fördern • führen • inspirieren

Ostbayerische Technische Hochschule
Amberg-Weiden

Modulhandbuch

Course Catalogue

Digital Business Management

Digital Business Management

Weiden Business School

Department of Business Studies

Master of Business Administration (MBA)

Master of Business Administration (MBA)

Digital Business Management berufsbegleitend - Master Digital Business Management (part time) - Master	Wintersemester 2023/2024 winter term 2023/2024

Inhaltsverzeichnis

Table of content

Inhalt

INHALTSVERZEICHNIS **II**

VORBEMERKUNGEN **III**

STUDIENPLAN **IV**

MODULBESCHREIBUNGEN **1**

Grundlagenmodule **2**
Leadership 2
Online Marketing 4
Internettechnologien & Informationssysteme 6
Interkulturelles Management & Wirtschaftsethik 8
Digitale Geschäftsmodelle 10
Internetrecht & IT-Sicherheit 12
Normatives & strategisches Management 14
Business Intelligence & Analytics 16
Geschäftsprozess- & Veränderungsmanagement 17

Wahlpflichtmodule **20**
Selbst- & Sozialkompetenz am Arbeitsplatz 20
Studiengangspezifische Methodenkompetenz 21
Angewandte Themen des Digital Business 22
Projektmanagement im Digital Business 23
Angewandte Prozesse & Instrumente des Digital Business 25

Masterabschluss **27**
Masterarbeit & Kolloquium 27

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 5 Semestern.

- **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.

<u>Beispielberechnung Workload (Lehrveranstaltung mit 4 SWS, 5 ECTS-Punkten)</u>:

Workload: 5 ECTS x 30h/ECTS = 150 h

- Vorlesung (4 SWS x 15 Wochen) = 60 h
- Selbststudium = 60 h
- Prüfungsvorbereitung = 30 h

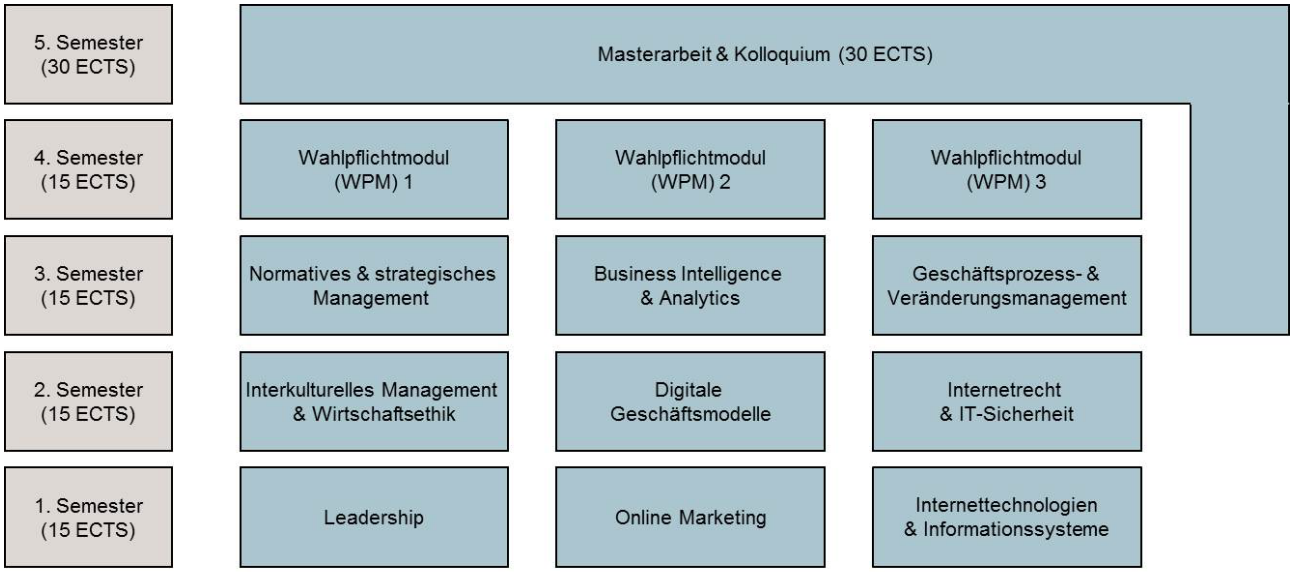
= 150 h

- **Anrechnung von Studienleistungen:**

Bitte achten Sie auf entsprechende Antragsprozesse über das Studienbüro.

Studienplan

Curriculum



Wahlpflichtmodule:
Selbst- und Sozialkompetenz am Arbeitsplatz, studiengangspezifische Methodenkompetenz, Angewandte Themen des Digital Business, Projektmanagement im Digital Business, Angewandte Prozesse und Instrumente des Digital Business

Die Prüfungsformen richten sich nach den jeweils zu prüfenden Kompetenzen. In Betracht kommen insbesondere schriftliche oder mündliche Prüfungen, Studienarbeiten, Projektarbeiten und Prüfungen nach dem Multiple-Choice-Verfahren.

Modulbeschreibungen

description Module

Grundlagenmodule

Leadership
Leadership

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M1	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch/Englisch	1 Semester	WS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele M. Murry	Prof. Dr. Gabriele M. Murry, Prof. Dr. Bernt Mayer

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Anrechenbarkeit in den MBAs & M.A. OTH Professional	Seminaristischer Unterricht / Übungen (u.a. Lehrgespräch, Fallstudienarbeit, Simulationen, Vorträge, Persönlichkeitstests und Reflexionsarbeit)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

Erkennen der Bedeutung von ethischer Führung in Organisationen sowie praxisorientierter Ansätze

- **Fachkompetenz:**
  Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und international ausgerichtete Rolle der Führungskräfte als Mitgestalter der Unternehmenszukunft
- **Methodenkompetenz:**
  Beurteilung und Anwendung grundlegender Führungsinstrumente
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
  Umgang mit sich und anderen, um zur vorbildlichen ethischen Führungskraft zu reifen

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Rolle und Aufgaben von Führung in international agierenden Organisationen
- Verantwortungen
- Gestaltungsmöglichkeiten: Dyaden, Macht und Einfluss
- Entscheidungsverhalten
- Kontemporäre Führungsansätze: Teams, Frauen, Ethik

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2016). Learning Leadership: The Five Fundamentals of Becomming an Examplary Leader. San Francisco, CA: Wiley
- Northouse, P. G. (2015). Leadership: Theory and Practice. (7th ed.) Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Paschen, M., & Dihsmaier, E. (2014). Psychologie der Menschenführung: Wie Sie Führungsstärke und Autorität entwickeln. (2nd ed.) Berlin/Heidelberg: Springer Verlag
- Quinn, R. E., Bright, D., Faerman, S. R., Thompson, M. P., & McGrath, M. R. (2015). Becoming a Master Manager: A Competing Values Approach. (6th ed.), San Francisco, CA: Wiley
- Thompson, L. L. (2017). Making the Team: A Guide for Managers. 6th Ed. Pearson Education Limited.
- Yukl, G. (2012). Leadership in Organizations. (8th ed.) Upper Saddle River, NJ: Pearson / Prentice Hall

Weiterhin diverse aktuelle Artikel, wie in den Kursunterlagen angegeben (z.B. McKinsey & Company, Harvard Business Review, etc.).

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen

Modularbeit	Gewichtung: 100%	Über die Übungsleistung werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Online Marketing

Online Marketing

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M2	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Stefan Kaltenecker

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit **Hochschulweite Verwendbarkeit** Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Fallstudien)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 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 Einflussfaktoren für das organische Ranking in den Suchmaschinen und können eigene SEO-Analysen durchzuführen.
- Die Studierenden kennen das Auktionsmodell von Google AdWords.

- **Methodenkompetenz:**
- Die Studierenden können Suchmaschinenoptimierte Websites konzipieren.
- Die Studierenden können Google AdWords-Kampagnen konzipieren und umzusetzen.
- Die Studierenden verstehen die Stellhebel und die Auswirkungen des Online-Marketing.

- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
- Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Online-Marketing-Instrumenten und deren Einsatz in der Unternehmenspraxis und können Entscheidungen für den geeigneten Einsatz treffen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Optimierung einer Website für Suchmaschinen
- Konzeption von Google AdWords Kampagnen
- Monitoring und Erfolgskontrolle (u.a. mit Hilfe von Google Analytics, Google Search Console)

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte

Literatur, u. a.:

- Sebastian Erlhofer: Suchmaschinen-Optimierung - Das umfassende Handbuch. 7. Auflage. Bonn: Galileo Computing, 2014
- Stephan Czysch, Benedikt Illner, Dominik Wojcik: Technisches SEO – Mit nachhaltiger Suchmaschinen-optimierung zum Erfolg. 1. Auflage. Köln: O`Reilly Verlag, 2015
- Eric Enge, Stephan Spencer, Jessie Stricchiola: The Art of SEO – Mastering Search Engine Optimization. 3. Auflage. Sebastopol: O`Reilly Media, 2015
- Guido Pelzer, Thomas Sommeregger, Ricarda Linnenbrink: Google AdWords: Das umfassende Handbuch. 1. Auflage. Bonn: Rheinwerk Computing, 2015
- Perry Marshall, Mike Rhodes, Bryan Todd: Ultimate Guide to Google AdWords: How to Access 1 Billion People in 10 Minutes. 5. Auflage. Irvine: Entrepreneur Press, 2014
- Richard Stokes: Ultimate Guide to Pay-Per-Click Advertising. 2. Auflage. Irvine: Entrepreneur Press, 2014

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Unterrichtsmaterial teilweise Englisch.

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen

Modularbeit	• Modularbeit SEO-Analyse (Qualität der Inhalte/Ergebnisse) – Gewichtung 50% • Modularbeit Konzeption einer AdWords-Kampagne (Qualität der Inhalte/Ergebnisse) – Gewichtung 50%	Über die Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Internettechnologien & Informationssysteme

Internet Technologies & Information Systems

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M3	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Wolfgang Vogl

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit **Hochschulweite Verwendbarkeit** Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Fallstudien, Seminararbeit)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 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 wichtigsten Informationssysteme im Digitalen Business mit Schwerpunkt digitale Vertriebsprozesse/E-Commerce zu identifizieren, Funktionsweisen und Verbindungen zu verstehen sowie den Einfluss auf den Geschäftserfolg einzuschätzen.
- Die den Systemen zu Grunde liegenden Internettechnologien auf den verschiedenen Implementierungsebenen abzugrenzen, unterschiedliche Architekturansätze zu vergleichen und für den jeweiligen Anwendungsfall die passende Technologie auszuwählen.

- **Methodenkompetenz:**
- Einen methodischen Rahmen für die Konzeption, Auswahl und Beschaffung von Informationssystemen zu schaffen sowie die Investitionsentscheidung strukturiert vorzubereiten.
- Einen kontinuierlichen, agilen Prozess zur Weiterentwicklung der Informationssysteme und Potenzialabschätzung neuer Internettechnologien zu etablieren.

- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
- Als Verantwortlicher für digitale Businessprojekte zwischen den verschieden Interessensgruppen (Geschäftsleitung, Fachabteilungen, IT-Abteilung, externe Dienstleister, etc.) zu planen, zu vermitteln, Entscheidungen vorzubereiten und Projekte erfolgreich umzusetzen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Übersicht zu den wichtigsten Informationssystemen im Digital Business (Shop-Systeme, Online-Marktplätze, CRM-Systeme, CMS, Produktdatenbanken, ERP/Warenwirtschaft, Payment, Logistik, Systeme für Online-Marketing und Web-Analyse-Tools/BI)
- Aktuelle Internettechnologien: Hosting (Webserver, Cloud), Datenbanken (SQL und Non-SQL), Programmiersprachen (Java, .NET, PHP), Backend-Systeme (Web-Application-Server, E-Commerce-Frameworks, Standardlösungen), Frontend-Technologien (HTML, CSS, Javascript, Ajax, JSP), Schnittstellen, Datenformate und Webservices für Transaktionen (API: REST, SOAP, XML, CSV, FTP), Displayformate und Customer Touchpoints (Desktop, Tablet, Mobile, Spracheingaben, Interaktive Displays, IoT)
- Vergleich verschiedener Architekturprinzipien (Multi-Tier-Architektur, Komponenten, Frameworks, Microservices, transaktionskritische Architekturen)
- Vor-/Nachteile bei der Nutzung unterschiedlicher Verkaufsplattformen: eigener Online-Shop, Online-Plattform im Konsortium, Online-Marktplätze (Amazon, eBay, Mercateo)
- Vergleich und Bewertung von Eigenentwicklungen, Hybrid- Entwicklungen mit Frameworks, Entwicklung durch Softwaredienstleister, Einsatz von Open Source Systemen sowie Nutzung von Standard- oder Software-as-a-Service Lösungen
- Entwicklung einer IT-Architektur-Landkarte für die Informationssysteme im Unternehmen
- Einführung in das Requierement Engineering für die Spezifikation (Lastenheft, Pflichtenheft) von IT-Lösungen
- Anwendung strukturierte Auswahl- und Bewertungsverfahren für Investitionsentscheidungen
- Ausblick agile Entwicklungsmethoden (SCRUM), Continuous Deployment und datengetriebenes Digitalbusiness.

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Veranstaltungsunterlagen, Fallstudien, themenspezifische Fachseiten im Internet

Literatur, u. a.:

- Heinemann: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce (2017)

- Rupp: Requirements-Engineering und -Management: Aus der Praxis von klassisch bis agil (2014)

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Bei technologisch neuen Produktentwicklungen/Innovationen ist „Time-to-Market" mit breitem Marktzugang ein entscheidendes Erfolgskriterium. Eine internationale Vermarktung dazu Voraussetzung.

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Interkulturelles Management & Wirtschaftsethik

Intercultural Management & Ethics

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M4	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch / Englisch	1 Semester	SS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele M. Murry	Prof. Dr. Gabriele M. Murry, Prof. Dr. Bernt Mayer

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit **Hochschulweite Verwendbarkeit** Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Anschauungs-beispiele, Seminararbeit)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht

- **Fachkompetenz**
  Die Studierenden lernen die Rolle der Führungskraft in multinationalen Unternehmen aus westlicher sowie östlicher Perspektive zu begreifen. Sie verstehen die Bedeutung kultureller Dimensionen im Rahmen von Teams und Zusammenarbeit sowie auch der Führung und Entsendung international Arbeitender in einer von Diversität geprägten internationalen und interkulturellen Arbeitswelt unter ethischen Aspekten. Umfassendes Verständnis der Theorie und aktueller Forschung im internationalen Management auf globaler Ebene wird unter ethischen Gesichtspunkten vermittelt.

- **Sozialkompetenz**
  Die Studierenden sind befähigt zum wertschätzenden, ethischen und individuellen Umgang mit Diversität und erlernen Kompetenzen im Bereich der Teamfähigkeit, Kritikfähigkeit und des Diskussionsvermögens.

- **Methodenkompetenz**
  Die Studierenden haben Kenntnisse und Fertigkeiten im Umgang mit geeigneten Methoden und Werkzeugen zur Gestaltung der Führung und des Einsatzes von Mitarbeitenden. Die Studierenden sind ermutigt, einen globalen Ansatz zu wählen, um mit den dynamisch-globalen und regionalen Belangen umgehen zu können.

- **Persönliche Kompetenz**
  Die Studierenden sind sich bewusst, welche Kompetenzen und Haltungen sie mitbringen und entwickeln müssen, um die Ethik und Nachhaltigkeit, den Wirkungsgrad und die Akzeptanz ihrer internationalen Führungsaktivitäten zu steigern.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Imperative interkulturellen Handelns
- Aspekte von Moral, Ethik & Normen
- Kulturdimensionen und Standards
- Interkulturelle Beziehungen
- Interkulturelle Kommunikation und Training
- Arbeit und Organisation
- Akkulturation
- Kulturell informierte und angemessene Psychologie

Interkulturelle Situationen werden aus der Perspektive zwischenmenschlicher Beziehungen im vielfältigen in- und ausländischen Umfeld und im ethischen Kontext der entstehenden globalen Entwicklung beurteilt. Strategische Planung und Verhandlung wird durch das Definieren bedeutender Aufgaben innerhalb internationaler Organisationen untersucht, z. B. das Entwerfen der Organisationsstruktur und der Stellenbesetzung. Die Sicherstellung von Diversität des Personals wird aus beiden Perspektiven, kultur-basierend und kultur-vergleichend, vorgenommen.

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

- Adler, N. (2007). International Dimensions of Organizational Behavior. (5th ed.) Cincinnati, OH: South-Western.
- Banks, Ken (2016). Social Entrepreneurship and Innovation: International Case Studies and Practice. London, UK: Kogan Page.
- Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., & Dasen, P. R. (2011). Cross-Cultural Psychology: Research and Applications. (3nd ed.) Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. D. Sr. (2013). International Human Resource Management. (6th ed.) London: Cengage Learning EMEA.
- Farrel, O. C., Fraedrich, J., & Farrel, S. (2016). Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases. (11th ed.)
- Harris, P. R., Moran, R. T. & Moran, S. V. (2014). Managing Cultural Differences. (9th ed.) Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Durch das Thema selbst schon gegeben

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	120 min (Fallstudie) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Digitale Geschäftsmodelle

Digital Business Models

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M5	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SoSe	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Prof. Dr. Marco Nirschl

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit **Hochschulweite Verwendbarkeit** Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Anschauungs-beispiele)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 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:**
- grundlegende strategische und technologische Veränderungen als Basis digitaler Geschäftsmodelle sowie das Zusammenspiel der wesentlichen Komponenten von digitalen Geschäftsmodellen zu verstehen. Ferner können sie digitale Geschäftsmodelle anhand ihrer Bestandteile beschreiben und beurteilen.

- **Methodenkompetenz:**
- Ansätze zur Darstellung von digitalen Geschäftsmodellen anzuwenden sowie die wichtigsten Bereiche der konzeptionellen Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle zu verstehen.

- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
- digitale Geschäftsmodelle aus verschiedenen Blickwinkeln zu beurteilen und spezielle Anforderungen veranschaulichen und diskutieren zu können

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Treiber und Hintergründe der digitalen Transformation
- Gesellschaftliche, technologische und wirtschaftliche Entwicklungen durch die Digitalisierung und Auswirkungen auf Geschäftsmodelle
- Grundlegende Ansätze zur Beschreibung von Geschäftsmodellen
- Überblick und Ausgestaltung digitaler Geschäftsmodelle in verschiedenen Bereichen und Branchen

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte

Literatur, u. a.:
- Gassmann et al.: Geschäftsmodelle entwickeln (2013)
- Hoffmeister: Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen (2013)
- Kollmann: E-Business (2013)
- Kollmann/Schmidt: Deutschland 4.0 (2016)
- Osterwalder/Pigneur: Business Model Generation (2011)
- Schallmo: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren (2013)
- Schallmo et al: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen (2017)
- Wirtz: Electronic Business (2013)

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Unterrichtsmaterial teilweise Englisch.

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen

Klausur Modularbeit	Schrifltiche Prüfung, 60 min Gewichtung: 50% schrifltich/mündlich/praktisch Gewichtung: 50% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Klausur und Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Internetrecht & IT-Sicherheit

Internet Law & IT Security

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M6	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SoSe	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Dr. Martin Wintermeier, Tilo Fischer

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit **Hochschulweite Verwendbarkeit** Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. computergestützte Praxisbeispiele, Fallstudien, Selbststudium, Übungen)	Teil 1: Internetrecht Präsenzzeit: ca. 30 h Vor- und Nachbereitung: ca. 22,5 h Leistungsnachweise: ca. 22,5 h Teil 2: IT-Sicherheit Präsenzzeit: ca. 30 h Vor- und Nachbereitung: ca. 20 h Leistungsnachweise: ca. 25 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

Teil 1: Internetrecht

- wesentliche Rechtsnormen, die bei Auftritten im Internet zu beachten sind, zivil- und strafrechtliche Haftung von Anbietern im Internet und Besonderheiten beim Abschluss von Verträgen im Internet zu kennen. (Fachkompetenz)
- erworbene Kenntnisse in Fallbeispielen und Studien anzuwenden, Zusammenhänge der Rechtsvorschriften zu erkennen und Problemfälle auch unter veränderten rechtlichen Bedingungen lösen zu können. (Methodenkompetenz)
- Eigenschaften wie sprachliche Ausdrucksfähigkeit, Selbstorganisation und logisches Denkens in Zusammenhang mit rechtlichen Themen und Diskussionen zu beherrschen. (Sozialkompetenz)

Teil 2: IT-Sicherheit

- die Notwendigkeit des Schutzes von IT-Systemen nachvollziehen zu können (Awareness).
- Bedrohungen für einzelne Rechner, Computernetzwerke und Webanwendungen bzw. betroffene Schutzziele zu kennen.
- ausgewählte Basistechnologien, die in der Informationssicherheit eingesetzt werden zu kennen, und zu wissen wie diese verwendet werden.
- ausgewählte Konzepte zum Schutz einzelner Rechner, Computernetzwerke und Webanwendungen zu verstehen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

Teil 1: Internetrecht

- Grundlagen des Urheber-, Marken- und Wettbewerbsrechts
- Vorschriften des TelemedienG sowie einschlägiger Vorschriften des BGB und StGB
- Grundlagen der EU-Richtlinien zum E-Commerce einschließlich nationaler Umsetzung

Teil 2: IT-Sicherheit

- Einführung und Grundbegriffe
- Grundlagen Computernetzwerke
- Bedrohungen und Schutzziele
- Basistechnologien
- System- und Anwendungssicherheit
- Standards, Normen und Zertifizierungen
- Ausblick: Cloud, Internet of Things, Industrie 4.0

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Teil 1: Internetrecht

Einschlägige Lehrbücher, Fallsammlungen, Kommentare und Fachzeitschriften

Teil 2: IT-Sicherheit
Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte
Literatur, u. a.:

- Eckert: IT-Sicherheit – Konzepte, Verfahren, Protokolle (2014)
- Erickson: Hacking – The Art of Exploitation (2010)
- Kurose/Ross: Computernetzwerke. Der Top-Down-Ansatz (2012)
- Aktuelle Threat- und Malware-Reports

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Ausblick auf EU-Recht und z. T. ausländische Rechtsordnungen.
Die Bedrohung durch Hackerangriffe sowie Schwachstellen in IT-Systemen und Software sind unabhängig von Landesgrenzen.
Es wird u. a. englischsprachige Literatur verwendet.

Besonderheiten
Internationality

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur Teil 1: Internetrecht	60 min Gewichtung: 50%	Über die Klausuren werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft
Klausur Teil 2: IT-Sicherheit	60 min Gewichtung: 50% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	

Normatives & Strategisches Management

Normative & Strategic Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M7	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dipl. Kfm. Ralph E. Hartleben	Prof. Dipl. Kfm. Ralph E. Hartleben

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit **Hochschulweite Verwendbarkeit** Anrechenbarkeit in den MBAs & M.A. OTH Professional	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (evtl. thematische Gruppenarbeiten, Exkursionen)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 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 normativen Bestimmungs- und Führungselemente Unternehmensmanagement und deren Bedeutung kennen und verstehen
- zentrale Managementansätze kennen und verstehen
- die wesentlichen strategischen Elemente und Instrumente der Unternehmensorganisation, -führung und deren Interdependenzen im Hinblick auf ein konsistentes und ganzheitliches Unternehmensmanagement kennen und verstehen
- wesentliche Instrumente und Methoden zur Situations- und Ursachenanalyse als Basis normativer und strategischer Managementprozesse und -maßnahmen kennen

- **Methodenkompetenz:**
- die Anwendungsoptionen, Anforderungen und Nutzenpotenziale dieser Elemente verstehen und einsatzorientiert beurteilen können
- die wesentlichen Elemente einsetzen und im Rahmen von Controlling anwenden können

- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
- die Bedeutung normativer Führungssystemelemente zur Unternehmens- und Mitarbeiterführung und Entwicklung einer Unternehmenskultur reflektieren und verstehen
- sich der Bedeutung strategischer Unternehmensführung bewusst sein
- Ethische Fragen des Managements verstehen und den eigenen Standpunkt entwickeln können

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Die drei Ebenen der Unternehmensführung: normativ, strategisch, operativ
- Die drei Perspektiven des Unternehmensmanagements: Ressourcen-, Markt-, Beziehungsorientierung
- Normative Bestimmungs- und Führungselemente, wie Mission und Vision, Corporate Governance, Compliance, Corporate Identity, Revision/Audit, CSR in Theorie und exemplarischer Anwendung
- Zentrale Managementansätze, wie Lean Management, Six Sigma, Kaizen, MbO, Shareholder Value, Kernkompetenzenansatz, Design Thinking
- Strategische Managementinstrumente, z.B. Einsatz von KPI/ Balanced Scorecards, Portfolioanalyse, Szenarioanalyse, Prozessmanagement, Re- und Reverse-Engineering, Branchen-strukturanalyse (5 forces), Unternehmensstrukturanalyse und Organisationsentwicklung, SGE-Management, Change Management, CRM, Leadershipkommunikation, etc.
- Controllingmethoden, z.B. zentrale KPI, Revision/Audit, Geschäftspolitische Durchsprache, Planungsrunde, Bilanzanalyse etc.
- Zentrale Analysemethoden, wie Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeiterbefragung, Markt- und Umweltanalyse/SWOT, Unternehmensstatistik/Big Data, Prozess- und Wertstromanalyse, Skill-Mix-Analyse

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Charts, evtl. Planspiele, Fallstudien

<u>Exemplarische Literatur:</u>

- Dubs: Normatives Management, Haupt-Verlag
- Hungenberg: Strategisches Management in Unternehmen, Springer-Gabler-Verlag
- Steinmann, Schreyögg, Koch: Management, Springer-Gabler-Verlag

Internationalität (Inhaltlich) Internationality
Behandlung der Themen immer in Bezug auf globale Verflechtung der Industrie/Wirtschaft

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform	**Art/Umfang inkl. Gewichtung**	**Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen**
Klausur	90 min Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Business Intelligence & Analytics

Business Intelligence & Analytics

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M8	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Schieder	Prof. Dr. Christian Schieder

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Fallstudien)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

- Die Studierenden verstehen die grundlegenden fachlichen, prozessualen und technischen Aspekte von Business Intelligence und Big Data Analytics und können Umsetzungs- bzw. Auswertungsaufgaben in Unternehmen dahingehend unterstützen. (Fachkompetenz)
- Die Studierenden können den konzeptionellen und methodischen Handlungsrahmen von Business Intelligence und Big Data Analytics analysieren sowie ihre Potenziale einschätzen und bewertenn. (Methodenkompetenz)
- Die Studierenden sind in der Lage als Mittler zwischen IT-Konzeption und betrieblicher Anwendung fungieren und sich in die Rollen von Analysten und Kunden hinein zu versetzen. (Sozialkompetenz)

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Grundlagen der IT-basierten Managementunterstützung: Business Intelligence und Big Data Analytics
- Business Intelligence- und Analytics-Prozesse und Architekturkonzepte, integrierte Architekturen
- Business Intelligence und Analytics Werkzeuge: Tableau, Microsoft Power BI, Talend Open Studio
- Methoden der Datenmodellierung
- Entwicklung und Betrieb von Business-Intelligence-Systemen
- Fallstudien zu Business Intelligence und Analytics (z. B. Web-Controlling-Systeme, Recommendation Engines, Intelligente Agenten)

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte

Exemplarische Literatur, u.a.:

- Gluchowski, P., Chamoni, P.: Analytische Informationssysteme
- Kemper, H.G., Mehanna, W., Unger, C.: Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen, 2. Aufl., Wiesbaden 2006
- Kemper, H.G., Baars, H.: Business Intelligence - Arbeits- und Übungsbuch, Wiesbaden 2008
- Bauer, A.; Günzel, H. (Hrsg.): Data Warehouse Systeme, Heidelberg 2004
- Kimball, K., Reeves, L., Ross, M., Thornthwaite, W.: The Data Warehouse Toolkit - The Complete Guide to Dimensional Modelling, 2nd ed., New York 2002

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Unterrichtsmaterial teilweise in Englisch.

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Modularbeit	Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Konzeption und Implementierung eines realistischen BI&A-Anwendungsfalls

Geschäftsprozess- & Veränderungsmanagement

Business Process & Change Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-M9	Grundlagenmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Dr. Christian Ritter

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Fallstudien)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (fachliche, methodische, persönliche Kompetenzen)

- **Fachkompetenz:**
  die verschiedenen Aspekte des Geschäftsprozess- und Veränderungsmanagements grundlegend zu verstehen und Modellierungsaufgaben sowie die Anwendung entsprechender Software zu unterstützen.
- **Methodenkompetenz**
  Konzepte und Methoden des Geschäftsprozess- und Veränderungsmanagements anzuwenden sowie die damit verbundenen Möglichkeiten und Grenzen bewerten zu können.
- **Sozialkompetenz**
  Verständnis für verschiede Rollen und Aufgaben im Prozessmanagement zu haben und sich in die Rollen von Treibern und Betroffenen von Change-Prozessen hinein zu versetzen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

Geschäftsprozessmanagement
- Grundlegende Begriffe des Geschäftsprozessmanagements
- Prozessmodellierung und Modellierungs-Methoden
- Geschäftsprozessmodellierung und -simulation
- Prozessmanagement mit Workflow-Management-Systemen
- Prozessmanagement mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware

Veränderungsmanagement
- Grundlagen und Notwendigkeit des Change Managements
- Erfolgsfaktoren des Change Managements
- Besondere Anforderungen an das Change Management in der Internetökonomie

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte

Exemplarische Literatur, u.a.:

- Gadatsch: Grundkurs Geschäftsprozess-Management (2012)
- Lauer: Change Management (2014)

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Unterrichtsmaterial teilweise Englisch.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform	**Art/Umfang inkl. Gewichtung**	**Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen**
Modularbeit	Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Wahlpflichtmodule
(3 von 5 sind zu wählen)

Selbst- & Sozialkompetenz am Arbeitsplatz

Personal & Social Skills

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-WP1	Wahlpflichtmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SoSe	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	N.N.

Voraussetzungen*
Prerequisites

B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Coaching)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

- **Selbstkompetenz**:
  Die Studierenden lernen, offen für neue Entwicklungen zu sein und Ziele ausdauernd und entschlossen zu verfolgen. Es wird die Fähigkeit vermittelt, unter hoher Arbeitsbelastung Prioritäten setzen und Aufgaben delegieren zu können sowie Entscheidungen zu treffen und durchzusetzen. Sie können Sachverhalte kritisch hinterfragen und reflektieren und darüber hinaus die gesellschaftliche Verantwortung in eigene Entscheidungsprozesse einbeziehen.

- **Sozialkompetenz**:
  Die Studierenden stärken ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit und lernen konstruktiv Feedback zu geben und anzunehmen. Das erlernte Fachwissen setzen sie ein, um im Umgang mit Kunden oder weiteren Prozesspartnern überzeugend zu kommunizieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Coaching, Training und Weiterbildung
- Zieldefinition und Entscheidungsfindung
- Priorisierung von Aufgaben
- Kommunikations- und Präsentationstechniken
- Führung und Motivation von Mitarbeitern
- Teamentwicklung

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

- Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. (2014), Sozialpsychologie (8th ed.), Hallbergmoos: Pearson Studium
- Asendorpf, J. (2012) Psychologie der Persönlichkeit, (5. Aufl.), Berlin: Springer
- Jonas, K., Stroebe, W., & Hewstone, M. (2014), Sozialpsychologie (6th ed.), Berlin-Heidelberg: Springer-Verlag
- Schuler, H. & Kanning, U.P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3., überarb. u. erw. Aufl.), Göttingen [u.a.]: Hogrefe
- Schuler, H. & Moser, K. (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Aufl.), Bern: Huber
- Steiger, T., & Lippmann, E. (2013), Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte, Berlin-Heidelberg: Springer-Verlag

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Studiengangspezifische Methodenkompetenz

Methodological Skills specific for the Course of Studies

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-WP2	Wahlpflichtmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	N.N.

Voraussetzungen*
Prerequisites

B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 **Hochschulweite Verwendbarkeit** Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Coaching)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

- **Methodenkompetenz**:
  Den Studierenden wird ein Methodenkatalog an die Hand gegeben, der sie zur Präsentation von Themengebieten befähigt. Das methodische Wissen versetzt sie in die Lage, Prozesse zu strukturieren und Projekte erfolgreich durchzuführen. Sie lernen spezifische Problemstellungen bei der Arbeit in Projekten sowie die Anforderungen an die Projektleitung kennen und sind in der Lage, eine Leitungsfunktion zu übernehmen. Sie verfügen über eine Problemlösungskompetenz bei betrieblichen Fragestellungen und über die daraus resultierende Erarbeitung von Alternativkonzepten. Es wird vermittelt, wie wissenschaftliche Erkenntnisse in die betriebliche Praxis transferiert werden.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Methodenauswahl
- Präsentationstechniken
- Projektmanagement und Arbeitsmethodik
- Prozessdesign und -implementierung
- Entscheidungsfindung und Problemlösungskompetenz

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

- Deutscher Manager-Verband e.V. (Hrsg.), Handbuch Soft Skills, Band III: Methodenkompetenz, 2004, vdf Hochschulverlag, Zürich
- Hungenberg, H., Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse – Verfahren, Springer-Gabler-Verlag, Wiesbaden
- Lang, Rudolf W., Schlüsselqualifikationen: Handlungs- und Methodenkompetenz, personale und soziale Kompetenz, 2000, Jahr, Deutscher Taschenbuch-Verlag, München

Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Angewandte Themen des Digital Business

Applied Subjects of Digital Business

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-WP3	Wahlpflichtmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	N.N.

Voraussetzungen*
Prerequisites

B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

Die Studierenden kennen die Bedeutung und Rahmenbedingungen des Digital Business Managements sowie aktuelle Themen und Problemstellungen des Digital Business. Sie setzen Erkenntnisse im eigenen Verantwortungsbereich um, analysieren und Bewerten neue Entwicklungen und sind in der Lage, eigene Vorgehensweisen zu definieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Bedeutung des Digital Business in Unternehmen
- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren
- Aktuelle Problemstellungen
- Praktische Umsetzung
- Trends und Entwicklungen im Bereich Digital Business

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Projektmanagement im Digital Business

Project Management in Digital Business

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-WP4	Wahlpflichtmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Wiebke Schulz

Voraussetzungen*
Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvorraussetzungen zum MBA
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten)/ Blended Learing	Präsenzzeit: ca. 20 h Virtuelle Zeit: ca. 15 h Eigenstudium: ca. 10 h Prüfungsvorbereitung: 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 Studierenden kennen verschiedene Projekttypen und Projektphasen sowie die unterschiedlichen Projektmethodologien (hybrid, agil, klassisch). Sie kennen die Herausforderungen in der Führung von Projektteams.

Methodenkompetenz: Die Studierenden können die erworbenen Kenntnisse auf diverse Projektphasen anwenden. Sie kennen verschiedene Methoden (z.B. Scrum, Kanban, Stakeholderanalyse) und können diese im Projektkontext anwenden. Die Studierend können Führungskompetenzen in Projektteams anwenden.

Persönliche Kompetenz (Selbst- und Sozialkompetenz): Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Zusammenarbeit im Projektteam und können in Teamsettings zusammenarbeiten und Projektfortschritte,-ziele und -risiken entsprechend kommunizieren und geeignete Maßnahmen initiieren. Sie können Auswirkungen verschiedener Projektsetting auf die Zusammenarbeit in Team und auf das Selbstmanagement reflektieren. Sie verstehen, wie man Projektteams effizient zusammenstellt und leitet.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Grundlagen des Projektmanagements
- Projektplanung und -durchführung
- Klassisches, Agiles und Hybrides Projektmanagement
- Projektorganisation
- Projektleitung: Souverän und gelassen Projektteams führen
- Projektkommunikation: Team Building und Motivation
- Risiko- und Changemanagement

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

- Grau N., Wagner R. (Hrsg.), Basiswissen Projektmanagement: Projekte planen, Risiken erkennen, 2013, Symposion Publishing
- Heintel, P., Kraniz, E., Projektmanagement: Hierarchiekrise, Systemabwehr, Komplexitätsbewältigung, 2015, Springer Gabler, Wiesbaden
- Leopold, K., Kaltenecker, S., Kanban in der IT: Eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung schaffen, 2013, Carl Hanser Verlag, München
- Patzak, G., Rattay G., Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, 2014, Linde Verlag, Wien
- Kirchhof, M.; Kraft, B.: Agile und klassische Methoden im Projekt passend kombinieren. Projekt Magazin (2012), 11, S. 1–11.
- Kirchhof, C.; Fiege, J; Weiß, M.: Anwendungsbezogenes Projektmanagement: Praxis und Theorie für Projektleiter Projekt Magazin (2017). Berlin/Heidelberg
- Jakoby,W.: Intensivtraining Projektmanagement: Ein praxisnahes Übungsbuch für den gezielten Kompetenzaufbau (2019), Springer Gabler, Wiesbaden
- Kuster,J.: Handbuch Projektmanagement : Agil – Klassisch – Hybrid (2019), Springer Gabler, Berlin/Heidelberg

Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

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

Method of Assessment		
Prüfungsform	**Art/Umfang inkl. Gewichtung**	**Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen**
Modularbeit	Gewichtung: 100%	Über die Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Angewandte Prozesse & Instrumente des Digital Business

Applied Processes and Tools of Digital Business

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-WP5	Wahlpflichtmodule	**ECTS: 5**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SoSe	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	N.N.

Voraussetzungen*
Prerequisites

B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht:

Die Studierenden verstehen die organisatorische Einbettung der verschiedenen Funktionen im Digital Business Management innerhalb des Unternehmens und können Prozesse des Digital Business Managements benennen. Anhand geeigneter Instrumente sind sie in der Lage Themen praktisch zu bearbeiten. Neue Entwicklungen im Digital Business können beurteilt und in der Praxis umgesetzt werden.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

- Bedeutung und Ziele des Digital Business Managements in Unternehmen
- Prozesse des Digital Business Managements in der Praxis
- Instrumente des Digital Business Managements in der Praxis
- Erfolgsfaktoren im Digital Business Management
- Trends und neue Entwicklungen im Bereich Digital Business

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Masterarbeit und Kolloquium

Masterarbeit & Kolloquium

Master Thesis & Colloquium

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-DBM-MA	Masterarbeit und Kolloquium	**ECTS: 30**

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch oder Englsich (in Absprache)	1 Semester	SS o. WS	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/In Professor / Lecturer
Prüfungskommissionsvorsitz	Erst- und Zweitbetreuer/in bzw. Erst- und Zweitgutachter/in

Voraussetzungen*
Prerequisites

Zulassungsvoraussetzung zur mündlichen Prüfung (Präsentation):
mindestens ausreichende Bewertung in der schriftlichen Ausarbeitung
***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Digital Business Management **Hochschulweite Verwendbarkeit** Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge	Selbständige wissenschaftlich-methodische Bearbeitung eines praxisrelevanten, abgrenzbaren (Teil-)Projektes in einem studiengangbezogenen Umfeld und schriftliche Dokumentation in Form einer wissenschaftlichen Arbeit; Präsentation der Masterarbeit.	Masterarbeit: ca. 840 h (schriftliche Ausarbeitung) Kolloquium: ca. 60 h (mündliche Präsentation)

Lernziele / Qualifikationen des Moduls
Learning Outcomes

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

Die/der Studierende ist in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine wissenschaftliche Fragestellung in anwendungs- oder forschungsorientierten Aufgaben und Projekten in einem studiengangbezogenen Umfeld selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Er/Sie besitzt die Kompetenz zur professionellen mündlichen und schriftlichen Darstellung der erarbeiteten Ergebnisse.

Inhalte der Lehrveranstaltungen
Course Content

Das Thema der Arbeit kann vom Studierenden in Absprache mit einem/r Betreuer/in frei gewählt werden.
Masterarbeiten können intern oder extern in Betrieben oder Behörden durchgeführt werden

Lehrmaterial / Literatur
Teaching Material / Reading

Literaturrecherche ist entsprechend der gestellten Thematik selbständig zu erarbeiten

Internationalität (Inhaltlich)
Internationality

In Abhängigkeit vom gestellten Thema

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

Prüfungsform	Art/Umfang inkl. Gewichtung	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Masterarbeit	Die Bearbeitung der Masterarbeit ist in der APO, SPO und den „Richtlinien zur Abschlussarbeit" geregelt. Gewichtung: 4/6	Über die Masterarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft
Kolloquium	Präsentation: ca. 15 min Diskussion: ca. 15 min Gewichtung: 2/6	Über das Kolloquium werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.