence-Technologien</p> <p>IMG604-BH Begleitheft Informationsgenerierung mit Business Intelligence Technologien mit Onlineübung</p> <p>ABTE032-EL Fachbuch Provost, F./Fawcett, T. (2017): Data Science für Unternehmen – Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden</p> <p>IMG605-BHBegleitheft Geschäftliche Problemstellungen, Data Science Lösungen und Predictive Modeling mit Onlineübung</p> <p>Onlinetutorium (1 Stunde)</p>
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Christoph Laroque



IMG65 Datenvisualisierung im Managementcockpit

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden verstehen den Zweck und den Aufbau eines Managementcockpits und können daraus Anforderungen an die Aufbereitung der dargestellten Daten ableiten.</p> <p>Hierzu gehören auch grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Usability.</p> <p>Ferner sind die in der Lage, aus gegebenen Daten relevante deskriptive Auswertungsmethoden abzuleiten und diese umzusetzen.</p> <p>Für die grafische Darstellung können die Studierenden qualifiziert Diagramme auswählen und so darstellen, dass die enthaltenen Informationen schnell und sicher erfasst werden können.</p>
Inhalt	<p>Managementcockpits im Rahmen der Unternehmensführung</p> <p>Grundlegende Informationsanforderungen im Management</p> <p>Zielsetzung von Managementcockpits in der Unternehmensführung</p> <p>Arten von Managementcockpits</p> <p>Anforderungen an die Darstellung von Daten</p> <p>Aufbau von Managementcockpits</p> <p>Struktur von Managementcockpits</p> <p>Hierarchische Ordnung von Daten für die Darstellung im Cockpit</p> <p>Color-Coding</p> <p>Überlegungen zur Usability im Managementcockpit</p> <p>Von der Urliste zum Diagramm</p> <p>Darstellen qualitativer Merkmale</p> <p>Darstellen quantitativer Merkmale</p> <p>Darstellen von Zeitreihen</p> <p>Darstellen zweidimensionaler Verteilungen</p> <p>Probleme und Manipulationsmöglichkeiten</p> <p>Grundlagen der Datenvisualisierung</p> <p>Ableitung der darzustellenden Aussage</p> <p>Auswahl von Diagrammen</p> <p>Zusammenstellung von Schaubildern</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>ABTE076-EL Fachbuch: Rahlf: Datenvisualisierung mit R mit</p> <p>IMG608-BH Begleitheft</p> <p>STA102 Studienbrief Von der Urliste zum Diagramm mit Onlineübung</p> <p>ABTE077-EL Fachbuch Zelazny: Wie aus Zahlen Bilder werden mit</p> <p>IMG610-BH Begleitheft</p> <p>Onlinetutorium (1 Stunde)</p>
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)



Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Christoph Laroque



IMG66 Praxisanwendung Datenanalyse und Visualisierung

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können auf einen gegebenen multivarianten Datensatz qualifizierte Methoden der Datenanalyse anwenden und kommen zu Ergebnissen, die die Daten verlässlich repräsentieren.</p> <p>Zudem sind sie in der Lage, die gewonnenen Erkenntnisse so zu visualisieren, dass die Erkenntnisse fachkundigen Dritten in vertretbarer Zeit vermittelt werden können.</p> <p>Hierbei können die Studierenden verschiedene Darstellungsformen abgrenzen und kritisch bewerten.</p>
Inhalt	<p>Fallstudie Verkaufsdaten- und Social-Media-Analyse unter Anwendung von Microsoft PowerBI®</p> <p>Ausgegebener Datensatz: Beispielsweise Daten eines Handelsunternehmens zu:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kunden und Kundensegmenten• Kundenbetreuern• Marketingmaßnahmen zu den Kunden• Preisen und Zahlungsbedingungen für die Kunden im Zeitverlauf• Transaktionen mit den Kunden• Beschwerden und Zufriedenheit der Kunden• Lieferanten für die beschafften Waren• Einkaufskonditionen
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>Elektronischer Datensatz IMG611-FS Fallstudie Verkaufsdaten- und Social-Media-Analyse unter Anwendung von Microsoft PowerBI®</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Christoph Laroque



INT21 Grundlagen des E-Business

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls INT21 beschreiben die Studierenden grundlegende Begriffe, Zusammenhänge und Geschäftsmodelle des E-Business und des E-Commerce.</p> <p>Sie erstellen grundsätzlich die Konzeption und Planung einer Web-Business-Lösung.</p> <p>Weiterhin entwerfen sie grundsätzlich eine Web-Business-Lösung und erläutern Realisierungsmöglichkeiten.</p> <p>Überdies erläutern sie die rechtlichen Grundlagen für die Geschäftsabwicklung im Internet.</p> <p>Die Studierenden beschreiben die Gefahren bei Geschäftsabwicklungen im Internet.</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul INT21 bewerten die Studierenden die Maßnahmen und Ansätze zur Sicherheit (Aufwand-Nutzen-Verhältnis) sowie wägen die Vor- und Nachteile von Zahlungssystemen im Internet ab.</p> <p>Sie beschreiben die technische Realisierung von B2B-Abwicklungen (EDI, XML, SW-Agenten).</p> <p>Darüber hinaus verstehen und erläutern die Studierenden die Einsatzmöglichkeiten und Potenziale von XML</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Einführung in das Web-Business</p> <p>Die Auswirkungen des Internets auf Geschäftsbeziehungen und Geschäftsprozesse</p> <p>Grundlagen und Begriffe</p> <p>Anwendungsbereiche</p> <p>Erfolgsfaktoren von Web-Business-Anwendungen</p> <p>Konzeption und Design von Web-Business-Lösungen</p> <p>Überblick: Vorgehensweisen zur Entwicklung von Web-Business-Lösungen</p> <p>Maßstab: Voraussetzungen zur Entwicklung von Web-Business-Lösungen</p> <p>Konzeption: Optimierung von Webapplikationen</p> <p>Überblick: Erstellung, Test, Einführung und Evaluation des Systems</p> <p>Rechtsgrundlagen Internet</p> <p>Grundlagen des Internetrechts</p> <p>Datenschutz und Internet</p> <p>Rechtsstellung des Internet-Service-Provider</p> <p>Recht der Internetdomain</p> <p>Geschäftsabschlüsse im Internet (E-Commerce)</p> <p>Werbung und Wettbewerb im Internet</p> <p>Urheberschutz in Internet</p> <p>Internet und Steuern</p> <p>Sicherheit und Bezahlen im Internet</p> <p>Problemstellung: Sicherheits- und Bezahlproblematik</p> <p>Sicherheit im Electronic Commerce</p> <p>Elektronisches Bezahlen</p> <p>Zwischenbetriebliche Integration im E-Commerce</p> <p>Zwischenbetriebliche Integration</p>
---------------	--



Anwendungen im B2B-E-Commerce
Techniken des Datenaustauschs
Zwischenbetriebliche Koordination mit Softwareagenten

Voraussetzungen	Grundlagen der Informationsverarbeitung, Grundlagen des Internets
------------------------	---

Modulbausteine	WEB101 Studienbrief Einführung in das Web-Business mit Onlineübung WEB102 Studienbrief Konzeption und Design von Web-Business-Lösungen mit Onlineübung WEB103 Studienbrief Rechtsgrundlagen Internet mit Onlineübung WEB201 Studienbrief Sicherheit und Bezahlen im Internet mit Onlineübung WEB202 Studienbrief Zwischenbetriebliche Integration im E-Commerce mit Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Mark Harwardt
----------------------	-------------------------



ITB73 Führung und Strategie

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ITB73 können die Studierenden die Voraussetzungen für eine innovative Unternehmenskultur erläutern und die Maßnahmen zur Förderung der Innovationsbereitschaft initiieren.</p> <p>Sie erkennen Veränderungsprozesse im Unternehmen frühzeitig und können diese Prozesse erfolgreich steuern und umsetzen.</p> <p>Sie sind in der Lage, Mitarbeiter zum Schritt ins Neue zu begeistern und zu begleiten sowie verschiedene Phasen von Veränderungsprozessen und Krisen im Unternehmen und beim Individuum zu erkennen und einzuschätzen.</p> <p>Außerdem kennen sie die verschiedenen Interventionsmöglichkeiten und können diese anwenden.</p> <p>Zusätzlich begreifen sie Changemanagement als Führungsaufgabe (Fach- und Methodenkompetenz).</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Innovation und Strategie</p> <p>Innovationsbegriff Innovationsbedarf Strategische Fokusfelder Innovationsressourcen</p> <p>Die innovationsfördernde Ablauforganisation</p> <p>Prozessarchitektur – Vom Entwicklungs- zum nahtlosen Innovationsprozess Priorisierung Umsetzung Steuerung</p> <p>Voraussetzungen für Innovation in der Aufbauorganisation</p> <p>Etablierte Strukturen als Innovationsbremse Netzwerke zur Förderung kreativen Denkens in den frühen Phasen Exkurs: Das Denken in strategischen Projekten</p> <p>Change-Management: Grundlagen und Konzepte</p> <p>Begriffsabgrenzung und Einordnung Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren Modelle des Wandels Beratungsansätze im Changemanagement</p> <p>Change-Management: Methoden und Praxisbeispiele</p> <p>Wandel und Widerstände Phasen im Changemanagement Führung in Veränderungsprozessen Erfolgreich verändern Erfolgsgeheimnisse im Changemanagement Werkzeuge und Instrumente im Changemanagement</p>
---------------	--

Voraussetzungen	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und der Unternehmensführung
------------------------	---



Modulbausteine

ABTE051-EL Fachbuch Augsten; Brodbeck; Birkenmeier: Strategie und Innovation. Die entscheidenden Stellschrauben im Unternehmen wirksam nutzen. E-Book mit

ITB702-BH Begleitheft

FGI401 Studienbrief Changemanagement: Grundlagen und Konzepte mit **Onlineübungen**

FGI402 Studienbrief Changemanagement: Methoden und Praxisbeispiele mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger

IUF22 Investition und Finanzierung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls IUF22 können die Studierenden die Grundlagen für Investitionsentscheidungen erarbeiten und unterschiedliche Methoden der Investitionsrechnung auf Beispiele bei sicheren und bei unsicheren Erwartungen bezüglich künftiger Rückflüsse der Investitionen anwenden.</p> <p>Sie können Sachinvestitionsprojekte auf ihre Vorteilhaftigkeit untersuchen und beurteilen sowie die Besonderheiten von Finanzinvestitionen beschreiben.</p> <p>Im Bereich der Aufbaukenntnisse der Finanzierung können sie Quellen der Kapitalbeschaffung (z. B. Beteiligungs-, Innen-, Kreditfinanzierung) beschreiben und für einfache, konkrete Finanzierungssituationen beurteilen.</p> <p>Die Studierenden können Finanzpläne aufstellen, umsetzen und kontrollieren und kennen Basel II und III.</p> <p>Zusätzlich können die Studierenden das Rating und die Auswirkungen auf Banken und kleine und mittlere Unternehmen beschreiben.</p> <p>Sie sind in der Lage, spezifisches Wissen über die internationalen Bank-, Finanz-, Kapital-, Aktien- und Terminmärkte sowie zu internationalen Rechnungslegungsstandards mit eigenen Worten widerzugeben und Inhalte zu erklären.</p>
Inhalt	<p>Investitionsprozesse</p> <p>Einführung</p> <p>Grundlagen</p> <p>Ablauf des Investitionsprozesses</p> <p>Investitionspolitik und strategische Investitionen</p> <p>Investitionsrechnung bei sicheren Erwartungen</p> <p>Verfahren der Investitionsrechnung im Überblick</p> <p>Statische Verfahren der Investitionsrechnung</p> <p>Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung</p> <p>Entscheidungen über die Nutzungsdauer und Ersatzzeitpunkt</p> <p>Nutzwertanalyse</p> <p>Investitionsprogrammplanung</p> <p>Investitionen bei unsicheren Erwartungen</p> <p>Grundlagen</p> <p>Verfahren zur Berücksichtigung der Unsicherheit bei Einzel- und Auswahlentscheidungen</p> <p>Sequenzielle Investitionsplanung zur Berücksichtigung der Unsicherheit bei Entscheidungsproblemen</p> <p>Berücksichtigung der Unsicherheit bei Programmentscheidungen: Portfolio-Selection-Theorie zur Bestimmung eines optimalen Wertpapier-Portefeuilles</p> <p>Grundlagen, Beteiligungs- und Innenfinanzierung</p> <p>Grundlagen der Finanzwirtschaft</p> <p>Beteiligungsfinanzierung</p> <p>Innenfinanzierung</p> <p>Kreditfinanzierung</p> <p>Grundlagen der Kreditfinanzierung</p>



Langfristige Fremdfinanzierung
Kurzfristige Fremdfinanzierung
Finanzplanung, Basel II und Basel III
Finanzplanung
Basel II, Basel III und Rating

Voraussetzungen	Wirtschaftsmathematische Grundkenntnisse
------------------------	--

Modulbausteine	Moduleinführungsvideo MAT101 Studienbrief Finanzmathematische Formelsammlungen und Tabellen BWL601 Studienbrief Investitionsprozesse mit Onlineübung BWL602 Studienbrief Investitionsrechnung bei sicheren Erwartungen mit Onlineübung BWL603 Studienbrief Investitionen bei unsicheren Erwartungen mit Onlineübung BWL701 Studienbrief Grundlagen, Beteiligungs- und Innenfinanzierung mit Onlineübung BWL702 Studienbrief Kreditfinanzierung mit Onlineübung BWL703 Studienbrief Finanzplanung, Basel II und Basel III mit Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Dr. Beate Holze
----------------------	-----------------



LPM75 Logistik 4.0

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul LPM75 kennen die Studierenden die Entwicklung und zentrale Ideen der Logistik 4.0 und die technologischen Innovationen, auf denen Logistik 4.0 beruht.</p> <p>Sie überblicken und beschreiben, den derzeitigen Einfluss der Digitalisierung auf die Logistik und bewerten diesen im Hinblick auf Unternehmensentwicklungen.</p> <p>Sie ziehen Rückschlüsse auf weitere digitale Aspekte der Logistik sowie diskutieren und ggf. gestalten konkrete Anwendungen im Rahmen der Logistik 4.0.</p>
Inhalt	<p>Logistik 4.0 Konzeptionelle Grundlagen von Logistik 4.0 Technologische Voraussetzungen für Logistik 4.0 Anwendungsfälle im Transport Anwendungsfälle im Lager und der internen Materialversorgung Rechtliche und gesellschaftliche Implikationen</p> <p>Wirtschaft, Gesellschaft und Logistik 2050 Supply Chain 4.0 Wandel der Informationstechnologie in der Logistik E-Commerce, Multi-Channel und Logistik</p>
Voraussetzungen	Grundlagen der BWL und Logistik
Modulbausteine	<p>ABWI069-EL Fachbuch Bousonville, T.: Logistik 4.0: Die digitale Transformation der Wertschöpfungskette mit BegleitheftLPM624-BH</p> <p>ABWI070-EL Fachbuch Voß, P. H.: Logistik - eine Industrie, die (sich) bewegt mit BegleitheftLPM625-BH</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Doreen Schwinger



LPM76 Lieferantenmanagement und Beschaffung 4.0

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul LPM76 schätzen die Studierenden die Relevanz des Lieferantenmanagements für die Beschaffung ein und bewerten diese unter Digitalisierungsgesichtspunkten.</p> <p>Sie schätzen Veränderungen im Beschaffungsbereich durch Industrie 4.0 ein. Weiterhin kennen sie die Entwicklung und zentrale Ideen der Beschaffung 4.0, auf denen die technologischen Innovationen der Beschaffung 4.0 beruht.</p> <p>Überdies überblicken und beschreiben sie den derzeitigen Einfluss der Digitalisierung auf den Beschaffungsbereich sowie bewerten ihn im Hinblick auf die Bedeutung zum Lieferantenmarkt.</p> <p>Sie ziehen Rückschlüsse auf weitere digitale Aspekte der Beschaffung sowie diskutieren und ggf. gestalten konkrete Anwendungen im Rahmen der Beschaffung 4.0.</p>
Inhalt	<p>Lieferantenmanagement</p> <p>Paradigmenwechsel im Lieferantenmanagement</p> <p>Gegenstand des Lieferantenmanagements</p> <p>Strategisches Lieferantenmanagement</p> <p>Operatives Lieferantenmanagement</p> <p>Zukunftstrends im Lieferantenmanagement und Fallbeispiele</p> <p>Beschaffung 4.0</p> <p>Einkauf 4.0 - die Herausforderungen des Wertschöpfungsmanagements im digitalen Zeitalter</p> <p>Elements des Einkaufs 4.0</p> <p>Vision Einkauf 4.0</p> <p>Eine Roadmap für den Einkauf 4.0</p>
Voraussetzungen	Grundlagen der BWL und Logistik
Modulbausteine	<p>ABWI072-EL Fachbuch Helmold, M.; Terry, B.: Lieferantenmanagement 2030: Wertschöpfung und Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit in digitalen und globalen Märkten mit</p> <p>LPM626-BH Begleitheft</p> <p>ABWI073-EL Fachbuch Kleemann, F. C.; Glas, A. H.: Einkauf 4.0: Digitale Transformation der Beschaffung mit</p> <p>LPM627-BH Begleitheft</p> <p>Onlinetutorium (1 Stunde)</p>
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte



Sprache Deutsch

Studienleiter Prof. Dr. Doreen Schwinger



LPM77 Praxismodul - Digitalisierung in der Logistik

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls LPM77 bearbeiten und lösen die Studierenden im Team oder einzeln praktische Aufgabenstellungen mit einem grundlegenden wissenschaftlichen Anspruch aus den Themenfeldern und Schwerpunkten der Vertiefungsrichtung problem- und zielorientiert.</p> <p>Sie setzen das erworbene Fachwissen um und wenden es an.</p> <p>Weiterhin verfügen die Studierenden über die Fähigkeit Ergebnisse zielorientiert zu dokumentieren und zu präsentieren.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung eines Praxisprojektes oder -beispiels selbstständig sowie in Gruppen unter Verwendung verschiedener Methoden und Diskurse; Beispiele: Entwicklung eines unternehmensbezogenen Digitalisierungsansatzes für bestimmte Teilbereiche der Logistik, wie Transportlogistik; Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes im Rahmen der Schnittstellen- und der Digitalisierungsproblematik in der Logistik; Erarbeitung von Handlungs- und Optimierungsempfehlungen für ein logistisches Digitalisierungskonzept usw.</p> <p>Gegenstand der Projektarbeiten: Analyse, Planung, Konzeption, Gestaltung, Entwicklung, Einsatz und Bewertung von Lösungen für den Praxiseinsatz unter Berücksichtigung der Kompetenzfelder der Vertiefungsrichtung</p>
Voraussetzungen	Kenntnisse im Bereich Lieferantenmanagement, Beschaffung 4.0 und Logistik 4.0
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Doreen Schwinger

MAT25 Wirtschaftsmathematik

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MAT25 wenden die Studierenden Methoden der Zins- und Zinseszinsrechnung an und beherrschen Verfahren der Renten- und Tilgungsrechnung.</p> <p>Sie vergleichen mithilfe der Investitionsrechnung die Vorteilhaftigkeit von Investitionen.</p> <p>Sie berechnen Abschreibungen nach unterschiedlichen Verfahren und führen Berechnungen von Funktionen durch.</p> <p>Die Studierenden wenden Ableitungsregeln an, übertragen Methoden der Differenzialrechnung auf wirtschaftswissenschaftliche Problemstellungen sowie interpretieren die Ergebnisse.</p>
Inhalt	<p>Finanzmathematische Formelsammlung und Tabellen</p> <p>Zins- und Zinseszinsrechnung</p> <p>Grundbegriffe der Zins- und Zinseszinsrechnung</p> <p>Jährliche nachschüssige Verzinsung</p> <p>Unterjährliche nachschüssige Verzinsung</p> <p>Vorschüssige Verzinsung</p> <p>Effektivzinsrechnung</p> <p>Renten- und Tilgungsrechnung</p> <p>Jährliche Verzinsung</p> <p>Unterjährliche Verzinsung</p> <p>Ewige Renten</p> <p>Tilgungsrechnung</p> <p>Investitionsrechnung und Abschreibung</p> <p>Finanzmathematische Methoden der Investitionsrechnung</p> <p>Abschreibungen</p> <p>Grenzwerte und Stetigkeit von Funktionen</p> <p>Der Begriff des Grenzwerts einer Funktion</p> <p>Grenzwerte elementarer Funktionen</p> <p>Die Rechenregeln für Grenzwerte (Grenzwertsätze) und ihre Anwendungen</p> <p>Der Begriff der Stetigkeit einer Funktion</p> <p>Typen von Unstetigkeiten</p> <p>Stetigkeit bei ökonomischen Funktionen</p> <p>Grundlagen und Technik der Differenzialrechnung</p> <p>Grundlagen der Differenzialrechnung</p> <p>Die Technik des Differenzierens</p> <p>Ökonomische Interpretation der ersten Ableitung</p> <p>Anwendung der Differenzialrechnung auf ökonomische Funktionen einer Veränderlichen</p> <p>Die Anwendung der Differenzialrechnung auf die Untersuchung von Funktionen</p> <p>Die Anwendung der Differenzialrechnung auf ökonomische Probleme</p>
Voraussetzungen	Mathematikkenntnisse der Sekundarstufe I

Modulbausteine	MAT230 Studienbrief Finanzmathematische Formelsammlung und Tabellen WM108 Studienbrief Zins- und Zinseszinsrechnung mit Onlineübung WM109 Studienbrief Renten- und Tilgungsrechnung mit Onlineübung WM110 Studienbrief Investitionsrechnung und Abschreibung mit Onlineübung WM112 Studienbrief Grenzwerte und Stetigkeit von Funktionen mit Onlineübung WM201 Studienbrief Grundlagen und Technik der Differenzialrechnung mit Onlineübung WM202 Studienbrief Anwendung der Differenzialrechnung auf ökonomische Funktionen einer Veränderlichen mit Onlineübung Online-Seminartutorium (1 Tag)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Rainer Berkemer



MKG23 Grundlagen des Marketingmanagements

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG23 erwerben die Studierenden Aufbaukenntnisse, um einfache Marketinganalysen durchzuführen.</p> <p>Sie stellen ein Marketing-Konzept für ein beispielhaft geschildertes Unternehmen auf, präsentieren es und erstellen zur Umsetzung des Konzepts begründete Vorschläge für den Einsatz geeigneter und untereinander abgestimmter marketingpolitischer Instrumente (Marketingmix).</p> <p>Sie beschreiben Marketingcontrolling, Erfolgskontrolle des Marketingmix und Marketingorganisation des Marketings.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG23 beschreiben die Studierenden typische Merkmale, Struktur und Funktionalität von Anwendungssystemen bei der Planung, Analyse, Vorbereitung und Durchführung der Marktbearbeitung.</p> <p>Sie erklären Prozesse des operativen Marketings und Vertriebs im Rahmen von ERP, Warenwirtschafts- und CRM-Systemen.</p> <p>Weiterhin übertragen sie betriebswirtschaftliche Anforderungen in konkrete Informationssysteme für Marketing, Vertrieb und Handel.</p> <p>Überdies beurteilen die Studierenden Einsatzmöglichkeiten und Potenziale von Anwendungssystemen in Marketing, Vertrieb und Handel für den Unternehmenserfolg.</p> <p>Sie erläutern den Ansatz des CRM im Rahmen von Multi-Channel-Strategien und erklären die operativen, kollaborativen, analytischen und strategischen Aspekte von Marketing und Vertrieb.</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Grundlagen des Marketing und der Marketingforschung</p> <p>Entwicklung der Märkte und des Marketing</p> <p>Kundenzufriedenheit und Kundenbindung</p> <p>Marketingforschung</p> <p>Umwelt- und Unternehmensanalyse</p> <p>Marketingkonzeption</p> <p>Formulierung der Marketingziele</p> <p>Planung von Marketingstrategien</p> <p>Marketinginstrumente und Marketingmix</p> <p>Überblick über das Instrumentarium</p> <p>Produkt- und Programmpolitik</p> <p>Preispolitik</p> <p>Distributionspolitik</p> <p>Kommunikationspolitik</p> <p>Marketingmix (Abstimmung der Marketinginstrumente)</p> <p>Marketingcontrolling und Marketingorganisation</p> <p>Marketingcontrolling</p> <p>Erfolgskontrolle des Marketingmix</p> <p>Marketingorganisation</p> <p>Anwendungssysteme in Marketing und Vertrieb</p> <p>Grundlagen des Marketings</p>
---------------	---



Entscheidungen in Marketing und Vertrieb
Customer Relationship Management (CRM)
Marketing und Vertrieb in ERP-Systemen
IT-Unterstützung für das operative CRM
Fallstudien

Customer Relationship Management

Customer Relationship Management (CRM)
IT-Unterstützung für das operative CRM
IT-Unterstützung für das analytische CRM – Data Warehouse und OLAP
IT-Unterstützung für das analytische CRM – Data Mining
Fallstudie: Arkadia-Sunshine AG
Anbieter und Systeme für das CRM

Voraussetzungen

Modulbausteine

BWL204 Studienbrief Grundlagen des Marketing und der Marketingforschung mit **Onlineübung**
BWL205 Studienbrief Marketinginstrumente und Marketingmix mit **Onlineübung**
BWL206 Studienbrief Marketingcontrolling und Marketingorganisation mit **Onlineübung**
BWL201-FS-VH Fallstudie Pharmaunternehmen Wiltjert Med GmbH
ANS401 Studienbrief Anwendungssysteme in Marketing und Vertrieb mit **Onlineübung**
ANS402 Studienbrief Customer Relationship Management mit **Onlineübung**
Onlinetutorium (1 Stunde)

Kompetenznachweis

Klausur (1 Stunde)

Lernaufwand

125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache

Deutsch

Studienleiter

Prof. Dr. Marianne Blumentritt

MKG50 Marketing von E-Services

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG50 verstehen die Studierenden die wesentlichen Veränderungen in Dienstleistungsgeschäftsmodellen durch die Digitalisierung und können daraus Schlussfolgerungen ziehen.</p> <p>Sie erkennen und verstehen Transformationen entlang der wesentlichen Marketinginstrumente.</p> <p>Weiterhin können sie Veränderungen durch multidirektionale Kommunikation bei Social Media nachvollziehen und in Handlungsansätze übertragen.</p> <p>Überdies integrieren sie den zunehmenden Ortsbezug von E-Services und leiten Marketinginstrumenten im Mobile Marketing ab.</p> <p>Sie erlangen Verständnis der Co-Produktion von Dienstleistungen über elektronische Netzwerke und leiten daraus ab, wie die Beziehung zum co-produzierenden Kunden zu gestalten ist.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Service Value als Optimierungskriterium der Service-Entwicklung und können sie einsetzen.</p> <p>Sie verstehen die Methoden des Service-Engineerings und wenden diese im Rahmen des Smart Engineering für E-Services an.</p>
Inhalt	<p>Geschäftsmodelle mit E-Services</p> <p>Transformation von Geschäftsmodellen in einer digitalisierten Welt</p> <p>Smart Service Canvas</p> <p>Bewertung von digitalen Dienstleistungskonzepten</p> <p>Dienstleistungsmanagement mit Social Media</p> <p>Dienstleistungsmanagement und Social Media</p> <p>Social Media als Management-Herausforderung</p> <p>Social Media Strategien bei Dienstleistungsunternehmen</p> <p>Mobile Marketing für E-Services</p> <p>Relevanz mobiler Medien für das Marketing von E-Services</p> <p>Grundlagen zum Mobile Marketing</p> <p>Mobile Marketinginstrumente</p> <p>Management der Kundenintegration bei E-Services</p> <p>Interaktive Wertschöpfung als Kennzeichen von E-Services</p> <p>Management der interaktiven Wertschöpfung</p> <p>Determinanten und Wirkungen der interaktiven Wertschöpfung</p> <p>Service-Value und Service Engineering für E-Services</p> <p>Messung des Service Value</p> <p>Management des Service Value</p> <p>Herausforderungen bei der Entwicklung von E-Services</p> <p>Smart Services</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	Fachbuch Bruhn; Hadwich: Dienstleistungen 4.0 mit MKG611-BH Begleitheft und Onlineübung



Fachbuch Bruhn; Hadwich: Dienstleistungsmanagement und Social Media mit **MKG635-BH Begleitheft** und **Onlineübung**

Fachbuch Rieber: Mobile Marketing mit **MKG636-BH Begleitheft** und **Onlineübung**

Fachbuch Bruhn; Hadwich: Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen mit **MKG637-BH Begleitheft** und **Onlineübung**

Fachbuch Bruhn; Hadwich: Service Value als Werttreiber und **Fachbuch** Thomas; Nüttgens; Fellmann: Smart Service Engineering mit **MKG638-BH Begleitheft** und **Onlineübung**

Onlinetutorium (1 Stunde)

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Olderog



MKG51 Digital Front-End Services

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG51 grenzen die Studierenden sicher den Begriff des „Service“ ab und können wesentliche Entwicklungen sowie deren Bedeutung skizzieren.</p> <p>Sie überblicken das Feld der Digital Business Services und können Frontend-Systeme in diesen Kontext einordnen.</p> <p>Sie differenzieren die Dimensionen Nutzungsmöglichkeiten, Lokalisierungs- und Darstellungstechnologien sowie Übertragungstechnologien für Digital Front-End Services.</p> <p>Weiterhin berücksichtigen sie das Nutzungserlebnis und Usability im Rahmen von Produktentwicklung, Bedienbarkeit und Marketing von Digital Front-End Services.</p> <p>Überdies evaluieren die Studierenden, welche Vor- und Nachteile sich aus den Optionen zur Darstellung und Auslieferung von Digital Front-End Services ergeben.</p>
Inhalt	<p>Entwicklungen bei Digital Front-End Services</p> <p>Digitalisierung von Front-End-Services</p> <p>Aktuelle Entwicklungen</p> <p>Formen von Digital Front-End Services</p> <p>Einteilung von Front-End Services</p> <p>Nutzungsmöglichkeiten von Front-End Services</p> <p>Darstellungs- und Lokalisierungstechnologien</p> <p>Darstellung von Inhalten</p> <p>Location Based Services</p> <p>Nutzererlebnisse</p> <p>Perspektivenwechsel bei der Entwicklung von Front-End Services</p> <p>Konzeptualisierung der Nutzererlebnisse</p> <p>Berücksichtigung des Nutzererlebnisses bei der Entwicklung</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>MKG612 Studienbrief Entwicklungen bei Digital Front-End Services mit Onlineübung</p> <p>MKG613 Studienbrief Formen von Digital Front-End Services mit Onlineübung</p> <p>MKG614 Studienbrief Darstellungs- und Lokalisierungstechnologien mit Onlineübung</p> <p>MKG615 Studienbrief Nutzererlebnisse mit Onlineübung</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch



Studienleiter

Prof. Dr. Torsten Olderog



MKG52 Digital Back-End Services

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG52 verstehen die Studierenden Architekturmodelle für Digital Back-End Services und den Zusammenhang mit klassischen betrieblichen Anwendungssystemen (ERP-/SCM-/CRM-/WWS-Systeme).</p> <p>Sie haben einen Überblick zu klassischen Querschnittssystemen (z.B. Office-, CMS-, DMS- und WMS-Systeme) und können hier neue webbasierte Anwendungssysteme (z.B. E-Recruiting, E-Sourcing, Enterprise-Mobile-Management-Systeme, Recommender-Systeme) einordnen.</p> <p>Sie verstehen innovative Bereitstellungsinfrastrukturen für Digital Back-End Services (z.B. Cloud-Computing) und Erkennen die Bedeutung von APIs. Ableitung von Anwendungsfällen für Digital Back-End Services.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Funktionalität und Wirkungsweise von Wertschöpfungsnetzwerken mit APIs und können diese darstellen.</p> <p>In diesem Zusammenhang verstehen sie auch die Bedeutung von KI (Künstliche Intelligenz).</p>
Inhalt	<p>Grundlagen zu Digital Back-End Services Struktur und Bedeutung von Digital Back-End Services Zusammenspiel mit klassischen Anwendungssystemen</p> <p>Webbasierte Digital Back-End Services Traditionelle Querschnittssysteme in Unternehmen Ergänzung bestehender Systeme durch webbasierte Services</p> <p>Bereitstellungsinfrastrukturen Bedeutung der Infrastruktur für die Nutzbarkeit von Digital Back-End Services Cloud-Computing Bedeutung von APIs für Digital Back-End Services</p> <p>Digitale Wertschöpfungssysteme auf Basis von APIs Digitalisierung von Wertschöpfungsstrukturen Kooperation in Wertschöpfungsnetzwerken APIs als technische Basis der Zusammenarbeit</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>MKG616 Studienbrief Grundlagen zu Digital Back-End Services mit Onlineübung</p> <p>MKG617 Studienbrief Webbasierte Digital Back-End Services mit Onlineübung</p> <p>MKG618 Studienbrief Bereitstellungsinfrastrukturen mit Onlineübung</p> <p>MKG619 Studienbrief Digitale Wertschöpfungssysteme auf Basis von APIs mit Onlineübung</p>
Kompetenznachweis	Assignment



Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Olderog



MKG53 Marketing 4.0 inkl. Social Media

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG53 kennen die Studierenden neue Ansätze im Marketing und wenden diese auf Fallbeispiele an.</p> <p>Sie identifizieren Herausforderungen aus Kundensicht und beschreiben darauf basierend Lösungsansätze.</p> <p>Weiterhin kennen sie spezielle Herausforderungen und neue Ansätze für Produkte und Pricing im digitalen Umfeld und übertragen diese auf praktische Szenarien.</p> <p>Sie kennen die allgemeine Bedeutung der sozialen Medien für das Marketing und identifizieren deren Bedeutung in den weiterführenden Gedanken verschiedener Experten.</p>
Inhalt	<p>Marketing 4.0 – neue Ansätze und Paradigmen im Marketing</p> <p>Von 4P zu 7P zu 4C</p> <p>Customer Journey</p> <p>Service Dominant Logic</p> <p>Transformationale Produkte</p> <p>Service Diffusion</p> <p>Service Experience</p> <p>Service Co-Creation</p> <p>Neue Ansätze im Preismanagement</p> <p>Grundlagen des Preises</p> <p>Ziele des Preismanagements</p> <p>Preis und Wert</p> <p>Innovative Preismodelle</p> <p>Marketing weiterdenken</p> <p>Social Media als Basis neuer Ansätze und Ideen</p> <p>Neue Denkansätze, Vorgehensweisen und Einsatzszenarien</p>
Voraussetzungen	Grundlagen des Marketings
Modulbausteine	<p>ABWI008-EL Fachbuch Kotler; Philipp: Marketing 4.0</p> <p>ABWI009-EL Fachbuch Edelmann, David: Branding in the Digital Age</p> <p>ABWI010-EL Fachbuch Edelmann, David; Singer, Marc: Competing on Customer Journey</p> <p>ABWI011-EL Fachbuch Vargo, Stephen; Lusch, Robert: Evolving to a New Dominant Logic for Marketing</p> <p>ABWI013-EL Fachbuch Vargo, Stephen; Lusch, Robert; Archpru, Melissa; He, Yi: Service Dominant Logic (Review of Marketing Research)</p> <p>ABWI014-EL Fachbuch Schrader, Matthias: Transformationale Produkte</p> <p>ABWI015-EL Fachbuch Simon, Hermann; Fassnacht, Martin: Preismanagement</p> <p>ABWI016-EL Fachbuch Simon, Hermann: Preisheiten</p> <p>ABWI017-EL Fachbuch Bruhn, Manfred: Marketing weiterdenken</p>



Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf



MKG54 Grundlagen des Onlinemarketings

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG54 kennen die Studierenden die Grundlagen des Onlinemarketings und ordnen diese in das Marketing ein.</p> <p>Sie kennen die Anforderungen und Vorgehensweise der Konzeption im Onlinemarketing sowie übertragen diese auf Praxisfälle.</p> <p>Weiterhin kennen sie die wichtigsten Instrumente im Onlinemarketing. Überdies verfügen sie über die Fähigkeit, diese darzustellen und ihren Einsatz in einem beispielhaften Anwendungsfall grundlegend zu konzeptionieren.</p> <p>Die Studierenden kennen die relevanten rechtlichen Grundlagen für den Bereich Onlinemarketing.</p> <p>Sie identifizieren aktuelle Entwicklungen und Trends sowie ordnen diese in einen größeren Marketingzusammenhang ein.</p>
Inhalt	<p>Grundlagen des Onlinemarketing</p> <p>Definition und Abgrenzung</p> <p>Praxisorientierte Einordnung</p> <p>Einordnung des Onlinemarketing in die Marketingstrategie</p> <p>Konzeption und grundlegende Instrumente des Onlinemarketing</p> <p>Ziele und Erfolgskriterien</p> <p>Konzeption</p> <p>Instrumente (z.B. Corporate Website, Online-Werbung & PR, E-Mail-Marketing, SEO)</p> <p>Weiterführende Instrumente und Controlling des Onlinemarketing</p> <p>Weitere Instrumente (z.B. Mobile Marketing, Social Media Marketing, Virales Marketing)</p> <p>Erfolgsdeterminanten und Erfolgsmessung</p> <p>Entwicklungen, Trends und rechtliche Rahmenbedingungen im Onlinemarketing</p> <p>Rechtliche Grundlagen</p> <p>Neue Entwicklungen im Onlinemarketing (z.B. Natural Language & AI, Augmented und Virtual Reality, Apps & QR-Codes, Chatbots & Customer Engagement)</p>
Voraussetzungen	Grundlagen des Marketingmanagements
Modulbausteine	<p>ABWI044-EL Fachbuch Kreutzer: Praxisorientiertes Online-Marketing und ABWI045-EL Fachbuch Lammenett: Praxiswissen Online-Marketing mit</p> <p>MKG624-BH Begleitheft mit Online-Übung</p> <p>MKG625-BH Begleitheft mit Online-Übung</p> <p>MKG626-BH Begleitheft mit Online-Übung</p> <p>MKG627-BH Begleitheft mit Online-Übung</p> <p>Onlinetutorium (1 Stunde)</p>



Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



MKG56 Praxisanwendungen zum Digital Marketing

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG56 können die Studierenden im Team oder einzeln problem- und zielorientiert praktische Aufgabenstellungen mit einem grundlegenden wissenschaftlichen Anspruch der Themenfelder der Vertiefungsrichtung bearbeiten und lösen. Sie setzen das erworbene Fachwissen und wenden diese an. Weiterhin verfügen sie über die Fähigkeit und setzen geeignete Modelle, Methoden und Instrumente ein.</p> <p>Überdies dokumentieren und präsentieren sie Ergebnisse zielorientiert.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung eines Praxisobjektes oder -beispiels selbstständig sowie in Gruppen unter Verwendung verschiedener Methoden und Diskurse; Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Entwicklung eines aufgabenbezogenen Onlinemarketing-Mix• Anwendung etablierter und neuer Konzeptionsmodelle auf praktische Beispiele• Erarbeitung von Handlungs- und Optimierungsempfehlungen für digitale Marketing- und Kommunikationskonzepte• usw. <p>Gegenstand der Projektarbeiten: Analyse, Planung, Konzeption, Gestaltung, Entwicklung, Einsatz und Bewertung von Lösungen für den Praxiseinsatz unter Berücksichtigung der Kompetenzfelder der Vertiefungsrichtung.</p>
Voraussetzungen	Kenntnisse in Marketing 4.0 inklusive Social Media und Grundlagen des Onlinemarketing
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



MKG58 Social Media Marketing

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG58 können die Studierenden die Einsatzfelder von Social Media identifizieren und beschreiben.</p> <p>Sie kennen wichtige Plattformen, verdeutlichen deren Funktionalitäten und übertragen sie auf spezifische Anwendungsfälle.</p> <p>Weiterhin stellen sie Social Media Strategien auf und können Social Media Kampagnen beschreiben und aufstellen.</p> <p>Die Studierenden kennen relevante rechtliche Grundlagen für Social Media.</p> <p>Sie identifizieren und ordnen neue Trends und Chancen im Bereich Social Media ein.</p>
Inhalt	<p>Weiterführende Grundlagen und Einsatzfelder von Social Media</p> <p>Grundlagen und Einsatzfelder</p> <p>Funktionalitäten der wichtigsten Plattformen und Apps</p> <p>Anwendungsbeispiele</p> <p>Social Media Strategie</p> <p>Integration der sozialen Medien in die Marken- und Marketingstrategie</p> <p>Social Media Monitoring</p> <p>Social Media Strategien</p> <p>Social Media Kampagnenmanagement</p> <p>Prozesse und Strukturen</p> <p>Kampagnen planen</p> <p>Kampagnen umsetzen</p> <p>Erfolg messen</p> <p>Exkurs: Krisenkommunikation</p> <p>Trends und Herausforderungen im Social Media Marketing</p> <p>Rechtliche Grundlagen</p> <p>Allgemeine Verhaltensweisen</p> <p>Trends, Chancen und Risiken</p>
Voraussetzungen	Grundlagen des Marketingmanagements und des Onlinemarketings
Modulbausteine	<p>MKG628 Studienbrief Weiterführende Grundlagen und Einsatzfelder von Social Media mit Onlineübung</p> <p>MKG629 Studienbrief Social Media Strategie mit Onlineübung</p> <p>MKG630 Studienbrief Social Media Kampagnenmanagement mit Onlineübung</p> <p>MKG645-RE-EL wissenschaftliche Quellen mit</p> <p>MKG631-BH Begleitheft und Onlineübung</p> <p>Onlinetutorium (1 Stunde)</p>
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)



Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



MKG59 Digitale Markenführung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG59 beschreiben die Studierenden die Grundlagen und Besonderheiten der digitalen Markenführung.</p> <p>Sie identifizieren Unterschiede und Gemeinsamkeiten zur klassischen Markenführung.</p> <p>Weiterhin beschreiben sie Ansätze für integrative Vorgehensweisen.</p> <p>Überdies identifizieren sie verschiedene Handlungsfelder und beschreiben Instrumente sowie passen diese auf Anwendungsfelder an.</p> <p>Die Studierenden erkennen neue Ansätze und ordnen diese im Gesamtzusammenhang ein.</p>
Inhalt	<p>Grundlagen und Integration der digitalen Markenführung</p> <p>Notwendigkeit und Hintergrund der digitalen Markenführung</p> <p>Integration der digitalen Markenführung in die ganzheitliche Markenführung</p> <p>Instrumente der digitalen Markenführung</p> <p>Handlungsfelder und Umsetzung der digitalen Markenführung</p> <p>Storytelling und Content-Marketing</p> <p>Customer Experience, Customer Engagement und User Generated Content</p> <p>Likeonomics - Wert und Bewertung von "Likes" und Marken</p> <p>Rating- und Review-Management</p> <p>Influencer Marketing</p> <p>Personality not included</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>ABWI099-EL Fachbuch Kreutzer; Land: Digitale Markenführung</p> <p>MKG646-RE-EL wissenschaftliche Quellenarbeit</p> <p>MKG639-BH Begleitheft mit Onlineübung</p> <p>MKG640-BH Begleitheft mit Onlineübung</p> <p>MKG641-BH Begleitheft mit Onlineübung</p>
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



MKM60 Praxisanwendung zu Social Media Marketing und Digitaler Markenführung

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKM60 bearbeiten und lösen die Studierenden einzeln oder im Team praktische Aufgabenstellungen mit einem grundlegenden wissenschaftlichen Anspruch der Themenfelder und Schwerpunkte der Vertiefungsrichtung problem- und zielorientiert. Sie setzen das erworbene Fachwissen um und wenden diese an. Weiterhin verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, geeignete Modelle, Methoden und Instrumente ein. Überdies dokumentieren und präsentieren sie Ergebnisse zielorientiert.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung eines Praxisprojektes oder -beispiels selbstständig sowie in Gruppen unter Verwendung verschiedener Methoden und Diskurse; Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyse und Weiterentwicklung einer Social Media Strategie bzw. einer Content Marketing Strategie.• Anwendung etablierter und neuer Ansätze auf praktische Beispiele.• Erarbeitung von Handlungs- und Optimierungsempfehlungen.• usw. <p>Gegenstand der Projektarbeiten: Analyse, Planung, Konzeption, Gestaltung, Entwicklung, Einsatz und Bewertung von Lösungen für den Praxiseinsatz unter Berücksichtigung der Kompetenzfelder der Vertiefungsrichtung. Gegebenenfalls Integration eines empirischen Analyseteils im Fallbeispiel.</p>
Voraussetzungen	Kenntnisse im Social Media Marketing und digitalem Markenmanagement
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



MKM61 Strategien und Instrumente des Suchmaschinenmarketing

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKM61 definieren und stellen die Studierenden grundlegende Strategien im Rahmen des Suchmaschinenmarketings dar.</p> <p>Sie stimmen Instrumente des Suchmaschinenmarketings im Rahmen des Marketingmix ab und setzen diese zielgerichtet ein.</p> <p>Weiterhin kennen, bewerten und ordnen sie relevante Erfolgskriterien zu. Überdies beschreiben sie Ansätze für integrative Vorgehensweisen. Die Studierenden kennen Analysemethoden und Instrumente sowie koordinieren deren Einsatz und Weiterentwicklung.</p> <p>Sie identifizieren verschiedene neue Handlungsfelder. Darüber hinaus beschreiben die Instrumente und passen sie auf eigene oder vorgegebene Anwendungsfelder an.</p> <p>Sie erkennen neue Ansätze und ordnen sie im Gesamtzusammenhang ein.</p>
Inhalt	<p>Strategien des Suchmaschinenmarketing</p> <p>Suchmaschinen Grundlagen Ziele und Strategien Konzeption und Umsetzung Erfolgskontrolle</p> <p>Digital und Web-Analytics</p> <p>Die Basis schaffen und Website-Nutzung messen Metriken analysieren und interpretieren Website optimieren und Erfolg steigern</p> <p>Instrumente und Alternativen im Suchmaschinenmarketing</p> <p>Integration des Suchmaschinenmarketing in den Marketingmix Werbung, Inhalte, Bewertungen und Verlinkungen Alles google? Alternativen zu "klassischen" Suchmaschinen</p> <p>Trends und Herausforderungen im Suchmaschinenmarketing</p> <p>Rechtliche Grundlagen Trends, Chancen und Risiken</p>
Voraussetzungen	Grundlagen des Onlinemarketings
Modulbausteine	<p>MKM601 Studienbrief Strategien des Suchmaschinenmarketing mit Onlineübung</p> <p>ABWI286-EL E-Book Alpar, Koczy, Metzen: SEO-Strategie, Taktik und Technik, Springer, 2015</p> <p>ABWI287-EL E-Book Kamps, Schetter: Performance Marketing</p> <p>ABWI288-EL E-Book Ahrholdt, Greve, Hopf: Online-Marketing-Intelligence, 2023 mit MKM602-BH Begleitheft und Onlineübung</p> <p>MKM603 Studienbrief Instrumente und Alternativen im Suchmaschinenmarketing mit Onlineübung</p>



**MKG648-RE-EL Wissenschaftliche Quellenarbeit mit MKM604-BH
Begleitheft
Onlinetutorium (1 Stunde)**

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



MKM62 Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenwerbung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls MKM62 identifizieren und stellen die Studierenden die Einordnung von SEO und SEA als eigenständige Bestandteile des Suchmaschinenmarketings gegenüber. Sie entwickeln SEO/SEA-Strategien und bewerten sowie analysieren Kampagnen.</p> <p>Sie definieren und planen Erfolgskriterien und Erfolgskontrollen. Weiterhin stimmen sie SEO und SEA aufeinander ab und integrieren sie in den Marketingmix.</p> <p>Überdies bewerten und optimieren sie Strategien und Kampagnen mit Hilfe von SEO/SEA-Analysertools.</p> <p>Sie kennen den Aufbau und Struktur von SEA-Accounts sowie verdeutlichen, den Umgang damit am praktischen Beispiel.</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Suchmaschinenoptimierung (SEO) Was ist Suchmaschinenoptimierung Bereiche der Suchmaschinenoptimierung Nutzer und Suchmaschinen verstehen Keyword-Strategie und -Recherche Onpage-, Content- und Offpage-Optimierung Planung und Umsetzung von SEO-Maßnahmen SEO Tools KPIs und Erfolgskontrolle</p> <p>Suchmaschinenwerbung (SEA) Was ist Suchmaschinenwerbung Google Ads vs. Facebook Ads Synergien zwischen SEO und SEA Traffic skalieren mit SEA Aufbau und Strategien von Kampagnen</p> <p>Praktische Grundlagen von SEA Kampagnen Grundprinzipien von Google Adwords Aufbau eine google Adwords Kontos Adwords Controlling Optimierung einer Adwords Kampagne</p>
---------------	--

Voraussetzungen	Grundlagen des Onlinemarketings
------------------------	---------------------------------

Modulbausteine	<p>ABWI286-EL E-Book Alpar: SEO-Strategie, Taktik und Technik, Springer, 2015</p> <p>ABWI289-EL E-Book Lammenett: Praxiswissen Online-Marketing, 8. Aufl., Springer, 2021 mit</p> <p>MKM605-BH Begleitheft und Onlineübung</p> <p>ABWI290-EL E-Book Lewandowski: Suchmaschinen verstehen, Springer, 2021</p>
-----------------------	---



mit **MKM606-BH Begleitheft** und **Onlineübung**
MKG649-RE-EL SEA-Account mit
MKM607-BH Begleitheft und **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



MKM63 Praxisanwendung zum Suchmaschinenmarketing

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKM63 bearbeiten und lösen die Studierenden einzeln oder im Team praktische Aufgabenstellungen mit einem grundlegenden wissenschaftlichen Anspruch der Themenfelder und Schwerpunkte der Vertiefungsrichtung.</p> <p>Sie setzen das erworbene Fachwissen um und wenden dieses an.</p> <p>Sie verfügen über die Fähigkeit, geeignete Modelle, Methoden und Instrumente einzusetzen; Ergebnisse zielorientiert zu dokumentieren und zu präsentieren.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung eines Praxisprojektes oder -beispiels selbstständig sowie in Gruppen unter Verwendung verschiedener Methoden und Diskurse; Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyse und Weiterentwicklung einer Suchmaschinenoptimierungs- bzw. Suchmaschinenwerbestrategie.• Anwendung etablierter und neuer Entwicklungen auf praktische Beispiele.• Erarbeitung von Handlungs- und Optimierungsempfehlungen.• usw. <p>Gegenstand der Projektarbeiten: Analyse, Planung, Konzeption, Gestaltung, Entwicklung, Einsatz und Bewertung von Lösungen für den Praxiseinsatz unter Berücksichtigung der Kompetenzfelder der Vertiefungsrichtung. Gegebenenfalls Integration eines empirischen Analyseteils im Fallbeispiel.</p>
Voraussetzungen	Kenntnisse zu Strategien und Instrumenten des Onlinemarketings, Kenntnisse im Bereich SEO/SEA
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Manuel Stegemann



PER71 Personalmanagement (Vertiefung)

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul PER71 erläutern die Studierenden Möglichkeiten und Grenzen der Gestaltung der Entgelte und der Sozialleistungen sowie Aufgaben und Instrumente des Personalcontrollings sowie ordnen diese situationsgerecht ein.</p> <p>Sie schlagen geeignete Controllingtechniken und -methoden vor.</p> <p>Sie charakterisieren strategisches Personalmanagement und grenzen es vom operativen Personalmanagement ab.</p> <p>Weiterhin kennen und beschreiben sie strategische Besonderheiten der Teilfunktionen des Personalmanagements.</p> <p>Überdies arbeiten die Studierenden strategische Herausforderungen für das Personalmanagement aufgrund aktueller Entwicklungen heraus.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PER71 beschreiben sie Internationalisierungsstrategien im Personalbereich und erläutern die besonderen Herausforderungen des internationalen Personalmanagements und des interkulturellen Managements.</p> <p>Sie beschreiben Instrumente und Methoden des internationalen Personalmanagements und machen Vorschläge zur geeigneten Vorbereitung und Betreuung eines beispielhaften Auslandseinsatzes eines Mitarbeiters.</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Entgeltsysteme und Sozialleistungen</p> <p>Wesen und Bedeutung betrieblicher Anreizsysteme</p> <p>Das Arbeitsentgelt</p> <p>Materielle Mitarbeiterbeteiligungen</p> <p>Motivationsförderung durch Arbeitsorganisation</p> <p>Flexibilisierung betrieblicher Sozialleistungen und Mitarbeiterbeteiligungen mithilfe von Cafeteria-Konzepten</p> <p>Grundlagen des Personalcontrollings</p> <p>Bedeutung des Personalcontrollings im Personalmanagement - ein Überblick</p> <p>Rahmenbedingungen eines effizienten Personalcontrollings</p> <p>Wertschöpfungsorientierte Personalarbeit und -controlling</p> <p>Instrumente des Personalcontrollings</p> <p>Personalentwicklungscontrolling</p> <p>Strategisches Personalmanagement</p> <p>Charakteristika des Personalmanagements</p> <p>Strategische Aspekte der Teilfunktionen des Personalmanagements</p> <p>Strategische Herausforderungen eines internationalen Personalmanagements</p> <p>Demografischer Wandel als strategische Herausforderung für das PM</p> <p>Gesundheitsmanagement als strategische Herausforderung des PM</p> <p>Einführung in das Personalmanagement in internationalen Unternehmen</p> <p>Einordnung und Grundbegriffe</p> <p>Internationale Rahmenbedingungen für das Personalwesen</p> <p>Praktische Gestaltung des Auslandseinsatzes</p>
---------------	--



Ausgewählte Einzelfragen des internationalen Personalmanagements

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	PER204 Studienbrief Entgeltsysteme und Sozialleistungen mit Onlineübung PER402 Studienbrief Grundlagen des Personalcontrollings mit Onlineübung PER607 Studienbrief Strategisches Personalmanagement mit Onlineübung PER501 Studienbrief Einführung in das Personalmanagement in internationalen Unternehmen mit Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Wolfgang Bohlen
----------------------	---------------------------



PER75 Digitalisierung im Personalmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PER75 beziehen die Studierenden die Digitalisierung auf das Personalmanagement. Sie bearbeiten und lösen die Aufgabenstellungen mit einem wissenschaftlichen Anspruch auf Bachelorniveau und im Kontext des Themenfeldes des Wahlpflichtbereichs problem- und zielorientiert nach den Methoden eines modernen Projektmanagements.</p> <p>Weiterhin zeigen sie Analysen von Schwachstellen bei der Digitalisierung im Personalmanagement auf und führen empirische Forschungsarbeit durch.</p> <p>Die Studierenden setzen das erworbene -auch interdisziplinäre - Fachwissen ein und wenden es an.</p> <p>Überdies definieren sie Optimierungsempfehlungen für die Weiterentwicklung der Digitalisierung im Personalmanagement.</p> <p>Weiterhin dokumentieren und präsentieren sie die Ergebnisse zielorientiert und nach den Regeln der Wissenschaftlichkeit.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung einer Transferaufgabe</p> <p>Datenbanken im Personalmanagement Datenbankprobleme im Personalmanagement Operatives Informationsmanagement Wissensmanagement in Personalmanagement Datenschutz und Arbeitsrecht Controlling der Informationsverarbeitung im Personalmanagement Standardsoftware für Personalabteilungen Konzeption von Lösungen für den Praxiseinsatz</p>
Voraussetzungen	Grundlagen des Personalmanagements Grundlagen Personalinformationssysteme
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Wolfgang Bohlen



PEW62 Technologiemanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können den Begriff "Technologie" und die Grundlagen des Technologiemanagements erläutern.</p> <p>Sie wissen, wie die Technologieentwicklung in Unternehmen abläuft und haben einen Überblick zur staatlichen Forschungs- und Technologiepolitik und zu möglichen Innovationswiderständen.</p> <p>Sie kennen theoretische Konzepte des strategischen und operativen Technologiemanagements und sind mit Instrumentarien für typische Aufgabenstellungen aus der Technologiemanagement-Praxis vertraut.</p> <p>Die Studierenden kennen Methoden, Instrumente und Herangehensweisen im Technologiemanagement und sind in der Lage, Fachinhalte kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.</p>
Inhalt	<p>Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung Zum Verständnis von Technologiemanagement Technologien in übergeordneter Betrachtung Die Akteure im Technologiemanagement Modelle der Technologieentwicklung</p> <p>Technologieentwicklung im Unternehmen Entstehung und Aufgaben des Technologiemanagements Interaktionen und Verflechtungen des Technologiemanagements Der Technologiezyklus im Unternehmen</p> <p>Aufstellung von Technologiestrategien Unternehmensstrategien und Technologiestrategien – Grundsätze, Zusammenhänge, Erscheinungsformen Strategische Analysen als Grundlage für Technologiestrategien Identifizieren von Technologiefeldern mit Zukunftspotenzial Festlegung und Darstellung von Technologiefeldern und Technologiestrategien Technologieplanung: Umsetzung der Technologiestrategie</p> <p>Wissensmanagement: Grundlage des Technologiemanagements Wissen als Grundlage des technologiebezogenen Wissensmanagements Zukunftswissen für das Technologiemanagement Externe Wissenserfassung Funktionen und Formen technologiebezogener Schutzrechte Strategische Gestaltung von Patent- und Lizenzrechten Technologiemanagement im internationalen Umfeld</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>PEW605 Studienbrief Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung mit Onlineübungen</p> <p>PEW606 Studienbrief Technologieentwicklung im Unternehmen mit Onlineübungen</p> <p>PEW607 Studienbrief Aufstellung von Technologiestrategien mit Onlineübungen</p>



PEW608 Studienbrief Wissensmanagement: Grundlage des
Technologiemanagements mit **Onlineübungen**

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Jörg Schmütz
----------------------	------------------------



PEW63 Innovationsmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PEW63 können die Studierenden den Innovationsprozess einordnen und die Bedeutung des Innovationsmanagements hervorheben.</p> <p>Sie können die Grundlagen und Ziele von Innovationsstrategien interpretieren und unterstützende Methoden des Innovationsmanagements beurteilen sowie die Konzepte für das Ideenmanagement unter Berücksichtigung verschiedener Kreativitätstechniken für betriebliche Fragestellungen entwerfen.</p> <p>Außerdem können sie den Innovationsprozess von der Idee über die Produktentwicklung bis zur Markteinführung analysieren und effektiv organisieren.</p>
Inhalt	<p>Grundlagen des Innovationsmanagements</p> <p>Zum Verständnis von Innovation</p> <p>Grundlagen des Innovationsmanagements</p> <p>Innovations-Erfolgsfaktoren</p> <p>Strategische Orientierung</p> <p>Grundlagen einer Innovationsstrategie</p> <p>Übergeordnete innovationsrelevante strategische Grundsätze und Vorgaben</p> <p>Kern der Innovationsstrategie: Ermittlung von Innovationsfeldern</p> <p>Strategien der operativen Innovationsrealisierung</p> <p>Ideenfindung und Konzeptentwicklung</p> <p>Kreativitätstechniken zur Ideenfindung für Innovationen</p> <p>Open Innovation</p> <p>Bewertung und Auswahl von Ideen</p> <p>Vorprojekte und Projektentscheidung</p> <p>Ideenmanagement-Systeme (inkl. Software)</p> <p>Innovationsrealisierung</p> <p>Produktentwicklung</p> <p>Kooperation und Zusammenarbeit im Innovationsprozess</p> <p>Markteinführung</p> <p>Integration von Marketing in den Innovationsprozess</p> <p>Einführungsmarketing</p> <p>Innovations-Controlling</p> <p>Internationales Innovationsmanagement</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>PEW601 Studienbrief Grundlagen des Innovationsmanagements mit Onlineübung</p> <p>PEW602 Studienbrief Strategische Orientierung mit Onlineübung</p> <p>PEW603 Studienbrief Ideenfindung und Konzeptentwicklung mit Onlineübung</p> <p>PEW604 Studienbrief Innovationsrealisierung mit Onlineübung</p>



Onlinetutorium (1 Std.)

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Jörg Schmütz



SB518B Brückenkurs Mathematik 1

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	5007 und 5008 Brückenkurse Mathematik Auffrischung der Schulkenntnisse der elementaren Mathematik als Grundlage eines erfolgreichen Studiums Vermittlung von Methoden zum Lösen von Aufgaben Verbesserung der Rechenfertigkeit beim Lösen von Aufgaben
Inhalt	5007 und 5008 Brückenkurs Mathematik Elementare Grundlagen (Mengen, Zahlen, elementare Rechenoperationen) Gleichungen/Ungleichungen/Betragsgleichungen Funktionen Lineare Algebra (elementare Vektoralgebra, Elementares zu Matrizen und Determinanten, Gleichungssysteme) Infinitesimalrechnung (einfachste Differential- und einfachste Integralrechnung)
Voraussetzungen	Schulmathematik
Modulbausteine	5007 Brückenkurs 1 Mathematik (1 Tag/ 6 Std.) 5008 Brückenkurs 2 Mathematik (2 Tag / 12 Std.)
Kompetenznachweis	
Lernaufwand	
Sprache	Deutsch
Studienleiter	



SQF20 Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls SQF20 erwerben die Studierenden Grundlagenkenntnisse um die eigene Persönlichkeit und den eigenen Arbeitsstil einzuschätzen und Ansätze zu deren Verbesserung zu finden.</p> <p>Sie beschreiben Arbeits- und Kreativitätstechniken, wenden einfache Techniken und moderne Methoden des Zeitmanagements an.</p> <p>Weiterhin planen die Studierenden Präsentationen didaktisch-methodisch, bereiten diese organisatorisch vor, führen sie selbst durch und können sie nachbereiten.</p> <p>Überdies können die Studierenden Präsentationen beurteilen und Verbesserungsansätze für Rhetorik und Körpersprache erkennen (Methoden-, Medien-, persönliche, kommunikative, soziale Kompetenz).</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul SQF20 erfüllen die Studierenden Anforderungen an wissenschaftliche Einsendeaufgaben, erläutern Weiterhin beschreiben und unterscheiden sie Möglichkeiten der wissenschaftlichen Recherche und zitieren korrekt (Methodenkompetenz).</p>
Inhalt	<p>Selbstmanagement Die Vielfalt des Lebens Lebenshaltungen Ziele Entscheidungs- und Handlungskompetenz</p> <p>Ziel- und Zeitmanagement Zeit braucht Ziele Methoden des Ziel- und Zeitmanagements Instrumente des Ziel- und Zeitmanagements</p> <p>Kreative Kompetenz Was ist kreative Kompetenz? Einflüsse auf die Kreativität Techniken der Kreativität Vom Lesen zum Schreiben</p> <p>Zielsicher präsentieren Ist Präsentieren schwierig? Wege zu einer guten Präsentation Medieneinsatz</p> <p>Wissenschaftliches Arbeiten Wissenschaftliche Vorarbeit Wissenschaftliche Hauptarbeit Wissenschaftliche Nacharbeit</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	SQF20_23VE-EL Moduleinführungsvideo



Orientierungswerkstatt (2 Tage Präsenzseminar + 2 Stunden Onlineseminar)

SQF232 Studienbrief Selbstmanagement mit

SQF232-WBT Web Based Training Selbstmanagement

SQF233 Studienbrief Ziel- und Zeitmanagement mit

SQF233-WBT Web Based Training Ziel- und Zeitmanagement

SQF234 Studienbrief Kreative Kompetenz

SQF235 Studienbrief Zielsicher präsentieren

SQL301 Studienbrief Wissenschaftliches Arbeiten mit **Onlineübung**

SQLD302-VH Download Vorgaben für wissenschaftliche Studien- und Abschlussarbeiten bei AKAD

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Marianne Blumentritt



SQF31 Moderieren und Präsentieren

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse der Kommunikation im Allgemeinen und die spezifischen Herausforderungen der interkulturellen Kommunikation. Sie kennen verschiedene Visualisierungstechniken, deren Vor – und Nachteile sowie deren Eignung für unterschiedliche Einsatzszenarien. Die Studierenden kennen die grundlegenden Anforderungen an Präsentationen im geschäftlichen und wissenschaftlichen Umfeld. Diese Kenntnisse können Sie auf verschiedene Einsatzszenarien anwenden. Sie kennen die grundlegenden Spezifika der Moderation und haben verschiedene Moderationstechniken kennengelernt. Sie können die Eignung der Techniken für spezifischen Herausforderungen bewerten und sie dann gezielt einsetzen.
Inhalt	Kommunikation Grundlagen der Kommunikation Interkulturelle Kommunikation Visualisierungstechniken Präsentation Aufbau einer Präsentation Durchführung und Organisation der Präsentation Wissenschaftlich präsentieren Moderation Grundlagen der Moderation Moderationstechniken
Voraussetzungen	keine
Modulbausteine	SQF311 Studienbrief Kommunikation und Visualisierung mit Onlineübung ABWI175-EL E-Book: Reynolds: Zen oder die Kunst der Präsentation: Mit einfachen Ideen gestalten und präsentieren (2020) ABWI176-EL E-Book: HEY: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung (2019) SQF312-BH Begleitheft Präsentieren zu Reynolds, G. (2020): Zen oder die Kunst der Präsentation und Hey, B. (2019): Präsentieren in Wissenschaft und Forschung mit Onlineübung ABWI177-EL E-Book: Kanitz: Crashkurs Professionell Moderieren (2020) SQF313-BH Begleitheft Kanitz, A.: Crashkurs Professionell Moderieren (2020) mit Onlineübung
Kompetenznachweis	Assignment (50%), Mündliche Prüfung (50%)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch



Studienleiter

Prof. Dr. Daniel Markgraf



SQF42 Klassisches und agiles Projektmanagement

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
---------------------------	-----------------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul SQF42 kennen die Studierenden Einsatzmöglichkeiten und Elemente der Projektorganisation und wissen, wie Projekte initialisiert werden (Analyse des Projektumfeldes und der Stakeholder), und wie sich Ziele, Anforderungen und Erfolgsfaktoren definieren lassen.</p> <p>Sie können das Projekt strukturieren, den Aufwand schätzen und die Mittel planen sowie erhalten Einblick in die Führungsaufgaben innerhalb von Projekten.</p> <p>Sie erkennen die Bedeutung von Kommunikation, Teamentwicklungsprozessen und Konfliktmanagement und können begleitende Aufgaben wie Projektmarketing, Changemanagement, Konfigurationsmanagement, QM erläutern und einschätzen.</p> <p>Weiterhin können sie Widerstände erkennen sowie überwinden.</p> <p>Sie kennen agile Projektmanagement-Methoden, bewerten ihre Vor- und Nachteile sowie können ihre Einsatzmöglichkeiten erläutern (Fach- und Methodenkompetenz).</p>
-----------------------	---

Inhalt	<p>Projektaufbau, Funktionen und Managementtechniken</p> <p>Begriffe</p> <p>Projektaufbau</p> <p>Funktionen im Projekt</p> <p>Managementtechniken</p> <p>Projekte initialisieren und planen</p> <p>Projekte initialisieren</p> <p>Projekte planen</p> <p>Projekte abwickeln und abschließen</p> <p>Projekte leiten und steuern</p> <p>Risikomanagement</p> <p>Problemmanagement</p> <p>Projektberichte</p> <p>Projektabschluss</p> <p>Projektsitzungen und Workshops</p> <p>Führen in Projekten und begleitende Aufgaben</p> <p>Die Projektführung</p> <p>Das Projektteam</p> <p>Kommunikation</p> <p>Widerstand</p> <p>Konflikte</p> <p>Projektmarketing</p> <p>Änderungs- und Konfigurationsmanagement</p> <p>Qualität im Projekt</p> <p>Lieferantenmanagement</p> <p>Multiprojektmanagement</p> <p>Multiprojektmanagement: Stellenwert und Standort</p> <p>Multiprojektmanagement-Prozess</p>
---------------	---



Multiprojektmanagement-Methoden
 Multiprojektmanagement-Organisation
 Multiprojektmanagement-Qualifikation
 Implementierung des Multiprojektmanagements
 Multiprojektmanagement-Organisation
Historische Entwicklung der Vorgehensmodelle
 Spezifikationsorientierte Entwicklung kompletter Systeme
 Prototyporientierte Entwicklung kompletter Systeme
 Spiralmodell für komplette Systeme
 Agile, inkrementelle Softwareentwicklung
 Fortschritte durch die verschiedenen Vorgehensmodelle
 Auswahl eines Vorgehensmodells
Das agile Rahmenwerk Scrum
 Historie von Scrum
 Charakteristika von Scrum
 Übersicht über den Scrum-Prozess
 Rollen in Scrum Teams
 Projektumsetzung mit Scrum
 Vor- und Nachteile von Scrum
 Hybride Verwendung von Scrum
 Unterschiede zwischen Scrum und Extreme Programming
Die Change Management-Methode von Kanban
 Historie von Kanban
 Begriffswelt der Kanban-Methode
 Vergleich von Kanban mit Scrum

Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	SQF201 Studienbrief Projektaufbau, Funktionen und Managementtechniken mit Onlineübungen SQF401 Studienbrief Projekte initialisieren und planen mit Onlineübungen SQF402 Studienbrief Projekte abwickeln und abschließen mit Onlineübungen SQF403 Studienbrief Führen in Projekten und begleitende Aufgaben mit Onlineübungen SQF404 Studienbrief Multiprojektmanagement ABWI031-EL Fachbuch Goll/Hommel: Mit Scrum zum gewünschten System SQF405-BH Begleitheft mit Online-Übung
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Annette Miller





STA23 Statistik

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul STA23 können die Studierenden Aufgaben der Statistik erläutern und beherrschen Grundbegriffe der beschreibenden Statistik.</p> <p>Sie sind in der Lage, Grundfunktionen von MS Excel anzuwenden, statistische Daten zu gruppieren, zu klassifizieren sowie tabellarisch und grafisch angemessen darzustellen.</p> <p>Des Weiteren erkennen sie unzweckmäßige und manipulative Darstellungen von Zahlen.</p> <p>Die Studierenden beherrschen einfache statistische Methoden und können diese auf wirtschaftliche Problemstellungen anwenden.</p> <p>Sie können Mittelwerte und Streuungsmaße sowie Verhältniszahlen berechnen und interpretieren, Zeitreihenanalysen durchführen und Regressions- und Korrelationsanalyse anwenden.</p> <p>Sie beherrschen Verfahren der Wahrscheinlichkeitsrechnung, verstehen Grundzüge der schließenden Statistik jeweils auch unter Verwendung von MS Excel (Fach- und Methodenkompetenz).</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Einführung in die Statistik und in Excel</p> <p>Grundbegriffe in der Statistik</p> <p>Vorgehen bei einer statistischen Untersuchung</p> <p>Einführung in die Tabellenkalkulation mit Excel</p> <p>Von der Urliste zum Diagramm</p> <p>Darstellen qualitativer Merkmale</p> <p>Darstellen quantitativer Merkmale</p> <p>Darstellen von Zeitreihen</p> <p>Darstellen zweidimensionaler Verteilungen</p> <p>Probleme und Manipulationsmöglichkeiten</p> <p>Lagemaße, Streuungsmaße, Konzentrationsmessung</p> <p>Lagemaße</p> <p>Streuungsmaße</p> <p>Konzentrationsmessung</p> <p>Verhältniszahlen, Zeitreihen, Bestandsanalyse</p> <p>Verhältniszahlen</p> <p>Zeitreihen</p> <p>Bestandsanalyse</p> <p>Regressions- und Korrelationsanalyse</p> <p>Mehrdimensionale Häufigkeitsverteilung</p> <p>Regressionsanalyse</p> <p>Korrelationsanalyse</p> <p>Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik</p> <p>Grundbegriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung</p> <p>Zufallsvariablen</p> <p>Stichproben</p> <p>Statistisches Schätzen</p> <p>Statistisches Testen</p> <p>Formelsammlung Statistik</p>
---------------	--



Symbole
Formelübersicht
Standardnormalverteilung
z-Werte (Quantile) für Konfidenzintervall und Test
t- Verteilung (Quantile)

Voraussetzungen	Statistische und mathematische Grundkenntnisse und Excel-Anwenderkenntnisse
------------------------	---

Modulbausteine	STA101 Studienbrief Einführung in die Statistik und Excel mit Onlineübung STA102 Studienbrief Von der Urliste zum Diagramm mit Onlineübung STA201 Studienbrief Lagemaße, Streuungsmaße, Konzentrationsmessung mit Onlineübung und Einsendeaufgaben STA202 Studienbrief Verhältniszahlen, Zeitreihen, Bestandsanalysen mit Onlineübung und Einsendeaufgaben STA203 Studienbrief Regressions- und Korrelationsanalyse mit Onlineübung und Einsendeaufgaben STA204 Studienbrief Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik mit Onlineübung und Einsendeaufgaben STA205 Studienbrief Formelsammlung Statistik
-----------------------	---

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
--------------------------	---------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Frantisek Jelenciak
----------------------	-------------------------------



UFU21 Innovation und Entrepreneurship

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls UFU21 kennen die Studierenden verschiedene Kreativitätstechniken und können diese Techniken einordnen und übertragen.</p> <p>Die Studierenden können einzelne Kreativitätstechniken anwenden.</p> <p>Sie kennen die Grundlagen der Innovation und des Innovationsmanagements und können diese Grundlagen wiedergeben.</p> <p>Die Studierenden können verschiedene Formen von Innovation beschreiben und abgrenzen und kennen die Grundlagen des Entrepreneurship und können diese Grundlagen einordnen und erklären.</p> <p>Außerdem können die Studierenden die Spezifika des Entrepreneurs darstellen und kennen die spezifischen Ausprägungen wie Social oder Corporate Entrepreneurship.</p> <p>Die Studierenden kennen die Bestandteile des Geschäftsplanes und können diese auf klassische und digitale Anwendungsbeispiele übertragen.</p> <p>Zusätzlich kennen die Studierenden die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten und können diese grundlegend einordnen und erklären.</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Kreativitätstechniken</p> <p>Grundlagen von Kreativität und Kreativitätstechniken</p> <p>Intuitive Kreativitätstechniken</p> <p>Diskursive Kreativitätstechniken</p> <p>Mischformen</p> <p>Design Thinking</p> <p>Der Kreativität auf die Sprünge helfen</p> <p>Innovation</p> <p>Was sind Innovationen?</p> <p>Wie organisieren wir Innovationen?</p> <p>Strategisches Innovationsmanagement</p> <p>Grundlagen des Entrepreneurship</p> <p>Grundlagen des Entrepreneurship</p> <p>Der Entrepreneur</p> <p>Innovation und Entrepreneurship</p> <p>Social Entrepreneurship</p> <p>Corporate Entrepreneurship</p> <p>Businessmodell und Investitionsfinanzierung</p> <p>Geschäfts- und Businessplan</p> <p>Erfahrungen aus dem Betrieb von Questen und der Reitercommunity</p> <p>Finanzierungswege von Existenzgründungen im IT-Bereich</p>
---------------	---

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

**Modulbausteine****UFU212 Studienbrief** Kreativitätstechniken mit **Onlineübung****UFU213 Studienbrief** Innovation mit **Onlineübung****ABWI004-EL Fachbuch** Faltin (2018): Handbuch Entrepreneurship und **ABWI005-EL Fachbuch** Fueglistaller; Müller; Müller; Volery (2016): Entrepreneurship**ITE102 Studienbrief** Businessmodell und Investitionsfinanzierung mit **Onlineübung****Onlinetutorium** (1 Stunde)

Kompetenznachweis

Klausur (2 Stunden)

Klausurrelevant sind neben den Studienbriefen auch die folgenden Abschnitte und Kapitel aus den Fachbüchern:

Faltin (2018): Handbuch Entrepreneurship - S. 201-215 und S. 447-453.

Fueglistaller; Müller; Müller; Volery (2016): Entrepreneurship - Kapitel 1,3,4,11 und 12.

Lernaufwand

125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache

Deutsch

StudienleiterProf. Dr. Daniel Markgraf



UFU76 Grundlagen und Rahmenbedingungen des Gründungsmanagements

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul UFU76 kennen die Studierenden die grundlegenden Bestandteile des Businessplanes sowie die Schritte und Arten der Gründung und können sie beschreiben.</p> <p>Sie können Entscheidungen im Zusammenhang mit der Gründung darstellen und verteidigen.</p> <p>Zudem erkennen sie weiterführende Erfolgsfaktoren für die Gründung und beziehen diese in Entscheidungen ein.</p> <p>Digitale Elemente und Ausgestaltungsmöglichkeiten im Rahmen des Gründungsmanagements sind den Studierenden bekannt und sie können diese in Entscheidungen einbeziehen.</p>
Inhalt	<p>Grundlagen des Gründungsmanagements</p> <p>Businessplan</p> <p>Gründung</p> <p>Rahmenbedingungen des Gründungsmanagements</p> <p>Allgemeine und branchenbezogene Rahmenbedingungen</p> <p>Finanzierung, Förderung und Fördermittel</p> <p>Wahl der Rechtsform</p> <p>Weiterführende Erfolgsfaktoren des Gründungsmanagements</p> <p>Markt- und Wettbewerbsanalyse</p> <p>Angebotsoptimierung</p> <p>Unternehmensfestigung</p>
Voraussetzungen	Grundlagen der Investition
Modulbausteine	<p>Studienbrief UFU623 Grundlagen des Gründungsmanagements mit Onlineübung</p> <p>Studienbrief UFU624 Rahmenbedingungen des Gründungsmanagements mit Onlineübung</p> <p>ABWI004-EL Fachbuch Faltn: Handbuch Entrepreneurship</p> <p>ABWI054-EL Fachbuch Meffert: Marketing</p> <p>ABWI055-EL Fachbuch Osterwalder: Value Proposition Design</p> <p>ABWI057-EL Fachbuch Wiener: Open Foresight und Unternehmenskultur</p> <p>ABWI058-EL Fachbuch Bruhn: Dienstleistungen 4.0</p> <p>UFU625-BH Begleitheft zu den Fachbüchern und Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)</p>
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)



Lernaufwand 125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache Deutsch

Studienleiter Prof. Dr. Daniel Markgraf



UFU77 **Praxismodul - Gründungsmanagement**

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul UFU77 sind die Studierenden in der Lage praktische Aufgabenstellungen mit einem grundlegenden wissenschaftlichen Anspruch aus den Themenfeldern und Schwerpunkten der Vertiefungsrichtung problem- und zielorientiert im Team oder einzeln bearbeiten und lösen.</p> <p>Sie setzen das erworbene Fachwissen um und wenden es auf unterschiedliche Herausforderungen an – sowohl im Rahmen klassischer als auch auf digitaler Geschäftsmodelle.</p> <p>Zudem verfügen sie über die Fähigkeit Ergebnisse zielorientiert zu dokumentieren und zu präsentieren.</p>
Inhalt	<p>Bearbeitung eines Praxisprojektes oder -beispiels selbstständig sowie in Gruppen unter Verwendung verschiedener Methoden und Diskurse; Beispiele: Konzeption eines rudimentären Businessplans oder einer Marktanalyse, Darstellung und Recherche projektbezogener Finanzierung- und Fördermittel usw.</p> <p>Gegenstand der Projektarbeiten: Analyse, Planung, Konzeption, Gestaltung, Entwicklung, Einsatz und Bewertung von Lösungen für den Praxiseinsatz unter Berücksichtigung der Kompetenzfelder der Vertiefungsrichtung</p>
Voraussetzungen	Kenntnisse von Grundlagen und Rahmenbedingungen des Gründungsmanagements sowie digitale Geschäftsmodelle
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf



UFU78 Strategisches Management

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul UFU78 sind die Studierenden in der Lage den Diskurs des Begriffs des strategischen Managements differenziert zu erklären.</p> <p>Sie können das St. Galler Managementkonzept (ganzheitliche Perspektivenbetrachtung, vernetzte (Sub-)Systeme) interpretieren und Stufen des Prozessmodells des strategischen Managements ableiten.</p> <p>Des Weiteren können sie das Wirkungsspektrum sowie entscheidungstheoretische und -praktische Aspekte des strategischen Denkens einordnen und übertragen.</p> <p>Zudem können sie eine strategische Analyse durchführen und strategische Lösungsvorschläge ausarbeiten.</p>
Inhalt	<p>Grundlegendes zum Problem der Unternehmensführung</p> <p>Unternehmensführung – "Shortcut" zum Funktionsspektrum und Problemkontext</p> <p>Normatives Management: Handlungsmaßstab und Gestaltungsaufgaben</p> <p>Unternehmenspolitik: Aktivitätselement normativer Unternehmensführung</p> <p>Unternehmensverfassung: Strukturelement normativer Unternehmensführung</p> <p>Unternehmenskultur: Verhaltenselement der normativen Unternehmensführung</p> <p>Strategische Unternehmensführung</p> <p>Strategische Unternehmensführung</p> <p>Strategie und strategische Programme – ausgewählte Zugänge</p> <p>Entscheidungstheoretische und -praktische Aspekte strategischen Denkens</p> <p>Zwischenfazit zum strategischen Management</p> <p>Operative Unternehmensführung – Merkmale, Wirkungszusammenhänge und Gestaltungserfordernisse</p> <p>Strategieentwicklung und Strategieimplementierung</p> <p>Prozessmodell des strategischen Managements</p> <p>"SWOT" zum Ersten: Merkmale und "innere Logik"</p> <p>"SWOT" zum Zweiten: Konsolidierungsperspektiven</p> <p>Strategieformulierung</p> <p>Strategiebewertung und -(aus)wahl</p> <p>Strategieimplementierung</p> <p>Strategische Kontrolle</p> <p>Epilog zum St. Galler Managementmodell</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	<p>UFU201 Studienbrief Grundlegendes zum Problem der Unternehmensführung mit Onlineübung</p> <p>UFU202 Studienbrief Strategische Unternehmensführung mit Onlineübung</p>



UFU203 Studienbrief Der Prozess des strategischen Managements mit
Onlineübung
Onlinetutorium (1 Stunde)

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger



WEB40 Projekt Web-Business: Grundlagen und praktische Anwendungen der Web- Programmierung

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls WEB40 beschreiben die Studierenden grundlegende Konzepte und Sprachen zur Internet-Programmierung.</p> <p>Sie kennen die wesentlichen Sprachkonstrukte von HTML und CSS und realisieren einfache Internetauftritte (Websites).</p> <p>Weiterhin beschreiben sie die grundlegenden Eigenschaften von JavaScript und XML sowie können PHP als serverseitige Programmiersprache grundlegend beherrschen und kleinere Logiken abbilden.</p> <p>Überdies kennen sie Grundlagen zum Aufbau und zur Funktion von Datenbanken und Eigenschaften eines Datenbankmanagementsystems (DBMS).</p> <p>Sie setzen ein DBMS ein und wenden diese an.</p> <p>Sie lösen eine konkrete betriebliche Aufgabenstellung zum Aufbau einer vollständigen Datenbank mit Hilfe des DBMS (Methoden-, Sozial- und Medienkompetenz).</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Einführung in die Internetprogrammierung</p> <p>Internet und Browser</p> <p>Erstellen von Webseiten</p> <p>HTML</p> <p>CSS Style-Sheets</p> <p>JavaScript</p> <p>Grundlagen der CGI-Programmierung</p> <p>XML – Extensible Markup Language</p> <p>Grundlagen der Programmierung mit PHP</p> <p>Voraussetzungen</p> <p>PHP-Grundlagen</p> <p>Formularelemente</p> <p>Weitere Funktionen von PHP</p> <p>Einführung in die Datenbank-Programmierung</p> <p>MySQL und PHP</p> <p>Einführung und Bedeutung, Einsatzgebiete und Merkmale von MySQL und PHP</p> <p>MySQL</p> <p>Arbeiten mit MySQL</p> <p>PHP zur Datenbank-Programmierung</p> <p>Fallstudie</p> <p>Fallsituation</p> <p>Aufgabenbeschreibung</p> <p>Beispielhafte Lösung zu der Fallstudie</p>
---------------	---



Voraussetzungen

Grundkenntnisse zu Datenbanken

Modulbausteine

INT102 Studienbrief Einführung in die Internet-Programmierung mit
Onlineübung
WEB602 Studienbrief Grundlagen der Programmierung mit PHP
DBA201 Studienbrief Einführung in die Datenbankprogrammierung
WEB603-FS Fallstudie

Kompetenznachweis

Assignment (Erstellte Applikation)
Mündliche Prüfung (45 Min.)

Lernaufwand

250 Stunden, 10 Leistungspunkte

Sprache

Deutsch

Studienleiter

Prof. Dr. Torsten Olderog



WIN21 Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul WIN21 haben die Studierenden Grundkenntnisse und Überblick über grundlegende Zusammenhänge in Wirtschaftsinformatik und Informationstechnik erhalten.</p> <p>Sie können Inhalte, Aufgaben und Grundmerkmale der Wirtschaftsinformatik und von computerintegrierten Systemen erläutern und Basistechnologien, Methoden und Anwendungsmöglichkeiten der Informationstechnik beschreiben.</p> <p>Des Weiteren können sie Techniken zur Darstellung von Strukturen und Abläufen in Programmen (Ablaufdiagramm, Struktogramm) anwenden.</p> <p>Weiterhin können die Studierenden die anwendungsorientierte Bedeutung von grundlegenden Ansätzen und Zusammenhängen der Wirtschaftsinformatik und der Informatik ermessen und die Kenntnisse hierüber verfestigen.</p> <p>Sie können ausgewählte Themen hieraus eigenständig aufbereiten und erläutern. Zudem können sie ein Open-Source-Präsentationstool anwenden und benutzen.</p> <p>Sie sind in der Lage Grundbegriffe, Geschichte, Aufbau, Funktionsweise und Nutzungsmöglichkeiten des Internets insbesondere als neues Marktmedium erläutern.</p> <p>Des Weiteren ordnen sie traditionelle und moderne (z.B. Cloud Computing, Virtualisierung) Anwendungsarchitekturen ein und wenden diese rudimentär an.</p> <p>Die Studierenden können zudem Datenbanksysteme einordnen und Basisfunktionalitäten anwenden. (Fach-, Methoden-, Medien und Sozialkompetenz)</p>
-----------------------	--

Inhalt	<p>Grundlagen der Wirtschaftsinformatik</p> <p>Was ist Wirtschaftsinformatik?</p> <p>Informationen und Daten</p> <p>Daten- und Informationsverarbeitung</p> <p>Rechnersysteme und systemnahe Software</p> <p>Struktur und Organisation von Computern: Rechnerarchitekturen</p> <p>Peripheriegeräte</p> <p>Codieren von Daten</p> <p>Betriebssysteme</p> <p>Software</p> <p>Klassifikation von Software</p> <p>Betriebswirtschaftliche Anwendungssoftware</p> <p>Betriebswirtschaftliche Daten</p> <p>Die Benutzerschnittstelle</p> <p>Softwarequalität</p> <p>Kommunikation und Netzwerke</p> <p>Grundlagen der Datenübertragung</p> <p>Das OSI-Referenzmodell</p> <p>Lokale Netze</p> <p>Netztopologien und Zugangsverfahren</p>
---------------	---



Kopplung
Netzmanagement
Internet
Das TCP/IP-Protokoll
IP-Adressen
Domain Name System
Die Internetschicht mit Routing
Die Transportschicht
Dienste im Internet
Das World Wide Web
Grundaufbau
Dynamische Webanwendungen
Intranet und Extranet
Anwendungsarchitekturen
Basisarchitekturen
Schichtenarchitektur
Client-Server-Architektur
Peer-to-Peer-Architektur
Publish-Subscribe-Architektur
Serviceorientierte Architekturen
Middleware
Virtualisierung
Cloud-Computing
Datenbanksysteme
Aufgaben
Relationale Systeme
NoSQL-Systeme

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	Onlineseminar (3 Stunden) ABTE067-EL Fachbuch „Grundkurs Wirtschaftsinformatik Eine kompakte und praxisorientierte Einführung“ von Abts, Dietmar und Mülder, Wilhelm WIN201-BH Begleitheft Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik mit Onlineübung Onlinetutorium (1,5 Stunden)
-----------------------	--

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Matthias Dehmer
----------------------	---------------------------
