



BEUTH HOCHSCHULE
FÜR TECHNIK
BERLIN

University of Applied Sciences

Studiengang Betriebswirtschaftslehre - Digitale Wirtschaft

Modulhandbuch

Gesamtansprechpartner/in Fachbereich:

Dekan/in FB I - fb1-dekanat@beuth-hochschule.de

Gesamtansprechpartner/in Studiengang:

Prof. Dr. Anne König - akoenig@beuth-hochschule.de

Inhaltsverzeichnis

Modulnr.	Modulname	Koordinator/in
B01	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	König
B02	Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft	Müller
B03	Grundlagen der digitalen Medien	Buchem
B04	Einführung in Softwaretechnologien	Kreutel
B05	Zeit- und Selbstmanagement / Präsentationstechniken	König
B06	English for the Digital Economy	Bangert
B07	Mikroökonomik der digitalen Wirtschaft	Brockmann
B08	Angewandtes Rechnungswesen	Philippi
B09	Statistik für die digitale Wirtschaft	Müller
B10	Dienstleistungsmarketing	Pattloch
B11	Modellierung von Geschäftsprozessen und Diensten	Kreutel
B12	Intercultural Communication	König
B13	Unternehmensführung und Geschäftsmodellentwicklung	Schmidt
B14	Agile Project Management	Buchem
B15	Controlling	Jekel
B16	Human Computer Interaction	Kreutel
B17	Empirische Forschungsmethoden	Barthel
B18	Projektseminar Marketing	Pattloch
B19	Grundlagen des Wirtschaftsrechts	Dathe
B20	Innovationsmanagement und Entrepreneurship	König
B21	Supply Chain Management	Butz
B22	Business Intelligence	Kreutel
B23	Wahlpflichtmodul 1	
B24	Projektseminar Medien	Buchem
B25	Management Information Systems in Enterprises	Weimann
B26	Online-Marketing	Pattloch
B27	Human Resource Management	Ducki
B28	E-Commerce	König
B29	Wahlpflichtmodul 2	
B30	Digitale Wirtschaft zu Gast	König
B31	Medienrecht	Pöggeler
B32	Learning Design	Buchem

B33	Unternehmenskommunikation und Change Management	Ducki
B34	Studium Generale	Dekan/in FB I
B35	Studium Generale II	Dekan/in FB I
B36	Wahlpflichtmodul 3	
B37	E-Business-Challenge	König
B38	Praktikum	König
B39	Abschlussprüfung	König

WP01	Markenführung	Pattloch
WP02	Gesellschaftsrelevante Aspekte der Digitalisierung	Schmidt
WP03	Unternehmensgründung	König
WP04	Mobile Anwendungen	Kreutel
WP05	Vernetzte Produktionskonzepte	Butz
WP06	Mediendesign	Schaudin

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B01
Titel	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre / Principles of Business Management
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden haben einen Gesamtüberblick über die Themengebiete der Betriebswirtschaftslehre und können diese in die Wissenschaftsdisziplinen einordnen. Sie beherrschen grundlegende betriebswirtschaftliche Begrifflichkeiten und sind dadurch befähigt, die im Studium zu vertiefenden Teilaspekte in einen größeren Zusammenhang zu stellen. Sie können ihre Selbstlernkompetenz einschätzen und finden Wege, diese zu verbessern.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht und Selbststudium, ggf. als Ringvorlesung mit wechselnden Lehrkräften
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis: 70 % Multiple Choice (30 min) 30 % Mündliche Prüfung (15 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre • Geschichte und Ziele des Wirtschaftens • Ziele von Betrieben • Einordnen der BWL in die Wissenschaften • St. Galler Managementmodell Entscheidungstheorie <ul style="list-style-type: none"> • Methodenwissen: Bewertungsmatrix, Entscheidungsmatrix

	<p>Konstitutive betriebliche Entscheidungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick • Vertiefung: Kooperationen und Partnerschaften: Ziele, Restriktionen, Formen • Sonderformen der Zusammenarbeit in der Digitalen Wirtschaft <p>Unternehmensverfassung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formen in Abhängigkeit der Rechtsform • Besonderheit Risikokapitalgeber in der digitalen Wirtschaft <p>Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formen der Aufbau- und Ablauforganisation • Gestaltung organisatorischer Veränderungen <p>Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalauswahl • Modelle der Personalführung und der Führungsstile <p>Rechnungs- und Finanzwesen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des externen Rechnungswesens für die Steuerlegung und des internen Rechnungswesens für die Preisfindung • Varianten der Unternehmensfinanzierung <p>Leistungserstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgabe und grundlegende Begriffe der Beschaffung und Logistik
Literatur	Vahs, D.; Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Schaeffer-Poeschel.
Weitere Hinweise	Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B02
Titel	Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft / Mathematical Principles for Business Management
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Mathematisch-naturwissenschaftliche Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden beherrschen grundlegende mathematische Berechnungstechniken und Methoden, die zur Analyse betriebswirtschaftlicher Probleme notwendig sind. Sie sind in der Lage, elementare mathematische Aufgaben mit wirtschaftlichem Bezug adäquat zu lösen.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis 100 % Klausur (90 – 120 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Grundlagen der Mathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> • mathematische Symbolik und Rechenregeln • Mengenlehre und Aussagenlogik <p>Elemente der Analysis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionen und ihre grafische Darstellung • spezielle Funktionen, insbesondere Potenz-, Logarithmus und Exponentialfunktion • Folgen und Reihen, Prozent-, Zins- und Zinseszinsrechnung • Anwendung bei finanzmathematischen Berechnungen <p>Grundbegriffe der Linearen Algebra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung von Begriffen: Vektoren, Matrizen • grundlegende Rechenregeln für Vektoren und Matrizen • Lineare Funktionen und Abbildungen, Lineare Gleichungssysteme, Lösungsverfahren (Gaußscher Algorithmus)
Literatur	<p>Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Bände 1 und 3. NWB Verlag.</p> <p>Schwarze, J.: Aufgabensammlung zur Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. NWB Verlag.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B03
Titel	Grundlagen der digitalen Medien / Principles of Digital Media
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen die informations-, kommunikations- und sozialtheoretischen Grundlagen digitaler Medien, haben einen Gesamtüberblick über die relevanten Themenfelder (u.a. Entstehungsgeschichte, Typen und Merkmale digitaler Medien, digitale Wertschöpfung, Technikfolgenabschätzung) und können diese in die Wissenschaftsdisziplinen einordnen (u.a. Medienwissenschaften, Mediensoziologie, Medienökonomie).</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, den Medienwandel und die Konsequenzen der Digitalisierung zu verstehen und einzuordnen, sowie die digitale Medienlandschaft in Bezug auf gesellschaftliche und wirtschaftliche Fragestellungen zu analysieren und zu bewerten. Zudem können sie die erworbenen Kompetenzen in analytische Aufgaben umsetzen, insbesondere um eigene Lösungsansätze mit digitalen Medien unter Berücksichtigung sozialer, rechtlicher und ethischer Aspekte zu entwickeln.</p>
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweis:</p> <p>30 % Referat (Gruppenarbeit)</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis</p> <p>70 % E-Portfolio (ca. 10.000 Zeichen inkl. Leerzeichen) mit Rücksprache</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Grundlagen digitaler Medien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entstehungsgeschichte und Einordnung digitaler Medien in das Mediensystem • Medien-, informations- und kommunikationstheoretische Grundlagen digitaler Medien • Typen und Merkmale digitaler Medien <p>Digitale Medienlandschaft und Wertschöpfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sozio-technische Entwicklungen im Bereich digitaler Medien (u.a. Social Media, Mobile, Wearable) • Digitale Wertschöpfung (u. a. Crowdsourcing, Open Innovation, Social Forecasting) • Aktuelle Anwendungen und Anwendungsbeispiele aus der Wirtschaft und Gesellschaft <p>Medienwandel, Digitalisierung und Technikfolgenabschätzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftliche Wirkungen digitaler Medien • Positive und negative Folgen der Digitalisierung • Soziale, rechtliche und ethische Aspekte digitaler Medien
Literatur	<p>Reichert, R.: Die Macht der Vielen: Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung. Transcript Verlag.</p> <p>Reichert, R.: Big Data: Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie. Transcript Verlag.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B04
Titel	Einführung in Softwaretechnologien / Introduction to Software Technologies
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Konzepte, die für das Verständnis von Softwaretechnologien in der digitalen Wirtschaft von Bedeutung sind.</p> <p>Die Studierenden können fachliche Anforderungen mittels User Stories oder Use Cases sowie einfacher Datenmodelle beschreiben und geeignete Softwaretechnologien zur Umsetzung identifizieren.</p> <p>Die Studierenden können im Rahmen einer bestehenden Webanwendung in Gruppenarbeit einfache Änderungen mit HTML, CSS und JavaScript umsetzen.</p> <p>Die Studierenden erwerben im Übungsprogramm durch Gruppenarbeiten Teamfähigkeit.</p>
Voraussetzungen	keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Laborübung in Gruppenarbeit
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>100 % Klausur (60 min – 120 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Software und Hardware • Betriebssysteme und Netzwerke • Client-Server Kommunikation • WWW und HTTP • Sicherheit in verteilten Systemen • Datenbanken • Algorithmen und Programmierung <p>Funktionen und Schichten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schichtenarchitekturen • Fachliche Funktionalität vs. User Interface von Anwendungen • Datenhaltung und Datenzugriff • Schnittstellen in verteilten Systemen • Server-Technologien und Middleware • Cloud Services <p>Modellierung von Softwareanwendungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • User Stories und Use Cases • Datenmodellierung • Beschreibung von Verhalten <p>User Interfaces und Nutzungsszenarien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausdrucksmittel und Einsatzgebiete von Webtechnologien • HTML, CSS, JavaScript • Web Development vs. Web Design • Web 2.0 • Webanwendungen vs. native Anwendungen • Native Applikationen und Web-Applikationen im mobilen Einsatz • Content und Metadaten • Suchtechnologien und Web Analytics • Content Management Systeme
Literatur	<p>Rautenstrauch, C.: Informatik für Wirtschaftswissenschaftler und Wirtschaftsinformatiker. Springer.</p> <p>Kleuker, S.: Grundkurs Software-Engineering mit UML. Springer.</p> <p>Freeman, E.; und Robson, E.: HTML5-Programmierung von Kopf bis Fuß. O'Reilly.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B05
Titel	Zeit- und Selbstmanagement / Präsentationstechniken / Time and Self Management plus Presentation Techniques
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachübergreifende Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden wissen um die Bedeutung der Selbstorganisation für erfolgreiche Tätigkeiten in der digitalen Wirtschaft. Sie können Methoden am Beispiel ihres eigenen Studien-, Berufs- und Privatleben auswählen, einsetzen und ihre Nützlichkeit für sie persönlich abschätzen.</p> <p>Die Studierenden wissen um den Unterschied zwischen Selbst- und Fremdbild und wissen, wie sie Feedback anfragen und nutzen können.</p> <p>Die Studierenden beherrschen gängige Präsentationstechniken für die zielgruppenorientierte Vermittlung von Sachinformationen.</p>
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis: 100 % Hausarbeit (5 Seiten)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Selbstmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition • Selbstbild-/Fremdbild (Johari-Fenster) • Feedback nehmen, Feedback geben • Formen und Orte des Wissens (Welt-, Erfahrungs-, Situations-, Fach-, Methodenwissen) • Persönlichkeitsmodelle - Vertiefung: DISG-Modell • Selbstkenntnis - Lebensplan/Glaubenssätze/ Erfolgsmuster • Sozialkompetenz - Sprachkompetenz, Empathie, Rollendistanz <p>Vertiefung Selbstmanagement: Lernmethoden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lernmethoden - Literatur finden und auf Relevanz prüfen • Methodenkompetenz: Mind Mapping, Lernkartei u.a.m. <p>Vertiefung Selbstmanagement: Zeitmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele formulieren - Projekte versus Visionen • Zeitfresser identifizieren • Arbeits- und Büroorganisation, u. a.: <ul style="list-style-type: none"> ○ durchgängige Ordnerstrukturen ○ analoge und digitale Hilfsmittel • Methodenkompetenz, u. a. E-Mail-Programme, Zeiterfassungstools <p>Präsentationstechnik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundregeln der Kommunikation (Wazlawik, Schulz von Thun, Transaktionsanalyse) • Körpersprache • Fragen - Argumentieren - Formulieren • Wirkungsmöglichkeit von Sprache • Grundaufbau einer Fachpräsentation in Präsenz und als Webinar • Methodenkompetenz Präsenzpräsentation: PowerPoint, Flipchart, Whiteboard • Methodenkompetenz Online-Präsentation: Camtasia o.a., Adobe Connect o.a.
Literatur	<p>Klenke, K.: Studieren kann man lernen: Mit weniger Mühe zu mehr Erfolg. Springer.</p> <p>Weisweiler, S.; Dirscherl, B., Braumandl, I: Zeit- und Selbstmanagement. Springer.</p> <p>Kurz, J.: Für immer aufgeräumt - auch digital: So meistern Sie E-Mail-Flut und Datenchaos. Gabal.</p> <p>Hermann-Ruess, A.; Ott, M.: Das gute Webinar. Das ganze Know How für bessere Online-Präsentationen. Springer.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B06
Titel	English for the Digital Economy / Englisch für die digitale Wirtschaft
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p><u>Fachsprachliche Kompetenzen</u></p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • sich über Themen wie z.B. Internethandel, Firmenstrukturen, eigene Arbeitserfahrungen, das Unternehmen im Wettbewerb oder Marketing verständigen • einen englischsprachigen Fachtext (z.B. Blog oder Website) kommentieren, diskutieren und zusammenfassen • einen fachrelevanten Text selber erstellen • ausgewählte grammatische Regeln weitgehend fehlerfrei anwenden • das Fachvokabular zur Beschreibung von Zusammenhängen in der Digitalen Wirtschaft anwenden • englischsprachige Hörübungen mit muttersprachlichen Varianten und non-nativen Akzenten bearbeiten • Telefonate führen und Korrespondenzaufgaben (E-Mails und Briefe) erledigen sowie die Grundlagen der Verhandlungssprache anwenden • Graphen, Diagramme und Tabellen beschreiben • sprachliche Aufgaben mit Online-Hilfsmitteln bewältigen <p><u>Fachübergreifende Kompetenzen</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • gestellte Aufgaben/Projekte mit Partnern oder in Arbeitsgruppen zu lösen und die Lösungen zu präsentieren. („Kooperationsfähigkeit“) • neuere Forschungen bzw. Trends aus dem Bereich der Digitalen Wirtschaft kritisch zu reflektieren, zu diskutieren und eigene Positionen mit Hinblick auf das Arbeitsgebiet zu beziehen sowie (mit angebotenen Hilfsmitteln) sprachliche Aufgaben zunehmend eigenständig zu bewältigen.
Voraussetzungen	Empfohlen: B1 Englischkenntnisse gemäß Gemeinsamen Europäischem Referenzrahmen (GER)
Niveaustufe	1. Studienplansemester

Lernform	Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>100 % Klausur (90 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Themen aus dem Bereich der Digitalen Wirtschaft und der Informatik anhand konkreter fachbezogener Inhalte wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globalisierung, die sich ändernde Rolle des Internets, internationale Wirtschaftsbeziehungen • Digitale Arbeitswelten • Wettbewerb, Entrepreneurship, Fusionen & Übernahmen, Internet of Things (IoT) • Sales & Marketing, Unternehmenskommunikation <p>Relevante berufsbezogene Fertigkeiten wie Korrespondenz verfassen, Telefonieren, Verhandeln</p>
Literatur	wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Weitere Hinweise	Modulsprache: Das Modul wird auf Englisch angeboten

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B07
Titel	Mikroökonomik der digitalen Wirtschaft / Microeconomics of the Digital Economy
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden beherrschen mikroökonomische Grundbegriffe und Zusammenhänge (Knappheit, Güter, Funktionsweise von Märkten) und sind in der Lage, die jeweiligen Besonderheiten bezüglich der digitalen Wirtschaft zu beschreiben. Dabei geht es insbesondere um die Bedeutung von Marktzutrittsschranken, Netzwerkeffekten und Eigentumsrechten.</p> <p>Sie kennen Ziele und Instrumente der Wirtschaftspolitik, die für die digitale Wirtschaft von besonderer Relevanz sind (Wettbewerbspolitik, Innovationsförderung, Verbraucherschutz). Ferner können sie die zunehmende gesamtwirtschaftliche Bedeutung der digitalen Wirtschaft einschätzen sowie Branchenstruktur und Strukturwandel innerhalb der Branche analysieren.</p> <p>Sie können aktuelle Probleme der digitalen Wirtschaft unter Bezug auf die jeweils relevanten ökonomischen Theorien oder Konzepte kontrovers diskutieren.</p> <p>Die Zusammenhänge zu betriebswirtschaftlichen und anderen Modulen des Studiengangs sind erkannt.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis: 100 % Klausur (90 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Grundlagen: Knappheit, Güter, Arbeitsteilung</p> <p>Märkte und Preise:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haushaltstheorie (Nachfrage) • Unternehmenstheorie (Angebot) • nachfrageseitige und angebotsseitige Größenvorteile • Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage auf traditionellen Märkten sowie auf digitalen Märkten • Marktformen und Preisbildung <p>Zur Rolle des Staates auf (digitalen Märkten):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktversagen und Staatsversagen • Wettbewerb • Wettbewerbsbeschränkungen und Wettbewerbspolitik • Innovationsförderung • Verbraucherschutz <p>Akteure der digitalen Wirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen • Verbände • Politik <p>Branchenstruktur (inkl. Datenquellen)</p>
<p>Literatur</p>	<p>Mankiw, N. G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Schaeffer Poeschel.</p> <p>Peters, R.: Internet-Ökonomie. Springer.</p> <p>Suntum, U. van: Die unsichtbare Hand: Ökonomisches Denken gestern und heute. Springer.</p> <p>Varian, H.R. et. al.: The Economics of Information Technology. Cambridge.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B08
Titel	Angewandtes Rechnungswesen / Financial Management and Accounting
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Externes Rechnungswesen: Die Studierenden sind in der Lage, ein Kleinunternehmen buchhalterisch abzubilden und die notwendigen Informationen für das Finanzamt bzw. (bei Bilanzpflicht) für den Steuerberater bereit zu stellen. Den Nutzwert von spezieller Buchhaltungssoftware kennen sie und sie haben beispielhaft ein Buchhaltungssystem bedient.</p> <p>Sie können Buchhaltungsauswertungen lesen und verstehen. Die Aufgabe von Wirtschaftsprüfern ist ihnen bekannt.</p> <p>Sie wissen welche Steuerarten für Unternehmer relevant sind.</p> <p>Internes Rechnungswesen: Die Studierenden wissen, wie das interne Rechnungswesen aufgebaut ist, welche Verknüpfungen zum externen Rechnungswesen bestehen und welche Bedeutung es für eine erfolgreiche Unternehmensführung hat.</p>
Voraussetzungen	<p>Empfehlung: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Empfehlung: Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft</p>
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>100 % Klausur (90 min – 180 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>System des betrieblichen Rechnungswesens</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe und Grundzüge ordnungsgemäßer Buchführung • Internes und externes Rechnungswesen • Organisation des betrieblichen Rechnungswesens <p>Finanzbuchhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventur, Grundlagen Bilanzierung • Umsatzsteuer, Umsatzsteuervoranmeldung, Umsatzsteuererklärung • Einkommenssteuer, Einkommenssteuererklärung, Einnahme-Überschussrechnung, Bilanz und GuV • Abschreibungen • Kontenpläne • Buchhaltungssoftware <p>Internes Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktion und Abgrenzung
Literatur	<p>Nickenig, K.; Wesselmann, C.: Angewandtes Rechnungswesen. Eine Einführung in die manuelle und EDV-gestützte Buchführung. Springer.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul wird auf Deutsch angeboten.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B09
Titel	Statistik für die digitale Wirtschaft Statistics for the Digital Economy
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Mathematisch-naturwissenschaftliche Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen grundlegende Begriffe und Methoden zur statistischen Datenanalyse. Sie können einfache statistische Analysen selbst durchführen und die Ergebnisse präsentieren. Sie sind mit der Zielstellung der induktiven Statistik vertraut und können Begriffe wie Signifikanz richtig interpretieren.
Voraussetzungen	Empfehlung: Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis 100 % Klausur (90 min – 120 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Deskriptive Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenerhebung und Datenaufbereitung, Merkmalstypen • Deskription einzelner Merkmale: absolute und relative Häufigkeitsverteilung, grafische Darstellungen (Balkendiagramm, Kreisdiagramm, Boxplot, Histogramm), Kennzahlen (Lage- und Streuungsmaße wie Mittelwert, Median, Modus, Varianz, Interquartilsabstand, Spannweite) • Zusammenhang zweier oder mehrerer Merkmale: Kontingenztafeln und geeignete Kennzahlen, Korrelationskoeffizienten (Bravais-Pearson, Spearman), einfache lineare Regression, grafische Darstellungen (mehrdimensionale und gestapelte Balkendiagramme, Streudiagramme) • Konzentrationsmaße (Lorenzkurve und Ginikoeffizient), Indexzahlen (Preis-, Mengen- und Umsatzindizes) <p>Konzepte der induktiven Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • elementare Einführung in die Wahrscheinlichkeitsrechnung • Zufallsvariable als theoretisches Modell für empirische Merkmale, Konzept der Parameter- und Intervallschätzung sowie der statistischen Hypothesentests • Hypothesentests an konkreten Beispielen: Interpretation der Ergebnisse von Unabhängigkeitstests in Kontingenztafeln, Mittelwertvergleiche, Signifikanz der Parameter im linearen Regressionsmodell <p>Die Inhalte der Lehrveranstaltung werden nach Möglichkeit anhand von Anwendungsbeispielen in einer Tabellenkalkulation (MS Excel) illustriert.</p>
Literatur	<p>Fahrmeir, L.; Künstler, R.; Pigeot, I.; Tutz, G.: Statistik - Der Weg zur Datenanalyse. Springer.</p> <p>Zucchini, W.; Schlegel, A.; Nenadic, O., Sperlich, S.: Statistik für Bachelor- und Masterstudenten. Springer.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B10
Titel	Dienstleistungsmarketing / Service Marketing
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Grundlagen des Dienstleistungsmarketings und die Besonderheiten bei der Vermarktung von Dienstleistungen als eigenständige Marktleistung. Sie verstehen den Marketingmix und die möglichen Strategien für die erfolgreiche Marktbearbeitung. Die Studierenden können einen Marketingplan für eine Dienstleistung formulieren. Ausgewählte Modelle des Service Designs sollen die Studierenden operationalisieren und auf konkrete Beispiele übertragen können. Die Arbeit in Kleingruppen stärkt die sozialen Kompetenzen.
Voraussetzungen	Empfehlung: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweis: 40 % Multiple Choice (30 min) Abschließender Leistungsnachweis 60 % Projektbericht (Gruppenarbeit, 10 Seiten)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Definitorische Grundlagen des Marketings</p> <p>Begriff der Dienstleistung und des Dienstleistungsmarketings</p> <p>Produktion von Dienstleistungen</p> <p>Kaufverhalten und Marktforschung</p> <p>Strategisches Dienstleistungsmarketing</p> <p>Qualitätsmanagement</p> <p>Operatives Dienstleistungsmarketing</p> <p>Ausgewählte Instrumente des Service Designs (z.B. Business Blueprinting, Persona)</p>
Literatur	<p>Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing. Gabler.</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K. [Hrsg.]: Dienstleistungsmanagement und Social Media: Potenziale, Strategien und Instrumente. Springer Gabler.</p> <p>Mager, B.; Gais, M.: Service Design. UTB.</p> <p>Pruitt, J.; Adlin, T.: The Persona Lifecycle: Keeping People in Mind throughout Product Design. Elsevier.</p> <p>Stickdorn, M.; Schneider, J.: This is Service Design Thinking. BIS Publishers.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B11
Titel	Modellierung von Geschäftsprozessen und Diensten / Modeling of Business Processes and Services
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen den Begriff des Geschäftsprozesses und sind in der Lage, Geschäftsprozesse zu identifizieren.</p> <p>Abläufe von geschäftlichen Aktivitäten und Interaktionen zwischen Akteuren können mit dafür geeigneten Notationsformen für Geschäftsprozesse, z. B. der BPMN, beschrieben werden. Diese können im Hinblick auf Defizite analysiert und Optimierungsvarianten vorgeschlagen werden.</p> <p>Das Konzept des "Dienstes"/"Services" ist bekannt und die für die Umsetzung von Geschäftsprozessen erforderlichen Dienste können identifiziert werden. Die zu verwendenden bzw. zu empfangenden Daten können identifiziert und modelliert werden.</p> <p>Die Studierenden kennen Softwarelösungen für die Realisierung von Diensten und können für eine gegebene Aufgabenstellung geeignete Softwarekomponenten identifizieren und aus einer Ausführungsumgebung für Geschäftsprozesse aufrufen. Geschäftsprozessmodelle können unter Verwendung existierender Softwarelösungen ausgeführt werden.</p> <p>Einsatzmöglichkeiten von Geschäftsregeln in Prozessen und Softwarelösungen zur Modellierung und Auswertung von Geschäftsregeln sind bekannt und können angewendet werden.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Einführung in Softwaretechnologien
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Laborübung in Gruppenarbeit
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester

Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise:</p> <p>50 % Übungen, ggf. in Gruppen, mit Rücksprachen</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Geschäftsprozesse und Workflows</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsprozessanalyse • Geschäftsprozessmodellierung mit BPMN und/oder anderen Beschreibungssprachen • Geschäftsprozessmanagement und -optimierung <p>Geschäftsprozesse und Dienste</p> <ul style="list-style-type: none"> • Softwarearchitekturkonzepte für Dienste • Modellierung von Diensten und Datenmodellierung für Dienste • "Human Tasks" für nicht automatisierbare Aktivitäten <p>Ausführung von Geschäftsprozessen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Softwarelösungen zur Ausführung von Geschäftsprozessen • Zugriff auf Dienste aus Geschäftsprozessen • Modellierung und Ausführung von Geschäftsregeln
Literatur	<p>Rosenkranz, F.: Geschäftsprozesse: Modell- und computer-gestützte Planung. Springer.</p> <p>Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement. Vieweg.</p> <p>Freund, J.; Rücker, B.: Praxishandbuch BPMN 2.0. Hanser.</p> <p>Krafzig, D. et al.: Enterprise SOA - Best Practices für Serviceorientierte Architekturen - Einführung, Umsetzung, Praxis. Mitp.</p>
Weitere Hinweise	Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B12
Titel	Intercultural Communication / Interkulturelle Kommunikation
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachübergreifende Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden erwerben Kenntnisse über ihre eigene kulturelle Identität, um ihre Perspektiven, Sichtweisen und Erwartungen mit denen von Menschen aus anderen Kulturkreisen vergleichen zu können. Barrieren der interkulturellen Kommunikation werden sichtbar und leichter bewältigt, der Mehrwert interkultureller Vielfalt wird erkannt.</p> <p>Zudem werden die Studierenden auf die besonderen Mentalitäten und kulturellen Prägungen von Menschen aus anderen Kulturkreisen vorbereitet und erlangen die Befähigung, mit ihnen erfolgreich zusammen zu arbeiten. Sie sind aufgrund dieser Kenntnisse in der Lage strukturelle Spezifika anderer Kulturen zu erkennen, interpersonelle Konflikte zu vermeiden oder zu lösen, um erfolgreich inner- und überbetriebliche Aufgaben technologischer und wirtschaftlicher Art zu bewältigen.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: B1 Englischkenntnisse nach CEFR
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise: 50 % Präsentation als Gruppenarbeit</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Allgemeine Theorien interkultureller Kommunikation und Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe • Forschungsergebnisse im Kontext konkreter Anwendungs- und Arbeitsfelder <p>Aspekte des interkulturellen Managements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation • Mitarbeiterführung • Konflikt • Verhandlung • Unternehmenskultur <p>Interkulturelles Lernen wird praktisch, z.B. durch Simulation, Rollenspiel, Critical Incidents, erfahrbar.</p>
Literatur	Holliday, A. et al.: Intercultural Communication. Routledge.
Weitere Hinweise	<p>Das Modul wird auf Englisch angeboten.</p> <p>Das Modul kann teilweise in geblockter Form durchgeführt werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B13
Titel	Unternehmensführung und Geschäftsmodellentwicklung Management and Business Modeling
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden begreifen Grundbegriffe, wesentliche Herausforderungen und Ziele der Unternehmensführung. Dabei werden sie in die Lage versetzt, sich kritisch mit dem Beruf des Managers und der spezifischen Verantwortung des Managements auseinanderzusetzen. Die Studierenden verstehen grundlegend die funktionsübergreifenden sach- und personenbezogenen Steuerungsprozesse der Unternehmung. Sie können relevante strategische Management- und Organisationskonzepte modellhaft entwickeln und an praktischen Fallbeispielen diskutieren.</p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen Elemente eines Geschäftsmodells und können Unternehmen verschiedener Branchen und verschiedener Größen hinsichtlich ihres Geschäftsmodells beschreiben. Sie können einzelne Geschäftsmodelle vertieft analysieren und dabei über ein konkretes Beispiel hinaus Grundregeln erfolgreicher Geschäftsmodelle ableiten.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Empfehlung: Mikroökonomik der Digitalen Wirtschaft
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt, gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweis</p> <p>75 % Projektbericht (Gruppenarbeit, 30 Seiten)</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis</p> <p>25 % Hausarbeit (5 Seiten)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan

Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Integratives Management als Querschnittsfunktion</p> <p>Aktuelle und historische Entwicklung der Unternehmensführung</p> <p>Management als Beruf und Managementverantwortung</p> <p>Strategisches Management und Grundmodelle der Aufbauorganisation</p> <p>Grundlegende Formen und Muster von Geschäftsmodellen</p> <p>Strukturierte Darstellung und beispielhafte Entwicklung neuer Geschäftsmodelle - Kreativitätstechniken</p> <p>Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung und Implementierung innovativer Geschäftsmodelle</p>
Literatur	<p>Hungenberg/Wulf: Grundlagen der Unternehmensführung, Springer-E-Book</p> <p>Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln. München: Carl Hanser Verlag.</p> <p>Malik, F.: Führen - Leisten - Leben. Wirksames Management für eine neue Zeit.</p> <p>Schallmo, D.: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren. Mit Aufgaben und Kontrollfragen.</p>
Weitere Hinweise	Das Modul wird auf Deutsch oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B14
Titel	Agile Project Management / Agiles Projektmanagement
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen die theoretisch-methodischen Grundlagen des agilen Projektmanagements und können agiles Projektmanagement als einen methodischen Ansatz einordnen und mit anderen Projektmanagementansätzen vergleichen.</p> <p>Die Studierenden haben einen Gesamtüberblick über die zentralen Frameworks, Methoden, Instrumente und Anwendungsgebiete vom agilen Projektmanagement in der betriebswirtschaftlichen Praxis.</p> <p>Sie können die Methoden, Instrumente und Entscheidungshilfen des agilen Projektmanagements in der Praxis unter Berücksichtigung agiler Werte und Prinzipien anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, Projekte nach dem agilen Ansatz zu planen, durchzuführen, die Ergebnisse auszuwerten und zu präsentieren.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: B1 Englischkenntnisse nach CEFR
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Projektarbeit
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis (Gruppenarbeit):</p> <p>50 % Präsentation (15 min)</p> <p>50 % Projektbericht (10 Seiten)</p> <p>Der Leistungsnachweis kann nur im ersten Prüfungszeitraum erbracht werden.</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Projektmanagement im Wandel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Aufgaben und Methoden des Projektmanagements • Merkmale und Arten von Projekten mit Blick auf die digitale Wirtschaft • Projektleitung im digitalen Zeitalter <p>Agiles Projektmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entstehungsgeschichte und Hintergründe • Agile Werte, Denkweise und Prinzipien • Projektorganisation und Projektphasen im Vergleich (klassisch vs. agil) • Scrum und Kanban als Projektmanagement-Frameworks • Requirements Engineering als Projektmanagementaufgabe • Agile Raum- und Arbeitskonzepte, z.B. Open Space • Durchführung und Erfolgsmessung von agilen Projekten • Erfolgsfaktoren und Risikomanagement bei agilen Projekten <p>Verteilte Teams:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neue Zusammenarbeitsformen in der digitalen Wirtschaft • Besonderheiten der Kooperation in verteilten Teams • Kulturelle, technische und organisatorische Herausforderungen verteilter Teams
<p>Literatur</p>	<p>Wysocki, R. K.: Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme. Wiley.</p> <p>Pichler, R.: Agile Product Management with Scrum: Creating Products That Customers Love. Addison Wesley.</p> <p>Cohn, M.: Agile Estimating and Planning. Pearson.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul wird auf Englisch angeboten.</p> <p>In Ausnahmefällen kann der Fachbereichsrat beschließen, das Modul auf Deutsch anzubieten.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B15
Titel	Controlling / Management Accounting
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden beherrschen die Ziele und ausgewählte Aufgabenstellungen des internen Rechnungswesens und des Controllings und erkennen dessen Stellenwert für eine erfolgs- und liquiditätsorientierte Unternehmensführung. Aufbauend auf diesem Grundlagenwissen verfügen die Studierenden über das Wissen vom anwendungsorientierten Umgang moderner Controlling-Instrumente anhand von praxistypischen Beispielen. Sie sind in der Lage, deren Aussagefähigkeit kritisch zu beurteilen. Zudem beherrschen sie z.B. Excel-Techniken als auch Fähigkeiten wie ganzheitliches und vernetztes Denken, Komplexitätsbewältigung und Teamgeist.
Voraussetzungen	Empfehlung: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Empfehlung: Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft Empfehlung: Angewandtes Rechnungswesen
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht und Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweise: 50 % Fallbeispiel (Gruppenarbeit) mit Rücksprachen Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Ziele und Aufgaben des Controllings</p> <p>Einführung in die Kosten- und Erlösrechnung (z.B. Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerstück- und –zeitrechnung).</p> <p>Ausgewählte strategische Controlling-Instrumente (z.B. Portfolio-Analyse, Kennzahlen-Bewertungen, SWOT-Analyse, Balance Score Card (z.B. mit Excel-Übungen))</p> <p>Ausgewählte operative Controlling-Instrumente (z.B. Target Costing, spezielle Anwendungen der Deckungsbeitragsrechnung)</p> <p>Berichtswesen (z.B. Excel-Übungen)</p> <p>Marketing- und Vertriebscontrolling (z.B. Web-Controlling)</p>
Literatur	<p>Becker, W., Holzmann, R.: Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung. Einführung für Bachelor-Studierende, Springer.</p> <p>Horváth, P.: Controlling. Vahlen.</p> <p>Jekel, N.: Speed Reading für Controller und Manager. Wiley-Verlag.</p> <p>Lingau, V.; Schmitz, H.: Kosten- und Erlösrechnung. Springer.</p> <p>Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten. Vahlen.</p> <p>Taschner, A.: Management Reporting. Springer-Gabler.</p> <p>Weber, J.: Einführung in das Controlling, Gabler.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B16
Titel	Human Computer Interaction / Human Computer Interaction
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen die Bedeutung des Faktors Mensch in der Mensch-Computer-Interaktion und können Interaktionen benutzerorientiert gestalten. Dazu kennen sie die relevanten kognitiven und Wahrnehmungsfähigkeiten des Menschen, können Gestaltungsgrundsätze und Interaktionsmodelle konstruktiv und analytisch einsetzen und beherrschen die Grundtechniken des zielgruppen- und endgerätespezifischen Usability Engineering.</p> <p>Sie wissen um den Stellenwert der Usability im Online-Business, kennen die wichtigsten Messgrößen für den Online-Erfolg und Methoden zur Ermittlung und Verbesserung der Usability Experience.</p> <p>Sie haben sich mit klassischen und neuen Interaktionsparadigmen auseinandergesetzt und kennen die wichtigsten Regelungen aus Gesetzen und Normen.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Einführung in Softwaretechnologien
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Laborübung, teilw. in Gruppenarbeit
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise: 50 % Übungen mit Rücksprachen</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Software-Ergonomie, Usability und User-Experience</p> <p>Physische Benutzerfähigkeiten und Barrieren</p> <p>Wahrnehmung, Gedächtnis und Kognition</p> <p>Benutzeranalyse, Benutzermodellierung und User-Centered-Design</p> <p>Gestaltungsgrundsätze für Benutzungsschnittstellen, UI-Patterns</p> <p>Modellierung von Interaktion und Semantik</p> <p>Klassische und innovative Interaktionsparadigmen</p> <p>Gesetze und Normen</p> <p>Usability-Evaluation und Usability-Engineering</p>
Literatur	<p>Stapelkamp, T.: Interaction- und Interface-Design. Springer.</p> <p>Sharp, R.: Interaction Design. Wiley.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B17
Titel	Empirische Forschungsmethoden / Empirical Research Methods
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachübergreifende Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Studierende besitzen einen Überblick über Methoden und Vorgehensweisen in der empirischen Sozialforschung. Sie sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • Fragestellungen zu konkretisieren, • eine empirische Erhebung systematisch zu planen, • geeignete Datenerhebungsmethoden (vor allem Interviews, Fragebögen, systematische Beobachtungen) auszuwählen bzw. sie selbstständig zu entwickeln, • eine Erhebung durchzuführen, • die Ergebnisse in angemessener Form aufzubereiten, auszuwerten, darzustellen und zu interpretieren.
Voraussetzungen	Empfehlung: Statistik für die digitale Wirtschaft
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweise: 40 % Präsentationen Gruppenarbeiten Abschließender Leistungsnachweis: 60 % Klausur (60 min – 120 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Planung empirischer Untersuchungen</p> <p>Stichprobenauswahl</p> <p>Datenerhebungsmethoden (vor allem Interviews, Fragebögen, systematische Beobachtungen)</p> <p>Mögliche Fehlerquellen bei empirischen Untersuchungen sowie ihre Vermeidung bzw. Reduzierung</p> <p>Datenaufbereitung, -auswertung und -interpretation</p>
Literatur	<p>Beller, S.: Empirisch forschen lernen – Konzepte, Methoden, Fallbeispiele, Tipps. Huber.</p> <p>Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Rowohlt.</p> <p>Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung. Erich Schmidt Verlag.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B18
Titel	Projektseminar Marketing / Project Seminar on Marketing
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS Ü 34 Stunden Präsenz 116 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden können für ein ausgewähltes Fallbeispiel konkrete Analysen und Handlungsempfehlungen durchführen: Sie verstehen die Instrumente des Dienstleistungsmarketings zielorientiert zu gestalten, um eine selbst definierte Marketingstrategie umzusetzen. Dabei können die Studierenden Primärdaten gewinnen, Sekundärdaten kritisch prüfen, um schließlich auch Handlungsempfehlungen für ein umsetzungsstarkes Dienstleistungsmarketingkonzept zu formulieren. Da die Formulierung des Konzepts auf aktuellen Forschungsergebnissen beruhen soll, wird in diesem Modul auch das wissenschaftliche Arbeiten geübt.</p> <p>Durch die Arbeit in Teams vertiefen die Studierenden ihre sozialen Kompetenzen. Durch die Ausformulierung einer Marketingstrategie und Präsentation derselben werden wissenschaftliches Schreiben und Präsentationskompetenzen geschult.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Dienstleistungsmarketing
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Projektseminar
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise:</p> <p>50 % Präsentationen mit Rücksprachen (Gruppenarbeit)</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>50 % Projektbericht (Gruppenarbeit, 10 Seiten)</p> <p>Der Leistungsnachweis kann nur im ersten Prüfungszeitraum erbracht werden.</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan

Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Besonderheiten von Marketingprojekten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einholen und Konkretisieren eines Projektauftrags • Erstellen eines Projektplans mit relevanten Aktivitäten und realistischen Zeiten • Konfliktmanagement in Projekten <p>Formulierung von Strategien im Dienstleistungsmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktsegmentierung • Marktforschung • Strategieoptionen • Marketingmix <p>Umsetzung und Controlling von Marketingstrategien</p>
Literatur	<p>Meffert, H.; Bruhn, M: Dienstleistungsmarketing. Gabler.</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K. [Hrsg.]: Dienstleistungsmanagement und Social Media. Springer-Gabler.</p> <p>Meffert, H.; Burmann, Ch.; Kirchgeorg, M.: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Gabler.</p> <p>Kotler, Ph.; Armstrong, G.; Wong, V.; Saunders, J.: Grundlagen des Marketings. Pearson.</p> <p>Kuckartz, U.: Qualitative Inhaltsanalyse - Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Beltz Juventa.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p> <p>Das Modul wird als Projektseminar durchgeführt. Inhaltlicher Bezug ist das Modul "Dienstleistungsmarketing" im 2. Studienplansemester.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B19
Titel	Grundlagen des Wirtschaftsrechts / Introduction to Business Law
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Grundlagen des Bürgerlichen Rechts, des Handels- und des Gesellschaftsrechts. Sie haben die Schnittstellen zwischen der praktischen betriebswirtschaftlichen Tätigkeit und den genannten Rechtsgebieten erkannt. Sie haben einen Sinn dafür bekommen, wann es zweckmäßig ist, juristische Fachleute in den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsprozess einzubeziehen.
Voraussetzungen	keine
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis: 100 % Klausur (90 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Recht des Kaufmanns, GmbH, Aktiengesellschaft, BGB-Gesellschaft, Offenen Handelsgesellschaft und Kommanditgesellschaft.</p> <p>Grundlagen des Schuldrechts, Sachenrechts, Handels- und Gesellschaftsrechts.</p> <p>Vertiefungen zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zustandekommen von Verträgen, • Besonderheiten bei Vertrieb von Waren und Lizenzen im Netz, • Abtretung von Forderungen, • einzelne Vertragstypen (Kauf-, Werk-, Darlehens- und Sicherungsverträge etc.), • Erwerb des Eigentums an beweglichen und unbeweglichen Sachen, • Grundschuld und Hypothek. <p>Arbeitsvertragsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zustandekommen und Inhalt des Arbeitsvertrages einschl. Antidiskriminierungsrichtlinie <p>Das Familien- und Erbrecht des BGB wird nur insoweit herangezogen als es notwendig ist, um Rechtsfragen des Wirtschaftsrechts, insbesondere solche der Unternehmensgründung, zu verstehen.</p>
Literatur	<p>Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. Vahlen.</p> <p>Brox, H.; Walker, W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB. Vahlen.</p> <p>Klunzinger, E.: Grundzüge des Gesellschaftsrechts. Vahlen.</p> <p>Nörr, K.; Scheyhing, R.; Pöggeler, W. [Hrsg.]: Sukzessionen. Forderungszession, Vertragsübernahme, Schuldübernahme. Mohr-Siebeck.</p>
Weitere Hinweise	Das Modul wird auf Deutsch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B20
Titel	Innovationsmanagement und Entrepreneurship / Innovation Management and Entrepreneurship
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen des Innovationsmanagements & Entrepreneurships sowie deren Bedeutung und Ziele in der digitalen Wirtschaft. Sie lernen spezifische Vorgehensweisen des Innovationsmanagements kennen und erproben diese selbstständig an Hand ausgewählter Fallbeispiele.
Voraussetzungen	Empfehlung: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Empfehlung: Geschäftsmodellanalyse und -entwicklung Empfehlung: Agile Project Management
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweis 50 % Projektbericht (Gruppenarbeit, 10 Seiten) Abschließender Leistungsnachweis 50 % Klausur (60 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Grundlagen zu Innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff der Innovation • Dimensionen der Innovation • Innovationstätigkeit und Investition <p>Innovation als Managementaufgabe im Digital Business</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologie-, F+E- und Innovationsmanagement • Innovationsmanagement als Innovationsprozess • Innovationsmanagement als Gestaltung des Innovationssystems • Widerstände gegen Innovationen • Promotoren <p>Grundlagen des eEntrepreneurship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von eEntrepreneurship • Schlüsselemente von eEntrepreneurship • Innovation und eEntrepreneurship <p>Vorgehensmodelle des Innovationsmanagements und des eEntrepreneurship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klassische vs. agile Managementmethoden • Grundlagen agiler Vorgehensmodelle • Business Model Generation • Customer Development • Lean Startup <p>Innovation und eEntrepreneurship im Anwendungsbezug (Projektarbeit)</p>
<p>Literatur</p>	<p>Fuegliestaller, U. et al.: Entrepreneurship. Springer-Gabler.</p> <p>Vahs, D.; Brem, A.: Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. Schäffer Poeschel.</p> <p>Kollmann, T.: E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy</p> <p>Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation. Campus.</p> <p>Ries, E.: Lean Startup. Redline.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B21
Titel	Supply Chain Management / Supply Chain Management
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben die Grundgedanken und die Ziele der Logistik und des Supply Chain Management verinnerlicht. Sie haben ein Verständnis für den Supply Chain Management Begriff entwickelt und sind in der Lage Zusammenhänge zu anderen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre zu beurteilen.</p> <p>Die Studierenden haben Überblick über die wesentlichen Aspekte logistischer Vorgänge und Systeme. Insbesondere sind sie in der Lage reale Systeme und Prozesse der Supply Chain in den Bereichen Beschaffung, Produktion und Distribution zu verstehen, zu analysieren, zu beurteilen und ggf. zu verbessern. Die Studierenden haben ein Verständnis gewonnen für ganzheitliche Supply Chains. Sie kennen Konzepte und Methoden zur strategischen und taktischen Gestaltung einer Supply Chain und können diese anwenden.</p>
Voraussetzungen	keine
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übung Projektarbeit in Gruppen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	jedes Semester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise: 50 % Übungen mit Rücksprachen Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Grundlagen des Logistik Grundlagen des Supply Chain Management Supply Chain und Netzwerk Design Beschaffungs- und Distributionslogistik Methoden und Verfahren zur Disposition Lager und Kommissionierung Transportoptimierung und Tourenplanung Grundlagen und Trends der Handelslogistik Methoden und Verfahren zur Bewertung von Beständen</p>
<p>Literatur</p>	<p>Schulte, C.: Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain. Vahlen. Heiserich, O.; Helbig, K.; Ullmann, W.: Logistik: Eine Praxisorientierte Einführung. Gabler. Gudehus, T.: Logistik: Grundlagen - Strategien – Anwendungen. Springer. Ehrmann, H.: Logistik. NWBVerlag Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. Springer-Gabler. Chopra, S.: Supply Chain Management. Prentice Hall. Eßig, M.; Hofmann, E.; Stölzle, W.: Supply Chain Management. Vahlen.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Modulnummer	B22
Titel	Business Intelligence / Business Intelligence
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Basis von Business-Intelligence-Anwendungen: Datenbanken und Data Warehouses. Die Vorgehensweise zur Erstellung eines Datenbankkonzeptes und des konkreten Aufbaus eines Datenbanksystems und der dabei zu beachtenden Regeln sind bekannt. Für die Nutzung im Rahmen von Data Mining Projekten kennen die Studierenden die grundsätzlichen Verfahren sowie die Grenzen aus technischer Sicht. Erste Analysen können selbst entworfen und durchgeführt werden.
Voraussetzungen	Empfehlung: Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft Empfehlung: Englisch für die Digitale Wirtschaft
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweise: 50 % Übungen als Gruppenarbeiten Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Grundbegriffe und Aufgaben von Datenbankverwaltungssystemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Datennutzung • Tabellarische Strukturierung von Informationen, Datenpflege, Datenauswertung, Relationen, Äquivalenzrelationen, Aggregation • Grundlagen Relationaler Datenbanken • Normalisierung, Integrität, SQL <p>Betriebswirtschaftliche Modellierung und Analyse mit Datenbanken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsprozesse (OLTP), • Geschäftsanalyse (OLAP), • Data-Warehouse und Data Marts (DWH), • Data Mining • Content-Management-System (CMS), • Customer-Relationship-Management (CRM), • Enterprise-Resource-Planning (ERP), • E-Commerce und im Online-Marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Kunden-, Produkt- und Warenkorbanalyse • Web Analytics <ul style="list-style-type: none"> ○ z.B. PIWIK, Awstat, Google Analytics <p>Anwendungen z.B. in MS Excel, MS Access, MySQL, Oracle Database</p>
<p>Literatur</p>	<p>Meier, A. Relationale und postrelationale Datenbanken. Springer.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B23
Titel	Wahlpflichtmodul 1
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Im Wahlpflichtbereich vertiefen die Studierenden einzelne Aspekte des Studiums. Dies erfolgt entweder entlang einer studiengangbezogenen Wahlpflichtliste oder anhand selbst gewählter Module in Absprache mit der Studiengangsleitung.
Voraussetzungen	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Prüfungsform	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Vgl. WP-Modulbeschreibungen Module aller Studiengänge der Beuth Hochschule können nach Maßgabe freier Plätze als Wahlfächer belegt werden. Wenn die dort erbrachten Leistungsnachweise als Wahlpflichtfächer im Studiengang Betriebswirtschaftslehre – Digitale Wirtschaft anerkannt werden sollen, muss dieses einen Bezug zum Studienziel und der Niveaustufe haben und vor der Belegung mit der Studiengangsleitung schriftlich vereinbart worden sein.
Inhalte	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Literatur	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Weitere Hinweise	Über das Angebot an weiteren Wahlpflichtmodulen entscheidet der Fachbereichsrat jeweils vor Beginn des Semesters. Der/die Studierende hat ein Wahlpflichtmodul aus dem tatsächlichen Angebot zu wählen.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B24
Titel	Projektseminar Medien / Project Seminar on Digital Media
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS Ü 34 Stunden Präsenz 116 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können für ausgewählte Fallbeispiele aus der Praxis der digitalen Wirtschaft empirische Analysen durchführen und Gestaltungskonzepte mit digitalen Medien entwickeln. Die Studierenden haben durch die Zusammenarbeit mit den Unternehmen der digitalen Wirtschaft praxisrelevante Erfahrungen gesammelt und neue Kontakte für die berufliche Zukunft geknüpft.
Voraussetzungen	Empfehlung: Grundlagen Medien Empfehlung: Agile Project Management Empfehlung: Empirische Forschungsmethoden Empfehlung: Human-Computer-Interaction
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Projektarbeit in Gruppen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis (als Gruppenarbeit): 50 % Präsentation (15 min) 50 % Projektbericht (10 Seiten) Der Leistungsnachweis kann nur im ersten Prüfungszeitraum erbracht werden.
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Die Studierenden bearbeiten in kleinen Gruppen eine Problemstellung aus der Praxis der digitalen Wirtschaft. Sie durchlaufen dabei einen Forschungs- oder Entwicklungsprozess mit dem Ziel, selbständig eine wissenschaftlich fundierte Lösung für die Praxis der digitalen Wirtschaft zu erarbeiten. Dabei agieren die Studierendenteams nach den Prinzipien des agilen Projektmanagements. Das Projekt beginnt mit der Entwicklung einer Forschungskonzeption und endet mit der Präsentation der Ergebnisse vor Experten aus der digitalen Wirtschaft.</p> <p>Ausgewählte Problemstellungen aus der Praxis der digitalen Wirtschaft, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale/Mobile Wertschöpfungs- und Distributionsketten • Digitale Wettbewerbs-, Produkt- und Preisstrategien • Digital Business Development und Online-/Mobile-Kampagnen • Digitale Aktivierungsstrategien und Incentivierungstechniken <p>Empirische Analysen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungsanalysen und Anforderungvalidierung (Requirements Engineering) • Benchmarking-Methoden, u.a. Prozess- und Produkt-Benchmarking • Wettbewerbsanalysen und Trendscouting in der digitalen Wirtschaft <p>Gestaltungslösungen mit digitalen Medien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeption von Anwendungsszenarien • Analyse und Entwicklung von Design Patterns • Gestalten von Prototypen in Form von Mock-ups
Literatur	Zerdick, A. et al.: Die Internet-Ökonomie: Strategien für die digitale Wirtschaft. Springer.
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p> <p>Das Modul wird als Projektseminar durchgeführt. Inhaltlicher Bezug ist das Modul "Grundlagen der digitalen Medien" im 1. Studienplansemester und "Agile Project Management" im 3. Studienplansemester.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B25
Titel	Management Information Systems in Enterprises / Managementinformationssysteme in Unternehmen
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Online-Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Merkmale der unterschiedlichen Managementsysteme im Unternehmen und können deren Rolle in den Geschäftsprozessen des Unternehmens aufzeigen. Sie erfassen aktuelle technologische Entwicklungen wie auch Schwerpunktthemen in der digitalen Wirtschaft und sind in der Lage, die systemspezifischen Auswirkungen dieser Themen aufzuzeigen. Die sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen können sie wissenschaftlich fundiert darstellen. Dazu nutzen sie auch entsprechende englischsprachige Suchmaschinen sowie Journals und können die Ergebnisse in einer englischsprachigen Seminararbeit darstellen. Darüber hinaus können die Ergebnisse zielgruppengerecht und medienvielfältig in einem englischsprachigen Vortrag dargestellt werden.
Voraussetzungen	Empfehlung: B1 Englischkenntnisse nach CEFR Empfehlung: Modellierung von Geschäftsprozessen und Diensten Empfehlung: E-Commerce
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Online-Seminar
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweise: 60 % Präsentation und Referat (Gruppenarbeit, 10 Seiten) Abschließender Leistungsnachweis: 40 % Klausur (60 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Grundlagen von Managementsystemen. Dazu gehören u. a. folgende Kategorien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ERP-Systeme • Workflow-Systeme • Business Intelligence Systeme • CRM-Systeme • SCM-Systeme • Wissensmanagementsysteme • Architekturen und Schnittstellenkonzepte • Rolle, und Zusammenspiel in den unterschiedlichen Geschäftsprozessen <p>Aktuelle technologische Entwicklungen und Schwerpunktthemen der digitalen Wirtschaft, wie sie z. B. in dem jährlich vom führenden Wirtschaftsinformatik Journal (MISQ) herausgegebenen werden, können diskutiert werden. Dieses waren in den letzten Jahren zum Beispiel die folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovationsmanagement in der IT • IT und Business Alignment • IT Outsourcing und Lieferantenmanagement • Business Produktivität und Kostenreduzierung • Business Agilität und Geschwindigkeit der Reaktion auf Marktveränderungen • Qualität, Zuverlässigkeit und Effektivität in der IT • Gewinnbringende IT-Innovationen • Wissensmanagement • Unternehmensweite IT-Architekturen • Strategische IT-Planung <p>Eine entsprechende Aktualisierung dieser Themen erfolgt jeweils durch die Lehrkraft..</p>
<p>Literatur</p>	<p>Laudon, K., Laudon J.: Management Information Systems - Managing the digital Firm. Pearson.</p> <p>Alpar, P., Alt, R., Bensberg, F., Grob, L., Weimann, P., Winter, R.: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik. Springer/Vieweg</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul wird auf Englisch angeboten.</p> <p>In Ausnahmefällen kann der Fachbereichsrat beschließen, das Modul auf Deutsch anzubieten.</p> <p>Das Modul wird als Online-Seminar durchgeführt. Präsenztermine können integriert werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B26
Titel	Online-Marketing / Online Marketing
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden haben einen Gesamtüberblick über digitale Kommunikationsinstrumente des Marketings. Sie können diese in den Vor-, Kauf- und Nachkaufprozess einordnen und ihre jeweiligen Stärken, Schwächen und Gefahren beurteilen. Die Besonderheit der messbaren Kundeninteraktion im Online-Marketing ist verstanden. Für beispielhafte Unternehmen kann ein Online-Marketing-Kommunikationsmix erstellt, begründet und mit einem Vorschlag zum Reporting präsentiert werden.
Voraussetzungen	Empfehlung: Mathematische Grundlagen der Betriebswirtschaft. Empfehlung: Dienstleistungsmarketing Empfehlung: E-Commerce
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übungen und eine kleine Projektarbeit in Gruppen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweise: 60 % Projektbericht (Gruppenarbeit, 30 Seiten) Abschließender Leistungsnachweis: 40 % Klausur (60 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Überblick Marketinginstrumente und Rolle des Online-Marketing unter Einbeziehung der jeweiligen Hilfsmittel/Tools</p> <p>Definition, Entwicklung und Formen, Begriffe</p> <p>Instrumente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporate Website / Shop • Display-formate • Suchmaschinenmarketing (SEO und SEA) • E-Mail-Marketing • Affiliate-Marketing • Social-Media-Marketing • Content-Marketing • Mobile Marketing <p>Strategien und Umsetzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenplanung: Klassisch, verhaltensbasiert, Targeting/Retargeting • Online-Markenführung: Branding/Image, Bekanntheit, Engagement, Brand Monitoring • Redaktionelles und journalistisches Schreiben inkl. Corporate Communication und Social Media Guidelines • Kundengewinnung: Sales Funnels und Customer Journey Monitoring, Conversion Optimierung, Lead Generierung • Multichannel: Verzahnung Online und Offline, Tracking • Kundenbindung: Customer Lifetime Value, One2One-Marketing, Up- und Cross-Selling <p>Marketing Automation: Tools und Techniken</p> <p>Marktforschung: A/B-Tests, SEA</p> <p>Reporting und Analyse</p> <p>Reporting und Analyse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlen • Erhebung • Analyse • Reporting <p>Kompetenzen und Branchenstrukturen im Online-Marketing – Make-or-Buy Entscheidung</p>
<p>Literatur</p>	<p>Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR. Springer.</p> <p>Kreutzer, R. Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B27
Titel	Human Resource Management / Human Resource Management
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen die Grundfunktionen des Human Resource Managements (HRM) und können diese in betriebliche Gesamtzusammenhänge einordnen.</p> <p>Sie können personalwirtschaftliche Aufgaben in Unternehmen der digitalen Wirtschaft durch den bewussten Einsatz von Instrumenten des Personalmanagements wahrzunehmen.</p> <p>Sie kennen die Einsatzmöglichkeiten und Grenzen digitaler Instrumente im Human Resource Management.</p> <p>Sie kennen relevante Führungsaufgaben, die Einflussfaktoren auf Leistung und Motivation von Mitarbeitern und können Anreizsysteme und Führungsinstrumente auch in virtuellen Arbeitskontexten gezielt einsetzen.</p> <p>Sie können Instrumente des Human Resource Managements auf verschiedene Zielgruppen anwenden (Diversity-Management),</p> <p>Sie sind in der Lage ihre eigene Ressourcen zu gestalten und ein E-Portfolio zum Zwecke der eigenen Karriereplanung zu entwickeln.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Zeit- und Selbstmanagement / Präsentationstechniken
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht und Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise: 50 % Referat (10 Seiten) Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan

Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>HRM aus Unternehmenssicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einbettung und Rolle des HRM in Unternehmen der digitalen Wirtschaft • Aufgabenfelder und Instrumente des HRM in folgenden Bereichen <ul style="list-style-type: none"> ○ Personalplanung und -beschaffung ○ Personalauswahl ○ Personaleinführung und -einarbeitung ○ Personaleinsatz und -erhaltung: Anreizsysteme ○ Personalführung ○ Personalbeurteilung ○ Personalentwicklung ○ Personalfreisetzung <p>In allen Aufgabenbereichen werden Spezifika digitaler Unternehmensstrukturen und virtueller Arbeitsformen sowie das Thema Diversity (Geschlecht, Alter und Kultur) berücksichtigt.</p> <p>HR aus Sicht des Individuums:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuelles Ressourcenmanagement • Individuelle Karriereplanung und -entwicklung • Aufbau und Pflege eines E-portfolios • Individuelles Projektmanagement • Digitale Kompetenz (Umgang mit Entgrenzung)
Literatur	<p>Holtbrügge: Personalmanagement. Berlin: Springer</p> <p>Schermuly, C.: New Work – gute Arbeit gestalten. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe..</p> <p>Miller, D. & Volk, B. (Hrsg.): E-Portfolio an der Schnittstelle von Studium und Beruf. GMW Medien in der Wissenschaft. Waxmann</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B28
Titel	E-Commerce / E-Commerce
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden vertiefen ihr Grundwissen über Geschäftsmodelle im Wirtschaftsbereich des Groß- und Einzelhandels und im Bereich des Direktverkaufs durch die Hersteller sowohl von haptischen als auch von digitalen Produkten und Dienstleistungen. Internationale Wertschöpfungsketten sind an Fallbeispielen bekannt und ethische Herausforderungen reflektiert.</p> <p>Sie verstehen die Veränderungsdynamiken im Handel und kennen die Chancen der Verknüpfung von digitalen und stationären Beschaffungswegen. Sie wissen an Fallbeispielen um die Übergangsprobleme von stationären Konzepten zum Online-Handel und umgekehrt. Sie können die Chancen und Grenzen von Neugründungen bewerten und aktuelle Entwicklungen erkennen und einordnen.</p> <p>Sie kennen die verschiedenen Formen von IT-technischen Unterstützungssystemen zum Online-Verkauf und zur E-Logistik und können in Abhängigkeit des Unternehmens entscheiden, welche Plattform mit welchem Vernetzungsgrad geeignet ist. Eine marktübliche E-Commerce-Plattform kann bedient werden, und die verschiedenen inner- und überbetrieblichen Schnittstellen, wie z. B. zum Online-Marketing, zur Lagerverwaltung, zum E-Procurement und zur Buchhaltung, sind erkannt.</p> <p>Sie kennen die aktuellen Möglichkeiten, Chancen und Grenzen der Bezahlssysteme im Bereich des E-Payment.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Einführung in Softwaretechnologien Empfehlung: Geschäftsmodellanalyse und -entwicklung
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übungen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester

Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise:</p> <p>50 % Präsentation, Projektbericht (Gruppenarbeit, 10 Seiten)</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Inhalte	<p>Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Handels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handelsfunktionen • Strukturmerkmale und Betriebstypen • Handelsbetriebliche Leistungserstellung und überbetriebliche Wertschöpfungsketten • Vertriebslinien • Kennzahlensysteme und Handelscontrolling • Verhaltensabstimmung zwischen Groß- und Einzelhandelsstufe • Corporate Social Responsibility im Handel <p>E-Commerce im Handel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffliche Abgrenzungen: E-Business, E-Commerce, M-Commerce, E-Procurement, E-Shop, E-Marketplace • Geschichtliche Entwicklung, aktuelles Kaufverhalten und Trends • Formen des Online-Handels und Trend zum Cross-Channel-Handel <p>IT- und medientechnische Grundlagen des Online-Handels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische Plattformen und Auswahlkriterien • Shop- und Backend-Funktionen cloudbasierter, mittlerer und komplexer E-Commerceplattformen und Integration in die betrieblichen Systeme • Medien zur Darstellung von Produkten und aktuelle Trends, wie z. B. Augmented Reality <p>Marketing und Vertriebspolitik im Onlinehandel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten der Marktkommunikation im Handel • Vertiefung Produkt- und Sortimentspolitik • Vertiefung Preispolitik

Literatur	<p>Barth, K.; Hartmann, M.; Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels. Gabler.</p> <p>Heinemann, G.: Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im E-Commerce. Springer-Gabler.</p> <p>Heinemann, G.: No-Line-Handel. Höchste Evolutionsstufe im Multi-Channeling. Springer-Gabler.</p> <p>Lienbacher, E.: Corporate Social Responsibility im Handel. Springer.</p> <p>Heinemann, G.: SoLoMo – Always-on im Handel. Die soziale, lokale und mobile Zukunft des Shopping. Springer-Gabler.</p> <p>Fost, M.: E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Springer-Gabler.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B29
Titel	Wahlpflichtmodul 2
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Im Wahlpflichtbereich vertiefen die Studierenden einzelne Aspekte des Studiums entlang einer Studiengangs bezogenen Wahlpflichtliste.
Voraussetzungen	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Prüfungsform	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Vgl. WP-Modulbeschreibungen Module aller Studiengänge der Beuth Hochschule können nach Maßgabe freier Plätze als Wahlfächer belegt werden. Wenn die dort erbrachten Leistungsnachweise als Wahlpflichtfächer im Studiengang Betriebswirtschaftslehre – Digitale Wirtschaft anerkannt werden sollen, muss dieses einen Bezug zum Studienziel und der Niveaustufe haben und vor der Belegung mit der Studiengangsleitung schriftlich vereinbart worden sein.
Inhalte	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Literatur	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Weitere Hinweise	Über das Angebot an weiteren Wahlpflichtmodulen entscheidet der Fachbereichsrat jeweils vor Beginn des Semesters. Der/die Studierende hat ein Wahlpflichtmodul aus dem tatsächlichen Angebot zu wählen.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B30
Titel	Digitale Wirtschaft zu Gast / Hosting the Digital Economy
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 1 SWS Ü 51 Stunden Präsenz 99 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden können einzelne Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft vertieft beschreiben, die Unternehmensgeschichte recherchieren und die Unternehmensentwicklung anhand kritischer Erfolgsfaktoren analysieren. Die Analyse und Bewertung des Unternehmens kann mit den Fachbegriffen der Betriebswirtschaftslehre für eine spätere wissenschaftlich fundierte Veröffentlichung aufbereitet werden.</p> <p>Die Studierenden können Akteure der digitalen Wirtschaft identifizieren und mit diesen in Kontakt treten. Soziale Kompetenzen der Kontaktaufnahme sind vertieft und der Aufbau langfristiger Kooperationen erprobt.</p> <p>Die digitale Wirtschaft in Berlin ist hinsichtlich der wesentlichen Akteure bekannt und überregionale Kontaktchancen können genutzt werden.</p>
Voraussetzungen	<p>Empfehlung: Unternehmensführung und Geschäftsmodellentwicklung</p> <p>Empfehlung: Empirische Forschungsmethoden</p> <p>Empfehlung: Innovationsmanagement und eEntrepreneurship</p>
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Projektarbeit in Gruppen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester

Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Anwesenheit bei allen Vorlesungen. Nur zwei Vorlesungstermine dürfen versäumt werden.</p> <p>Teilleistungsnachweis:</p> <p>20 % Moderation einer Veranstaltung</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>80 % Hausarbeit (Kleingruppenarbeit, 10 Seiten)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan.
Inhalte	<p>Bedeutung der digitalen Wirtschaft für Berlin</p> <p>Verbände und Organisationen der Berliner digitalen Wirtschaft</p> <p>Ausgewählte Unternehmen der digitalen Wirtschaft und ihre Geschäftsmodell: Die Vorlesungen werden durch wechselnde Gastreferenten der digitalen Wirtschaft, die von Studierenden angeworben und anmoderiert werden, durchgeführt. Online-Zuschaltungen sind möglich.</p>
Literatur	<p>Gassmann, O.; Frankenberger, K.; Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser München.</p> <p>Investitionsbank Berlin [Hrsg.]: Berlin aktuell. Digitale Wirtschaft – Standortanalyse im Städtevergleich</p> <p>IHK Berlin [Hrsg.]: Berliner IKT-Wirtschaft. Potenziale einer Zukunftsbranche.</p> <p>IHK Berlin [Hrsg.]: Newsletter Digitale Wirtschaft.</p> <p>Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung [Hrsg.]: Digitale Wirtschaft in Berlin. Gründen. Wachsen. Investieren.</p> <p>Internetauftritte ausgewählter Branchenverbände und Netzwerkorganisationen.</p> <p>Vgl. auch Literatur aus den Empfehlungsmodulen.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p> <p>Das Modul wird als Projektseminar durchgeführt. Inhaltlicher Bezug ist das Modul "Innovationsmanagement und eEntrepreneurship" im 4. Studienplansemester.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B31
Titel	Medienrecht / Media Law
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden lernen die Grundlagen des Medienrechts kennen. Sie erkennen die Schnittstellen zwischen der praktischen betriebswirtschaftlichen Tätigkeit in der digitalen Wirtschaft und den vielfältigen Aspekten des Medienrechts. Sie bekommen einen Sinn dafür, wann es zweckmäßig ist, juristische Fachleute in den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsprozess einzubeziehen, insbesondere bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen der digitalen Wirtschaft.
Voraussetzungen	keine
Niveaustufe	6. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis: 100 % Klausur (90 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Überblick relevanter rechtliche Regeln des</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienrecht • Informationsfreiheit und Telekommunikation • Wettbewerbsrecht, Markenrecht <p>Vertiefungen rechtlicher Regeln des</p> <ul style="list-style-type: none"> • Urheber- und Verlagsrecht • Multimediarecht • Strafbare und zivilrechtlich rechtswidrige Medienäußerungen und publizistische Sorgfaltspflichten • E-Commerce • Europäisches und internationales Medienrecht / grenzüberschreitende Gesetzgebungen <p>Materielle und prozessuale Fragen der Abmahnung.</p>
Literatur	<p>Fechner, F.: Medienrecht. Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Mohr-Siebeck.</p> <p>Petersen, J.: Medienrecht. C. H. Beck.</p> <p>Hoeren, T.: Internet- und Kommunikationsrecht. Verlag Dr. Otto Schmidt.</p> <p>Zappe, Ch.: Medienrecht 2.0: Jura für Medienmacher. Christian Zappe.</p> <p>Paschke, M.; Berlit, W.; Meyer, C. [Hrsg.]: Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht. Nomos Verlag.</p>
Weitere Hinweise	Das Modul wird auf Deutsch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B32
Titel	Learning Design / Learning Design
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS SU 68 Stunden Präsenz, teilweise als Online-Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen die Methoden der systematischen Planung, Entwicklung und Evaluation von digitalen Lernumgebungen und digitalen Lernangeboten unter Berücksichtigung der Anforderungen der digitalen Wirtschaft.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, technologiegestützte Lernprozesse in Organisationen zu gestalten sowie zum technologiegestützten Lernen in Unternehmen der digitalen Wirtschaft zu beraten.</p> <p>Sie kennen verschiedene Formen von Digital Learning, u.a. E-Learning, Mobile Learning, Microlearning, und verschiedene Anwendungskontexte vom technologiegestützten Lernen, u.a. digitale Lernangebote für Kunden, Online-Lernumgebungen für verteilte Teams.</p> <p>Die Studierenden können eigenständig Konzepte und Gestaltungslösungen für das Digital Learning Design entwickeln.</p> <p>Sie haben einen Gesamtüberblick zu Lerntheorien bezogen auf lernende Personen, lernende Gruppen und lernende Organisationen.</p> <p>Sie kennen die einschlägigen Methoden und Instrumente der Designentwicklung inklusive der Kreativitätstechniken und Methoden der Ideengenerierung, sowie Ansätze zur Entwicklung von innovativen Lösungen, u.a. Design Thinking.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Agiles Projektmanagement Empfehlung: Human-Computer-Interaction
Niveaustufe	6. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Online-Unterricht Projektarbeit in Online-Gruppen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester

Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise:</p> <p>40 % Übungen mit Rücksprachen</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>60 % Hausarbeit (10 Seiten)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Lernparadigmen und Lerntheorien</p> <p>Lernen von Personen, Gruppen, Organisationen</p> <p>Grundlagen von Learning Design</p> <ul style="list-style-type: none"> • Learning Design als interdisziplinäres Forschungs- und Entwicklungsfeld • Instructional Design und Learning Design • Nutzerorientierte Gestaltung / User Centered Design • Digital Learning Experience und innovative Lernsysteme <p>Entwicklung von Learning Designs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Lernmodelle, u.a. Microlearning, Blended Learning • Digitale Lernmedien, u.a. mobile Medien, soziale Medien • Design Thinking als Ansatz zur Entwicklung von innovativen Lösungen • Kreativität und Methoden der Ideengenerierung • Learning Design Patterns, Personas- und Szenario-Methoden • Ausgewählte Designansätze, u.a. Gamification, Communities of Practice <p>Learning-Design-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design-Leadership als Managementaufgabe • Planung, Implementierung und Evaluation von Projekten zum Learning Design • Qualitätsmanagement und Beratung im Learning Design

Literatur	<p>Kuhlmann, A.; Sauter, W.: Innovative Lernsysteme: Kompetenzentwicklung mit Blended Learning und Social Software. Springer.</p> <p>Arnold, P.; Kilian, L.; Thillosen, A.: Handbuch E-Learning: Lehren und Lernen mit digitalen Medien. W. Bertelsmann.</p> <p>Kerres, M.: Mediendidaktik: Konzeption und Entwicklung mediengestützter Lernangebote. Oldenbourg Wissenschaftsverlag</p> <p>Plattner, H.; Meinel, C.; Weinberg, U.: Design-Thinking. Innovation lernen – Ideenwelten öffnen. mi-Wirtschaftsbuch – FinanzBuch Verlag</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul wird teilweise als Online-Seminar angeboten.</p> <p>Das Modul kann teilweise in geblockter Form durchgeführt werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p> <p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B33
Titel	Unternehmenskommunikation und Change Management / Corporate Communication and Change Management
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS SU, 2 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Unternehmenskommunikation:</p> <p>Die Studierenden kennen die Instrumente der Unternehmenskommunikation und können diese systematisch planen und themen- und zielgruppengerecht einsetzen. Dabei beachten sie besonders den bedarfsspezifischen den Einsatz von digitalen und analogen Kommunikationsformen und können diesen planen, beurteilen und zielorientiert nutzen.</p> <p>Die Studierenden können Informationen aus Gruppen durch strukturierte, ziel- und ergebnisorientierte Fragetechniken erheben, zusammenführen und zur weiteren Bearbeitung in Kleingruppen systematisch-moderierend überführen.</p> <p>Changemanagement</p> <p>Die Studierenden kennen die Zusammenhänge von betrieblicher Innovationsfähigkeit und Wandel. Dazu gehören die Basismodelle zur Dynamik und Gestaltung betrieblicher Veränderungsprozesse und die Möglichkeiten individueller und organisationaler Resilienz Stärkung als Grundvoraussetzung erfolgreicher betrieblicher Veränderungsprozesse.</p>
Voraussetzungen	<p>Empfehlung: Zeit- und Selbstmanagement / Präsentationstechnik</p> <p>Empfehlung: Innovationsmanagement und E-Entrepreneurship</p>
Niveaustufe	6. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester

Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise: 50 % Präsentation und Referat (Gruppenarbeit, 10 Seiten)</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Unternehmenskommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Aufgabenfelder der Unternehmenskommunikation • Kommunikationsmodelle und -theorien • Digitale und analoge Instrumente der Unternehmenskommunikation • Erfolgsfaktor: Integrierte Unternehmenskommunikation • Kommunikation in virtuellen Projekten und Netzwerken • Einsatzmöglichkeiten sozialer Medien • Erstellung von Kommunikationsplänen • Frage- und Moderationstechniken • Methoden zur Erhebung von Informationen <p>Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anlässe für betriebliche Changeprozesse (hier vor allem Erhalt und Förderung der Innovationsfähigkeit) • Virtualisierung von Veränderungsprozessen • Individuums- und organisationsbezogene Modelle zum Unternehmenswandel • Digitales und analoges Design von Veränderungsprozessen: Dynamik und Phasen von Veränderungsprozessen; der Umgang mit Zeit • Methoden und Instrumente nachhaltiger Veränderung (Steuerungs-, Kommunikations-, Informations- und Motivationsstrategien und ihre jeweiligen Instrumente) <p>Tools zur Stärkung individueller und organisationaler Resilienz</p> <p>In allen Aufgabenbereichen werden Spezifika digitaler Unternehmensstrukturen und virtueller Arbeitsformen berücksichtigt</p>
Literatur	<p>Meckel, M.; Schmid, B. [Hrsg.]: Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Gabler.</p> <p>Vahs, D.; Weiland, A.: Workbook Change Management. Schäffer Poeschel.</p>
Weitere Hinweise	Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B34
Titel	Studium Generale I / General Studies I
Leistungspunkte	2,5 LP
Workload	2 SWS SU oder 2 SWS Ü
Lerngebiet	Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungen
Lernziele / Kompetenzen	Die fachübergreifenden Lehrinhalte dienen der interdisziplinären Erweiterung des Fachstudiums und dem Erkennen von Zusammenhängen zwischen Gesellschaft und ihren Teilsystemen.
Voraussetzungen	Keine (Ausnahmen können für die Fremdsprachen festgelegt werden)
Niveaustufe	Bachelor- und Masterstudiengänge
Lernform	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Referate, Rollenspiele, Textarbeit, ... je nach gewähltem Modul
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	jedes Semester
Prüfungsform	siehe Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung
Ermittlung der Modulnote	siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Das Studium Generale umfasst ein umfangreiches Lehrangebot, das semesterweise wechselt. Die Inhalte entstammen den Themengebieten Politik-, Wirtschafts-, Sozial-, Rechts- und Gesellschaftswissenschaften sowie Techniksoziologie, Methodenkompetenzen und Fremdsprachen. Sie können entsprechend der Rahmenstudienordnung in der jeweils geltenden Fassung frei gewählt werden.
Literatur	Wird in den jeweiligen Beschreibungen der Lehrveranstaltungen angegeben.
Weitere Hinweise	Die Auswahl der Lehrveranstaltungen dieses Moduls obliegt der Eigenverantwortung der Studierenden.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B35
Titel	Studium Generale II / General Studies II
Leistungspunkte	2,5 LP
Workload	2 SWS SU oder 2 SWS Ü
Lerngebiet	Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungen
Lernziele / Kompetenzen	Die fachübergreifenden Lehrinhalte dienen der interdisziplinären Erweiterung des Fachstudiums und dem Erkennen von Zusammenhängen zwischen Gesellschaft und ihren Teilsystemen.
Voraussetzungen	Keine (Ausnahmen können für die Fremdsprachen festgelegt werden)
Niveaustufe	Bachelor- und Masterstudiengänge
Lernform	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Referate, Rollenspiele, Textarbeit, ... je nach gewähltem Modul
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	jedes Semester
Prüfungsform	siehe Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung
Ermittlung der Modulnote	siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Das Studium Generale umfasst ein umfangreiches Lehrangebot, das semesterweise wechselt. Die Inhalte entstammen den Themengebieten Politik-, Wirtschafts-, Sozial-, Rechts- und Gesellschaftswissenschaften sowie Techniksoziologie, Methodenkompetenzen und Fremdsprachen. Sie können entsprechend der Rahmenstudienordnung in der jeweils geltenden Fassung frei gewählt werden.
Literatur	Wird in den jeweiligen Beschreibungen der Lehrveranstaltungen angegeben.
Weitere Hinweise	Die Auswahl der Lehrveranstaltungen dieses Moduls obliegt der Eigenverantwortung der Studierenden.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B36
Titel	Wahlpflichtmodul 3
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Im Wahlpflichtbereich vertiefen die Studierenden einzelne Aspekte des Studiums entlang einer studiengangsbezogenen Wahlpflichtliste.
Voraussetzungen	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Niveaustufe	6. Studienplansemester
Lernform	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Prüfungsform	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Vgl. WP-Modulbeschreibungen Module aller Studiengänge der Beuth Hochschule können nach Maßgabe freier Plätze als Wahlfächer belegt werden. Wenn die dort erbrachten Leistungsnachweise als Wahlpflichtfächer im Studiengang Betriebswirtschaftslehre – Digitale Wirtschaft anerkannt werden sollen, muss dieses einen Bezug zum Studienziel und der Niveaustufe haben und vor der Belegung mit der Studiengangsleitung schriftlich vereinbart worden sein.
Inhalte	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Literatur	Vgl. WP-Modulbeschreibungen
Weitere Hinweise	Über das Angebot an weiteren Wahlpflichtmodulen entscheidet der Fachbereichsrat jeweils vor Beginn des Semesters. Der/die Studierende hat ein Wahlpflichtmodul aus dem tatsächlichen Angebot zu wählen.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B37
Titel	E-Business-Challenge / E-Business-Challenge
Leistungspunkte	5 LP
Workload	2 SWS Ü 34 Stunden Präsenz 116 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden können ihre Kenntnisse über Geschäftsmodelle und Online-Marketing sowie ihre Netzwerkkompetenz in die digitale Wirtschaft Berlin so einsetzen, dass sie an einer konkreten eingegrenzten Vertriebsaktivität ein Online-Marketingkonzept entwickeln und erproben können.</p> <p>Sie können unter Berücksichtigung der Besonderheiten des Online-Marketing, insbesondere der Kundeninteraktion auch nach dem Kaufprozess und der Messbarkeit von Online-Kommunikationsinstrumenten, Online-Marketingkampagnen, technisch und inhaltlich durchführen, die Ergebnisse im Zeitverlauf zahlenorientiert berichten und ihre Vorgehensweise kritisch im Wettbewerbsvergleich reflektieren.</p> <p>Sie können den Aufwand für das kontinuierliche Lernen im Themengebiet einschätzen und Make-or-Buy-Entscheidungen konkretisieren.</p>
Voraussetzungen	<p>Empfehlung: Geschäftsmodellanalyse und -entwicklung</p> <p>Empfehlung: Online-Marketing</p> <p>Empfehlung: Business Intelligence</p>
Niveaustufe	6. Semester
Lernform	Projektarbeit
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>100 % Projektbericht (Gruppenarbeit, 30 Seiten)</p> <p>Der Leistungsnachweis kann nur im ersten Prüfungszeitraum erbracht werden.</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan

Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Auswahl eines Unternehmens Ist-Analyse und Soll-Konzept Durchführung einer Online-Marketingkampagne, ggf. mit parallelen Testmethoden (z. B. A/B-Test) Kennzahlenauswertung Reporting und Präsentation der Ergebnisse vor dem Auftraggeber Kritische Reflektion
Literatur	Aktuelle Veröffentlichungen im Themengebiet werden durch die Lehrkraft angeboten.
Weitere Hinweise	Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich. Das Modul wird als Projektseminar durchgeführt.

Modulnummer	B38
Titel	Praktikum
Leistungspunkte	15 LP
Workload	12 Wochen Vollzeit oder Teilzeit mit entsprechender zeitlicher Verlängerung in einem Wirtschaftsunternehmen oder einer Organisation/öffentlicher Sektor mit Aufgabenstellungen entlang des Studiengangsziels.
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Praxisphase befähigt, eigenständig und im Team eine oder mehrere verantwortungsvolle Aufgaben in der Wirtschaft oder in Verbänden/öffentlichem Sektor zu übernehmen. Für die Lösung der Aufgabenstellung(en) können zahlreiche im Studium erlangte Kompetenzen erprobt, verbessert und reflektiert werden. Die eigene Rolle und die Bedeutung der Aufgabenstellung im gesamten Betrieb werden deutlich.</p> <p>Die Einschätzung der eigenen Interessen und Kompetenzen für eine zukünftige Berufstätigkeit im Umfeld der digitalen Wirtschaft wird verbessert und konkretisiert.</p>
Voraussetzungen	Für den Beginn der Praxisphase müssen Studienleistungen in einem Umfang von 80 LP erbracht sein.
Niveaustufe	5. - 7. Studienplansemester
Lernform	Projektarbeit außerhalb einer Hochschule
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Jedes Semester
Prüfungsform	Praktikumsbericht mit Rücksprache
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Vgl. RSPO 2016 § 12 (17)
Inhalte	<p>Übernahme betriebstypischer verantwortungsvoller Aufgaben aus einem oder mehreren Gebieten des Studiengangs.</p> <p>Erstellung eines Praktikumsberichts mit vom Studiengang vorgegebener Gliederung.</p> <p>Erstellung eines Exposés für eine mögliche praxisnahe Bachelorarbeit.</p>
Literatur	
Weitere Hinweise	Das Praktikum kann im In- oder Ausland absolviert werden.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	B39
Titel	Abschlussprüfung/ Final Examination Module B39.1 Bachelor-Arbeit / Bachelor's Thesis B39.2 Mündliche Abschlussprüfung / Oral Final Examination (Abschlussprüfung gemäß jeweils gültiger Rahmenstudien- und -prüfungsordnung)
Leistungspunkte	15 LP
Workload	30 – 45 Minuten Mündliche Abschlussprüfung
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<u>Bachelor-Arbeit</u> Selbstständige Bearbeitung eines wissenschaftlichen Projektes mit schriftlicher Ausarbeitung (ungefähr 40 – 60 Seiten) <u>Mündliche Abschlussprüfung</u> Die mündliche Abschlussprüfung orientiert sich schwerpunktmäßig an den Fachgebieten der Abschlussarbeit. Durch die Abschlussprüfung soll festgestellt werden, ob der/die Studierende gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Abschlussarbeit thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse der Abschlussarbeit selbstständig zu begründen.
Voraussetzungen	Zulassung gemäß jeweils gültiger Rahmenprüfungsordnung.
Niveaustufe	7. Studienplansemester
Lernform	<u>Bachelor-Arbeit</u> Betreute Arbeit; die Betreuung erfolgt gemäß § 29 (7) RSPO durch den/die Betreuer/in der Bachelor-Arbeit <u>Mündliche Abschlussprüfung</u> Präsentation (ca. 15 min) und mündliche Prüfung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Jedes Semester
Prüfungsform	Abschlussprüfung
Ermittlung der Modulnote	Benotung der Abschlussprüfung durch die Prüfungskommission.
Anerkannte Module	Keine

Inhalte	<p>Bachelor-Arbeit</p> <p>Theoretische und/oder experimentelle Arbeit zur Lösung praxisnaher Problemstellungen</p> <p>Mündliche Abschlussprüfung</p> <p>Verteidigung der Bachelor-Arbeit und ihrer Ergebnisse in kritischer Diskussion; Präsentationstechniken</p>
Literatur	Fachspezifisch
Weitere Hinweise	<p><u>Bachelor-Arbeit</u></p> <p>Dauer der Bearbeitung: 4 Monate.</p> <p>Nach Vereinbarung zwischen Prüfling und Prüfungskommission kann die Bachelor-Arbeit auch auf Englisch erfolgen.</p> <p>Es wird empfohlen, die Themenstellung der Bachelorarbeit mit Themenstellungen aus dem Praktikumsbetrieb zu verbinden.</p> <p><u>Abschlussprüfung</u></p> <p>Nach Vereinbarung zwischen Prüfling und Prüfungskommission kann die Abschlusspräsentation auch auf Englisch erfolgen.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP01
Titel	Markenführung / Brand Management
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden verstehen "Marke" in der theoretischen Konzeption und praktischen Umsetzung: Die Definitionen des Markenbegriffs, die Besonderheiten von Marken in der digitalen Wirtschaft und ihre Erfassung in Modellen sollen verstanden und an konkreten Fallbeispielen diskutiert werden. Ziel ist es Marken analytisch zu erfassen und konzeptionell zu führen, die Positionierung einer Marke im Wettbewerb zu gestalten und diese auch nach innen in die Organisation durch internal Branding zu managen.
Voraussetzungen	Empfehlung: Dienstleistungsmarketing
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Übung
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Teilleistungsnachweise: 50 % Präsentation Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Definitiorische Grundlagen zu Marke</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markenbegriff • Markenidentität und Markenimage • Funktionaler Nutzen • Emotionaler Nutzen • Instrumente zur Erfassung und Führung von Marken <p>Strategisches Markenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung der Markenidentität • Erfolgreiche Markenpositionierung im Wettbewerb • Open Innovation durch Customer Centricity <p>Operatives Markenmanagement in der digitalen Wirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internes operatives Markenmanagement • Internal Branding • Employer Branding <p>Externes operatives Markenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrierte Markenkommunikation in "klassischen" und digitalen Medien • Nutzergenerierte Markenkommunikation in sozialen Netzwerken
<p>Literatur</p>	<p>Burmann, Ch.; Halaszovich, T.; Hemmann, F.: Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen, Strategie, Umsetzung, Controlling. Springer-Gabler.</p> <p>Esch, F.R.: Strategie und Technik der Markenführung. Vahlen.</p> <p>Esch, F.R. et al.: Corporate Brand Management. Springer Gabler.</p> <p>Baetzgen, A. [Hrsg.]: Brand Planning. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Spies, M.: Branded Interactions - Digitale Markenerlebnisse planen und gestalten. Schmidt Herrmann Verlag.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP02
Titel	Gesellschaftsrelevante Aspekte der Digitalisierung / Socially Relevant Aspects of the Digitization
Leistungspunkte	5 LP
Workload:	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden verstehen die Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen gesellschaftlich-wirtschaftlichen Veränderungsprozessen und dem Phänomen der Digitalisierung. Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung und Wirksamkeit der Digitalisierung im Kontext gesellschaftlich-wirtschaftlicher Transformation kritisch zu hinterfragen und zu beurteilen. Die Studierenden vertiefen ihre ethischen Kenntnisse zur Entwicklung einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung im Kontext der Digitalen Wirtschaft.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Übung im seminaristischen Unterrichtsstil Projektarbeit
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis: 100 % Klausur (90 min)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

Inhalte	<p>Grundlagen und Konzeptionen der Reflexivität zwischen Gesellschaft und Wirtschaft</p> <p>Gesellschaftliche und wirtschaftliche Transformationsprozesse</p> <p>Wirtschaftsphilosophische Grundbegriffe: z.B. Digitalisierung, Verantwortung, Macht, Ethik, Unternehmen, Medialisierung, Urteilskraft</p> <p>Rolle und Herausforderungen des Managements bzw. der Unternehmensführung in digitalen Welten</p> <p>Problematik der Ermöglichung und Entgrenzung globaler Ereignisse und unternehmerischer Wirksamkeiten durch die Digitalisierung</p> <p>Erörtern und Einüben des kritischen Hinterfragens von Wirkungen der Digitalisierung auf gesellschaftlich-wirtschaftliche Teilbereiche (z.B. Arbeit, Familie, Mobilität, Bildung, Nachhaltigkeit, etc.)</p>
Literatur	<p>Beck, U.: Reflexive Modernisierung, Suhrkamp</p> <p>Giddens, A.: Die Konstitution der Gesellschaft, Campus</p> <p>Wiegerling, K.: Medienethik, Metzler.</p> <p>Aktuelle Texte und Studien gibt die Lehrkraft zu Semesterbeginn bekannt oder stellt sie den Studierenden bereit.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP03
Titel	Unternehmensgründung / Business Formation
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachübergreifende Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden können eigene und/oder Geschäftsideen Dritter finden, beschreiben und hinsichtlich der Chancen und Risiken einschätzen.</p> <p>Sie wissen um die Bedeutung der Zusammensetzung des Gründerteams und können sich selbst und Dritte hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen einschätzen.</p> <p>Sie erkennen Varianten und Verbesserungsmöglichkeiten im Geschäftsmodell und können erste grobe Ideen verfeinern.</p> <p>Sie wissen um Fördermöglichkeiten und können, angepasst auf die gewählte Fördergebervariante, notwendige Unterlagen, Gespräche und Präsentationen vorbereiten und durchführen.</p>
Voraussetzungen	Empfehlung: Innovationsmanagement und Entrepreneurship
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Übung im seminaristischen Unterrichtsstil Projektarbeit
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis: 100 % Projektbericht (20 Seiten)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan

<p>Inhalte</p>	<p>Methoden zur Entwicklung einer Geschäftsidee</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partnersuche / Kontaktbörsen • Kreativitätsmethoden <p>Persönliche Voraussetzungen</p> <p>Schutz von Geschäftsideen – Patentierung, Vertraulichkeitserklärung</p> <p>Businessplanerstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Produkt- und Dienstleistung • Kundennutzen und Alleinstellungsmerkmale • Preismodelle und Monetarisierung • Unternehmerteam, Kompetenzen, Personal • Markt, Wettbewerb und Stakeholder • Marketing und Vertrieb • Unternehmensstruktur und Organisation • Realisierungsfahrplan • Chancen und Risiken • Finanzplan und Finanzierung <p>Möglichkeiten der Unterstützung bei Existenzgründungen</p> <p>Ansätze zur Kommunikation mit verschiedenen Stakeholdern</p> <p>Präsentation vor Stakeholdern</p>
<p>Literatur</p>	<p>Nagl, A.: Der Businessplan. Geschäftspläne professionell erstellen. Springer.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP04
Titel	Mobile Anwendungen / Mobile Applications
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die wichtigsten technologischen und funktionalen Merkmale mobiler Endgeräte als Grundlage mobiler Anwendungen und können verschiedene Typen mobiler Endgeräte im Hinblick auf die Merkmale unterscheiden; • die wichtigsten Unterschiede zwischen nativen mobilen Anwendungen (iOS, Android, etc.) und mobilen Webanwendungen; • Merkmale von "Plattformen" für mobile Anwendungen und mögliche Alternativen und können sie hinsichtlich strukturiert vergleichen; • Merkmale mobiler Nutzungskontexte und können mögliche Mehrwerte mobiler Anwendungen in solchen Kontexten identifizieren; • Einsatzmöglichkeiten für mobile Anwendungen in verschiedenen E-Business-Szenarien, können deren Mehrwerte identifizieren und Anforderungen an mobile Anwendungen für konkrete Szenarien formulieren • Merkmale des durch mobile Anwendungen bewirkten gesellschaftlichen Wandels und können damit verbundene Konfliktpotentiale identifizieren und analysieren <p>Geschäftsprozesse können im Hinblick auf ihr Optimierungspotential bei Einsatz mobiler Anwendungen analysiert und sich daraus ergebende Anforderungen an die betreffenden Anwendungen formuliert werden.</p> <p>Die Studierenden können unter Verwendung existierender Anwendungskomponenten fachliche Anforderungen in einer mobilen Webanwendung umsetzen.</p>
Voraussetzungen	<p>Empfehlung: Einführung in Softwaretechnologien</p> <p>Empfehlung: Modellierung von Geschäftsprozessen und Diensten</p> <p>Empfehlung: Human-Computer-Interaction</p>
Niveaustufe	5. Studienplansemester
Lernform	Übung im seminaristischen Unterrichtsstil Laborübung in Gruppenarbeit

Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise:</p> <p>50 % Übungen mit Rücksprachen</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis:</p> <p>50 % Klausur (60 min)</p>
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module von vergleichbarem Inhalt mit praktischen Übungen
Inhalte	<p>Mobile Devices</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drahtlose Datenübermittlung • Mobile Endgeräte • Mobile "Plattformen" • Modalitäten mobiler User Interfaces <p>Mobile Context</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ortsbasierte Anwendungen • Konvergenz von Offline- und Online-Inhalten <p>Mobile Business</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prozessoptimierung durch mobile Anwendungen • M-Commerce • Second Screen Anwendungen • Geschäftsmodelle für Anbieter mobiler Anwendungen <p>Mobile Society</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobile Anwendungen und soziale Netzwerke • Selftracking • Sharing Economy <p>Mobile Software Development</p> <ul style="list-style-type: none"> • native Anwendungen mit iOS, Android, etc. • mobile Webanwendungen mit HTML5, CSS und JavaScript • Hybride Anwendungen • mobiles Content Management

Literatur	<p>Zeppenfeld, K.; Bollmann, T.: Mobile Computing. W3L.</p> <p>Meinhardt, S.; Reich, S. [Hrsg.]: Mobile Computing. dpunkt-Verlag.</p> <p>Gardner, L.; Grigsby, J.: Mobiles Web von Kopf bis Fuß. O'Reilly.</p> <p>Heinemann, G.: Der neue Mobile-Commerce: Erfolgsfaktoren und Best Practices. Springer-Gabler.</p> <p>Heinemann, G.: No-Line-Handel: Höchste Evolutionsstufe im Multi-Channeling. Springer-Gabler.</p>
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP05
Titel	Vernetzte Produktionskonzepte / Integrated Industrial Production
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden haben erkannt, dass die digitale Wirtschaft nicht nur bei digitalen Produkten und Dienstleistungen ihre Innovationskraft entfaltet, sondern auch die industrielle Produktion verändert. Sie kennen ausgewählte industrielle Produktionskonzepte und können die Chancen der digitalen Vernetzung und die Möglichkeiten und Grenzen des Produktionsstandorts Deutschland einschätzen. Mögliche Aufgabenstellungen für Betriebswirte im Rahmen der Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette sind ihnen bekannt und eigene Handlungsansätze werden entdeckt. Vertieft haben sie sich mit Konzepten des Mass Customization beschäftigt, können aktuelle Begriffe einordnen und für zukünftige Innovationen weiter denken.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	6. Studienplansemester
Lernform	Übung im seminaristischen Unterrichtsstil Übungen und kleine Projektarbeit in Gruppen
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt. Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform: Abschließender Leistungsnachweis: 100 % Projektbericht (20 Seiten)
Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts

<p>Inhalte</p>	<p>Geschichte der Industrialisierung</p> <p>Produktionsstandorte und weltweite Arbeitsteilung</p> <p>Produktionskonzepte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handwerk • Fließbankfertigung • Gruppenarbeit • Kundenindividuelle Massenfertigung <p>Technologien zur Vernetzung der Produktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertikale und horizontale Kooperationen und ihre Vernetzungsmöglichkeiten • Ausgewählte Technologien • Barcode, RFID, QR-Code • softwaretechnische Vernetzungen (ERP-Systeme, XML-Branchenstandards) <p>Produktionskonzepte in ausgewählten Branchen am Beispiel ausgewählter Firmen, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Automobilindustrie • Maschinenbau • Druckindustrie • Lebensmittel- und Verpackungsindustrie <p>Ausgewählte Mass Customization Geschäftsmodelle und ihre Geschichte</p> <ul style="list-style-type: none"> • wird jeweils aktuell recherchiert <p>Produktbegleitende Dienstleistungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von vernetzten produktbegleitenden Dienstleistungen • Grundkonzepte des Service-Design und Service Engineering • Chancen von digitalen Prozessen für produktbegleitende Dienstleistungen
<p>Literatur</p>	<p>Aktuelle Texte und Studien gibt die Lehrkraft zu Semesterbeginn bekannt oder stellt sie den Studierenden bereit.</p>
<p>Weitere Hinweise</p>	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p> <p>Das Modul wird teilweise in geblockter Form (Exkursion) durchgeführt.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP06
Titel	Mediendesign / Media Design
Leistungspunkte	5 LP
Workload	4 SWS Ü 68 Stunden Präsenz 82 Stunden Selbststudium
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben den Themenbereich Human-Computer-Interaction im Themengebiet des Designs interaktiver Anwendungen vertieft.</p> <p>Sie haben einen Überblick über Grundsätze zur Gestaltung aller digitaler Medien (insb. Text, Bild (Grafik, Illustration, Foto), Ton und Bewegbild (Animationen, Videos, Simulationen)). Sie können einschätzen, welche Kompetenzen in Abhängigkeit vom Einsatzzweck notwendig sind und wie diese beschafft werden können.</p> <p>Sie kennen Grundkonzepte und IT-technische Hilfsmittel zur plattformübergreifenden Gestaltung interaktiver Anwendungen und haben am Beispiel ausgewählter Medien und ausgewählter Anwendungssoftware erste Praxiserfahrung bei der gestaltungsorientierten Erstellung digitaler Medien.</p> <p>Im Design interaktiver Anwendungen sind die elementaren Faktoren medialer Gestaltung – Objekt, Raum, Zeit und Interaktion – verstanden und grundlegende Kompetenzen zu den Themen Informationsarchitektur, Funktionalität, Interaktivität und Navigation vorhanden.</p>
Voraussetzungen	<p>Empfehlung: Einführung in Softwaretechnologien</p> <p>Empfehlung: Human-Computer-Interaction</p>
Niveaustufe	6. Studienplansemester
Lernform	<p>Übung im seminaristischen Unterrichtsstil</p> <p>Laborübung in Gruppenarbeit</p>
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<p>Die Prüfungsform wird nach §19 (2) RSPO durch die Lehrkraft festgelegt.</p> <p>Sofern die Lehrkraft die Prüfungsform und die Prüfungsmodalitäten nicht am Semesteranfang in der Frist nach §19 (2) RSPO festlegt gilt folgende Prüfungsform:</p> <p>Teilleistungsnachweise: 50 % Übungen mit Rücksprachen</p> <p>Abschließender Leistungsnachweis: 50 % Klausur (60 min)</p>

Ermittlung der Modulnote	Siehe Studienplan
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Einblick in die gängige Anwendungssoftware zur Erstellung digitaler Medien mit einfachen Übungen.</p> <p>Grundsätze zur Gestaltung aller digitaler Medien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Text (Bildschirmtypografie) • Bild (Grafik, Illustration, Foto) • Ton • Bewegbild (Animationen, Videos, Simulationen) • Interaction Design (Use Cases, Prototyping) <p>Akteure der Medienbranche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenturen • Make or Buy Entscheidung an Beispielen <p>Umsetzung eines designorientierten Medienprojekts an einem Beispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sammlung, Gestaltung und Aufbereitung von digitalem Content (statische, dynamische und interaktive Inhalte) • digitaler Entwurf (grafische Grundbausteine, Bildkonzepte, Farbe digital, Abstraktion & Visualisierung) • Screen- und Interface-Designgrundlagen für unterschiedliche digitale Medienarten, interaktive Medienapplikationen und interaktive Mediensysteme; • Informationsarchitektur (Struktur, Navigation, Benutzerführung) • Layout / Komposition (Formate, Gestaltungsraster/ Wireframes, Kompositionsregeln, medienadäquate/ medienoptimale Gestaltung) • Animation und Bewegtbild (vor allem im Spannungsfeld von Raum, Zeit, Dynamik, Dramaturgie, Timing, usw.) • Interaktionsdesign (Methoden, linear vs. nonlinear, Orientierung, Ergonomie und Usability)
Literatur	Stapelkamp, T.: Informationsvisualisierung. Springer.
Weitere Hinweise	<p>Das Modul kann auf Deutsch oder auf Englisch angeboten werden. Bitte beachten Sie die aktuellen Informationen aus dem zuständigen Fachbereich.</p> <p>Eingesetzte Ausstattung im Labor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionsumgebung Apple Macintosh • Adobe Creative Suite