|  |  |
| --- | --- |
| **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 Fallstudien  Wissenstransfer mit Hilfe von Anwendungsszenarien und Praxisbeispielen  Aktive Mitarbeit der Studierende durch Diskussionen und Präsentation (Pecha Kucha)  Gastvorträge von Unternehmen  Webbasierte Arbeitsumgehung |
| **Verknüpfung zu anderen Modulen** | Grundlagen Betriebswirtschaft  Grundlagen Wirtschaftsinformatik  Digitale 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. |