

fördern • führen • inspirieren



Modulhandbuch

Course Catalogue

Digital Business (DB)



Fakultät Betriebswirtschaft

Department of Business Studies

Master of Science (M.Sc.)

Master of Science (M.Sc.)

Wintersemester 2017/18

Updated: winter semester 2017/18

Inhaltsverzeichnis

Table of content

INHALTSVERZEICHNIS	II
VORBEMERKUNGEN	III
STUDIENPLAN	IV
MODULBESCHREIBUNG.....	5
Innovation und Design	5
Produktmanagement	7
Digital Marketing & Sales	9
Global Supply Chain und Operations Management	11
Big Data, Data Analytics & Knowledge Discovery	13
Digitale Strategien und Geschäftsmodelle.....	15
Cybersicherheit und Recht im Digital Business	17
Agiles Projekt- und Prozessmanagement	19
Digital Economics und quantitative Methoden	21
Digital Finance – Anwendungen und Methoden.....	23
Ethik und Wertemanagement	25
Digital Leadership and Transformation	26
Masterarbeit/„Capstone-Projekt"	29
Digital Field Trip	30

Vorbemerkungen

Preliminary note

- **Hinweis:**

Bitte beachten Sie insbesondere die Regelungen der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs in der jeweils gültigen Fassung.

- **Aufbau des Studiums:**

Das Studium umfasst eine Regelstudienzeit von 3 Semester.

- **Anmeldeformalitäten:**

Grundsätzlich gilt für alle Prüfungsleistungen eine Anmeldepflicht über das Studienbüro. Zusätzliche Formalitäten sind in den Modulbeschreibungen aufgeführt.

- **Abkürzungen:**

ECTS = Das European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) ist ein Punktesystem zur Anrechnung von Studienleistungen.

SWS = Semesterwochenstunden

- **Workload:**

Nach dem Bologna-Prozess gilt: Einem Credit-Point wird ein Workload von 25-30 Stunden zu Grunde gelegt. Die Stundenangabe umfasst die Präsenzzeit an der Hochschule, die Zeit zur Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen, die Zeit für die Anfertigung von Arbeiten oder zur Prüfungsvorbereitungszeit.

Beispielberechnung Workload (Lehrveranstaltung mit 4 SWS, 5 ECTS-Punkten):

Workload:	5 ECTS x 30h/ECTS = 150 h
- Vorlesung (4 SWS x 15 Wochen)	= 60 h
- Selbststudium	= 60 h
- Prüfungsvorbereitung	= 30 h
	<hr/>
	= 150 h

- **Anrechnung von Studienleistungen:**

Bitte achten Sie auf entsprechende Antragsprozesse über das Studienbüro.

Studienplan

Curriculum

Nr.	Modul (deutsch/englisch)	ECTS	Studiensemester		
			1	2	3
1	Innovation und Design/ Innovation and Design	5	5		
2	Produktmanagement / Product Management	5		5	
2	Digital Marketing & Sales / Digital Marketing & Sales	5	5		
3	Global Supply Chain und Operations Management / Global supply chain and operations management	5			5
5	Big Data, Data Analytics & Knowledge Discovery / Big Data, Data Analytics & Knowledge Discovery	5	5		
6	Digitale Strategien und Geschäftsmodelle/ Digital strategies and business models	5		5	
7	Cybersicherheit u. Recht im Dig. Bus. / Cybersecurity and digital law and regulations	5		5	
8	Agiles Projekt- u. Prozessmanagement / Managing agile processes and projects	5	5		
9	Digital Economics und quantitative Methoden / Digital Economics and quantitative methods	5	5		
10	Digital Finance - Anwendungen und Methoden/ Digital Finance – Applications and Methods	5		5	
11	Ethik und Wertemanagement / Ethics and value management	5			5
12	Digital Leadership und Transformation / Digital Leadership and Transformation	5	5		
13	Masterarbeit/Capstone Projekt /Master thesis/Capstone project	20			20
14	Digital field trip / Digital field trip	10		10	
	Summe	90	30	30	30

Modulbeschreibung

Module descriptions

Innovation und Design			
Innovation and Design			
Zuordnung zum Curriculum	Modul-ID	Art des Moduls	Umfang in ECTS-Leistungspunkte
Classification	Module ID	Kind of Module	Number of Credits
	0010001	Mastermodul	ECTS: 5

Ort	Sprache	Dauer des Moduls	Vorlesungsrhythmus	Max. Teilnehmerzahl
Location	Language	Duration of Module	Frequency of Module	Max. Number of Participants
Weiden	Englisch	1 Semester	WS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r)			Dozent/In	
Module Convenor			Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Johann Strassl, Prof. Dr. Günter Schicker			Prof. Dr. Johann Strassl, Prof. Dr. Günter Schicker	
Voraussetzungen*				
Prerequisites				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit		Lehrformen		Workload
Availability		Teaching Methods		
		Seminar		Präsenz: 60 h Vor- und Nachbereitung: 70 h Prüfungsvorbereitung: 20 h Gesamtstunden: 150 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes
Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:
<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz: Die Studierenden kennen die Bedeutung von Innovation in der Digitalisierung, insbesondere Methoden und die Haltung der Innovation Methodenkompetenz: Die Studierenden können die erworbenen Kenntnisse auf diverse Projektkomplexitäten und Fragestellungen anwenden. Sie erkennen die Besonderheiten der Innovation und sind der Lage, Fragestellungen unter veränderten unternehmerischen Bedingungen zu lösen. Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Die Studierenden sind in der Lage projektartige Aufgaben in größeren oder kleineren Gruppen auszuführen.
Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content
<ul style="list-style-type: none"> Innovation und Kreativität Design Thinking für Innovation und Digitalisierung Prototyping Nutzerzentrierung Usability und User Experience Design
Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading
Einführende Literatur:
<ul style="list-style-type: none"> T. Kelley: The Art of Innovation T. Brown: Change by Design
Internationalität (Inhaltlich)
Internationality
Die Veranstaltung findet in englischer Sprache statt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Übungsleistung	Aufgabe 1: Basisprojekt (dp1) - Essay – Einzelleistung Gewichtung: 20 % Aufgabe 2: Userzentrierung (dp3) - Individual- /Gruppenleistung Gewichtung: 40 % Aufgabe 3: Prototyping (dp4) - Kombi Individual- /Gruppenleistung Gewichtung: 40 %	Aufgabe 1: Verständnis von Innovation und Design Thinking Aufgabe 2: Verwendung von Methoden und Umsetzung von Nutzererforschungsmethoden Aufgabe 3: Prototyping und Usability

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Produktmanagement

Product Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	SS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Günter Schicker, Prof. Dr. Johann Strassl			Prof. Dr. Günter Schicker, Prof. Dr. Johann Strassl	
Voraussetzungen* Prerequisites				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
		Seminaristischer Unterricht mit Übungen		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 70 h Leistungsnachweise: ca. 20 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
 - Die Bedeutung des Produktmanagements im Zeitalter der Digitalisierung zu argumentieren.
 - Produkt-Management-Frameworks anzuwenden, mit dessen Hilfe sie smarte Produkte (digitalisierte Produkt-Service-Systeme) gestalten und entlang des Produktlebenszyklus steuern können.
 - Produktinnovationen systematisch zu managen (Trendanalyse, Ideenbewertung) und neue Produkte als eigenständige Geschäftsmodelle zu betrachten.
- **Methodenkompetenz:**
 - Methoden und Tools anzuwenden, um smarte Produkte agiler, insbesondere schneller, flexibler und Kundenorientierter in den Markt zu bringen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 - Teamorientiert an Fallstudien zu arbeiten sowie Ergebnisse zu präsentieren und zu kommunizieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Trendscouting
- (Produkt)Strategie und Roadmap
- Produkt Lifecycle Management
- Geschäftsmodellentwicklung
- Agile Produktentwicklung

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Die Veranstaltung benötigt kein Buch. Es werden Artikel und ergänzende Literaturquellen zur Verfügung gestellt.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet.

Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Übungsleistung	<p>Aufgabe 1: Schriftlicher Test über 60 min (Einzelleistung) Gewichtung: 40%</p> <p>Aufgabe 2: Methoden-Anwendung (Gruppenleistung) Gewichtung: 30%</p> <p>Aufgabe 3: Methoden-Anwendung (Gruppenleistung). Gewichtung: 30%</p> <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!</p>	<p>Aufgabe 1: Über den schriftlichen Test werden die Kenntnis und das Verständnis der fachlichen Inhalte der Veranstaltung geprüft.</p> <p>Aufgabe 2: Über diesen Leistungsnachweis wird das selbstständige Anwenden einer Methode im Produktmanagement abgeprüft. Darüber hinaus werden auch Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation abgeprüft.</p> <p>Aufgabe 3: Über diesen Leistungsnachweis wird das selbstständige Anwenden einer Methode im Produktmanagement abgeprüft. Darüber hinaus werden auch Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation abgeprüft.</p>

^{*1)} Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

^{*2)} Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Digital Marketing & Sales

Digital Marketing & Sales

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	0010003	Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	WS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Marco Nirschl			Prof. Dr. Marco Nirschl	

Voraussetzungen*

Prerequisites

Grundwissen Marketing

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
	Seminaristischer Unterricht mit Übungen angeleitete Softwareübung am PC	Präsenz: 60h Eigenstudium: 60h Prüfungsvorbereitung: 30h Gesamtstunden: 150h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden kennen die Möglichkeiten des Online-Marketing und die Herausforderungen des Online-Vertriebs. Sie kennen die Gestaltungsmöglichkeiten der einzelnen Online-Marketingformen und den Prozess des Online-Einkaufs sowie die Einflussfaktoren für eine geeignete Gestaltung der einzelnen Teile dieses Prozesses.
- Methodenkompetenz:**
 Die Studierenden können elektronische Marketing-Aktivitäten konzipieren. Sie verstehen die Systematik der Online Marketing-Instrumente (SEO, SEA, Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Social Media-Marketing). Sie können bestehende Abläufe in Online-Shops analysieren und Verbesserungsmaßnahmen ableiten. Sie können E-Commerce-Prozesse konzipieren und verstehen die Stellhebel der Conversion-Optimierung.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Zusammenarbeit im Team und können fachlich relevante Sachverhalte gemeinsam adäquat darstellen bzw. präsentieren. Sie können Herausforderungen im elektronischen Marketing und Vertrieb einzuschätzen und verstehen die Bedeutung der Prozessgestaltung in Online-Shops. Sie können Entscheidungen für Optimierungsmaßnahmen treffen und sich in die Rollen von Kunden und Betreibern von Online-Shops hineinversetzen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Omni-Channel-Strategien in Marketing
- Grundlagen des Omni-Channel-Managements
 - Segmentierung, Zielgruppen und Positionierung
 - Branding
- Online-Sales & Conversion-Optimierung
- Customer Journey im E-Commerce
 - Prozess-Optimierung in Online-Shops
 - Web-Usability
 - HTML und CSS
 - Layout-Gestaltung und Web-Design
- Online-Marketing
- Suchmaschinen-, Affiliate- und E-Mail-Marketing
 - Content-, Influencer- und Social-Media-Marketing
 - Web- und Marketing-Controlling

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte und Artikel

Vertiefungs-Literatur, u. a.:

- Alpar, A.; Koczy, M.; Metzgen, M.: SEO – Strategie, Taktik und Technik: Online-Marketing mittels effektiver Suchmaschinenoptimierung. Springer Gabler 2015.
- Graf, A.; Schneider, H.: Das E-Commerce Buch: Marktanalysen – Geschäftsmodelle – Strategien. Deutscher Fachverlag 2015.
- Hahn, M.: Webdesign: Das Handbuch zur Webgestaltung. Galileo Press 2015.
- Kollwe, T.; Keukert, M.: Praxiswissen E-Commerce: Das Handbuch für den erfolgreichen Online-Shop. O'Reilly Verlag 2014.
- Kreuzer, R.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten. 2. Auflage. Springer Gabler 2014.
- Krug, S.: Don't Make Me Think! - Web & Mobile Usability: Das intuitive Web. 3. Auflage. Mitp-Verlag 2014.
- Löffler, M.: Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Rheinwerk Verlag 2014.
- Wolf, J.: HTML5 und CSS3 – Das umfassende Handbuch. 2. Auflage. Rheinwerk Computing 2016.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

- Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet.
- Es werden englischsprachige Lehrmaterialien verwendet (Websites, Artikel, Filme)

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform ^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung ^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Übungsleistung	Aufbereitung eines Themas des Digital Marketing & Sales sowie Präsentation der Ergebnisse (schriftlich + mündlich) Gewichtung: 1/3	Über die vertiefte Beschäftigung mit einem konkreten Thema werden die methodische und persönliche Kompetenz abgeprüft. Der Fokus liegt auf praktischen Lerninhalten (Übertragung der Inhalte in die Praxis) einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.
	Diskussion zu einem Fachartikel aus dem Bereich Digital Marketing & Sales (schriftlich + mündlich) Gewichtung: 1/3	Über die Beschäftigung mit einem wissenschaftlichen Artikel werden fachliche, methodische und persönliche Kompetenzen geprüft.
	Schriftliche Zusammenfassung der Vorlesungsinhalte als Management Summary (schriftlich) Gewichtung: 1/3	Über die schriftliche Zusammenfassung wird die Fach- und Methodenkompetenz geprüft. Der Fokus liegt auf fachlichen Inhalten und der Einschätzung der Bedeutung bzw. Priorität behandelte Inhalte/Themen.

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Global Supply Chain und Operations Management

Global Supply Chain and Operations Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	WSSS ab (WS18/19)	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Johann Strassl			Tda.	

Voraussetzungen*

Prerequisites

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
	Seminar	Präsenz: 60 h Vor- und Nachbereitung: 70 h Prüfungsvorbereitung: 20 h Gesamtstunden: 150 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Studierende können die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Wertschöpfungsnetzwerk eines Unternehmens argumentieren und gestalten. Sie können über die Betrachtung rein physischer Beziehungen hinaus auch Talent-, Informations- und Finanzflüsse mit betrachten, um vernetzter, intelligenter, skalierbarer und agiler als in bestehenden Supply Chains Wert zu schaffen.
- Methodenkompetenz:**
 Studierende können Methoden und Konzepte zur Gestaltung voll integrierter, neu gedachter Wertschöpfungsnetze anwenden.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Die Studierenden sind in der Lage praktische Aufgaben in Gruppen auszuführen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Procurement
- Supply Chain Analytics
- Agile E-Supply Chain
- Distribution Management und Fulfillment

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Seminararbeit	Hausarbeit mit Präsentation (15-20 Seiten). Gewichtung: 60 % Präsentation (ca. 15 Minuten) Gewichtung: 40 %	Ausgewähltes Thema bzw. Unternehmen und Analyse ihrer Umsetzung.

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Big Data, Data Analytics & Knowledge Discovery

Big Data, Data Analytics & Knowledge Discovery

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	WS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Wolfgang Renninger			Dr. Jörg Dubiel, Prof. Dr. Wolfgang Renninger, Kurt Freudenthaler	

Voraussetzungen*
Prerequisites

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Business. Das Modul gibt einen vertieften Einblick in die Bedeutung von Data Analytics in den verschiedenen Funktionsbereichen eines Unternehmens. Hochschulweite Verwendbarkeit Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Master-Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht kombiniert mit Fallstudien- und Projektarbeit, Exkursionen und Gastvorträge.	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Studienarbeit: ca. 50 h Präsentation: ca. 10 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
 - Die Bedeutung quantitativer Methoden im Digitalisierungskontext zu argumentieren
 - Große Datenmengen systematisch zu sammeln, zu analysieren, aufzubereiten und zu verwenden
 - Analysemethoden zur besseren Entscheidungsfindung im digitalen Business anzuwenden.
 - Datenquellen zu identifizieren und einzuordnen (IoT, ES, MD)
- **Methodenkompetenz:**
 - Betriebswirtschaftliche Konzepte und Frameworks des Knowledge Discovery in verschiedenen Funktionsbereichen anwenden können.
 - Einschlägige Tools zur Analyse und Darstellung von Daten bedienen zu können
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 - Über Teamarbeit und Präsentationen über persönliche Kompetenzen zu reflektieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Datamining und Knowledge Discovery
- Tracking/ Measurement
- Predictive Analytics
- Big Data Analytics
- Datenquellen (IoT, Embedded Systems, Mobile Devices)

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

- Skript und ausgewählte Fachartikel
- Toolset aus der SAP Business Suite
- Lehrmateriall wird über die Lernplattform zur Verfügung gestellt

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Thema und Inhalte sind sehr vom angelsächsischen Raum geprägt. Viele Theorien und Modelle haben ihren Ursprung aus den USA.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Seminararbeit	Seminararbeit mit Präsentation (beides in Englisch) Gewichtung: 100%	Über die Seminararbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft. Bonussystem: Über zusätzliche Übungsaufgaben können im Rahmen der in der SPO ausgeführten Bonusregelung insg. 20% der für Prüfung erforderlichen Punkte eingebracht werden.

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Digitale Strategien und Geschäftsmodelle

Digital strategies and business models

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	SS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Johann Strassl, Prof. Dr. Günter Schicker			Prof. Dr. Johann Strassl, Prof. Dr. Günter Schicker	
Voraussetzungen* Prerequisites				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
		Seminar		Präsenz: 60 h Vor- und Nachbereitung: 70 h Prüfungsvorbereitung: 20 h Gesamtstunden: 150 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden kennen die Säulen einer digitalen Strategie, insbesondere die Methoden und Umsetzung.
- Methodenkompetenz:**
 Die Studierenden können erworbene Kenntnisse auf Fragestellungen anwenden. Sie erkennen insbesondere die Besonderheiten von Digitalen Strategien auf Plattformen und sind in der Lage, Fragestellungen unter Berücksichtigung des Ökosystems zu lösen.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Die Studierenden sind in der Lage praktische Aufgaben in größeren oder kleineren Gruppen auszuführen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Disruptive Innovations
- From Place to Space
- Logik von Social Media
- User Experience
- Business of Data Streaming
- Plattform Strategie und Ökosystem
- Cloud Cooperation
- Incubator, Community und M&As
- Prinzipien von Business Models digitalen Zeitalter

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Basisartikel:

- C. Christensen: What is disruptive innovation? HBR, Dezember 2015

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Die Veranstaltung findet in englischer Sprache statt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Übungsleistung	Aufgabe 1: Analyse einer digitalen Strategie – Einzelleistung Gewichtung: 30% Aufgabe 2: Untersuchung und Planung einer Plattformstrategie – Gruppenleistung Gewichtung: 30% Aufgabe 3: Umsetzung einer digitalen Strategie – Gruppenleistung Gewichtung: 40%	Aufgabe 1: Analysefähigkeiten Aufgabe 2: Umfassenden realistische Planungsfähigkeiten Aufgabe 3: Prototyping

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Cybersicherheit und Recht im Digital Business

Cybersecurity and digital law and regulations

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	SS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Teil 1: N.N. Teil 2: Prof. Dr. Krämer			Teil 1: N.N. Teil 2: Prof. Dr. Krämer	

Voraussetzungen*
Prerequisites

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
	Seminaristischer Unterricht	Teil 1: Präsenz: 30 h Vor-/Nacharbeit: 35 h Klausur: 10 h Teil 2: Präsenz: 30 h Vor-/Nacharbeit: 35 h Klausur: 10 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
 - Wesentlichen Bedrohungen auf Unternehmen durch Cyberkriminalität einzuschätzen und das damit verbundene Risikoportfolio zu managen.
 - Die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen für das Digital Business zu argumentieren.
 - Wesentliche Aspekte des Datenrechts (Datenschutz, Daten-/IT-Sicherheit, Rechte an Daten), des Vertrags- und Haftungs- sowie des IP-Rechts einzuschätzen.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden können erworbene Kenntnisse auf die entsprechende Fragestellung anwenden. Sie erkennen insbesondere Gefahren für die Cybersicherheit und Abwehrstrategien. Ferner können sie den rechtlichen Rahmen des Digital Business zutreffend einschätzen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Die Studierenden sind in der Lage, praktische Aufgaben in kleinen oder größeren Gruppen zu lösen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Formen der Cyberkriminalität und Bedrohungspotenziale für Unternehmen
- Schutzmechanismen
- Rechtsprechungen und Prinzipien im Digital Business
- Verträge und Kundensicherheit
- Bezahlssysteme und virtuelle Währung
- Werbung und Sharing-Ökonomie
- Schutzrechte

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Teil 2: Einschlägige Fachliteratur

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Teil 2: Bezüge zum europäischen und internationalen Recht

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 Min.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Agiles Projekt- und Prozessmanagement

Managing agile processes and projects

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	WS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Günter Schicker, Prof. Dr. Johann Strassl			Prof. Dr. Günter Schicker, Prof. Dr. Johann Strassl	

Voraussetzungen*

Prerequisites

Grundwissen Projektmanagement
Grundwissen Prozessmanagement

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium (für Softwaretraining)	Präsenz: 40h + 30h (Tutorium) Eigenstudium: 60h Prüfungsvorbereitung: 20h Gesamtstunden: 150h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls sind die Studierenden mithilfe der folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen in der Lage:

- Fachkompetenz:**
 - ein Prozessoptimierungsprojekt von Anfang bis Ende agil zu initiieren, zu planen und zu steuern.
 - einen Geschäftsprozess zu verbessern und mithilfe von agilen Methoden Ideen und Ansätze zur Verbesserung zu explorieren und zu bewerten.
 - Ansätze zur Automatisierung bzw. Digitalisierung von Prozessen zu kennen und einordnen zu können.
 - einen anwenderzentrierten Sollprozess zu entwickeln.
 - Anforderungen an eine IT-Prozesslösung für Digitalisierung des Sollprozesses mithilfe agiler Methoden zu beschreiben.
 - eine Workflow Management-Lösung zu realisieren und zu testen.
- Methodenkompetenz:**
 - einen Geschäftsprozess toolbasiert zu analysieren und mithilfe der BPMN-Notation zu visualisieren.
 - agile Methoden in alle Phasen eines Projektes einzusetzen.
 - agile Methoden bei der Analyse, Gestaltung, Implementierung und Steuerung von Geschäftsprozessen einzusetzen.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 - die Auswirkungen agiler Methoden auf die Zusammenarbeit in Teams und auf das Selbstmanagement zu reflektieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

Studierende lernen in diesem Modul, die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Management von Geschäftsprozessen zu argumentieren. Methoden und Werkzeuge für die Analyse, Gestaltung, Implementierung und Steuerung von Prozessen im Digital Business anzuwenden. Sie lernen Geschwindigkeit, Adaptivität, Nutzerzentrierung und Flexibilität als wesentliche Treiber eines veränderten Prozessmanagements einzuschätzen. Sie lernen neue, dynamische und flexible Denkweisen als Gegensatz zum traditionellen, planungsorientierten Projektmanagement einzunehmen, um den Anforderungen an sehr hohe Innovationsgeschwindigkeit und der schnellen Veränderungen der Kundenpräferenzen gerecht zu werden.

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Die Veranstaltung benötigt kein Buch. Es werden Artikel und ergänzende Literaturquellen zur Verfügung gestellt.

Literaturbeispiele:

- Rigby, Darrel K.; Sutherland, Jeff, Takeuchi Hirotaka: Embracing Agile: How to master the process that´s transforming management. Harvard Business Review, 05/2016.
- Agesen, Gustav; Krogstie, John: BPMN 2.0 for Modeling Business Processes

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet.

Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform ^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung ^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Projektarbeit	<p>Aufgabe 1: BPMN-Modellierungssoftware Online-Training (Einzelleistung) Gewichtung 10%</p> <p>Aufgabe 2: Dokumentierte Projektdefinition (Canvas) zu Projektstart und Projektende (Gruppenleistung) Gewichtung: 15%</p> <p>Aufgabe 3: IST- und SOLL-Prozessmodell in BPMN basierend auf Prozesszielen und -prinzipien (Gruppenleistung) Gewichtung: 25%</p> <p>Aufgabe 4: Anforderungsdefinition, getestete IT-Prozesslösung und Präsentation in englischer Sprache (Gruppenleistung) Gewichtung; 25%</p> <p>Aufgabe 5: Reflection Paper in englischer Sprache (Einzelleistung) Gewichtung: 25%</p> <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus!</p>	<p>Aufgabe 1: Kenntnis und Verständnis der BPMN-Notation sowie des verwendeten Modellierungs-Tools</p> <p>Aufgabe 2: Anwendung agiler Projektmanagementmethoden im Projektverlauf</p> <p>Aufgabe 3: Softwaregestützte Anwendung der BPMN-Modellierung.</p> <p>Aufgabe 4: Softwaregestützte Anwendung agiler Methoden bei der Anforderungsdefinition und Software-Gestaltung.</p> <p>Aufgabe 5: Reflexion der Projekterkenntnisse sowie der wissenschaftlichen Basisliteratur im Prozess- und Projektmanagement.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Digital Economics und quantitative Methoden

Digital Economics and quantitative methods

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	0010009	Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch Lehrmaterial: Deutsch/Englisch	1 Semester	WS	15-20 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Horst Rottmann			Prof. Dr. Horst Rottmann	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Statistik: Wahrscheinlichkeitstheorie, Verteilungen, Konfidenzintervalle, Testen von Hypothesen, Regressionsanalyse (jeweils Grundkenntnisse aus einer Veranstaltung des ersten Studienabschnitts) Grundkenntnisse der Mikroökonomie				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
In allen Veranstaltungen des Studiengangs, die mit empirischen Daten arbeiten. Insbesondere für quantitativ-empirisch orientierte Masterarbeiten		Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium (STaTatraining)		Präsenz: 48h Eigenstudium: 72h Prüfungsvorbereitung: 30h Gesamtstunden: 150h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
 - das Design und die Vorgehensweise verschiedener prinzipieller Methoden zur Evaluation von Maßnahmen zu beurteilen und die Ergebnisse zu interpretieren.
 - Ökonometrische Schätzungen mit binären und ordinalen Variablen zu interpretieren.
 - die Auswirkungen von Skalen- und Netzwerkeffekten in digitalen Märkten auf die Preis- und Produktpolitik der Unternehmen sowie den Wettbewerb zu beurteilen.
 - verschiedene statistische Methoden zur Analyse von internationalen Wirtschaftsdaten anzuwenden. Insbesondere können die Teilnehmer mikroökonomische Daten (Unternehmens- und Haushaltsdaten) mit Methoden der modernen Mikroökonomie analysieren.
- **Methodenkompetenz:**
 - ein geeignetes Design und eine praktikable Vorgehensweise zur Evaluation von Maßnahmen zu entwerfen und empirisch umzusetzen.
 - die modernen ökonometrischen Methoden zur Analyse binärer und ordinaler Variablen selbst anzuwenden. Die Studierenden können verschiedene Auktionsverfahren beurteilen und die Folgen des Systemwettbewerbs auf Märkten der Informationstechnologie abschätzen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Die Studierenden sind in der Lage, die wissenschaftliche Fragestellung sowie Ihre empirische Vorgehensweise und die damit erzielten Ergebnisse zu präsentieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Anwendung multipler Regressionsmodelle: Schätzung und Interpretation der Modelle, Spezifikationstests
- Ökonometrische Modelle für qualitative Variablen: Binäre und ordinale Logit- und Probitmodelle, Zähldatenmodelle
- Nicht-experimentelle Evaluation: Querschnittsvergleich, Vorher-Nachher- Vergleich, Differenzen- von-Differenzen-Ansatz, Matching, Instrumentenvariablen
- Informationstechnologie: Systemwettbewerb bei Komplementären, Funktionsweise von Märkten mit Netzwerkexternalitäten
- Auktionen: Klassifikation, Konzeption und Probleme bei Auktionen

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

- Auer, B., Rottmann, H. ,Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler. Eine anwendungsorientierte Einführung. 3. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 2014
- Auer, B., Rottmann, H. ,Interpretation von binären Variablen in klassischen linearen Regressionen und in Probit-/Logit-Modellen, WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium, Jahrgang 46/4, S. 30 -37, 2017,

- Software STaTa
- Stock, J. H., Watson, M. W., Introduction to Econometrics, Pearson, Chapter Regression with a Binary Dependent Variable
- Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L., Mikroökonomie, Abschnitt Auktionen

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

- Globale Fragestellungen, die mit internationalen Datensätzen analysiert werden.
- Software STaTa
- Es werden deutsche und englische Veranstaltungsunterlagen verwendet.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform ^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung ^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 Minuten (unter Verwendung der Software STaTa) Gewichtung: 100%	Siehe Lernziele

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Digital Finance – Anwendungen und Methoden

Digital Finance – Applications and methods

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	SS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Thorsten Hock			Prof. Dr. Thorsten Hock Prof. Dr. Malte Krüger (HS Aschaffenburg) Prof. Michael Hauer	
Voraussetzungen* Prerequisites				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
 - Besonderheiten, Funktionsweise und Grenzen geeigneter Finanzierungsquellen für digitale Geschäftsmodelle zu beurteilen
 - Selbstständig Geschäftsmodelle von Fintechs zu erschließen und zu beurteilen
 - Die eigenen Fähigkeiten im Hinblick auf neue Fragestellungen (im Rahmen der Fallstudien) einzuschätzen und weiterzugeben
 - Risikomanagement-Tools anzuwenden, kritisch zu reflektieren und selbstständig weiterzuentwickeln
- **Methodenkompetenz:**
 - Konzeption und statistische Evaluation von Scoring-Modellen

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Role of Finance in Digital Business
- Risk Management in Digital Business
 - Application: Measuring Customer Risk with Rating
- Electronic Cash and Payment Systems
 - Theory of 2-sided Markets
 - Definition
 - Role of Networks
 - Market Strategies
 - Regulation
 - Practiacal Examples
 - Overview
 - Payment Systems as 2-sided Markets
 - Payment Systems: Actual Developments
- P2P-Finance
- Fintechs
 - Market Overview
 - Business Models in Case Studies

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Internationalität (Inhaltlich) Internationality		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Übungsleistung	<p>Aufgabe 1: Übungsaufgaben am Ende des Semesters (Einzelleistung) Gewichtung: 60%</p> <p>Aufgabe 2: Analyse eines ausgewählten Geschäftsmodells und Präsentation in englischer Sprache (Gruppenleistung) Gewichtung: 40%</p> <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus!</p>	<p>Aufgabe 1: Reflexion und Anwendung der wissenschaftlichen Inhalte und Methoden</p> <p>Aufgabe 2: Selbstständige Erschließung komplexer Geschäftsmodelle</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Ethik und Wertemanagement

Ethics and value management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	WSSS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Dr. Bernhard Bleyer			Dr. Bernhard Bleyer	
Voraussetzungen* Prerequisites				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
		Seminaristischer Unterricht mit Übungen		Präsenz: 60h Eigenstudium: 60h Prüfungsvorbereitung: 30h Gesamtstunden: 150h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
 - die internationalen Standards der Unternehmensethik und des Nachhaltigkeitsmanagements (GRI, UNGC, OECD Guidelines) im Digital Business vertieft zu verstehen.
 - die Besonderheit der partizipativen Stakeholderdialoge im Digital Business zu analysieren
- **Methodenkompetenz:**
 - eigenständige Schwerpunkte (Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltmanagement, Anti-Korruption) in Lehr-/Lernbeispielen zu entwickeln,
 - die erarbeiteten Schwerpunkte in Modellen als angepasstes Werte- und Nachhaltigkeitsmanagement anzuwenden,
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 - werte- und nachhaltigkeitsorientiertes Handlungs-, Orientierungs- und Entscheidungswissen anzuwenden, um den Einsatz neuer Technologien in Bezug auf Chancen und Risiken abzuwägen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Werte- und Nachhaltigkeitsmanagements
- Nachhaltigkeitsstrategien im Digital Business
- Organisierte Stakeholderdialoge
- Nachhaltigkeitsberichterstattung nach EU-Richtlinie 2014/95/EU

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Die Veranstaltung benötigt kein Buch. Es werden Artikel und ergänzende Literaturquellen zur Verfügung gestellt.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet.

Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform ^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung ^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Digital Leadership and Transformation

Digital Leadership and Transformation

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	0010012	Mastermodul	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	1 Semester	WS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Bernt Mayer / Gabriele M. Murry			Prof. Dr. Bernt Mayer / Gabriele M. Murry	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Englisch B2+				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
		Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium (für Softwaretraining)		Präsenz: 40h + 30h (Tutorium) Eigenstudium: 60h Prüfungsvorbereitung: 20h Gesamtstunden: 150h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
 - Die Kommunikationsanforderungen und -aufgaben in Führungspositionen umzusetzen
 - Strategien und deren Ausprägungen im digitalen Markt und die Führungsmaßstäbe als Grundlagen des wirtschaftlichen Handels zu beurteilen
 - Führungskompetenzen anzuwenden
- **Methodenkompetenz:**
 - Zusammenstellung von Teams unter Beachtung der erforderlichen Kompetenzen
 - Analysieren und Messen der Leistung von Teams / Performance Management
 - Führungskompetenzen in Projektteams und digitalen Teams
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 - Selbstführung und Teamarbeit als Konfliktchancen zu reflektieren

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

Studierende lernen in diesem Modul, die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Management von Projektteams zu argumentieren und Methoden und Werkzeuge für die Analyse, Gestaltung, Implementierung und Steuerung von Projektteams im Digital Business anzuwenden. Sie lernen Geschwindigkeit, Adaptivität, Nutzerzentrierung und Flexibilität als wesentliche Treiber eines veränderten Prozessmanagements einzuschätzen. Sie lernen neue, dynamische und flexible Denkweisen als Gegensatz zum traditionellen, planungsorientierten Projektmanagement einzunehmen, um den Anforderungen an sehr hohe Innovationsgeschwindigkeit und der schnellen Veränderungen der Kundenpräferenzen gerecht zu werden.

- Leadership und Zusammenhänge zu Strategie, Führungskonzepten und Kommunikation
- Führung in dynamischen und unsicheren Zeiten
- Initiierung und Steuerung von Verhaltens- und Kommunikationsprozessen
- Kommunikation als Führungsaufgabe
- Führungssysteme und ethische Regeln

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Empfohlene Literatur – Mayer:

- Arnold, H.: Wir sind Chef (2016). Haufe, Freiburg, 2016
- Jenewein, W.: Das Klinsmann-Projekt. Harvard Business Manager 06/2008
- Kotter, J.: Die Kraft der zwei Systeme. Harvard Business Manager 12/2012
- Schnell, T.: Psychologie des Lebensinn (2016). Springer, Heidelberg

Empfohlene Literatur – Murry:

- Diverse aktuelle Artikel, wie in den Kursunterlagen angegeben (z.B. McKinsey & Company, Harvard Business Review, etc.).
- Thompson, L. L. (2015). *Making the Team: A Guide for Managers*. 5th Ed. Pearson Education Limited.

Internationalität (Inhaltlich) Internationality		
Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet. Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Übungsleistung	<p>Aufgabe 1: Praktische Übungsarbeiten (Gruppenleistung) Gewichtung: 30%</p> <p>Aufgabe 2: Kritisches Hinterfragen der Artikel und vorgestellten Konzepte mit Diskussion (Einzelleistung) Gewichtung: 20%</p> <p>Aufgabe 3: Schriftlicher Test über 60 min (Einzelleistung) Gewichtung: 50%</p> <p>Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Jede Teilleistung muss bestanden werden und kann jeweils nur 1 Jahr vorgetragen werden</p>	<p>Über die Simulationen und Gruppenprojekte werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.</p> <p>Die bewerteten Diskussionsbeiträge dienen dem vertieften Verständnis der Stoffinhalte</p> <p>Über den schriftlichen Einzelleistungsnachweis werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Masterarbeit/ „Capstone-Projekt“

Master thesis/Capstone project

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 20

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch	1 Semester	WSSS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Erstbetreuer/in bzw. Erstgutachter/in (Prüfungskommissionsvorsitz)			Erstbetreuer/in bzw. Erstgutachter/in (Prüfungskommissionsvorsitz)	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Vgl. Studien- und Prüfungsordnung, Allgemeine Prüfungsordnung. Darüber hinaus sind auch (u.a. hinsichtlich Wahl der Erstprüferin bzw. des Erstprüfers und formaler Vorgaben) die Richtlinien der Fakultät Betriebswirtschaft „Wissenschaftliches Arbeiten: Erstellung einer Abschlussarbeit“ verbindlich zu beachten.				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
		Masterarbeit		20 ECTS – entspricht einem Workload von 600 Stunden

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Ziel ist es, eine komplexe, forschungsrelevante Fragestellung aus dem Gebiet des „Digital Business“ selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, Kenntnis der fachwissenschaftlichen Terminologien und des aktuellen Wissenschaftsdiskurses unter Beweis zu stellen und die gewonnenen Erkenntnisse präsentieren und diskutieren zu können.
- Diese Arbeit kann eine interdisziplinäre Projektarbeit sein, ein sog. Capstone-Projekt, das den Gedanken einer vernetzten digitalen Welt aufgreift und die Studierenden zu kooperativer Arbeitsweise auffordert. In Teams, bestehend aus Studierenden unterschiedlicher Kompetenzen und Disziplinen, werden konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis bearbeitet.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

Die Masterarbeit kann verschiedene Formen annehmen.
Erstens eine rein theoretisch-wissenschaftliche Arbeit in schriftlicher Form.
Zweitens ein gestalterisches Werk (z.B. Prototyp), das von einer wissenschaftlichen, schriftlichen Arbeit begleitet wird.
Drittens ein Werk aus dem Bereich der angewandten Betriebswirtschaft, das von einer wissenschaftlichen, schriftlichen Arbeit begleitet wird.
Und viertens eine Mischform aus diesen Bereichen.

Mit der schriftlichen Abschlussarbeit im Masterstudiengang soll der Nachweis erbracht werden, dass der Studierende in der Lage ist, eigenständig innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabenstellung aus seinem Studiengang selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten: Maximale Bearbeitungszeit (= Zeitraum zwischen Anmeldung der Masterarbeit und Abgabe) von 6 Monaten / Umfang 60-80 Seiten. Der Umfang kann ggf. durch einen Anhang erweitert werden.

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

keine

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Die Masterarbeit ist in englischer Sprache anzufertigen. Masterarbeiten in deutscher Sprache sind nur in begründeten Ausnahmefällen möglich.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform* ¹⁾	Art/Umfang inkl. Gewichtung* ²⁾	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Masterarbeit	Vgl. SPO	Vgl. SPO

*¹⁾ Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen

Digital Field Trip Digital Field Trip			
Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
		Mastermodul	ECTS: 10

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch/Deutsch	2 Semester	SS	20-25 Teilnehmer
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Günter Schicker, Prof. Dr. Johann Strassl			Prof. Dr. Günter Schicker, Prof. Dr. Johann Strassl	
Voraussetzungen* Prerequisites				
*Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
		Seminar mit Exkursion		Präsenz: 120h Eigenstudium: 100h Prüfungsvorbereitung: 80h Gesamtstunden: 300h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls Learning Outcomes
Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Themen der angewandten Forschung im Digital Business zu diskutieren und die Anwendung von innovativen Konzepten in der betrieblichen Praxis kritisch zu hinterfragen. Es werden Best Practice-Unternehmen im Rahmen eines „Digital Field Trip“ besucht • Die aktuellen Entwicklungen in der Forschung und deren Herausforderungen bei der Implementierung in der Praxis zu untersuchen. • Methodenkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> • Eine kritische Analyse von Best Practice Unternehmen (inkl. Theorien, Methoden und innovative Beiträge) durchzuführen. • Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): <ul style="list-style-type: none"> • Kritisches Denken, selbstgesteuertes und unabhängiges Lernen, schriftliche Kommunikationsfähigkeiten und die geeigneten Gebrauch und die Interpretation von Daten aufzeigen. • Zusammenarbeit und Kommunikation im Team
Inhalte der Lehrveranstaltungen Course Content
Wissenschaftliches Seminar zu relevanten Themen mit Besuch und Workshop inländischer und ausländischer Best Practice-Unternehmen. Im lernen Studierende aktuelle Themen der angewandten Forschung zu diskutieren und die Anwendung von innovativen Konzepten in die betriebliche Praxis kritisch zu hinterfragen.
Lehrmaterial / Literatur Teaching Material / Reading
Die Veranstaltung benötigt kein Buch. Es werden Artikel und ergänzende Literaturquellen zur Verfügung gestellt bzw. im Rahmen der Literaturanalyse selbstständig recherchiert und analysiert.
Internationalität (Inhaltlich) Internationality
Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet. Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Projektarbeit	<p>Aufgabe 1: Entwicklung eines Literature Reviews zum Thema bzw. Teilthema (Gruppenleistung). Gewichtung: 25%</p> <p>Aufgabe 2: Ableiten, Visualisierung und Präsentation von Schlussfolgerungen (Gruppenleistung). Gewichtung: 25%</p> <p>Aufgabe 3: Planung, Durchführung und Nachbereitung der mehrtätigen Exkursion (Gruppenleistung). Gewichtung: 25%</p> <p>Aufgabe 4: Schriftliche Dokumentation aller Projektergebnisse, insb. Schlussfolgerungen aus Praxis- und Literatur-Perspektive (Gruppenleistung). Gewichtung: 25%</p> <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!</p>	<p>Aufgabe 1: Kenntnis und Anwendung einer systematischen Literaturanalyse.</p> <p>Aufgabe 2: Entwicklung eines wissenschaftlichen Modells / Handlungsrahmens und Aufbereitung wissenschaftlicher Erkenntnisse aus der Literatur.</p> <p>Aufgabe 3: Aufbereitung und Selbstständige Organisation der Exkursion sowie Koordination der Gruppe und externer Partner. Zusammenarbeit und Kommunikation im Team.</p> <p>Aufgabe 4: Schriftliche Ausarbeitung wissenschaftlicher Erkenntnisse (Gegenüberstellung Literatur- und Praxis-Perspektive)</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Übersicht zu den Prüfungsformen an der OTH Amberg-Weiden

*2) Bitte zusätzlich Angaben zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen