|  |  |
| --- | --- |
| **Modulbezeichnung** | **Einführung E-Business Management** |
| **Modulkürzel** | EBU |
| **ECTS** | 4 |
| **Modultyp** | Pflichtmodul |
| **Dozierende** | Armando Schär, Gastvorlesende |
| **Modulverantwortung** | Armando Schär |
| **Leitidee** | Einführung in die Grundlagen und Entstehung des E-Business. |
| **Voraussetzungen / Eingangskompetenzen** | Fachhochschulreife |
| **Lernergebnisse / Ausgangskompetenzen** | **Die Studierenden****Wissen*** Wissen über die Entwicklungsgeschichte des Digital Business
* Wissen, welche Relevanz, Nutzen und Risiken digitale Güter im Kontext des E-Business haben
* Kennen technologische Grundlagen des Digital Business
* Wissen über aktuelle Themen im E-Business bescheid

**Verstehen*** Verstehen die Auswirkungen des Digital Business auf die Gesellschaft und die Wirtschaft
* Verstehen die steigende Bedeutung des Digital Business für die globale Gesellschaft und für international operierende Unternehmen
* Verstehen ökonomische und technologische Herausforderungen des Managements im Zeitalter der Globalisierung, insbesondere im Kontext des Digital Business
* Entwickeln ein grundlegendes Verständnis für Geschäftsmodelle und Zusammenhänge im Digital Business
* Verstehen die Implikationen des Web 2.0 auf die Internet Kultur und deren Auswirkungen
* Entwickeln ein grundsätzliches Verständnis über rechtliche Fragestellungen im Web 2.0

**Anwenden*** Können ihr Verständnis für Web 2.0 auf den E-Business Kontext anwenden
* Können ausgewählte Methoden, Verfahren und Werkzeuge des Digital Business anwenden
* Können ausgewählte betriebswirtschaftliche Methoden (u.a. Nutzwertanalysen, Geschäftsmodellentwicklung, Konzeptbewertung) anwenden

**Analysieren*** Können Begrifflichkeiten aus dem E-Business Umfeld eigenständig recherchieren, analysieren und präsentieren

**Synthese*** Können ihr Verständnis für E-Business auf Unternehmungen anwenden

**Bewerten*** Können Begrifflichkeiten aus dem E-Business Umfeld beurteilen
 |
| **Lehr- / Lernmethoden** | Begleitetes Selbststudium in Kombination mit Präsenzunterricht (blended learning) und Präsentationen |
| **Inhalte** | Im Modul „Einführung E-Business Management“ werden die Grundlagen der Internet- Wirtschaft, insbesondere im Digital-Business, vermittelt. Das Konzept des Digital Business basiert auf dem Einsatz digitaler Kommunikations- und Informationstechnologien. Dazu werden die betriebswirtschaftlichen und technologischen Kenntnisse zur integrierten Gestaltung betrieblicher Anwendungen und Systemlösungen vorgestellt. Inhalte sind die grundlegenden Konzepte, Geschäftsmodelle, Basistechnologien und Anwendungsszenarien, die sich aus dem E-Business ergeben.Inhalte sind konkret:* Einführung Internet & Web Technologie
* Digital Business
* Geschäftsmodelle im E-Business
	+ Business Model Canvas
	+ Geschäftsmodelle des Webs
* Internet Kultur
* Unternehmen 2.0
* Management im digitalen Unternehmen
* Rechtliche Aspekte im Digital Business
 |
| **Medienform** | Vorlesung und FallstudienWissenstransfer mit Hilfe von Anwendungsszenarien und PraxisbeispielenAktive Mitarbeit der Studierende durch Diskussionen und Präsentation (Pecha Kucha)Gastvorträge von UnternehmenWebbasierte Arbeitsumgehung |
| **Verknüpfung zu anderen Modulen** | Grundlagen BetriebswirtschaftGrundlagen WirtschaftsinformatikDigitale Strategien und Geschäftsmodelle |
| **Arbeitsaufwand**(1 Lektion à 45 Min. = 1 h Workload) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Präsenzunterricht |  | 36h |
| Begleitetes Selbststudium |  | 60h |
| Freies Selbststudium |  | 24h |
| Gesamtstunden | = | 120h |

 |
| **Studien- und Prüfungsleistungen** | Persönliche Reflexion (10%)Gruppenpräsentation (20%)Schriftliche Prüfung, open book (70%) |
| **Literatur** | Für diesen Kurs müssen Sie keine Bücher erwerben. Die Inhalte stammen aus unterschiedlichen Quellen. Auszüge werden Ihnen zur Verfügung gestellt, resp. es wird jeweils auf die Auszüge verwiesen.**Basisliteratur*** Chris, A. The Long Tail : How Endless Choice Is Creating Unlimited Demand. Updated and Expanded ed. London: Random House Business, 2009.
* Clement, R., D. Schreiber. Internet-Ökonomie, 3. Auflage, Springer Gabler Verlag, Berlin, 2016.
* Hilker, C.: Social Media für Unternehmer; Wie man Xing, Twitter, YouTube und Co. erfolgreich im Business einsetzt, Linde Verlag, Wien, 2010.
* Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, 5. Auflage, Gabler Verlag, 2013.
* Laudon, K., Laudon J., Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik. Eine Einfhürung. Pearson, Hallbergmoos, 2016.
* Lehmke, C., Brenner, W.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer, Wiesbaden, 2015
* Weinberg, T.; Pahrmann, C.; Ladwig, W.: Social Media Marketing, Strategien für Twitter, Facebook, 3. Auflage, O'Reilly Verlag, Köln, 2012.
* Wirtz, W.: Electronic Business, Gebundene Ausgabe, 4. Auflage, Gabler Verlag, 2013.
 |