

Modulhandbuch

Course Catalogue

Digital Business (SPO WiSe 23/24)



WEIDEN BUSINESS SCHOOL
Department of Business Studies

Inhaltsverzeichnis:

1	Vorbemerkungen	3
2	Studienplan.....	4
3	Anrechnungen	5
4	Modulbeschreibungen	6
4.1	Allgemeine Pflichtfächer	7
	Innovation und Design.....	8
	Produktmanagement	10
	Digital Marketing & Sales	12
	Global Supply Chain und Operations Management	14
	Big Data Analytics	16
	Digitale Strategien und Geschäftsmodelle	19
	Cybersicherheit u. Recht im Dig. Bus.	21
	Agiles Projekt- u. Prozessmanagement	23
	Digital Economics und quantitative Methoden.....	25
	Digital Finance - Anwendungen und Methoden	27
	Digital Ethics	29
	Digital Leadership und Transformation.....	31
	Masterarbeit (Capstone Project)	33
	Digital Business Research.....	35

1 Vorbemerkungen

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 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:

Einem Credit-Point wird ein Workload von 30 Stunden zu Grunde gelegt.

Anrechnung von Studienleistungen:

Bitte achten Sie auf entsprechende Antragsprozesse über das Studienbüro.

2 Studienplan

Curriculum

	1	2	3	4	5	6	8
	Nr.	Modulname (deutsch/englisch)	ECTS	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Modulprüfung ¹⁾	Gewicht für Zeugnis-gesamtnote
Digital Business Functions	F1	Innovation und Design/ Innovation and Design	5	4	SU, Ü	ModA	1
	F2	Produktmanagement / Product Management	5	4	SU, Ü	ModA	1
	F3	Digital Marketing & Sales / Digital Marketing & Sales	5	4	SU, Ü	ModA	1
	F4	Global Supply Chain und Operations Management / Global supply chain and operations management	5	4	SU, Ü	KI 90	1
	F5	Big Data Analytics Big Data Analytics	5	4	SU, Ü	ModA	1
Digital Business Management	M1	Digitale Strategien und Geschäftsmodelle/ Digital strategies and business models	5	4	SU, Ü	ModA	1
	M2	Cybersicherheit u. Recht im Dig. Bus. / Cybersecurity and digital law and regulations	5	4	SU, Ü	KI 120	1
	M3	Agiles Projekt- u. Prozessmanagement / Managing agile processes and projects	5	4	SU, Ü	ModA	1
	M4	Digital Economics und quantitative Methoden / Digital Economics and quantitative methods	5	4	SU, Ü	KI 90	1
Digital Business Economics and Leadership	C1	Digital Finance - Anwendungen und Methoden/ Digital Finance – Applications and Methods	5	4	SU, Ü	KI 90	1
	C2	Digital Ethics/ Digital Ethics	5	4	SU, Ü	ModA	1
	C3	Digital Leadership und Transformation / Digital Leadership and Transformation	5	4	SU, Ü	ModA	1
Master projekt	MA	Masterarbeit/Capstone Projekt /Master thesis/Capstone project	20		MA	MA	4
	FT	Digital Business Research/ Digital Business Research	10		EX	ModA	2
		Summe ECTS / SWS	90	48			

3 Anrechnungen

Prinzipiell können bereits mit Erfolg abgelegte Leistungen (ggf. auch Praktikum) anerkannt werden - auch aus einem bereits abgeschlossenen Erststudium. Dazu ist nach der Immatrikulation an der OTH ein entsprechender Antrag mit einer offiziellen Notenbestätigung Ihrer bisherigen HS über das Studienbüro zu stellen. Anschließend prüfen die jeweiligen Dozenten, ob die bereits abgelegten Fächer inhaltlich und bzgl. Umfang (Credit Points bzw. Semesterwochenstunden) etc. den Anforderungen unserer Fächer entsprechen. Abhängig davon kann dann eine Anerkennung erfolgen oder nicht. Eine eigene Abschätzung ist Ihnen möglich, wenn Sie Ihre bisherigen Fächer mit den Beschreibungen im Modulhandbuch des jeweiligen OTH-Studiengangs vergleichen.

Da die Antragsbearbeitung erfahrungsgemäß durchaus einige Wochen dauern kann, empfiehlt sich ggf. bei Fächern des 1. Semesters unmittelbar zu Semesterbeginn eine persönliche Vorab-Klärung mit den jeweiligen Dozenten (z.B. Sprechstunde), so dass Sie kurzfristig Klarheit haben, ob Sie die Vorlesung besuchen müssen oder nicht bzw. ob etwaige Leistungsnachweise noch zu erbringen sind. Bringen Sie dazu möglichst aussagekräftige Unterlagen (z.B. Modulhandbuch Ihrer bisherigen Hochschule) mit, welche den Vergleich ermöglichen (Auszüge auch Anlage zum Antrag).

Für Kurse die während des Studiums bei der vhb oder im Sprachenzentrum abgelegt werden, ist ein entsprechender Antrag auf Anrechnung zu stellen. Dieser kann im Primuss Portal heruntergeladen werden und zusammen mit entsprechenden Nachweisen beim Studienbüro und der Prüfungskommission eingereicht werden.

4 Modulbeschreibungen

4.1 Allgemeine Pflichtfächer

Innovation und Design

Innovation and Design

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	F1	Allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch	1 Semester	nur Wintersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Johann Strassl	Prof. Dr. Johann Strassl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	70 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 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 Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Innovation und Kreativität
- Design Thinking für Innovation und Digitalisierung
- Prototyping
- Nutzerzentrierung
- Usability und User Experience Design

Internationalität (inhaltlich):

Die Veranstaltung findet in englischer Sprache statt.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Keine Besonderen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	Aufgabe 1: Basisprojekt - Essay – Einzelleistung Gewichtung: 10 % Aufgabe 2: Praxisprojekt 1 - Gruppenleistung Gewichtung: 30 % Aufgabe 3: Praxisprojekt 2 - Gruppenleistung Gewichtung: 40 % Aufgabe 4: Reflexion und Präsentation zu Innovationen in verschiedenen Bereichen der Digitalisierung Einzelleistung - Gewichtung: 20 % Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!	Aufgabe 1: In diesem Leistungsnachweis wird das selbstständige Anwenden einer Methode geprüft. Aufgabe 2: In diesem Leistungsnachweis wird das selbstständige Anwenden von Methoden an einem Praxisprojekt abgeprüft. Aufgabe 3: In diesem Leistungsnachweis wird das selbstständige Anwenden von Methoden an einem Praxisprojekt abgeprüft. Aufgabe 4: Reflexion und Bewertung von Innovationen durch die Digitalisierung

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Produktmanagement

Product Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	F2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Sommersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Johann Strassl	Prof. Dr. Johann Strassl; Prof. Dr. Matthias Lederer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen: - Digital Entrepreneurship (M) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	90 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	0 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 Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Product Manager Role and Product Management Framework
- User and Market Segmentation
- Market and Competitive Analysis
- Value Proposition Design
- Business Case and Product Costing/Pricing
- Product Costing and Pricing
- Launching and In-life

- Product Marketing
- Product Performance Management, BSC and End of Life
- Product Portfolio Management, Product Strategy and Roadmaps

Internationalität (inhaltlich):

Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet. Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

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

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	Aufgabe 1: Thesen-Papier (Einzelleistung, Gewichtung 40%) Aufgabe 2: Ergebnis-Präsentation (Gruppenleistung, Gewichtung 40%) Aufgabe 3: Reflexionspapier (Einzelleistung, Gewichtung 20%) Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden.	Aufgabe 1: Über diesen Leistungsnachweis wird das selbstständige Verstehen der Produktmanager-Rolle in der Praxis abgeprüft sowie die erforderliche Teamarbeit. Aufgabe 2: Über diesen Leistungsnachweis wird das selbstständige Anwenden einer Methode im Produktmanagement abgeprüft. Darüber hinaus werden auch Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation abgeprüft. Aufgabe 3: Anwendung der erlernten Methoden und der Praxiserkenntnisse und Transfer einer Methode in ein adäquates Lernformat.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Digital Marketing & Sales

Digital Marketing & Sales

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	F3	allgemeine Pflichtfächer	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	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Dr. Qeis Kamran	Prof. Dr. Dr. Qeis Kamran

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundwissen Marketing

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien, Gastvorträge, Projektarbeit	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	30 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 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 konzeptionieren. Sie verstehen die Systematik der Online Marketing Instrumente (SEO, SEA, Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Social Media-Marketing). Sie können bestehende Abläufe in OnlineShops 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 Entscheidu

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Omni-Channel-Strategien im Marketing

- Markt und Gesellschaft im Umbruch
- Grundlagen des Omni-Channel-Managements
- Prozess der integrierten Omni-Channel-Marketingplanung

Online-Sales & Conversion-Optimierung

- Customer Journey im E-Commerce
- Prozess-Optimierung in Online-Shops
- Web-Usability

- HTML und CSS

Online-Marketing

- Grundlagen des Online-Marketing
- Suchmaschinen-Marketing
- Weitere Instrumente des Online-Marketing (AM, EMM, SMM, Content-Marketing)
- Web- und Marketing-Controlling

Internationalität (inhaltlich):

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

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte und Artikel

Vertiefungs-Literatur, u. a.:

- Alpar, A.; Koczy, M.; Metzen, 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.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	<p>Aufbereitung eines Themas des Digital Marketing & Sales sowie Präsentation der Ergebnisse (schriftlich + mündlich) Gewichtung: 1/3</p> <p>Diskussion zu einem Fachartikel aus dem Bereich Digital Marketing #svhs#amp## Sales (schriftlich + mündlich) Gewichtung: 1/3</p> <p>Schriftliche Zusammenfassung der Vorlesungsinhalte als Management Summary (schriftlich) Gewichtung: 1/3</p>	<p>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.</p> <p>Über die Beschäftigung mit einem wissenschaftlichen Artikel werden fachliche, methodische und persönliche Kompetenzen geprüft.</p> <p>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.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich 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	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	F4	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Online	Deutsch/Englisch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	unbegrenzt

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Pitzl	Daniel Gräf; Prof. Dr.-Ing Jörg Franke

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Zur Teilnahme ist eine Anmeldung und Registrierung bei der VHB erforderlich!

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Online-Vorlesung mit Case-Studies bei der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb), Selbststudium	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	0 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:**
 - Aufgaben eines Supply Chain Managers auf dem internationalen Parkett benennen
 - Ziele und Aufgaben des SCM definieren
 - Hebel für eine Gestaltung von Supply Chains unter Leistungsgesichtspunkten nutzen
 - Schnittstellen zu anderen Wertschöpfungsbereichen des Unternehmens und dessen Partnern identifizieren
- **Methodenkompetenz:**
 - Kennzahlen zur Bewertung von Supply Chains nutzen
 - Internationale Prozessketten anhand von managementunterstützenden Analyse- und Optimierungsmethoden untersuchen
- **Sozialkompetenz:** Selbstreflexion und Feedback im Rahmen der Vorlesung tragen zur Entwicklung von Sozialkompetenz bei.
- **Selbstkompetenz:** Interaktive Lehrmethoden fördern die aktive Beteiligung der Studierenden und ermöglichen es ihnen, ihre Selbstkompetenz zu stärken.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Der Kurs gliedert sich in folgende Lerneinheiten:

- Integrated logistics, procurement, materials management and production
- Material inventory and material requirements in the enterprise
- Analysis of cost reduction in materials management
- Management of procurement and purchasing

- Procurement strategies
- Warehouse management, picking systems, in-plant material handling, packaging
- Distribution logistics, global tracking and tracing
- Modes of transport in international logistics
- Disposal logistics
- Logistics controlling
- Global logistic structures and value chains
- IT systems in supply chain management
- Sustainable global structures of production and logistics
- Summary

Zur praktischen Vertiefung werden im Rahmen des Kurses 3 Case Studies durchgeführt.

Internationalität (inhaltlich):

Eingehen auf internationale Zusammenhänge und Vergleiche

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, Übungen, Case-Studies, Experteninterviews, Ausgewählte Video- und Filmpräsentationen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur	Dauer: 120 Minuten Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Big Data Analytics

Big Data Analytics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	F5	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Wintersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Schieder	Prof. Dr. Christian Schieder; Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Bitte beachten Sie die Voraussetzungen gemäß der Prüfungsordnung in der jeweils gültigen SPO-Fassung.

Empfohlene Voraussetzungen:

- Grundkenntnisse zu Analytischen Informationssystemen oder vertiefte Excel-Kenntnisse
 - Programmierkenntnisse erwünscht (z.B. Grundkenntnisse R oder Python)
 - Grundkenntnisse zu (relationalen) Datenbanksystemen wären nützlich.
- (Beachten Sie diese Kenntnisse werden NICHT im Rahmen dieser Veranstaltung vermittelt und sollten ggf. vorher über Open Educational Ressources erworben werden. Kontaktieren Sie den Dozenten falls Sie hierzu Fragen haben.)

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Business. Das Modul gibt einen vertieften Einblick in die Bedeutung von Big Data Analytics in den verschiedenen Funktionsbereichen eines Unternehmens. Anrechenbar in den Studiengängen: - Digital Business (M) - Digital Entrepreneurship (M) - Logistik und Digitalisierung (M) Über eine ggf. erforderliche Einzelfallprüfung kann das Modul in anderen Master-Studiengängen und Studienangeboten anrechenbar sein.	Seminaristischer Unterricht in einem Blended Learning Setting kombiniert mit Fallstudien- und Projektarbeit, ggf. Exkursionen und Gastvorträge.	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	30 h
		Leistungsnachweise:	60 h
		Prüfungsvorbereitung:	0 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 können Daten als unternehmerische Ressource und quantitativen Methoden im Digitalisierungskontext verstehen und erklären können. Sie kennen Techniken für das Sammeln, Analysieren, Aufbereiten und Verwenden von Daten (u.a. Process Mining, Machine Learning, Data Analytics, ...) und können Datenqualität managen Sie kennen Analysemethoden zur Entscheidungsfindung im digitalen Business und können diese anwenden (u.a. RPA, BI, MES, ...).

Methodenkompetenz: Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Konzepte und Frameworks des Knowledge Discovery in verschiedenen Funktionsbereichen anwenden (u.a. CRISP-DM, PPDAC, ...). Sie kennen einschlägige Tools zur Analyse und Darstellung von Daten.

Sozialkompetenz: Problemstellungen in Verbindung mit ihren Kommiliton(inn)en und in Onlineforen erörtern und diskutieren. Typische Konflikte bei der Durchführung von Datenanalyseprojekten zu lösen.

Selbstkompetenz: Analytisches Denken und Datenkompetenz. Komplexe Aufgabenstellungen analysieren, Lösungsmöglichkeiten recherchieren und umsetzen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Datenmanagement-Aufgaben und -Funktionen
- Data Governance, operatives Datenmanagement und Technologien
- Management der Daten- und Informationsqualität
- Big Data Technologien (NoSQL-DBs, Cloud DBs)
- Data Engineering, Datenintegration
- Data Science & Machine Learning, Data und Process Mining
- Predictive Analytics, Data Analytics, Data Visualization
- Data-driven Decision Making und Robotic Process Automation

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript und ausgewählte Fachartikel
- Verschiedene Big Data Werkzeuge unterschiedlicher Hersteller
- Lehrmaterial wird über die Lernplattform zur Verfügung gestellt

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<p>Die Projektarbeit gliedert sich in folgende Teile. Alle Teile sind in einem Semester zu erbringen. Eine nichtbestandene Teilleistung kann ausgeglichen werden.</p> <p>Teil 1: Daten Governance (Gewichtung 50%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausarbeitung eines Data Governance-Konzepts für einen Case (Gewichtung 25%). • Konzeption und Entwicklung eines Business-Glossars für den Case (Gewichtung 25%). • Analyse der Case-Datenqualität und Entwicklung von Handlungsempfehlungen (Gewichtung 25%). • Präsentation der Ergebnisse (Gewichtung 25%) am Ende der ersten Semesterhälfte. <p>Teil 2: Daten- und Prozessanalyse (Gewichtung 50%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business Intelligence: Analyse und Visualisierung von (polystrukturierten, heterogenen) Daten zu einem vorgegebenen Analysesachverhalt (Gewichtung 25%). • Process Mining: Auswertung von Prozessdaten und Ableitung geeigneter Managemententscheidungen (Gewichtung 25%). • Projektmanagement: Durchführung der Analysen, Einsatz aktueller Methoden und Werkzeuge, Koordination der Teilaufgaben im interdisziplinären Team (Gewichtung 25%). • Pitch: Präsentation der Analyseergebnisse als Data Story (Gewichtung 25%). 	Über die Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich 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	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	M1	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Sommersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Johann Strassl	Prof. Dr. Johann Strassl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)
Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:
Keine

Empfohlene Voraussetzungen:
Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload												
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminar	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Gesamtaufwand:</td><td>150 h</td></tr> <tr><td>Kontaktzeit:</td><td>60 h</td></tr> <tr><td>Web-Based-Training:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Selbststudium:</td><td>70 h</td></tr> <tr><td>Leistungsnachweise:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Prüfungsvorbereitung:</td><td>20 h</td></tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	70 h	Leistungsnachweise:	0 h	Prüfungsvorbereitung:	20 h
Gesamtaufwand:	150 h													
Kontaktzeit:	60 h													
Web-Based-Training:	0 h													
Selbststudium:	70 h													
Leistungsnachweise:	0 h													
Prüfungsvorbereitung:	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 die Säulen einer digitalen Strategie, insbesondere die Methoden und Umsetzung.
- Methodenkompetenz: Die Studierenden können erworbene Kenntnisse auf Fragestellungen anwenden. Sie erkennen digitalen Strategien und sind in der Lage, Fragestellungen für die digitale Transformation unter Berücksichtigung des Ökosystems zu lösen.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Die Studierenden sind in der Lage praktische Aufgaben in größeren oder kleineren Gruppen mit Unternehmen auszuführen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:
Course Content

- Ziel der digitalen Transformation
- Externe Perspektive der Digitalisierung (User, Wettbewerber, Chancen, Risiken)
- Interne Perspektive der Digitalisierung (Portfolio, Digital Offering, Readiness Assessment)
- Ideen und Prototyping
- Digital Roadmap

Internationalität (inhaltlich):
Die Veranstaltung findet in deutscher Sprache statt.

Lehrmaterial und Literatur:
Course Material and literature

Basisartikel:

- J. Ross et al. (2017): How to Develop a Great Digital Strategy, MIT Sloan Management Review, Vol. 58, No. 2
- D. Nylén et al. (2015): Digital innovation strategy: A framework for diagnosing and improving digital product and service innovation, Business Horizon, No. 58, S. 57-67

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	<p>Aufgabe 1: Fachlicher Leistungsnachweis, Einzelleistung Gewichtung: 30 %</p> <p>Aufgabe 2: Erstellung/Präsentation Interviews und Ergebnisse, Gruppenleistung Gewichtung (30 %)</p> <p>Aufgabe 3: Erstellung und Präsentation der Ideen im Projektbericht, Gruppenleistung Gewichtung (40 %)</p>	<p>Aufgabe 1: Studierende sind in der Lage, Potentiale und Herausforderungen der Digitalisierung in ausgewählten betrieblichen Kontexten zu argumentieren</p> <p>Aufgabe 2: Studierende sind in der Lage, eine betriebliche Ausgangssituation vor dem Hintergrund der Digitalisierung zu bewerten und darzustellen</p> <p>Aufgabe 3: Studierende sind in der Lage, Lösungsansätze zum Einsatz digitaler Technologien im Unternehmenskontext strukturiert zu entwerfen und zu bewerten</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Cybersicherheit u. Recht im Dig. Bus.

Cybersecurity and digital law and regulations

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	M2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Sommersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Johann Strassl	Dr. Christa Kraemer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	70 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 lernen die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen für unterschiedliche Verträge im IT-Recht kennen und erhalten einen Überblick zu zahlreichen weiteren Gesetzen mit IT-Bezug, insbesondere TMG und TKG. Schwerpunkt bildet die Vermittlung von Grundlagen zum Datenschutz nach DSGVO und BDSG und zur Datensicherheit. Vermittelt werden die Grundzüge zu Vertragsschlüssen im Internet und zum E-Commerce sowie zu virtuellen Bezahlssystemen sowie zivilrechtliche und strafrechtliche Haftungstatbestände im IT-Recht.

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, wesentliche Probleme bei der Leitung und Überwachung von Unternehmen zu identifizieren. Sie lernen die rechtlichen Vorgaben zur Compliance und die Instrumente des Corporate Governance kennen.

Es werden auch Bezüge zum europäischen und internationalen Recht aufgezeigt.

Methodenkompetenz:

Die Teilnehmer der Vorlesung können den rechtlichen Rahmen des Digital Business und des Corporate Governance verstehen.

Die Studierenden können die erworbenen Kenntnisse fallbezogen anwenden.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Den Teilnehmenden wird anhand von Fallbeispielen oder Themen der rechtliche Rahmen für Digital Business sowie die Ausgestaltung eines Ordnungsrahmens für die Unternehmensleitung und -kontrolle über den Corporate Governance im Kontext von gesellschaftlicher, politischer, sozialer und persönlicher Verantwortung nahegebracht.

- Die Inhalte der Lehrveranstaltung werden durch seminaristisches Arbeiten gemeinsam entwickelt und damit auch die soziale Kompetenz gefördert.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Teil 2: Einschlägige Fachliteratur, Normen/Standards, Fallstudien

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Bestehend aus zwei Teilen: <ul style="list-style-type: none"> • a) Recht im Digital Business (Klausur 60 Minuten) • b) IT-Sicherheit (VHB-Kurs). Die beiden Noten werden aus den Teilen "Recht im Digital Business" und "IT-Sicherheit" zu einer Note zusammengeführt.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Agiles Projekt- u. Prozessmanagement

Managing agile processes and projects

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	M3	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Wintersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Matthias Lederer	Prof. Dr. Matthias Lederer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundwissen Projektmanagement

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium (für Softwaretraining)	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	70 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	20 h

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:

- Organisationen prozessorientiert zu beschreiben
- ein Prozessoptimierungsprojekt von Anfang bis Ende agil zu initiieren, zu planen und zu steuern.
- einen Geschäftsprozess qualitativ und/oder quantitativ zu analysieren 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.
- Anforderungen an eine IT-Prozesslösung für Digitalisierung des Sollprozesses mithilfe agiler Methoden zu beschreiben.
- eine Workflow Management-Lösung zu realisieren und zu testen.
- aufkommende BPM-Trends zu bewerten und einordnen zu können.

Methodenkompetenz:

- einen Geschäftsprozess toolbasiert zu analysieren und mithilfe geeigneter Notationen 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.
- Unternehmensabläufe prozessorientiert zu beschreiben und in Unternehmen zu präsentieren.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**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.

Internationalität (inhaltlich):

Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet. Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Es werden Artikel und ergänzende Literaturquellen zur Verfügung gestellt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	<p>Aufgabe 1: Test (Einzelleistung), Gewichtung: 50%</p> <p>Aufgabe 2: Praxisprojekt/Übungsaufgaben/Fallstudien (Gruppenleistung), Gewichtung: 50%</p> <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur ein Semester vorgetragen werden.</p>	<p>Aufgabe 1: 50%: Über den Test werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile in der Übersicht abgeprüft.</p> <p>Aufgabe 2: 50%: Übungen/Praxisanwendungen vertiefen die Lerninhalte und Kompetenzen praktisch</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich 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	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	M4	allgemeine Pflichtfächer	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	nur Wintersemester	15 - 20

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Horst Rottmann	Prof. Dr. Horst Rottmann

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Statistik: Wahrscheinlichkeitstheorie, Verteilungen, Konfidenzintervalle, Testen von Hypothesen, Regressionsanalyse (Grundkenntnisse aus einer Veranstaltung des ersten Studienabschnitts)
Grundkenntnisse der Mikroökonomie

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: In allen Veranstaltungen des Studiengangs, die mit empirischen Daten arbeiten. Insbesondere für quantitativ-empirisch orientierte Masterarbeiten Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium (STaTa Training)	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	30 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:

- 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.
- 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 Lernveranstaltung / Internationalität:		
Course Content		
<ul style="list-style-type: none"> • 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 		
Internationalität (inhaltlich):		
<ul style="list-style-type: none"> • Globale Fragestellungen, die mit internationalen Datensätzen analysiert werden. • Software STaTa • Es werden deutsche und englische Veranstaltungsunterlagen verwendet. 		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Software Stata		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Verwendung der Software STaTa während der Prüfung Gewichtung: 100%	siehe Lernziele

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich 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	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	C1	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Sommersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Thorsten Hock	Prof. Dr. Malte Krüger; Prof. Dr. Thorsten Hock; Prof. Michael Hauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen; Gruppenarbeit: selbstständige und strukturierte Vermittlung von Fachthemen	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	40 h
		Web-Based-Training:	20 h
		Selbststudium:	50 h
		Leistungsnachweise:	10 h
		Prüfungsvorbereitung:	30 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:
 - 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 Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Introduction and Overview
- Digital Corporate Finance
- Digital Financing
- Digital Investments
- Digital Money
- Digital Payments
- Digital Insurance
- Digital Financial Advice

- Scoring Models

Internationalität (inhaltlich):

- Englische Skripte
- teilweise Veranstaltungen in Englischer Sprache
- Überwiegend englischsprachige Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Basisliteratur:

- Gomber, Koch, Siering (2017): Digital Finance and FinTech: Current Research and Future Directions, Journal of Business Economics Vol. 87, No. 5, pp. 537-580
- Gomber et. Al. (2016): The FinTec Market in Germany
- Gomber et. Al. (2011): High Frequency Trading
- Hock (2016): Das Credit Scoring - Leitfaden zur Konzeption erfolgreicher Scoringverfahren, Studie im Auftrag des Bundesverbandes für Credit Management e.V., 50 Seiten.
- Diverse aktuelle Artikel, wie in den Kursunterlagen angegeben (z.B. McKinsey & Company, Deloitte, Accenture, etc.)

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100% Bonussystem: Über die strukturierte Vorstellung eines Fachthemas (Gruppenarbeit) können im Rahmen der in der SPO ausgeführten Bonusregelung max. 25% der Klausurpunkte eingebracht werden.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Digital Ethics

Digital Ethics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	C2	allgemeine Pflichtfächer	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	Winter- und Sommersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Lisa Ranisch	Prof. Dr. Johanna Haberer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:
Zur Teilnahme ist eine Anmeldung und Registrierung im Kurs „Ethik der digitalen Kommunikation“ bei der VHB erforderlich!

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload												
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Business. Das Modul gibt einen vertieften Einblick in ethische Fragestellungen im digitalen Zeitalter.</p> <p>Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Digital Business (M) - Logistik und Digitalisierung (M) <p>Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Master-Studiengängen.</p>	<p>Online-Vorlesung der Virtuellen Hochschule Bayern (VHB)</p> <p>Lehr/Lernform: Virtuelle Vorlesung Interaktionsformen mit dem</p> <p>System/Betreuer: Chat, E-Mail, Übungsaufgaben für Selbstlernbetrieb, Übungsaufgaben Interaktionsformen mit</p> <p>Mitlernenden: Forum, Chat, Gemeinsame Aufgabenbearbeitung</p>	<table border="1"> <tr> <td>Gesamtaufwand:</td> <td>150 h</td> </tr> <tr> <td>Kontaktzeit:</td> <td>60 h</td> </tr> <tr> <td>Web-Based-Training:</td> <td>0 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium:</td> <td>60 h</td> </tr> <tr> <td>Leistungsnachweise:</td> <td>0 h</td> </tr> <tr> <td>Prüfungsvorbereitung:</td> <td>30 h</td> </tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	60 h	Leistungsnachweise:	0 h	Prüfungsvorbereitung:	30 h
Gesamtaufwand:	150 h													
Kontaktzeit:	60 h													
Web-Based-Training:	0 h													
Selbststudium:	60 h													
Leistungsnachweise:	0 h													
Prüfungsvorbereitung:	30 h													

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach der erfolgreichen Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage (fachlich, methodisch, persönlich)

Die Studierenden

- erwerben grundlegende Kenntnisse und Begrifflichkeiten der Digitalisierungsethik,
- sind dazu in der Lage grundlegende ethische Herausforderungen, die mit der Digitalisierung einhergehen, zu skizzieren und zu analysieren,
- schulen ihre ethische Urteilskraft an ausgewählten Beispielen,
- nehmen unterschiedliche (medienethische) Perspektiven auf Themenbereiche der Digitalisierung ein und können diese bewerten,
- können die rechtlichen Herausforderungen, die mit der Digitalisierung einhergehen, skizzieren und Grauzonen benennen,
- erkunden die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Informationsvermittlung und journalistische Berichterstattung,
- erhalten das Handwerkszeug, um ethische Implikationen ihres eigenen Handelns im digitalen Raum zu erfassen und dieses Handwerkszeug anzuwenden.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Geschichte des Internets
- Das Internet: Ein Medium?
- Digitale Kommunikation

- Meinungsfreiheit & Deutungshoheit
- Glaubwürdigkeit
- Qualität im digitalen Zeitalter
- Öffentlichkeit und Privatheit
- Rechtsvorschriften Grauzonen
- Grundsatzpapiere der digitalen Gesellschaft

Internationalität (inhaltlich):

Eingehen auf internationale Zusammenhänge und Bezüge

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Grimm, P. (2013): Werte- und Normenaspekte der Online- Medien – Positionsbeschreibung einer digitalen Ethik. S. 371-395 in: Karmasin et al. (Hg.), Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS.
- Heesen, J. (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: Metzler Verlag. Serie Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik. In: Communication Socialis.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	Mehrere Reflexionsaufgaben zu den Themen des Kurses Gewichtung: 100%	Über Referat und Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Digital Leadership und Transformation

Digital Leadership and Transformation

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	C3	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Wintersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Prof. Dr. Gabriele Murry; Prof.Dr. Stephanie Schmitt-Rüth

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Englisch B2+

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Upon successful completion of the module, students will possess the following professional, methodological and personal competencies:

Professional competence:

- To implement the communication requirements and tasks in leadership positions
- To assess strategies and their characteristics in the digital market and the leadership standards as the basis of economic trade
- To apply leadership competencies

Methodological competence:

- Assembling teams, taking into account the required competencies
- Analyze and measure the performance of teams / performance management
- Leadership competencies in project teams and digital teams

Personal competence (social competence and self-competence):

- Reflecting on self-leadership and teamwork as opportunities for conflict

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Students learn to argue the impact of digitalization on the management of project teams and to apply methods and tools for the analysis, design, implementation and control of project teams in digital business. They learn to assess speed, adaptivity, user-centricity and flexibility as key drivers of a changed process management. You will learn to adopt new, dynamic and flexible ways of thinking as a contrast to traditional, planning-oriented project management in order to meet the requirements of very high innovation speed and the rapid changes in customer preferences.

- Leadership and connections to strategy, leadership concepts and communication

- Leadership in dynamic and uncertain times
- Initiation and control of behavioral and communication processes
- Communication as a leadership task
- Leadership systems and ethical rules

Internationality:

Primarily English course materials will be used.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Recommended Literature – 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.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	<p>Task 1 (Murry - IMS/DEI/LD & DB): Practical exercise work (group performance) Weighting: 30%.</p> <p>Task 2 (Murry - IMS/DEI/LD #svhs#amp## DB): Critical questioning of the articles and concepts presented with discussion (individual performance) Weighting: 20%.</p> <p>Task 3 (N.N. - IMS/DB/DEI/LD): Groupproject as assigned (50%)</p> <p>Each sub-performance must be passed individually (with a minimum grade of 4.0). Each sub-performance must be passed and can only be presented 1 year at a time.</p>	<p>(Murry - IMS/DEI/LD & DB) The simulations and group projects are used to test the practical learning content and competence profiles, including team-work and presentation skills.</p> <p>(Murry - IMS/DEI/LD/DB) The assessed discussion contributions serve to deepen the understanding of the material content.</p> <p>(N.N. - IMS/DB/DEI/LD) The group project assigned assesses all the competences to be learned.</p> <p>The entire learning content and competence profiles are tested via the written individual performance record.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Masterarbeit (Capstone Project)

Master thesis (Capstone Project)

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	MA	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 20

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

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
	NN

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

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 WEBIS „Wissenschaftliches Arbeiten: Erstellung einer Abschlussarbeit“ verbindlich zu beachten.

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Masterarbeit	Gesamtaufwand:	600 h
		Kontaktzeit:	0 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	600 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	0 h

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 Lernveranstaltung / Internationalität:

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.

Internationalität (Inhaltlich): Die Masterarbeit ist in englischer Sprache anzufertigen. Masterarbeiten in deutscher Sprache sind nur in begründeten Ausnahmefällen möglich.		
Lehrmaterial und Literatur: Course Material and literature		
Keine		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO) Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Masterarbeit	Vgl. SPO	Vgl. SPO

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

Digital Business Research

Digital Business Research

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	FT	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 10

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Sommersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Schieder	Prof. Dr. Matthias Lederer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen nach Rücksprache mit dem Dozenten	Seminar (ggf. mit Exkursion zur empirischen (Feld-)Forschung), problemorientiertes und forschendes Lernen	Gesamtaufwand:	300 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	30 h
		Selbststudium:	50 h
		Leistungsnachweise:	160 h
		Prüfungsvorbereitung:	0 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 sind in der Lage aktuelle Themen in der Digital Business Forschung und die Herausforderungen bei der Implementierung neuester Forschungsergebnisse in der Praxis zu untersuchen. Aktuelle Themen der angewandten Forschung im Kontext Digital Business (Information Systems, Wirtschaftsinformatik) sind Ihnen bekannt. Sie haben bezogen auf Teilgebiete einen Überblick über die aktuelle wissenschaftliche Literatur. Ggf. werden Best Practice-Unternehmen im Rahmen eines „Digital Field Trip“ befragt und besucht.

Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage aktuelle Forschungsergebnisse mit Hilfe quantitativer und/oder qualitativer empirischer Forschungsmethoden zu erheben und zu bewerten. Sie können den aktuellen Stand der Wissenschaft für Digital Business Themen systematisch erheben, bewerten und präsentieren. Die kritische Analyse von Best Practices, Theorien, Methoden und innovativer Beiträge ist ihnen geläufig.

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Die Studierenden können kritisches Denken, selbstgesteuertes und unabhängiges Lernen, schriftliche Kommunikationsfähigkeiten und den geeigneten Gebrauch und die Interpretation von Daten aufzeigen. Sie arbeiten in Teams zusammen und sind in der Lage die Kommunikation im Team in geeigneter Weise zu steuern.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Digital Business Research
- Research Methods in Information Systems
- Conducting a Structured Literature Review
- Design-oriented Research in Information Systems
- Digital Transformation

- Digital Competencies (individual, organizational) and building competencies

Internationalität (inhaltlich):

Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet. Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, können alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt werden.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Die Veranstaltung benötigt kein Buch. Es werden Artikel und ergänzende Literaturquellen zur Verfügung gestellt bzw. im Rahmen der Literaturanalyse selbstständig recherchiert und analysiert. Ergänzend werden Vorlesungsfolien zur Verfügung gestellt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	<p>Aufgabe 1: "SLR-Paper" - Durchführung eines „Systematic Literature Reviews“ (SLR) zu einem aktuellen Forschungsthema bzw. Teilthema und Anfertigung einer wissenschaftlichen Publikation (Einzelleistung). Gewichtung: 30%</p> <p>Aufgabe 2: "Peer Review" - Begutachtung wissenschaftlicher Publikationen im simulierten Peer-Review-Verfahren (Einzelleistung). Gewichtung: 10%</p> <p>Aufgabe 3: "Pre-Conference Presentation" - Präsentation der Forschungsergebnisse des SLRs im Konferenzformat (Einzelleistung). Gewichtung: 10%</p> <p>Aufgabe 4: "Research-in-Progress Paper" - Planung, Durchführung und Nachbereitung von Forschungsaufgaben inkl. Datenerhebung, Exkursionen und Feldforschung. Aufbereitung als wissenschaftliche Publikation (Gruppenleistung). Gewichtung: 30%</p> <p>Aufgabe 5: "Peer Review" - Begutachtung wissenschaftlicher Publikationen im simulierten Peer-Review-Verfahren im Team (Gruppenleistung). Gewichtung: 10%</p> <p>Aufgabe 6: "Conference Presentation" - Präsentation der Forschungsergebnisse des SLRs im Konferenzformat (Gruppenleistung). Gewichtung: 10%</p> <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht werden.</p>	<p>Aufgabe 1: Kenntnis und Anwendung einer systematischen Literaturanalyse.</p> <p>Aufgabe 2 + 5: Kritische Analyse von wissenschaftlichen Publikationen.</p> <p>Aufgabe 3: Entwicklung eines wissenschaftlichen Modells / Handlungsrahmens und Aufbereitung wissenschaftlicher Erkenntnisse aus der Literatur.</p> <p>Aufgabe 4: Selbstständige Organisation eines Forschungsvorhabens inkl. etwaiger Exkursionen, Laborexperimente und Datenerhebungen sowie Koordination der Gruppe und externer Partner. Zusammenarbeit und Kommunikation im Team. Schriftliche Aufbereitung der Ergebnisse als wissenschaftliche Publikation.</p> <p>Aufgabe 6: Präsentation und Kommunikation von Forschungsergebnissen.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

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

