

Bachelor-Studienprogramm Digital Business Management (deutsch und englisch)

Wissenschaftliches Arbeiten	
Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Methoden und Techniken	1 V, 1 S 1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Unternehmensführung & Kommunikation	
Kompetenztraining Kommunikation und Präsentation Unternehmensführung und -organisation International Business Communication	1 S, 1 P 1 V 1 V, 1 S
Credits: 5	Mm/30

Digitale Geschäftsmodelle	
Geschäftsmodelle und Erfolgsfaktoren im e-business Systeme und Technologien e-Commerce	1 V 1 V, 1 S 1 V, 1 S
Credits: 5	Ms/90

Advanced Analytics	
Data Mining-Methoden Anwendung Analyse-Tools Predictive Analytics	1 V, 1 S 1 V, 1 S 1 S
Credits: 5	Ms/90

Reflexionsmodul	
Reflektiertes interdisziplinäres Lernen	4 S
Credits: 5	M/EP *

Lehrprojekt Unternehmen	
Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching	1 Tut
Credits: 15	Msn/PA

Betriebswirtschaft I	
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung	1 V, 1 S 2 S
Credits: 5	Ms/90

Betriebswirtschaft II	
Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Investition und Finanzierung Controlling	1 V, 1 S 1 V 1 S 1 S
Credits: 5	Ms/90

Digital & Mobile Campaigns	
Digitale Kampagnenplanung Digitale Mediaplanung und Erfolgskontrolle Mobile Campaigns & Commerce	1 V, 1 S 1 V, 1 S 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Customer Relationship Management	
Grundlagen CRM: Konzepte, Strategien Operatives CRM & Kampagnenmanagement	2 V 2 S
Credits: 5	Ms/90

Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle	
Innovations- und Changemanagement Klassische und aktuelle Theorien Anwendungsfälle und Diskurs Globale Strategien und internationale Kulturen	2 V 2 V 1 S 1 V, 1 S
Credits: 10	Ms/90

Wirtschaftsinformatik I	
Einführung in die Wirtschaftsinformatik Hardware- und Software-Architektur Grundlagen IT	1 V 1 V 2 S
Credits: 5	Ms/90

Digital Research & Analytics	
Grundlagen der Marktforschung Digital Data & Einführung Web-Analytics Statistische Methoden	1 V 2 S 1 V, 1 S
Credits: 5	Ms/90

Studienrichtung Digital Marketing Management	
Digitale Kommunikation Markenmanagement Spezielles Marketing	Credits: 20
Data-Driven-Marketing Cross Media Marketing VBI & Information Design II Spezielles Recht	Credits: 20

Studienrichtung E-Commerce and Digital Retail Management	
Digital Retail Business Management Supply Chain Management & Handelslogistik Shopper Research & Insights	Credits: 20
E-Commerce Technologies Digital Retail Market Management Spezielles Recht	Credits: 20

Studienrichtung Smart & Mobility Management	
Mobility Markets & Smart Business Smart & Mobility Management Mobility Behaviour & Digital Lifestyle	Credits: 20
Mobile Technology & Research Mobile Marketing & Commerce Spezielles Recht	Credits: 20

Studienrichtung Sports & Health Management	
Sports & Health Markets Digital Marketing in Sports & Health Sports & Health Behaviour	Credits: 20
Smart Technologies & Research in Sports & Health Sports & Health Business Innovations Spezielles Recht	Credits: 20

Studienrichtung Digital Business Management	
Marketing & Kommunikation Wertschöpfungsketten Web Analytics	Credits: 20
Prozessmanagement Spezielle Unternehmensführung Spezielles Recht VBI & Information Design II	Credits: 20

Studienrichtung Digital Technology Management	
IT-Geschäftsprozesse Administration & Technology IT-Sicherheit Prozessmanagement	Credits: 20
Marketing & Technology Production & Technology VBI & Information Design II Spezielles Recht	Credits: 20

Studienrichtung Big Data Management	
IT-Geschäftsprozesse Datenstrukturen IT-Sicherheit Web Analytics	Credits: 20
Digitale Datenanalyse und Statistik Datenoperationalisierung VBI & Information Design II	Credits: 20

Marketing Management & Digitales Marketing	
Strategisches Marketing Digitales Marketing	1 V, 1 S 1 V, 1 S
Credits: 5	Ms/90

Marketing Instrumente & Projektmanagement	
Klassische und digitale Marketing-Instrumente Grundlagen Projektmanagement IT-Projekte: Organisation und Prozesse	2 V, 1 S 1 V 1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Datenmanagement	
Grundlagen Datenmanagement Datenbanken und Informationssysteme	1 V, 1 S 1 V, 1 S
Credits: 5	Ms/90

Visual Business Intelligence & Information Design	
Einführung interaktive Visualisierung / Modeling Information Design Dashboarding	1 V, 1 S 1 V, 1 S 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Volkswirtschaftslehre & Verhaltensökonomie	
Internationale Wirtschaftssysteme Mikro- und Makroökonomie Grundlagen Verhaltensökonomie	1 V 1 V, 1 S 1 V, 1 S
Credits: 5	Ms/90

Wirtschaftsinformatik II	
Werkzeuge und Methoden Digital Business Management Digital Business IT (Vertiefung IT)	1 V, 1 S 1 S, 1 Tut
Credits: 5	Msn/PA

Recht	
Grundlagen Wirtschaftsrecht EU-Recht Grundlagen IT-Recht	1 V, 1 S 1 V 1 V, 1 S
Credits: 5	Ms/90

Gründungsmanagement	
Entrepreneurship Businessplan	1 V, 1 S 1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Wissenschaftliches Publizieren	
Wissenschaftliches Schreiben Wissenschaftliche Recherche	2 S 2 S
Credits: 5	Msn/PA

Bachelorprojekt	
Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten	1 Tut
Credits: 15	Ms/BA

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung