



BACHELOR **Wirtschaftsinformatik 2.0**

DIGITALE INNOVATION & TRANSFORMATION

MODULHANDBUCH

- Gültig für die Studien- und Prüfungsordnung vom 01. Oktober 2025
- Gültig für die auslaufenden Module der Studien- und Prüfungsordnung vom 01. Oktober 2022 (Applied Digital Transformation)

Stand: 16.10.2025

INHALTSVERZEICHNIS

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	3
1. KURZPROFIL UND QUALIFIKATIONSZIELE DES STUDIENGANGS	4
2. MODULSTRUKTUR UND STUDIENVERLAUF	5
3. GEFÄHRDUNGSBEURTEILUNG NACH DEM MUTTERSCHUTZGESETZ	6
4. MODULBESCHREIBUNGEN	7
1 Grundlagen des Innovationsmanagements	8
2 Innovations- und Kreativitätsmethoden I	10
3 Rapid Prototyping I	13
4 Technology Engineering	15
5 Mensch-Maschine Interaktion	17
6 Innovations- und Kreativitätsmethoden II	19
7 Rapid Prototyping II	21
8 Grundlagen der Programmierung	23
9 Angewandte Programmierung	25
10 Generative und Künstliche Intelligenz	27
11 Data & Knowledge Engineering	29
12 IoT Services & Automation	31
13 Data Science	34
14 Business Analytics	36
15 Betriebswirtschaftslehre & Omnichannel Commerce	38
16 Projektmanagement & Trendmanagement	40
17 Stakeholdermanagement in der Digitalisierung	42
18 Social Media Marketing	44
19 Digitale Ökonomie	47
20 Entrepreneurship & Intrapreneurship	49
21 Startup Engineering	51
22 Wissenschaftliches Arbeiten I	53
23 Wissenschaftliches Arbeiten II	55
24 New Work	57
25 Motivations- und Teampsychologie	59
26 Content Creation	61
27 Change Management und digitale Transformation	63
28 Nachhaltigkeit & Technikfolgenabschätzung	65
29 Wahlpflichtmodul Studium Generale	67
30 Wahlpflichtmodul Studium Generale	68
31 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	69
32 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	70
33 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	71
34 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	72

35 Betriebliche Praxisphase.....	73
36 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung 1	75
37 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung 2.....	77
38 Kolloquium.....	79
39 Bachelorarbeit	81
40 Innovationsstrategien & -systeme	83
41 Digitale Transformation	85
42 Startup Engineering II	87
44 Grundprinzipien ethischen Handelns.....	88
45 Social Web & Digitale Ökonomie	90
45 Innovation Mindset	92
46 Innovationsorientierte Unternehmenskulturen	94
47 Wahlpflichtmodule Studium Generale.....	96

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ECTS	European Credit Transfer System
P	Praktikum
S	Seminar
schrP.....	schriftliche Prüfung
SPO	Studienprüfungsordnung
SU	seminaristischer Unterricht
SWS.....	Semesterwochenstunden
Ü	Übung

1. KURZPROFIL UND QUALIFIKATIONSZIELE DES STUDIENGANGS

Als Studiengang einer Hochschule für angewandte Wissenschaften ist Wirtschaftsinformatik 2.0 als sogenanntes 6+1 Modell konzipiert, d.h. die Studierenden erwerben in fünf Semestern grundlegende Kenntnisse aus den Bereichen Innovation & Rapid Prototyping, Künstliche Intelligenz & Data Analytics sowie Future Skills und Unternehmerisches Denken & Handeln. Hierbei werden die wesentlichen Kompetenzen für die digitale Transformation in technischer und organisatorischer Hinsicht praxisnah vermittelt und darüber hinaus auch ein Schwerpunkt auf Bildung kreativer Ressourcen die eigene Persönlichkeitsentwicklung gelegt.

Ein wesentliches Element dieses Teils des Curriculums ist die Nutzung des hauseigenen Maker-Spaces. Dort finden theoretische Überlegungen aus dem seminaristischen Unterricht ihre prototypische Umsetzung im Rahmen der Lehrveranstaltungen. Darüber hinaus findet sich in den einzelnen Modulen auch immer Projektpartner aus der Wirtschaft, anhand derer ein Transfer der theoretischen Fragestellungen in die reale Praxis stattfindet.

Im sechsten Semester folgt ein praktisches Studiensemester, bei dem die Studierende ihre Erfahrungen und Kompetenzen in einem Unternehmen weiter vertiefen können. Mit dem siebten Semester wird das Studium mit einem großen Block zum Thema Unternehmertum und einer Abschlussarbeit abgeschlossen. Eigene Schwerpunkte können die Studierende zudem durch die Wahlpflichtmodule setzen, bei denen sie ergänzende oder fachlich vertiefende Lehrveranstaltungen während ihrer Studienzeit besuchen können.

Wirtschaftsinformatik 2.0 wird als Vollzeitbachelor angeboten und weist als eine Besonderheit einen sequentiellen Verlauf auf. Das bedeutet, dass ein Modul nach dem anderen stattfindet und abgeschlossen wird, während in herkömmlichen Studiengängen die Lehrveranstaltungen im Semesterverlauf hinweg parallel stattfinden und erst zum Semesterende hin mit Prüfungen abgeschlossen werden.

Ziel des Bachelorstudiums ist die Befähigung zur selbständigen Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in der digitalen Transformation. Breite und Vielfalt von Tätigkeiten auf akademischem Qualifikationsniveau im Bereich der Technik, der Betriebswirtschaft und der Innovationsarbeit werden zum einen durch eine umfassende Grundlagenausbildung, zum anderen durch unterschiedliche Wahlpflichtmodule sowie ein Gründungsseminar abgedeckt. Die Studierenden werden dadurch befähigt, sich rasch in neue Technologien einzuarbeiten und diese unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Faktoren in Unternehmen und Institutionen unterschiedlicher Branchen zur Anwendung zu bringen.

Die Beherrschung der häufig interdisziplinären Aufgabenstellungen, die Schnittstellen übergreifende Fachkenntnisse und hohe Sozialkompetenz und Kommunikationsfähigkeit erfordern, wird durch entsprechende Lehrinhalte und Lehrformen trainiert. Darüber hinaus stellt die Befähigung der Studierenden zur eigenständigen Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungskonzepte und Geschäftsmodelle sowie die Kompetenz zur Gründung eines eigenen Unternehmens ein entscheidendes profilbildendes Merkmal des Studiengangs dar. Sie sind sich dabei ihrer besonderen gesellschaftlichen und individuellen Verantwortung bewusst und handeln entsprechend.

2. MODULSTRUKTUR UND STUDIENVERLAUF

HS Coburg – Bachelor Wirtschaftsinformatik 2.0

FS 1	FS 2	FS 3	FS 4	FS 5	FS 6	FS 7
Betriebswirtschaftslehre & Omnichannel Commerce; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten II; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Content Creation; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Data Science; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Change Management und digitale Transformation; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS0455231abe5b80	Betriebliche Praxisphase, 26 ECTS	Kolloquium; S; 3 ECTS
Projekt- und Trendmanagement; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Generative Künstliche Intelligenz; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Social Media Marketing; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Nachhaltigkeit & Technikfolgenabschätzung; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Rapid Prototyping II; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Praxisbegleitende Lehrveranstaltung 1; S, Su, Ü; 2 ECTS	Bachelorarbeit, 12 ECTS
Wissenschaftliches Arbeiten I; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Innovations- und Kreativitätsmethoden I; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Motivations- und Teampsychologie; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Innovations- und Kreativitätsmethoden II; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Entrepreneurship & Intrapreneurship; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Praxisbegleitende Lehrveranstaltung 2; S, Su, Ü; 3 ECTS	Fachwissenschaftliche Wahlpflichtmodule; 3x5 ECTS
Grundlagen des Innovationsmanagements; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Rapid Prototyping I; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Stakeholdermanagement in der Digitalisierung; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Business Analytics; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Startup Engineering; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS		
Grundlagen der Programmierung; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Technology Engineering; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	IoT Services & Automation; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	New Work; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Wahlpflichtmodule Studium Generale; 2x2 ECTS		
Mensch-Maschine Interaktion; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Angewandte Programmierung; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Data & Knowledge Engineering; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Digitale Ökonomie; S, Su, Pr, Ü; 5 ECTS	Fachwissenschaftliche Wahlpflichtmodule; 5 ECTS		
ECTS gesamt: 30	ECTS gesamt: 30	ECTS gesamt: 30	ECTS gesamt: 30	ECTS gesamt: 30	ECTS gesamt: 30	ECTS gesamt: 30

3. GEFÄHRDUNGSBEURTEILUNG NACH DEM MUTTERSCHUTZGESETZ

Jede Modulbeschreibung enthält eine Gefährdungsbeurteilung nach dem Mutterschutzgesetz (§ 10ff MuschG). Sie besagt, ob eventuelle Gefahren für das ungeborene Leben oder das gestillte Kind im Kontext der jeweils durchgeführten Lehrveranstaltungen bestehen. Die Bewertung der Gefahrenpotentiale erfolgt durch die Modulverantwortlichen über ein „Ampelkonzept“:

Grün	„Teilnahme ist unbedenklich“: Die Studierende kann an dem Modul uneingeschränkt teilnehmen
Gelb	„Einzelfallprüfung notwendig“: Für eine Teilnahme ist eine vorherige Absprache mit der verantwortlichen Lehrperson der Lehrveranstaltungen notwendig.
Rot	„Teilnahme ist unzulässig“: Die Studierende kann während der Schwangerschaft und Stillzeit nicht an dem Modul teilnehmen.

Abbildung 1: Ampelkonzept der Gefährdungsbeurteilung nach dem Mutterschutzgesetz

In Wirtschaftsinformatik 2.0 ist die Nutzung des Maker Space ein grundlegendes Element. Die Arbeit in den dortigen Räumlichkeiten kann in dem Modul stattfinden. Tätigkeiten in diesem sind aufgrund des dortigen Inventars (z.B. Lösungsmittel) immer vorher mit den entsprechenden Lehrkräften aufzuklären, um eine Gefährdung auszuschließen.

Schwangeren oder stillenden Studierenden steht – bei Bedarf bzw. eventuellen Rückfragen zur Gefährdungsbeurteilung – ein entsprechendes Beratungsangebot zum Mutterschutz durch das Familienbüro der Hochschule offen.

4. MODULBESCHREIBUNGEN

Die nachfolgenden Modulbeschreibungen gelten für die am 01. Oktober 2022 beschlossene Studiengang- und Prüfungsordnung. Sie werden rechtzeitig vor dem jeweiligen Lehrveranstaltungsbeginn durch die Modulverantwortlichen aktualisiert, sofern sich Änderungen in den Inhalten, dem didaktischen Konzept oder der geplanten Prüfungsform ergeben.

1 Grundlagen des Innovationsmanagements

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Hendrik Montag-Schwappacher		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Requirements Engineering
- Anwendungsbereiche von Technologien für Produkte und Dienstleistungen erleben
- Stakeholderanalyse und -management
- Abgrenzung Idee vs. Innovation
- Businesscases (Nutzen, Risiken, Kosten, Break-even), Benchmarks
- Quality Function Deployment (QFD), SWOT-Analysen
- Besonderheiten von Branchen & Marktanalysen
- Transfer von Best-practices
- System Engineering
- Modellierung / Modellbildung

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Diskussion, Exkursion

Lernergebnisse

Die Studierende können mit dem Absolvieren dieses Moduls ...

... ihre analytischen Fähigkeiten in Bezug auf das Identifizieren von Stakeholder sowie deren Bedarfe ausbauen.

... Ideen und echte Innovationen voneinander unterscheiden

... den betriebswirtschaftlichen Nutzen des Innovationsmanagement erläutern und verdeutlichen.

... verschiedene Methoden des strategischen Innovationsmanagement in der Praxis einsetzen.

... beurteilen, wann welche Methode, welcher Trend, welches Konzept für einen spezifischen Fall erfolgsversprechend ist.

... Zusammenhänge und Komplexität erkennen, überblicken und strukturieren.

Literatur

- Hafkesbrink, Joachim; Hoppe, H. Ulrich & Schlichter, Johann (Hrsg.) (2010): Competence Mangement for Open Innovation. Schriften zur Kooperations- und Mediensystemen. Bd. 30. Josef Eul Verlag, Lohmar.
- ISO 56002
- Goffin, Herstatt, Mitchell (2009): Innovationsmanagement, Strategien und effektive Umsetzung von Innovationsprozessen mit dem Pentathlon Prinzip. Finanzbuchverlag, München.

2 Innovations- und Kreativitätsmethoden I

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	2	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Ei- genstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer) oder Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlagen zu Innovationen & Kreativität, Arten von Innovationen, unterschiedliche Definitionen, Produkt-, Prozess-, Service Innovation
- Grundlegende Innovationsansätze und Methoden, insbes. des Human Centered Design und des Design Thinking
- Theorien zur Kreativität und menschlichem Denkvermögen (Lateral Thinking vs. Vertical Thinking), Parallel Thinking
- Ideenfindung/-generierung, unterschiedliche Kreativitätstechniken (z.B. Brainstorming-/writing, Morphologische Analyse, Zufallswort, Six Thinking Hats, Synektik)
- Unterschiedliche Ideenbewertungstechniken (z.B. Portfolio, PMI)
- Moderation von Kreativworkshops
- Kennen lernen und Anwendung ausgewählter Kreativitätstechniken

- Praktische Nutzung von Kreativitätstechniken für die Entwicklung eines neuen Produktes/ einer neuen Dienstleistung und für Problemlösungen
- Kreativitätshemmende und kreativitätsfördernde Faktoren
- Bedeutung der Innovationskommunikation
- Fallbeispiele für erfolgreiche bzw. „gescheiterte“ Innovationen

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, praxisorientierter Unterricht, Exkursion, Diskussion

Lernergebnisse

Die Teilnehmer dieses Modul lernen ...

... die Grundlagen der Innovationstätigkeit von Unternehmen und Einzelpersonen zu verstehen und einzuordnen.

... Methoden zur Förderung von Innovationsprozessen kennen und passend auszuwählen.

... die Methode des Design Thinking in der Praxis kennen, können diese anwenden, aber auch kritisch hinterfragen.

... Potenziale für Innovationen zu identifizieren.

... Perspektive von Kunden bzw. späterem Anwender empathisch einnehmen können und so ...

... zu verstehen, wann bzw. warum eine Innovation eine Innovation geworden ist

Literatur

- Kaufman, James C. & Sternberg, Robert J. (2019): The Cambridge Handbook of Creativity. 2. Auflage. Cambridge University Press, Cambridge.
- Nöllke, Matthias (2015): Kreativitätstechniken. 7. Auflage. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Schmitt, Bernd H. (2003): Customer Experience Management. John Wiley & Sons Inc., New Jersey.
- Brown, Tim (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. ISBN: 978-0061766084
- Kumar, Vikay (2012). 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization. ISBN: 978-1118083468
- Lewrick, Michael (2018). The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems. ISBN: 978-1119467472
- Liedtka, Jeanne (2011). Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers. ISBN: 978-0231158381
- Seitz, Tim (2017). Design Thinking und der neue Geist des Kapitalismus: Soziologische Betrachtungen einer Innovationskultur. ISBN: 978-3837639636
- Stickdorn, Marc (2014). This is Service Design Thinking. ISBN: 978-9063692797
- Stickdorn, Marc (2017). This is Service Design Doing: Using Research and Customer Journey Maps to Create Successful Services. ISBN: 978-1491927182
- Buck, Bernd; Buck, Ulrike (2014). Innerinnovation – Innovationen aus eigenem Anbau: Das Kreativbuch für systemisches Innovationsmanagement. ISBN: 978-3902155207
- Christensen, Clayton (2016). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. ISBN: 978-1633691780
- Christensen, Clayton (2013). The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth. ISBN: 978-1422196571
- Csikszentmihalyi, Mihaly (2008). Flow: The Psychology of Optimal Experience. ISBN: 978-0061339202
- Dark Horse Innovation (2016). Digital Innovation Playbook: Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager. ISBN: 978-3867745567
- Eagleman, David; Brandt, Anthony; Neubauer, Jürgen (2018). Kreativität: Wie unser Denken die Welt immer wieder neu erschafft. ISBN: 978-3827500182

- • Gray, Dave; Brown, Sunni; Macanufo, James (2011). Gamestorming: Ein Praxisbuch für Querdenker, Moderatoren und Innovatoren. ISBN: 978-3897213265
- • Kahneman, Daniel (2014). Schnelles Denken, langsames Denken. ISBN: 978-3570552155
- • Kelly, Tom (2016). The Art of Innovation. ISBN: 978-1781256145
- • Kelly, Tom (2016). The Ten Faces of Innovation: Strategies for Heightening Creativity. ISBN: 978-1781256152
- • Norman, Don (2013). The Design of Everyday Things. ISBN: 978-0465050659
- • Norman, Don (2005). Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. ISBN: 978-0465051366
- • Norman, Don (2009). The Design of Future Things. ISBN: 978-0465002283
- • Roam, Dan (2014). Show and Tell: How Everybody Can Make Extraordinary Presentations. ISBN: 978-0241004371
- • Rustler, Florian (2019). Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation. ISBN: 978-3907100813
- • Van Aerssen, Benno et al. (2018). Das große Handbuch Innovation: 555 Methoden und Instrumente für mehr Kreativität und Innovation im Unternehmen. ISBN: 978-3800656837

3 Rapid Prototyping I

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsrhythmus	Dauer
Pflichtmodul	2	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Überblick über verschiedene Verfahren des Rapid Prototyping • Einordnung der Verfahren • Vor- und Nachteile, Möglichkeiten und Grenzen der Verfahren • Überblick über Arten und Kategorien insbes. physischer Prototypen • Sicherheitsaspekte bei der Arbeit mit 3D Druckern und LaserCuttern • 2D und 3D Konstruktion • Datentypen für das Rapid Prototyping • Überblick zu und Funktionsweise von unterschiedlichen Verfahren des 3D Druck • Überblick zu und Funktionsweise des Laser Cutting • Praktische Arbeit an vorgegebenen Aufgabenstellungen • Bewertung der Prototypen anhand objektiver Kriterien

Lehr- und Lernmethoden

praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Die Studierende lernen in diesem Modul ...

... die Funktionsweise von 3D Druckern unterschiedlicher Bauart kennen.

... eigenständig 3D Modelle zu konstruieren, die entsprechende Innovationsprobleme lösen.

... den Nutzen verschiedener Verfahren des Rapid Prototyping einzuordnen und die verschiedenen Verfahren unterscheiden.

... mit 3D Druckern physische Prototypen zu erzeugen.

... 3D Drucker zu warten, zu zerlegen und diese wieder zusammenzusetzen.

... die Methode des LaserCutting kennen.

... entsprechende Daten vor- und aufzubereiten und mit diesen umzugehen.

... für eine gegebene Themenstellung einen Prototypen zu entwerfen und diesen mit dem LaserCutter eigenständig zu erstellen.

... die Sicherheitsanforderungen der Rapid Prototyping Technologien kennen.

... ihr Zeitmanagement und ihre Problemlösungsfähigkeit in Bezug auf gestellte Aufgaben und Ziele unter externen Druckfaktoren wie Zeitvorgaben auszubauen.

Literatur

- Berger, Uwe; Hartmann, Andreas & Schmid, Dietmar (2019): 3D-Druck - Additive Fertigungsverfahren: Rapid Prototyping, Rapid Tooling, Rapid Manufacturing. 3. Auflage. Europa Lehrmittel, Vaan.
- Berman, B. (2012). 3-D printing: The new industrial revolution. Business Horizons, 55(2), 155-162.
- Gershenfeld, N. (2005). Fab: The coming revolution on your desktop-from personal computers to personal fabrication. Basic Books.
- Kleinsmann, M., Valkenburg, R., & Sluijsmans, D. (2015). The added value of rapid prototyping in creating authentic learning environments. British Journal of Educational Technology, 46(6), 1240-1245.

4 Technology Engineering

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Tobias Schubert		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	2	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Programmierung von Mikrocontrollern, insbesondere mit der Arduino-Entwicklungsumgebung • Einführung in das Arduino-System und dessen Möglichkeiten • Grundlagen der Elektronik und Schaltungen • Verwendung von Sensoren und Aktoren • Design und Entwicklung von digitalen Anwendungen mit dem Arduino-System • Dokumentation und Präsentation von Arduino-basierten Projekten
Lehr- und Lernmethoden
Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Die Studierenden ...

... beschreiben grundlegende Prinzipien technischer Systementwicklung.

... erklären die Zusammenhänge zwischen Technik, Informatik und Ingenieurwissenschaften.

... stellen den Lebenszyklus technischer Systeme (Entwurf, Entwicklung, Betrieb) dar.

... erläutern die Rolle von Standardisierung, Schnittstellen und Interoperabilität in technischen Architekturen.

... unterscheiden verschiedene technologische Domänen (z. B. Embedded Systems, Automatisierung, Software-Engineering) hinsichtlich ihrer Anforderungen und Methoden.

Literatur

- Franken, Gerhard & Nussey, John (2015): Arduino für Dummies. Wiley, New Jersey.
- Simon Monk, "Programming Arduino: Getting Started with Sketches," McGraw-Hill Education, 2016.
- Michael Margolis, "Arduino Cookbook: Recipes to Begin, Expand, and Enhance Your Projects," O'Reilly Media, 2011.
- Massimo Banzi, "Getting Started with Arduino," O'Reilly Media, 2008.
- Paul McWhorter, "Arduino Programming and Hardware Fundamentals with Hackster," Apress, 2019.
- Tom Igoe, "Getting Started with Arduino, 3rd Edition," O'Reilly Media, 2015.
- John Nussey, "Arduino For Dummies," For Dummies, 2013.
- Michael McRoberts, "Beginning Arduino," Apress, 2010.
- Erik Bartmann, "Das Arduino-Praxisbuch: Mit vielen praktischen Beispielen und ausführlichen Erklärungen," Franzis Verlag, 2017.

5 Mensch-Maschine Interaktion

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	2	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Einführung in die Mensch-Maschine Interaktion
- Überblick zu übergeordneten Konzepten (Mensch-Technik Interaktion, Robotik, User Experience)
- Grundlagen der HCI-Forschung
- Menschliche Faktoren in der digitalen Transformation
- User Experience Design
- 4-Sektoren-Modell der Industrie
- Unterschiedliche Modelle der Zukunftsprognosen und Technologieentwicklung (z.B. Gartner Hype Cycles)
- Überblick zu aktuellen Technologien, sowohl auf Software- als auch auf Hardwarebasis (z.B. Augmented Reality, Wearables, RFID, KI, Automatisierung)
- Charakteristiken Service Design, Produktion und Deployment

- Abgrenzung physische Produkte, Dienstleistung, digitale Produkte
- Überblick zu verschiedenen Branchen (z.B. Finanzbranche, Tourismus, Handel, Logistik, Bildung, Gesundheit, Industrie, Entertainment...)
- Überblick zu konkreten Basistechnologien und innovativen Technologien, die in den jeweiligen Branchen zum Einsatz kommen
- Service Engineering & Service Technologies (Self-Service Systeme etc.)
- Branchenübergreifender Technologietransfer und Nutzbarmachung
- Einordnung technischer Lösung in das Gesamtkonzept der Trends, Megatrends
- Berücksichtigung ethischer und moralischer Aspekte
- Case Studies erfolgreicher und erfolgloser Technologien

Lehr- und Lernmethoden

praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Die Studierenden lernen...

- ... die Wechselwirkungen zwischen Menschen und Computern / Maschinen verstehen und zielgruppenspezifisch zu agieren.
- ... auf Grundlage des Sektorenmodells Unternehmen verschiedener Branchen einzuordnen.
- ... die Besonderheiten des primären und sekundären Sektors zu verstehen.
- ... aktuelle Technologielösungen kennen und verstehen zu lernen sowie zu wissen, wie sie für Unternehmen des primären und sekundären Sektors gewinnbringend genutzt werden können.
- ... Zukunftstechnologien zu identifizieren.
- ... die Verbindung zwischen Megatrends und spezifischen Lösungen zu verstehen.
- ... Hardware und Software für Innovation nutzbar machen zu können.

Literatur

- Dix, A., Finlay, J., Abowd, G. D., & Beale, R. (2004). Human-computer interaction (3rd ed.). Prentice Hall.
- Norman, D. A. (2013). The design of everyday things: Revised and expanded edition. Basic Books.
- Nielsen, J., & Molich, R. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems (pp. 249-256).
- Tullis, T., & Albert, B. (2013). Measuring the user experience: Collecting, analyzing, and presenting usability metrics. Newnes.

6 Innovations- und Kreativitätsmethoden II

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	4	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer) oder Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Nutzer- / Kundenfokus & Consumer Experience
- Zukunftsforschung und Szenarien
- fortführende Kreativitäts- und Innovationsmethoden und deren Verortung im Innovationsprozess, z.B.
 - WOIS
 - TRIZ
 - Open Innovation
 - Future Scenarios
- Kollaborative Kreativität und die Rolle von Diversity in der Ideenfindung und -umsetzung
- Experimentelle Forschung - Design von Experimenten
- Statistische Analysen (Datenaufbereitung, Deskriptive Statistik, Signifikanztests, Beziehungsanalyse)

- Fragebögen (Einleitung, Studientypen, Datensammlung und Analyse)
- Interviews und Fokus Gruppen
- Evaluationswerkzeuge (z.B. Usability Test, Eye-tracking, Befragungen, Experimente, Fallstudien, Reviews ect.)

Lehr- und Lernmethoden

praxisorientierter Unterricht, Diskussion, Gruppenarbeit, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

In diesem Modul werden die Kompetenzen vermittelt ...

... Innovationen entwickeln zu können.

... das Potenzial fremder Lösungen zu erkennen und diese auf den eigenen Anwendungsfall zu transformieren.

... Kreativitätstechniken zielorientiert anzuwenden.

... die spezifischen Anforderungen verschiedener Industriezweige kennenzulernen und daraus passende Konzepte zu entwickeln.

... bestehende IT-basierte Services zu analysieren und Fallstudien aus unterschiedlichen Sektoren zu diskutieren.

... selbstständig Services zu planen und zu entwickeln und dabei entsprechende, digitale Methoden und Tools einzusetzen.

Dual Studierende fertigen die Prüfungsleistung in Absprache mit der Lehrperson zu einem Thema mit Bezug zum Praxispartner und erwerben dadurch zusätzliche Kompetenzen. In dem Praxisunternehmen können sie ...

... die firmen-, fach- und branchenspezifische Problemstellungen methodisch-innovativ bearbeiten.

Literatur

- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Bernarda, G. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Wiley.
- Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (Eds.). (2006). Open Innovation: Researching a New Paradigm. Oxford University Press.
- Horx, Matthias (2014). Das Megatrend-Prinzip: Wie die Welt von morgen entsteht. ISBN: 978-3570552148
- Horx, Matthias (2015). Zukunft wagen: Über den klugen Umgang mit dem Unvorhersehbaren. ISBN: 978-3570552803
- Horx, Matthias (2015). Future Tools: Werkzeuge zum Zukunftsdenken. ISBN: 978-3938284988
- Mietzner, Dana; Reger, Guido (2009). Strategische Vorausschau und Szenarioanalysen: Methodenevaluation und neue Ansätze (Innovation und Technologie im Modernen Management). ISBN: 978-3834916877
- Mißler-Behr, Magdalena (1993). Methoden der Szenarioanalyse. ISBN: 978-3824401734
- Naisbitt, Doris; Naisbitt, John (2017). Mastering Megatrends: Understanding and Leveraging the Evolving New World. ISBN: 978-9813234918
- Silver, Nate; Wolandt, Holger; Rüegger, Lotta (2013). Die Berechnung der Zukunft: Warum die meisten Prognosen falsch sind und manche trotzdem zutreffen. ISBN: 978-3453200487
- Tetlock, Philip; Gardner, Dan (2015). Superforecasting: The Art and Science of Prediction. ISBN: 978-1101905562

7 Rapid Prototyping II

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Andreas Grün		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsrhythmus	Dauer
Pflichtmodul	4	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Grundlagen des UI Prototyping • Entwicklung von Low-fi und High-fi Prototypen für unterschiedlichste Benutzerinterfaces • Arbeit mit analogen Prototyping Verfahren (Postits, Schablonen etc.) • Umgang mit entsprechenden digitalen Tools (z.B. Figma, Balsamiq) • Usability-Tests und Nutzerforschung • Gestaltung von Benutzeroberflächen • Entwicklung von Prototypen und Wireframes • Evaluation von Benutzeroberflächen • Verfahren des UI Testing & Nutzerzentrierung • Anwendung auf unterschiedlichste Branchen und Zielgruppen (z.B. Menschen mit Behinderung, besondere Arbeitsumfelder)

Lehr- und Lernmethoden

praxisorientierter Unterricht, Diskussion, Gruppenarbeit, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Die Studierenden werden durch dieses Modul befähigt,
... Methoden des UI Prototyping einzuordnen und nutzen zu können.
... sowohl low- als auch high-fi Prototypen für unterschiedlichste Anwendungsfelder zu entwickeln.
... die Anforderungen spezifischer Zielgruppen zu identifizieren und im Entwicklungsprozess stets zu berücksichtigen.
... unterschiedlichste analoge und digitale Tools zur Prototypenentwicklung einzusetzen.
... Prototypen mit geeigneten Verfahren zielgruppenspezifisch zu evaluieren und zu verbessern.

Literatur

- Berger, Uwe; Hartmann, Andreas & Schmid, Dietmar (2019): 3D-Druck - Additive Fertigungsverfahren: Rapid Prototyping, Rapid Tooling, Rapid Manufacturing. 3. Auflage. Europa Lehrmittel, Vaan.

8 Grundlagen der Programmierung

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Ei- genstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Einführung in Python
 - Python und Visual Studio Code
 - Hello World und erste Beispiele
- Grundprinzipien der Programmierung
 - Variable und Datentyp
 - Operator
 - Kontrollstruktur
 - Funktion
 - Datenstruktur
 - Zeitstempel
- Data Science Libraries in Python

- numpy
- matplotlib
- pandas
- Software Engineering Konzepte
 - Error und Exception
 - Application Programming Interface
 - Graphical User Interface

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Mit erfolgreichem Abschluss dieses Moduls können die Studierenden ...

- ... grundlegende Konzepte der imperativen Programmierung beschreiben.
- ... den Einsatz von Datentypen, Variablen und Kontrollstrukturen erklären.
- ... den Aufbau einfacher Algorithmen nachvollziehbar darstellen.
- ... die Funktionsweise von Schleifen und Bedingungen erläutern.
- ... zwischen Syntax-, Laufzeit- und Logikfehlern unterscheiden.

Literatur

- De Smedt, T., & Daelemans, W. (2012). Pattern for Python. The Journal of Machine Learning Research, 13(1), 2063-2067.
- Lutz, M. (2001). Programming Python. Beijing: O'Reilly Media, Inc..
- Lutz, M. (2013). Learning Python: Powerful object-oriented programming. Beijing: O'Reilly Media, Inc..
- Natt, O. (2020). Physik mit Python. Berlin: Springer-Verlag.
- McKinney, W. (2013). Python for data analysis. Beijing: O'Reilly Media, Inc..
- Steyer, R. (2018). Programmierung in Python. Wiesbaden: Springer View.
- Van Rossum, G., & Drake Jr, F. L. (1995). Python tutorial. Amsterdam, The Netherlands: Centrum voor Wiskunde en Informatica.
- Van Rossum, G. (2003). An introduction to Python (p. 115). F. L. Drake (Ed.). Bristol: Network Theory Ltd..

9 Angewandte Programmierung

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Programmiertechniken
- JavaScript
 - Hello World
 - Grundlegende Sprachelemente
 - Variablen & Objekte
- Daten ein-/ und ausgeben
- Funktionen
- Frameworks
- Ablaufsteuerung
- Errorhandling

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Mit positivem Abschluss des Moduls können die Studierenden ...
... die Prinzipien objektorientierter Programmierung erklären.
... den Aufbau und die Nutzung von Klassen, Objekten und Methoden beschreiben.
... den Einsatz externer Bibliotheken und Frameworks erläutern.
... gängige Softwarearchitekturkonzepte darstellen.
... verschiedene Programmierparadigmen (z. B. objektorientiert vs. funktional) unterscheiden.

Literatur

- Freeman, Eric: Java Script - Programmierung von Kopf bis Fuß.
- Robson, Elisabeth: Professionell entwickeln mit Java Script.
- Ackermann, Philip: Test-Driven Devel
- JuntaoQiuPython:Schrödinger programmiertPython –Stephan ElterAlgorithmenin
- Python –David KopecArchitekturpatternsmitPython –Harry J. W. Percival, Bob Gregory

10 Generative und Künstliche Intelligenz

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	2	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Ei- genstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer) oder Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlagen der generativen KI (z.B. GANs, VAEs)
- Prompt Engineering
- Anwendungsgebiete
 - Text
 - Bild
 - Musik
 - Video
- Ethische und gesellschaftliche Aspekte

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Die Studierenden ...

... erklären die Funktionsweise generativer KI-Modelle (z. B. GANs, Transformer).

... beschreiben grundlegende Konzepte des maschinellen Lernens.

... benennen Einsatzgebiete von KI in Wirtschaft und Gesellschaft.

... erläutern ethische und rechtliche Rahmenbedingungen von KI-Anwendungen.

Dual Studierende fertigen die Prüfungsleistung in Absprache mit der Lehrperson zu einem Thema mit Bezug zum Praxispartner und erwerben dadurch zusätzliche Kompetenzen. In dem Praxisunternehmen können sie ...

... die firmen-, fach- und branchenspezifische Anwendungsfelder für KI identifizieren.

... Richtlinien für die Governance bei der KI-Nutzung mitgestalten.

Literatur

- Baidoo-Anu, D., Ansah, L. O. (2023). Education in the era of generative artificial intelligence (AI): Understanding the potential benefits of ChatGPT in promoting teaching and learning. *Journal of AI*, 7(1), 52-62.
- Biswas, S. S. (2023). Role of Chat GPT in public health. *Annals of Biomedical Engineering*, 51(5), 868-869.
- Chollet, Francois (2021). *Deep Learning With Python*.
- Cooper, G. (2023). Examining science education in ChatGPT: An exploratory study of generative artificial intelligence. *Journal of Science Education and Technology*, 32(3), 444-452.
- Deng, J., Lin, Y. (2022). The benefits and challenges of ChatGPT: An overview. *Frontiers in Computing and Intelligent Systems*, 2(2), 81-83.

11 Data & Knowledge Engineering

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Einführung Data Science
 - Python und Google Cloud Platform
 - Datenaufbereitung und -bereinigung
 - Statistische Kennzahlen
 - Data Visualization und Dashboards
 - Regressionsanalyse
 - Hypothesentest
- Data Engineering
 - Datenbank
 - Datenbankmodelle
 - SQL

- Data Engineering Lifecycle • Systematisches Testen von Hypothesen - Grundlagen - Learning und Test Cards • Knowledge Engineering - Grundlagen - Prozess - Data Engineering vs. Knowledge Engineering
Lehr- und Lernmethoden
Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung
Lernergebnisse
Die Studierenden sind durch das Modul in der Lage, ... Konzepte der Datenmodellierung und -strukturierung zu beschreiben. ... den Aufbau relationaler und nicht-relationaler Datenbanken zu erklären. ... Prozesse zur Datenintegration und Datenbereinigung darzustellen. ... Methoden zur Wissensrepräsentation (z. B. Ontologien) zu erläutern. ... zwischen verschiedenen Datenbankmanagementsystemen (DBMS) zu unterscheiden.
Literatur
• Groth, P., Simperl, E., van Erp, M., Vrandečić, D. (2023). Knowledge Graphs and their role in the knowledge engineering of the 21st Century. In Dagstuhl Reports. 12(9). • Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. (2015): Value proposition design: How to create products and services customers want. New York: John Wiley & Sons. • Reis, J., Housley, M. (2022). Fundamentals of data engineering. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.. • Ries, E. (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. London: Penguin Business. • Rogati, N. (2017). The AI Hierarchy of Needs. Online: https://medium.com/hackernoon/the-ai-hierarchy-of-needs-18f111fcc007. [Letztes Abrufdatum: 2023-10-01]. • Schicker, E. (2016). Datenbanken und SQL Edwin Schicker Eine praxisorientierte Einführung mit Anwendungen in Oracle, SQL Server und MySQL. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. • Studer, R., Fensel, D. (1998.): Knowledge engineering: Principles and methods. In: Data & Knowledge engineering, 25(1-2), 161-197. • Tecuci, G., Marcu, D., Boicu, M., Schum, D. (2016): Knowledge engineering: Building cognitive assistants for evidence-based reasoning. New York: Cambridge University Press.

12 IoT Services & Automation

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlagen IoT
 - Definition
 - Zahlen, Daten, Fakten
 - Consumer IoT vs. Industrial IoT
- IoT Architektur
- IoT (Data) Analytics
 - Python
 - Verarbeitung von IoT-Daten
 - Analyse von IoT-Daten
 - Machine Learning für IoT Daten
- IoT Service

- Business Model Canvas
- The Long Tail
- Multi-Sided Platform
- Free as a Business Model
- Open Business Model
- Unbundling Business Model
- IoT Automation & Sicherheit
 - IoT Automation
 - IoT Sicherheit

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden...

- ... die grundlegende Architektur des Internets der Dinge zu erklären.
- ... typische Sensor- und Aktorsysteme zu beschreiben.
- ... Kommunikationsprotokolle für IoT-Anwendungen darzustellen.
- ... Automatisierungsprozesse anhand praxisnaher Beispiele zu erläutern.
- ... zentrale Sicherheitsaspekte in vernetzten Systemen zu unterscheiden.

Literatur

- Anawar, M. R., Wang, S., Azam Zia, M., Jadoon, A. K., Akram, U., & Raza, S. (2018). Fog computing: An overview of big IoT data analytics.
- Wireless Communications and Mobile Computing, 2018 (7157192).
- § Anderson, C., Nissley, C., & Anderson, C. (2006). The long tail. In: Mandiberg, M. (Hrsg.) (2012). The social media reader. New York: New York University Press. 58-64.
- Anderson, C. (2008). Free! Why \$0.00 is the future of business. Wired Magazine, 16(3), 140-149.
- Chesbrough, H. (2006). Open business models: How to thrive in the new innovation landscape. Harvard: Harvard Business School Press.
- Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2006). Strategies for two-sided markets. Harvard business review, 84(10), 92.
- Elijah, O., Rahman, T. A., Orikumhi, I., Leow, C. Y., & Hindia, M. N. (2018). An overview of Internet of Things (IoT) and data analytics in agriculture: Benefits and challenges. IEEE Internet of Things Journal, 5(5), 3758-3773.
- Farooq, M. U., Waseem, M., Mazhar, S., Khairi, A., & Kamal, T. (2015). A review on internet of things (IoT). International Journal of Computer Applications, 113(1), 1-7.
- Gartner (2023). Information Technology: Gartner Glossary. Online: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/iot-service>. [Letztes Abrufdatum: 2023-10-10].
- Hagel, J., & Singer, M. (1999). Unbundling the corporation. Harvard Business Review, 77, 133-144.
- Hitachi (2023). IOT and Industrial Automation. Online: <https://www.hitachivantara.com/en-us/insights/faq/what-is-the-role-of-iot-in-industrial-automation.html>. [Letztes Abrufdatum: 2023-10-10].
- Ju, J., Kim, M. S., & Ahn, J. H. (2016): Prototyping business models for IoT service. Procedia Computer Science, 91, 882-890.
- Madakam, S., Lake, V., Lake, V., & Lake, V. (2015). Internet of Things (IoT): A literature review. Journal of Computer and Communications, 3(05), 164.
- Mandiberg, M. (Hrsg.) (2012). The social media reader. New York: New York University Press.

- Marjani, M., Nasaruddin, F., Gani, A., Karim, A., Hashem, I. A. T., Siddiq, A., & Yaqoob, I. (2017). Big IoT data analytics: Architecture, opportunities, and open research challenges. *IEEE Access*, 5, 5247-5261.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Patel, K. K., Patel, S. M., & Scholar, P. (2016). Internet of things-IOT: Definition, characteristics, architecture, enabling technologies, application & future challenges. *International Journal of Engineering Science and Computing*, 6(5).
- Roth, A. (2016). *Einführung und Umsetzung von Industrie 4.0: Grundlagen, Vorgehensmodell und Use Cases aus der Praxis*. Berlin: Springer- Verlag

13 Data Science

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	4	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Einführung in Data Science
 - Künstliche Intelligenz meets Data Science
 - Data Science im Themengebiet „Daten“
 - Big Data und Datenqualität
 - Statistische Kennzahlen
- Machine Learning
 - Einführung Machine Learning
 - Supervised Learning
 - Unsupervised Learning
 - Reinforcement Learning
- Neuronale Netze

- Notation
- Parameterschätzung
- Architektur
- Rekurrente Neuronale Netze
- Deep Q-Learning
- Data Analytics, Knowledge Graphs, Mathematische Optimierung
 - Data Analytics
 - Knowledge Graph
 - Mathematische Optimierung

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- ... zentrale Begriffe und Konzepte der Datenanalyse zu erklären.
- ... Methoden zur Datenvorverarbeitung und -transformation zu beschreiben.
- ... grundlegende statistische Verfahren zu erläutern.
- ... den typischen Data-Science-Prozess darzustellen.
- ... zwischen explorativer und erklärender Datenanalyse zu unterscheiden.

Literatur

- Alloghani, M., Al-Jumeily, D., Mustafina, J., Hussain, A., Aljaaf, A. (2020). A systematic review on supervised and unsupervised machine learning algorithms for data science. Supervised and Unsupervised Learning for Data Science, 3-21.
- Biswas, S. (2023). Role of Chat GPT in public health. Annals of biomedical engineering, 51(5), 868-869.
- Blum, A., Hopcroft, J., Kannan, R. (2020). Foundations of data science. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deng, J., Lin, Y. (2022). The benefits and challenges of ChatGPT: An overview. Frontiers in Computing and Intelligent Systems, 2(2), 81-83.
- Dhar, V. (2013). Data science and prediction. Communications of the ACM, 56(12), 64-73.
- Gupta, R., Srivastava, D., Sahu, M., Tiwari, S., Ambasta, R. K., Kumar, P. (2021). Artificial intelligence to deep learning: Machine intelligence approach for drug discovery. Molecular Diversity, 25, 1315-1360.
- Najafabadi, M., Villanustre, F., Khoshgoftaar, T. M., Seliya, N., Wald, R., Muharemagic, E. (2015). Deep learning applications and challenges in big data analytics. Journal of Big Data, 2(1), 1-21.
- Provost, F., Fawcett, T. (2013). Data science and its relationship to big data and data-driven decision making. Big Data, 1(1), 51-59.
- Reis, J., Housley, M. (2022). Fundamentals of data engineering. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc..
- Rogati, N. (2017). The AI Hierarchy of Needs. Online: <https://medium.com/hackernoon/the-ai-hierarchy-of-needs-18f111fcc007>. [Letztes Abrufdatum: 2023-10-01].
- Van Der Aalst, W. (2016). Data Science in action. Berlin, Heidelberg: Springer.

14 Business Analytics

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	4	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Einführung in Business Analytics
 - Grundlagen
 - Künstliche Intelligenz in Unternehmen
- Zeitreihenanalyse
 - Grundlagen
 - Modelle
- Data Visualization und Dashboards
- Generative Künstliche Intelligenz, Large Language Models und ChatGPT
 - Generative Künstliche Intelligenz
 - ChatGPT
 - Prompt Engineering

- Beispiele
- Nachhaltigkeit, Richtlinien und Ausblick
- Small Language Models und Multiagentensystem
- Data-driven decision-making
 - Data-driven decision-making
 - Use Case am Beispiel von Natural Language Processing
 - Data Product

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- ... den Nutzen von Business Analytics zur Entscheidungsunterstützung zu erklären.
- ... unterschiedliche Analysetypen (deskriptiv, prädiktiv, präskriptiv) zu beschreiben.
- ... Kennzahlen und KPIs in betriebswirtschaftlichem Kontext darzustellen.
- ... die Bedeutung von Datenvisualisierung und Dashboarding zu erläutern.
- ... verschiedene Werkzeuge und Plattformen für Analytics (z. B. Power BI, Tableau) zu unterscheiden.

Literatur

- Baidoo-Anu, D., Ansah, L. O. (2023). Education in the era of generative artificial intelligence (AI): Understanding the potential benefits of ChatGPT in promoting teaching and learning. *Journal of AI*, 7(1), 52-62.
- Biswas, S. S. (2023). Role of Chat GPT in public health. *Annals of Biomedical Engineering*, 51(5), 868-869.
- Cooper, G. (2023). Examining science education in ChatGPT: An exploratory study of generative artificial intelligence. *Journal of Science Education and Technology*, 32(3), 444-452.
- Deng, J., Lin, Y. (2022). The benefits and challenges of ChatGPT: An overview. *Frontiers in Computing and Intelligent Systems*, 2(2), 81-83.
- Kohavi, R., Rothleder, N. J., Simoudis, E. (2002). Emerging trends in business analytics. *Communications of the ACM*, 45(8), 45-48.
- Lim, E. P., Chen, H., Chen, G. (2013). Business intelligence and analytics: Research directions. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 3(4), 1-10.
- Joyce, A., Paquin, R.L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models, *Journal of Cleaner Production*, 135, 1474-1486.
- Müller, R. M., Lenz, H. J. (2013). *Business intelligence*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Negash, S. (2004). *Business intelligence*. Communications of the Association for Information Systems, 13.

15 Betriebswirtschaftslehre & Omnichannel Commerce

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Uli Heil		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Ei- genstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundbegriffe, Theorieansätze und Einteilung der BWL
- Unternehmensziele & betriebswirtschaftliche Unternehmenskennzahlen
- Unternehmen und ihre Umwelt, Entscheidungsprozesse in Unternehmen
- Unternehmenskooperationen & Wissenstransfer
- Methoden zur Ziel- und Visionsentwicklung
- Analyse- und Steuerungsmethoden
- Betriebswirtschaftliche Grundlagen
- Geschäftsmodelle
 - Grundfunktionen
 - Prozessmanagement: Prozessdokumentation und -Verbesserung

- GuV-Rechnung, Kennzahlen, Controlling
- Aufbau- und Ablauforganisation
- Rechtsform
- Grundlagen des E-Commerce und des Omnichannel-Commerce
- Besonderheiten in der Kombination von on- und offline-Inhalten
- Gewinnbringende Nutzung kanalübergreifender Daten

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gastvorträge, Diskussion,

Lernergebnisse

Mit dem Abschluss des Moduls können Studierende ...

... betriebswirtschaftliche Grundlagen verstehen und Zusammenhänge einordnen.

... Trends – vor allem im Zusammenhang mit digitalen Technologien – erkennen, analysieren und nutzbar machen

... (Trend-)Konzepte aus einer Branche auf eine andere übertragen.

... Geschäftsmodelle, insbe. im E-Commerce und Omnichannel-Commerce erkennen, analysieren, umsetzen und zielorientiert weiterentwickeln.

... den Mehrwert von Daten kanalübergreifend erkennen und zur Anwendung bringen

... Ansatzpunkte (er)kennen, wie sich digitale Transformation auf unternehmensspezifische Prozesse auswirken können.

Literatur

- Deges, Frank (2020): Grundlagen des E-Commerce - Strategien, Modelle und Instrumente. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Wöhe, Günter; Döring, Ulrich & Brösel, Gerrit (2020): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 27. Auflage. Vahlen, München.
- Mau, Schweizer, Oriet (2021): Multisensorik im stationären Handel. Springer, Wiesbaden.

16 Projektmanagement & Trendmanagement

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlagen
 - Projekt
 - Projektmanagement
 - Klassisch vs. agiles Projektmanagement
 - Innovation
- Faktoren für Erfolg und Scheitern
 - Stacy-Matrix
 - Design-Thinking
 - Scrum
 - Kanban
 - Wasserfall

- Projektmanagement Modelle
 - Erfolgsfaktoren
 - Projekttyp
 - Werte

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, praxisorientierter Unterricht, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Die Studierende ...

... beschreiben die Phasen und Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements.

... erklären Rollen, Aufgaben und Tools im Projektteam.

... stellen Vorgehensweisen zur Trendanalyse und Innovationsbeobachtung dar.

... erläutern die Bedeutung von Stakeholder- und Risikomanagement.

... unterscheiden zwischen verschiedenen Projektarten und Managementmethoden.

Dual Studierende fertigen die Prüfungsleistung in Absprache mit der Lehrperson zu einem Thema mit Bezug zum Praxispartner und erwerben dadurch zusätzliche Kompetenzen. Sie ...

... können praxisrelevante Trends im Umfeld des Arbeitgebers identifizieren.

... sind in der Lage projektorientierte Herangehensweisen im Unternehmen zu applizieren.

Literatur

- Barnes, M. (1988). Construction project management. International Journal of Project Management, 6(2), 69-79.
- Clough, R.; Sears, G.; Sears, K. (2000): Construction project management. New York: John Wiley & Sons.
- Henrie, M., Sousa-Poza, A. (2005). Project management: A cultural literary review. Project Management Journal, 36(2), 5-14.
- Hubbert, D. (2023): Projektmanagement – Klassisch und/oder agil Herausforderungen meistern. Hochschule Coburg.
- Kor, R., Bos, J. T., Van der Tak, T. (2018). Project Canvas: Innovative Methoden für professionelles Projektmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Levitt, R. (2011). Towards project management 2.0. Engineering Project Organization Journal, 1(3), 197-210.
- Lock, D. (2020). Project management. London: Routledge.
- Schwalbe, K. (2009). Introduction to project management. Minneapolis: Schwalbe Publishing.
- Stacey, R. (1996). Complexity and creativity in organizations. Oakland: Berrett-Koehler Publishers.
- Timinger, H. (2017). Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg. Weinheim: John Wiley & Sons.

17 Stakeholdermanagement in der Digitalisierung

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025 & SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sophia Frank		
Dozierende	Prof. Dr. Sophia Frank		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	3 Wochen
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG			
Zugangs-voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	
INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE			
Inhalt des Moduls			
• Grundlagen des Stakeholdermanagements • Stakeholderanalyse und -management in der digitalen Transformation • Identifizierung und Kategorisierung von Stakeholdern • Kommunikation und Interaktion mit Stakeholdern • Strategien zur Konfliktlösung und -vermeidung • Stakeholdermanagement-Tools und -Methoden • Anwendung von Stakeholdermanagement in der Praxis			
Lehr- und Lernmethoden			
Lehrvorträge, Diskussion, Gruppenarbeit, praktische Umsetzung			

Lernergebnisse

Die Studierenden sollen ...

... verstehen, was Stakeholder sind und welche Rolle sie in der digitalen Transformation spielen.

... Stakeholder identifizieren, analysieren und kategorisieren können.

... verschiedene Stakeholder-Management-Methoden und -Tools kennen und in der Lage sein, sie anzuwenden.

... die Bedürfnisse, Erwartungen und Anforderungen von Stakeholdern identifizieren, analysieren und managen können, um erfolgreiche digitale Transformationsprojekte zu planen und umzusetzen.

... die Bedeutung von Kommunikation und Interaktion mit Stakeholdern verstehen und in der Lage sein, diese Fähigkeiten in der Praxis anzuwenden.

... in der Lage sein, Konflikte zwischen verschiedenen Stakeholdern zu identifizieren und zu lösen.

... in der Lage sein, Stakeholder-Management-Strategien in der digitalen Transformation zu planen und umzusetzen.

... in der Lage sein, erfolgreiche digitale Transformationsprojekte durch effektives Stakeholder-Management zu planen und umzusetzen.

... die Fähigkeit erwerben, komplexe Stakeholder-Management-Probleme zu identifizieren und zu lösen und eigenständige Entscheidungen zu treffen.

Literatur

- Krips, David (2017): Stakeholdermanagement. Kurzanleitung Heft 5 (DVP Projektmanagement). 2. Auflage. Springer Verlag, Wiesbaden.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2010). Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success. Yale University Press.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Bryson, J. M. (2018). Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement. John Wiley & Sons.
- Gürdür, D., Karahan, F., & Karabulut, A. T. (2017). Social media stakeholder management: An exploratory study on Turkish companies. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(1), 66-86.
- Freeman, R. E. (2015). Stakeholder theory: The state of the art. Cambridge University Press.
- Schoemaker, P. J. (1995). Scenario planning: A tool for strategic thinking. *Sloan management review*, 36(2), 25-40.
- Kolk, A. (2016). The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development. *Journal of World Business*, 51(1), 23-34.
- Epstein, M. J., & Buhovac, A. R. (2014). Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts. Berrett-Koehler Publishers.

18 Social Media Marketing

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Christian Grosch		
Dozierende	Christian Grosch		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlagen der Kommunikationswissenschaft
- Grundlagen und Entwicklung des Social Media Marketings im Kontext digitaler Kommunikation
- Einordnung in den Marketing-Mix und Verzahnung mit klassischem Online- und Offline-Marketing
- Plattformökonomie: Funktionsweise, Reichweitenlogik und Geschäftsmodelle von Social-Media-Plattformen
- Zielgruppenforschung und Personas: Methoden der Zielgruppenanalyse und Segmentierung
- Customer Journey und Touchpoints im Social-Media-Kontext
- Owned, Paid & Earned Media: Chancen, Herausforderungen und Best Practices
- Content-Marketing-Strategien und deren Integration in Social-Media-Kampagnen
- Community-Management: Aufbau, Pflege und Moderation von Online-Communities
- Influencer-Marketing: Kooperationsmodelle, Erfolgsfaktoren, Risiken und Messbarkeit

- Krisenkommunikation in sozialen Netzwerken (Shitstorms, Reputationsmanagement)
- Internationale Perspektiven: globale Plattformen vs. lokale Besonderheiten

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, praxisorientierter Unterricht, Gruppenarbeit

Lernergebnisse

Die Modulabsolventen erwerben ...

... Kenntnisse über Strategien, Modelle und Instrumente der Kommunikationswissenschaft.

... ein Verständnis der Funktionsweise von Social-Media-Plattformen und deren Marketinglogiken.

... ein Bewusstsein für rechtliche und ethische Rahmenbedingungen im digitalen Raum.

Dual Studierende fertigen die Prüfungsleistung in Absprache mit der Lehrperson zu einem Thema mit Bezug zum Praxispartner und erwerben dadurch zusätzliche Kompetenzen. Sie sind in der Lage ...

... die firmen-, fach- und branchenspezifische Besonderheiten ihres Praxispartners im Social Media Kontext einzuordnen.

... spezifische Anforderungen ihres Praxispartners im Social Media Bereich zu erstellen, auszuführen und zu optimieren (z.B. Recruiting, B2B, B2C).

Die Modulabsolventen erwerben ...

... die Fähigkeit zur Entwicklung von Social-Media-Strategien und -Kampagnen.

... Kompetenzen im Einsatz von Analysetools zur Erfolgsmessung und Optimierung.

... die Fähigkeit zur Durchführung von Zielgruppen und Kommunikationskanäle anzupassen.

... die Fähigkeit, Feedback konstruktiv in Content-Workflows zu integrieren.

Die Modulabsolventen erwerben ...

... die Fähigkeit zur adressatengerechten Kommunikation in digitalen Medien.

... Kompetenzen zur kooperativen Entwicklung von Marketingmaßnahmen in Projektgruppen.

... die Fähigkeit, Interaktionen mit Communities und Stakeholdern zu reflektieren.

Die Modulabsolventen erwerben ...

... einen professionellen Umgang mit strategischen Marketingentscheidungen.

... die Fähigkeit zur kritischen Reflexion ethischer Fragestellungen (z.B. Fake News, Influencer-Verantwortung).

... ein Verständnis zur Einordnung prakt; Das Modul fördert bei Absolventen ...

... unternehmerischen Denkens und strategische Weitsicht.

... die analytischen Fähigkeiten.

... die Entwicklung von Verantwortungsbewusstsein im digitalen Raum.

Literatur

- Evans, David S. & Schmalensee, Richard (2016): Matchmakers - The New Economics of Multisided Platforms. Harvard Business Review Press, Boston.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59-68.
- Li, C., & Bernoff, J. (2011). Groundswell: Winning in a world transformed by social technologies. Harvard Business Press.
- Schäfer, T., & Sedlmeier, P. (2009). Wie sich das Web 2.0 auf die Ökonomie auswirkt. Wirtschaftsinformatik, 51(2), 98-107.
- Shirky, C. (2011). Cognitive surplus: Creativity and generosity in a connected age. Penguin.

- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2010). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. Penguin.

19 Digitale Ökonomie

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlagen der digitalen Ökonomie
- Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter
- Plattformökonomie und Netzwerkeffekte
- Datenschutz und rechtliche Rahmenbedingungen

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gastvorträge, Diskussion

Lernergebnisse

Durch das Abschließen des Moduls sind die Studierenden befähigt ...
... digitale Märkte und digitale Geschäftsmodelle zu analysieren und zu verstehen.

... Digitalisierungsstrategien von Bestandsunternehmen zu verstehen und auf andere Unternehmen zu adaptieren.

Literatur

- Tapscott, Don (2014): The Digital Economy. McGraw-Hill Professional, New York.
- Pietsch, Detlef (2020): Prinzipien moderner Ökonomie: Ökologisch, ethisch, digital. Springer, Wiesbaden.
- Petersen, Thieß (2020): Diginomics verstehen. UTB, Stuttgart.

20 Entrepreneurship & Intrapreneurship

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Dr. Sarah Haase		
Dozierende	Dr. Sarah Haase		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Einführung in das Thema Entrepreneurship & Intrapreneurship
- Ideenfindung und Identifikation von Innovationen im digitalen Umfeld
- Business Modelling, inkl. Value Proposition Canvas und Lean Canvas
- Projektmanagement von innovationsgetriebenen Projekten
- Finanzierungsmöglichkeiten und Investoren finden
- Fördermöglichkeiten
- Rechtsformen von Unternehmen
- Markteintritts- und Wachstumsstrategien
- Rechtliche Rahmenbedingungen und Verträge
- Vermarktung von Innovationen und Start-up-Produkten
- Rechtliche Grundlagen (z.B. Patente, Datenschutz)

Lehr- und Lernmethoden

praxisorientierter Unterricht, Diskussion, Coaching, Gastvorträge

Lernergebnisse

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage

... Ideen und Innovationen im digitalen Umfeld zu identifizieren und zu bewerten.

... Geschäftsmodelle auf der Basis von innovativen Ideen und digitalen Technologien zu entwickeln.

... agile und design-orientierte Methoden zur Umsetzung von Innovationsprojekten anzuwenden.

... Innovationsprojekte effektiv zu managen und zu planen.

... geeignete Finanzierungsmöglichkeiten und Investoren für Innovationsprojekte und Start-ups zu identifizieren.

... rechtliche Rahmenbedingungen und Verträge bei der Gründung und dem Betrieb von Start-ups und bei der Umsetzung von Intrapreneurship-Projekten zu berücksichtigen.

... geeignete Markteintritts- und Wachstumsstrategien für Innovationen und Start-up-Produkte zu entwickeln und umzusetzen.

... effektive Marketing- und Vertriebsstrategien für Innovationsprojekte und Start-up-Produkte zu planen und umzusetzen.

Literatur

- Blank, Steve & Dorf, Bob (2012): The Startup Owner's Manual Vol. 1: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch Press, Pescadero.
- Euler, Mark (2014): Homo interagens als Entrepreneur. Metropolis, Marburg.
- Sniukas, Marc; Lee, Parker & Morasky, Matt (2016): The Art of Opportunity - How to build growth and ventures through strategic innovation and visual thinking. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Pinchot, G. (1985). Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur. New York: Harper & Row Publishers.
- Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. Academy of Management Review, 10(4), 696–706.
- Blank, S. (2012). The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products That Win. Pescadero, CA: K&S Ranch.
- Chesbrough, H. W. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. Long Range Planning, 43(2-3), 354-363.
- Christensen, C. M. (1997). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Timmons, J. A. (1999). New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century. Boston, MA: Irwin/McGraw-Hill.
- Zott, C., & Amit, R. (2010). Business Model Design: An Activity System Perspective. Long Range Planning, 43(2-3), 216-226.

21 Startup Engineering

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Anwendung agiler und designorientierter Innovationsmethoden • Gründung eines Unternehmens • Finanzierungsstrategien für Start-ups und Innovationsprojekte • Markteintrittsstrategien und Skalierung von Geschäftsmodellen • Rechtliche Grundlagen für Gründung und Betrieb (z. B. Unternehmensformen, Verträge) • Marketing- und Vertriebsstrategien für Produkte/Dienstleistungen
Lehr- und Lernmethoden
praxisorientierter Unterricht, Diskussion, Coaching, Gastvorträge

Lernergebnisse

Das Modul befähigt die Studierende dazu ...

... Geschäftsideen im digitalen Umfeld zu identifizieren und zu bewerten.

... Projekte effektiv zu planen und zu managen.

... rechtliche Rahmenbedingungen bei Gründungsvorhaben zu berücksichtigen.

... Markt- und Wachstumsstrategien für Start-Ups zu entwickeln.

... fundierte Businesspläne zu erstellen und zu präsentieren.

Literatur

- themenbezogen

22 Wissenschaftliches Arbeiten I

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Dr. Sarah Haase		
Dozierende	Dr. Sarah Haase		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens • Informationsbeschaffung • Reviewmethoden und Bewertung • Gedankenführung und Argumentation • Arbeiten mit Literatur und Quellen • Methoden zur Ideenfindung & -strukturierung, Zielorientierung • Wissenschaftliches Schreiben und Präsentieren • Zeit- und Selbstmanagement
Lehr- und Lernmethoden
Lehrvorträge, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Das Modul befähigt die Studierende dazu ...

... wissenschaftliche Fragestellungen zu entwickeln und zu verfolgen.

... systematisiert Recherche zu wissenschaftlichen Inhalten betreiben (sowohl im Handapparat als auch online).

... Informationen zu beschaffen, zu bewerten, zu strukturieren und aufzubereiten.

... die Qualität wissenschaftlicher Quellen zu beurteilen und mit ihnen zu arbeiten.

... neue Trends und Fragestellungen erkennen und hinterfragen zu können.

... Forschungsfragen zu entwickeln.

... Konsequenzen des eigenen Handelns einschätzen zu lernen.

Literatur

- Brühl, Rolf: Wie Wissenschaft Wissen schafft - Theorie und Ethik (2017). 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. UVK, München.
- Theisen, Manuel René (2018): Wissenschaftliches Arbeiten - Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. 18., neu bearbeitete und gekürzte Auflage. Vahlen, München.

23 Wissenschaftliches Arbeiten II

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Dr. Sarah Haase		
Dozierende	Dr. Sarah Haase		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	2	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Empirische Forschung in Theorie und Praxis: Qualitative Forschungsmethoden • Exkurs Quantitative Forschung • Forschungsdesign • Datenkollektion-und Analyse • Wissenschaftskommunikation • Ethische Fragestellungen und Fake News
Lehr- und Lernmethoden
Lehrvorträge, praxisorientierter Unterricht

Lernergebnisse

Das Modul befähigt die Studierende dazu ...

... eigene Ideen zu entwickeln und diese zu strukturieren.

... methodisches Vorgehen zu planen und umzusetzen (Forschungsdesign und Forschungsmethoden).

... strukturierte wissenschaftliche Texte selbstständig verfassen zu können.

... wissenschaftliche Publikationen eigenständig zu verfassen und bei entsprechenden Konferenzen und/oder Magazinen einzureichen.

Literatur

- themenbezogen

24 New Work

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sophia Frank		
Dozierende	Prof. Dr. Sophia Frank		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Arbeitswelt der Zukunft
- Begriffsentwicklung
- New Work als interdisziplinärer Ansatz
- Zusammenhang mit Megatrends
- Auswirkungen agiler Organisationsformen
- Führung und Zusammenarbeit in New Work
- digitale Tools der Zusammenarbeit (insbes. Cloud Dienste)
- Herausforderungen der New Work in Bezug auf rechtliche Rahmenbedingungen

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Diskussion

Lernergebnisse

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls...

... die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels benennen und verstehen.

... aktuelle Trends aufgreifen und diese in Lösungen für neue Arbeitskonzepte überführen.

... die Chancen und Risiken digitaler Tools in Bezug auf neue Arbeitsmodelle erkennen und bewerten.

... die entstehenden Herausforderungen auf das Personalmanagement und die Führungskultur in Unternehmen übertragen.

... die Konzepte agiler und dynamischer Organisationen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen nachvollziehen.

... Lösungsansätze für komplexere Umwelteinflüsse für Führung und Personalmanagement benennen

Literatur

- Meister, Jeanne C. & Mulcahy, Kevin J. (2017): The Future Workplace Experience. 10 Rules for mastering disruption in recruiting and engaging Employees. McGraw Hill Education, New York.
- Bahlow, J./Kullmann, G. (2018): Agile Teams. BusinessVillage, Göttingen.
- Bernstein, E. et al. (2016): Beyond the Holacracy Hype. Harvard Business Review, Harvard.
- Bergmann, F. (2019): New Work, New Culture: Work We Want and a Culture That Strengthens Us. Zero Books, Washington, S. 7–19.
- Carson, J. B./Tesluk, P. E./Marrone, J. A. (2007): Shared leadership in teams: An investigation of antecedent conditions and performance. In: Academy of management Journal, 50. Jg., Heft 5, S. 1217–1234.
- Felin, T./Powell, T. C. (2016): Designing organizations for dynamic capabilities. In: California Management Review, 58. Jg., Heft 4, S. 78–96.
- Haapakangas, A. et al. (2018): Self-rated productivity and employee well-being in activitybased offices: the role of environmental perceptions and workspace use. Building and Environment, Heft 145, S. 115–124.
- Hackl, B. et al. (2017): New Work - Auf dem Weg zu neuen Arbeitswelt. Springer, Berlin.
- Maitland, A./Thomson, P. (2011): Future work: How businesses can adapt and thrive in the new world of work. Springer, Berlin.
- Schermuly, C. C. (2019): New Work-Gute Arbeit gestalten: Psychologisches Empowerment von Mitarbeitern. Haufe, Freiburg im Breisgau.

25 Motivations- und Teampsychologie

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sophia Frank		
Dozierende	Prof. Dr. Sophia Frank		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Anthropologische Grundlagen, Menschenbilder, z.B. McGregor (Theorie X vs. Theorie Y)
- Arbeitssoziologie
- Motivation z.B. Theorie nach Herzberg
- Motivationspsychologie
- Führungsstile
- Teamrollen z.B. Belbin
- Teamphasen z.B. Tuckman
- Führungskonzepte und -Vorgehensweisen, z.B.
- Management-by-Konzepte
- Ziele und Zielkonflikte

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Gruppenarbeit, Coaching, Reflexion

Lernergebnisse

Das Modul gibt den Studierenden die Möglichkeit ...

... ihre Kooperations- und Dialogfähigkeit kritisch zu hinterfragen und zu verbessern.

... ihre sozial-kommunikative Kompetenz in Bezug auf Führung und Motivation auszubauen.

... sich selbst im Team einzuschätzen und aktiv zu reflektieren.

Literatur

- Thun, Friedemann Schulz von (2004): Miteinander reden. Störungen und Klärungen. Rowohlt, Reinbek.
- Wood, Julia T. (2016): Interpersonal Communication. Everyday Encounters. 8. Auflage. Cengage Learning, Chapel Hill.

26 Content Creation

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Christian Grosch		
Dozierende	Christian Grosch, Frank Wunderatsch		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

1. Multimediale Content-Produktion
 - Grundlagen der Fotografie, Videografie und Audioproduktion
 - Einsatz von Tools wie Adobe Creative Cloud, Canva oder DaVinci Resolve
 - Storytelling-Techniken für verschiedene Medienformate
2. Plattformgerechte Distribution
 - Anpassung von Inhalten für Plattformen wie Instagram, TikTok, YouTube und LinkedIn
 - Verständnis von Algorithmen und Engagement-Mechanismen
 - Entwicklung von Cross-Channel-Kampagnen
3. Content-Optimierung und Analyse
 - Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO)
 - Analyse von Nutzerverhalten mittels Tools wie Google Analytics

• A/B-Testing und iterative Verbesserung von Inhalten 4. Rechtliche und ethische Aspekte • Urheberrecht und Datenschutz im digitalen Raum • Verantwortungsvoller Umgang mit KI-generierten Inhalten • Ethische Überlegungen bei der Content-Erstellung
Lehr- und Lernmethoden
Lehrvorträge, praxisorientierter Unterricht, Gruppenarbeit
Lernergebnisse
Die Modulabsolventen erwerben ein Verständnis zentraler Konzepte der Content-Erstellung und -Gestaltung. ... Kenntnisse über unterschiedliche Medienformate und deren Einsatzmöglichkeiten. ... ein Bewusstsein für rechtliche Aspekte der Content-Produktion. Die Modulabsolventen erwerben die Fähigkeit zur kreativen Entwicklung und Umsetzung digitaler Inhalte. ... Kompetenzen im Umgang mit Software-Tools zur Bearbeitung von Text, Bild und Video. ... die Fähigkeit zur Umsetzung redaktioneller Konzepte in medialen Kampagnen. Die Modulabsolventen erwerben die Fähigkeit zur Entwicklung und Abstimmung von Inhalten in kreativen Teams. ... die Kompetenz, Content an Zielgruppen und Kommunikationskanäle anzupassen. ... die Fähigkeit, Feedback konstruktiv in Content-Workflows zu integrieren. Die Modulabsolventen erwerben einen professionellen Umgang mit kreativen Prozessen und gestalterischen Prinzipien. ... die Fähigkeit zur Reflexion des eigenen kreativen Outputs im Vergleich zu professionellen Standards. ... die Kompetenz zur kritischen Au; Die Modulabsolventen erwerben Kreativität, Ausdrucksfähigkeit und Innovationsbereitschaft. ... eine vertiefte digitale Medienkompetenz und kritische Reflexionsfähigkeit. ... Selbstorganisation und Eigenverantwortung in kreativen Projekten.
Literatur
• themenbezogen

27 Change Management und digitale Transformation

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sophia Frank		
Dozierende	Magdalena Kloibhofer		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Stufenmodell / Phasen der Veränderung
- Change Management - Veränderungen aktiv treiben
- Organisationspsychologie
- Strategien, Prozesse und Strukturen hinterfragen und neu aufsetzen bzw. anpassen
- Methoden und Instrumente der Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung; auch unter Nachhaltigkeitsaspekten
- Frage nach dem „Warum“ der Veränderung/Transformation beantworten als Basis für die Change Story
- Vision, Strategie und messbare Zielgrößen entwickeln
- Erfolgs- und Misserfolgskriterien identifizieren und bewerten

- Business Development, Entrepreneurship
- Wissensmanagement
- Prinzipien der Organisationsentwicklung
- Auswirkungen der Transformation (intern und extern)
- Erarbeitung der Inhalte auf Basis diverser Praxisbeispiele unterschiedlicher Branchen / Industrien

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Diskussion

Lernergebnisse

Studierende sind durch den Abschluss des Moduls in der Lage ...

... den Wandel in Unternehmenskontexten in verschiedenen Branchen richtig zu deuten und einzuordnen zu können.

... Transformationssprozesse zielgerichtet anzustoßen und zu begleiten.

... alle Parameter und Elemente zur Erreichung der strategischen Ziele in einem großen, stimmigen Gesamtkonzept orchestrieren können, traditionell und agil

... ihre Kenntnis und differenzierte Auseinandersetzung mit Veränderungsarchitekturen und Arbeitstechniken des Change Managements einzusetzen.

Dual Studierende fertigen die Prüfungsleistung in Absprache mit der Lehrperson zu einem Thema mit Bezug zum Praxispartner und erwerben dadurch zusätzliche Kompetenzen. In dem Praxisunternehmen können sie ...

... die firmen-, fach- und branchenspezifische Change-Prozesse im Unternehmen einordnen und mitgestalten.

Literatur

- Lauer, Thomas (2019): Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 3. Auflage. Springer, Berlin.
- Miller, Katherine (2012): Organizational Communication - Approaches and Processes. 6. Auflage. Wadsworth, College Station.
- Weiland, Achim (2016): Toolbox Change Management - 44 Instrumente zur Vorbereitung, Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Doppler, K./Lauterburg, C., Change Management, Den Unternehmenswandel gestalten, 14. Aufl., Frankfurt 2019. Becker, M./Labucay, I., Organisationsentwicklung. Konzepte, Methoden und Instrumente für ein modernes Change Management, Stuttgart 2012.
- Kotter, J./Seidenschwarz, W., Leading change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern, München 2015.
- Krüger, W./Bach, N. (Hrsg.), Excellence in Change. Wege zur strategischen Erneuerung, 5. Aufl. Wiesbaden 2014.
- Lauer, T., Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 3. Aufl., Berlin/Heidelberg 2019.
- Pietsch, G./Scherer, E., Organisation. Theorie, Gestaltung, Wandel, München 2007.

28 Nachhaltigkeit & Technikfolgenabschätzung

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Dr. Sarah Haase		
Dozierende	Dr. Sarah Haase		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	4	jährlich	3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Portfolio (10-15 Seiten Umfang)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Fundamentale Theorien, Positionen und Methoden auf den Gebieten der Techniktheorie, Technikphilosophie und Technikethik in systematischer sowie philosophiegeschichtlicher Sicht
- Argumentative bzw. rational-kritische Auseinandersetzung mit Fragen der Technikgestaltung, Technikbewertung, Technikfolgenabschätzung (gesellschaftliche, ökologische, ästhetische Implikationen, Nachhaltigkeit), Themen der schöpferischen Zerstörung
- Grundlagen der 17 SDGs
- Einordnung digitaler Technologien in das Spektrum der 3 Spannungsfelder der ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeitsziele
- Entwicklung eigener, ggf. kritischer Denkpositionen

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Diskussion

Lernergebnisse

Das Modul hat das Ziel Studierende zu befähigen ...

... ethische, gesellschaftliche und ästhetische Technikfolgen abzuschätzen, diese präzise zu formulieren und im Rahmen von Entscheidungsprozessen sowie in den Gesellschaftsdiskurs proaktiv einbringen.

... die Nachhaltigkeitsziele der UN (17 SDGs) einzuordnen und die Möglichkeiten digitaler Technologien abschätzen und nutzen zu können.

... Zielkonflikte zu erkennen und Maßnahme zu entwickeln, wie diese im Rahmen eines Stakeholder-Managements einbezogen werden können.

... eigene Ideen an den Aspekten der Nachhaltigkeit auszurichten.

... gesellschaftliches Engagement mit unternehmerischen Handeln in Beziehung zu setzen.

Literatur

- Arthur, W. Brian (2011): The Nature of Technology. What it is and how it evolves. Free Press, New York.

29 Wahlpflichtmodul Studium Generale

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsrhythmus	Dauer
Wahlpflichtmodul	0	ständig	

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	2 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	60 Zeitstunden, davon 22 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 38 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
gemäß Wahlkatalog	gemäß Wahlkatalog

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Frei wählbares Vertiefungsmodul, bevorzugt aus den Angeboten des Studium Generale (und ggf. der vhb)
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Die Studierenden verbreitern oder vertiefen ihr Wissen und erwerben je nach Kursinhalt zusätzliche methodische, kommunikative und gesellschaftsrelevante Kompetenzen in einem überfachlichen oder interdisziplinären Kontext.
Literatur
• themenbezogen

30 Wahlpflichtmodul Studium Generale

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Wahlpflichtmodul	0	ständig	

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	2 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	60 Zeitstunden, davon 22 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 38 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
gemäß Wahlkatalog		gemäß Wahlkatalog	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Frei wählbares Vertiefungsmodul, bevorzugt aus den Angeboten des Studium Generale (und ggf. der vhb)
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Die Studierenden verbreitern oder vertiefen ihr Wissen und erwerben je nach Kursinhalt zusätzliche methodische, kommunikative und gesellschaftsrelevante Kompetenzen in einem überfachlichen oder interdisziplinären Kontext.
Literatur
• themenbezogen

31 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Wahlpflichtmodul	0	ständig	

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
gemäß Wahlkatalog		gemäß Wahlkatalog	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Wahlmodul mit spezifischem Bezug zu den Inhalten des Studiengangs
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Die Studierenden verbreiten und vertiefen ihr Fachwissen sowie ihre methodischen Kompetenzen in einem frei wählbaren, jedoch den spezifischen Zielen des Studiengangs entsprechenden Fach. Hier werden technische Fachbereiche bevorzugt und individuelle Vorlieben aus dem technischen Bereich weiter ausgebaut.
Literatur
• themenbezogen

32 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Wahlpflichtmodul	0	ständig	

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
gemäß Wahlkatalog	gemäß Wahlkatalog

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Wahlmodul mit spezifischem Bezug zu den Inhalten des Studiengangs
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Die Studierenden verbreiten und vertiefen ihr Fachwissen sowie ihre methodischen Kompetenzen in einem frei wählbaren, jedoch den spezifischen Zielen des Studiengangs entsprechenden Fach. Hier werden technische Fachbereiche bevorzugt und individuelle Vorlieben aus dem technischen Bereich weiter ausgebaut.
Literatur
• themenbezogen

33 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Wahlpflichtmodul	0	ständig	

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
gemäß Wahlkatalog	gemäß Wahlkatalog

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Wahlmodul mit spezifischem Bezug zu den Inhalten des Studiengangs
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Die Studierenden verbreiten und vertiefen ihr Fachwissen sowie ihre methodischen Kompetenzen in einem frei wählbaren, jedoch den spezifischen Zielen des Studiengangs entsprechenden Fach. Hier werden technische Fachbereiche bevorzugt und individuelle Vorlieben aus dem technischen Bereich weiter ausgebaut.
Literatur
• themenbezogen

34 Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Wahlpflichtmodul	0	ständig	

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 33 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 92 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
gemäß Wahlkatalog	gemäß Wahlkatalog

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Wahlmodul mit spezifischem Bezug zu den Inhalten des Studiengangs
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Die Studierenden verbreiten und vertiefen ihr Fachwissen sowie ihre methodischen Kompetenzen in einem frei wählbaren, jedoch den spezifischen Zielen des Studiengangs entsprechenden Fach. Hier werden technische Fachbereiche bevorzugt und individuelle Vorlieben aus dem technischen Bereich weiter ausgebaut.
Literatur
• themenbezogen

35 Betriebliche Praxisphase

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Christian Grosch		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	6	jährlich	1 Semester lang

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	90 erworbene ETCS (vgl. § 5 SPO)		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	26 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	780 Zeitstunden		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
-		Praxisbericht (10-15 Seiten)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Anwendung theoretischer Inhalte bei einem Unternehmen aus der Praxis • Sammlung von Praxiserfahrung • Hinweis: Das Modul ist im besonderem Maße dazu geeignet, einen Auslandsaufenthalt mit einem Unternehmenspartner im Ausland zu absolvieren.
Lehr- und Lernmethoden
Lernergebnisse
Die Modulabsolventen erwerben ein Verständnis für betriebliche Abläufe, Organisationsstrukturen und Arbeitsprozesse. ... Kenntnisse über die praktische Anwendung von theoretischer Inhalte. ... die Fähigkeit, theoretisch-methodische Ansätze in einem realen Unternehmenskontext einzuordnen.

Die Modulabsolventen erwerben ...

... die Fähigkeit, theoretisches Wissen auf praktische Fragestellungen zu übertragen.

... Kompetenzen im systematischen Erfassen, Dokumentieren und Reflektieren praktischer Erfahrungen.

... die Fähigkeit zur Erstellung eines fundierten Praxisberichts.

Die Modulabsolventen beweisen ...

... die Fähigkeit, sich professionell in betriebliche Teams und Arbeitsumgebungen zu integrieren.

... Kompetenzen in der adressatengerechten Kommunikation mit Kollegen, Vorgesetzten und Kunden.

... die Fähigkeit zur konstruktiven Zusammenarbeit in interdisziplinären und hierarchischen Strukturen.

Die Modulabsolventen erwerben ...

... einen professionellen Umgang mit beruflichen Anforderungen im betrieblichen Alltag.

... die Fähigkeit zur kritischen Reflexion der eigenen Erfahrungen im Spiegel wissenschaftlicher Konzepte.

... ein Verständnis für die Bedeutung von Theorie-Praxis-Transfer im Bildungs- und Berufskontext.

Die Modulabsolventen erwerben ...

... Selbstorganisation, Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein im Arbeitskontext.

... die Fähigkeit zur realistischen Einschätzung der eigenen Stärken und Entwicklungsfelder.

... ein vertieftes Verständnis für die eigene berufliche Rolle und mögliche Karrierewege.

Literatur

- themenbezogen

36 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung 1

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	6	jährlich	1 Woche

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	2 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 0
Arbeitsleistung	50 Zeitstunden, davon 22 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 28 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Übung	Mündliche Prüfung (15 Minuten Dauer) oder schriftliche Prüfung (60 Minuten Dauer)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Betriebliche Praxisphase • Bewerbungsunterlagen • Bewerbungsgespräch • Arbeitskultur & Kommunikation im Unternehmen • Praxisbericht • Erwartungen an die betriebliche Praxisphase
Lehr- und Lernmethoden
Erfahrungsaustausch, Diskussion, Reflexion

Lernergebnisse

Studierende ...

- ... kennen und reflektieren ausgewählte fachliche Themengebiete mit besonderer Relevanz für das Industriepraktikum.
- ... erhalten die Gelegenheit, überfachliche Kompetenzen mit besonderer Relevanz für das Industriepraktikum zu trainieren.

Literatur

- themenbezogen

37 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung 2

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	6	jährlich	1 Woche

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	2 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 0		
Arbeitsleistung	50 Zeitstunden, davon 22 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 28 Stunden Ei- genstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Übung		Mündliche Prüfung (15 Minuten Dauer) oder schriftliche Prüfung (60 Minuten Dauer)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Reflexion • Vorstellung
Lehr- und Lernmethoden
Erfahrungsaustausch, Diskussion, Reflexion
Lernergebnisse
Der Studierende ist in der Lage, schriftlich und mündlich darzustellen, welche typische Aufgabenstellung in einem Industriebetrieb oder einer öffentlichen Einrichtung im Rahmen des Industriepraktikums bearbeitet wurde, welche Herausforderungen sich dabei stellten und welche Lösungsansätze gewählt wurden.

Literatur

- themenbezogen

38 Kolloquium

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel / Prof. Dr. Johannes Stübinger / Prof. Dr. Sophia Frank / Dr. Sarah Haase / Christian Grosch		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	7	ständig	-

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	3 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 3
Arbeitsleistung	75 Zeitstunden, davon 11 Stunden Präsenzzeit 1 SWS und 64 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar	Präsentation mit Rückfragen (20 - 30 Minuten)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Vorstellung der zu Grunde liegenden Fragestellung und Ergebnisse der Bachelorarbeit • Präsentation, entweder in Präsenz oder Online durch Nutzung eines entsprechenden digitalen Tools • Beweis, wie Inhalte des Studiums in die Praxis überführt werden können.
Lehr- und Lernmethoden
Präsentation, Diskussion
Lernergebnisse
Mit dem Abschluss des Kolloquiums haben die Teilnehmer ihre Präsentationsfähigkeiten unter Beweis gestellt. ... dargelegt, dass sie zuvor schriftlich bearbeitete Inhalte auf einem wissenschaftlichen Niveau mündlich diskutieren können.

... die Inhalte der Bachelorarbeit im Detail erläutert und konnten darstellen, wie einzelne Aspekte des Studiums in die Ausarbeitung eingeflossen sind.

Literatur

- themenbezogen

39 Bachelorarbeit

(Wirtschaftsinformatik 2.0 B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2025)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel / Prof. Dr. Johannes Stübinger / Prof. Dr. Sophia Frank / Dr. Sarah Haase / Christian Grosch		
Lehr- und Prüfungssprache	Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen		
i.d.R. Deutsch	-		
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	7	ständig	max. 4 Monate ab Anmeldung

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	125 erworbene ETCS (vgl. § 7 (3) SPO)
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	12 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 12
Arbeitsleistung	300 Zeitstunden, davon Stunden Präsenzzeit 0 SWS und 300 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
-	Bachelorarbeit (50 - 70 Seiten)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Erstellen einer Abschlussarbeit im Umfang von 50 bis 70 Seiten.
Lehr- und Lernmethoden
Lernergebnisse
Mit dem Abschluss der Bachelorarbeit stellen die designierten Absolventen ihre Fähigkeit zur Erarbeitung eines selbst gewählten und eng begrenzten Themengebietes aus dem Gesamtbereich des Studiums dar. ... ihre fundierte, differenzierte und den aktuellen Forschungsstand einbeziehende Kenntnis eines Themengebiets dar.

... die Selbstkompetenz wie Eigenmotivation, Zeitmanagement und Belastbarkeit unter Beweis.
... bestenfalls ihre Schlüsselqualifikationen in einem Partnerunternehmen auf praktischer Ebene unter Beweis.

... eine Arbeit, welche wissenschaftlichen Standards (Aufbau, Zitation, Methodik) erfüllt, in eigenverantwortlicher Tätigkeit bereit und weisen dadurch ihre Selbstkompetenzen in den Bereichen Eigenmotivation, Zeitmanagement und Belastbarkeit nach.

Literatur

- Theisen, Manuel René (2018): Wissenschaftliches Arbeiten - Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. 18., neu bearbeitete und gekürzte Auflage. Vahlen, München.

40 Innovationsstrategien & -systeme

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Bernd Trinkwalter		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	2	jährlich	ca. 3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs- voraussetzungen	keine
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5
Arbeitsleistung	150 Zeitstunden, davon 34 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 116 Stunden Ei- genstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung	Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Betriebliche Organisation von Innovation • Diffusionsmanagement und die Verbreitung von Innovationen • Barrieren für Innovationen, Schlüsselakteure, Innovationsteams • Organisation von F.u.E. • Strategien des Innovationsmanagements • Wettbewerbsstrategien • Innovationsprozesse • Innovationssysteme (anhand relevanter und aktueller Praxisbeispiele) • Gründe für innovative Aktivität, Verankerung in der Unternehmensstrategie • Management von kreativen Mitarbeitern • Technologie - Strategie

• Technologie - Vorhersage • Lernprozesse von Technologie – Kompetenzen • Schutzrechte • Umgang mit technischen Tools zum Management von Innovationen in Unternehmen • Bedeutung des Wissenstransfers
Lehr- und Lernmethoden
Lehrvorträge, Gastvorträge, Diskussion
Lernergebnisse
Die Studierenden lernen in diesem Modul durch detaillierte Einblicke real existierender Innovationsysteme das berufliche Selbstverständnis in der jeweiligen Branche kennen. ... wie sie technische Lösungen zur Organisation von Innovationen in Unternehmen gewinnbringend einsetzen können. ... als MitarbeiterInnen einer spezifischen Branche Wettbewerber erkennen und Innovationen strategisch vorantreiben können. ... wie sie passgenaue Lösungskonzepte systematisch entwickeln können. ... durch Zusammenarbeit und Kooperation wowohl branchenintern als auch branchenübergreifend Mehrwert schaffen und Wissenstransfer nutzbringend einsetzen.
Literatur
• themenbezogen

41 Digitale Transformation

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	ca. 3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	35 erworbene ECTS aus den ersten beiden Studiensemester (vgl. § 5 SPO)		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	150 Zeitstunden, davon 34 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 116 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Digitale Transformation - Grundlagen, Theorien, Modelle
- Digitale Transformation Frameworks
- Auswirkung der Digitalen Organisation auf Organisation und Führung
- Weg zum digitalen Unternehmen
- Technologische Rahmenbedingungen - Business- und IT Architecture
- Merkmale erfolgreicher Digitaler Transformation
- Stufenweise Transformation der Elemente des digitalen Unternehmens
- Barrieren der digitalen Transformation
- Merkmale erfolgreicher Digitaler Transformation

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Diskussion

Lernergebnisse

Studierende...

- ... haben einen Überblick über die grundlegenden Dimensionen, Verfahren und Theorien.
- ... sind sich verschiedener Modelle, Methoden und Strategien der digitalen Transformation bewusst.
- ... lernen verschiedene Anwendungen der digitalen Transformation in der Praxis kennen-
- ... gewinnen ein Bewusstsein für die Arbeitsweisen und Zusammenhänge mit dem Change Management
- ... sind befähigt, für verschiedene Kontexte bzw. Zielorganisationen (z.B. Behörden, KMU, Konzerne) geeignete Herangehensweisen auszuwählen und anzuwenden.
- ... haben Methoden der digitalen Transformation teambasiert erprobt und reflektiert.

Literatur

- Appelfeller, W., & Feldmann, C. (2018). Die digitale Transformation des Unternehmens. Springer Gabler, Wiesbaden
- Strauß, R. (2019) : Digitale Transformation - Strategie, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis, Schäffer-Poeschel-Verlag Stuttgart, 1. Aufl.
- Schmidt, H.; Kollmann, T. (2016): Deutschland 4.0: Wie die Digitale Transformation gelingt. Springer Fachmedien Wiesbaden
- Eder, M. (2017): Digitale Evolution: Wie die digitalisierte Ökonomie unser Leben, Arbeiten und Miteinander verändern wird. Wiesbaden: Springer
- Schallmo, D.; Rusnjak, A. (2017): Roadmap zur Digitalen Transformation von Geschäftsmodellen. in Schallmo, D.; Rusnjak, A.; Anzengruber, J.; Werani, T.; Jünger, M. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Wiesbaden: Springer, S. 1-31.
- Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2019). Defining digital transformation: Results from expert interviews. Government Information Quarterly, 36(4), 101385. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.06.002>
- Van Veldhoven, Z., & Vanthienen, J. (2019). Designing a Comprehensive Understanding of Digital Transformation and its Impact. 745–763. <https://doi.org/10.18690/978-961-286-280-0.39>
- Henriette, E., Feki, M., & Boughzala, I. (2016). Digital transformation and challenges. Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS), 2018-May(5–6), 40–41.

42 Startup Engineering II

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Zagel		
Dozierende	Prof. Dr. Christian Zagel		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	5	jährlich	ca. 3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	35 erworbene ECTS aus den ersten beiden Studiensemester (vgl. § 5 SPO)		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	0 Zeitstunden, davon 0 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 0 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
Wird gespeist werden aus den Inhalten des ERIC Projekts - Basis-Zertifikat Entrepreneurship
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Literatur
• themenbezogen

44 Grundprinzipien ethischen Handelns

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sophia Frank		
Dozierende	Prof. Dr. Sophia Frank		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	4	jährlich	ca. 3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	35 erworbene ECTS aus den ersten beiden Studiensemestern (vgl. § 5 SPO)		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	150 Zeitstunden, davon 34 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 116 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlage der praktischen und politischen Philosophie sowie der Wirtschaftsethik, vor allem mit Blick auf das Spannungsverhältnis zwischen Recht, Sitten, Moral und Wirtschaftlichkeit
- Anwendung von ethischen Argumentationsmustern und Kriterien auf Fallstudien
- Grundlage der Argumentationstheorie; Inferenzen, Fehlschlüsse, Scheinargumente, rhetorische Manipulation und Bias in Anwendungsfällen
- Technologieethik

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Diskussion, Exkursion

Lernergebnisse

Durch das Abschließen des Moduls erhalten die Studierenden ...

... ein Bewusstsein für Komplexität und Ambiguität der Verhältnisse zwischen Recht, Sitten, Moral sowie Wirtschaftlichkeit und können sich in diesem Spannungsfeld argumentativ souverän, entscheidungsstark und verantwortungsvoll bewegen.

... ein Grundverständnis für die Perspektive der praktischen und politischen Philosophie, wodurch sie normative Fragestellungen in der Praxis formulieren und Lösungsvorschläge systematisch erarbeiten können.

... die Fähigkeit logisch korrekte Schlussfolgerungen aufzubauen sowie manipulatorische, verzerrte Scheinargumente zu erkennen und zu entkräften.

... methodisch gestützte Kritikfähigkeit, durch welche sie in ihrem beruflichen, sozialen und privaten Umfeld zu einer sachlichen, transparenten, vernunftbasierten, nicht-manipulativen Diskussionskultur bei.

... die Kompetenz, den Nutzen und die Risiken technologischer Innovationen zu identifizieren und gegeneinander abzuwägen.

Literatur

- themenbezogen

45 Social Web & Digitale Ökonomie

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Christian Grosch		
Dozierende	Christian Grosch		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	ca. 3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	35 erworbene ECTS aus den ersten beiden Studiensemestern (vgl. § 5 SPO)		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	150 Zeitstunden, davon 34 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 116 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Schriftliche Prüfung (60-90 Minuten Dauer)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Grundlagen der Kommunikationswissenschaft
- Grundlagen und Entwicklung des Social Media Marketings im Kontext digitaler Kommunikation
- Einordnung in den Marketing-Mix und Verzahnung mit klassischem Online- und Offline-Marketing
- Plattformökonomie: Funktionsweise, Reichweitenlogik und Geschäftsmodelle von Social-Media-Plattformen
- Zielgruppenforschung und Personas: Methoden der Zielgruppenanalyse und Segmentierung
- Customer Journey und Touchpoints im Social-Media-Kontext
- Owned, Paid & Earned Media: Chancen, Herausforderungen und Best Practices
- Content-Marketing-Strategien und deren Integration in Social-Media-Kampagnen
- Community-Management: Aufbau, Pflege und Moderation von Online-Communities
- Influencer-Marketing: Kooperationsmodelle, Erfolgsfaktoren, Risiken und Messbarkeit

- Krisenkommunikation in sozialen Netzwerken (Shitstorms, Reputationsmanagement)
- Internationale Perspektiven: globale Plattformen vs. lokale Besonderheiten

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Diskussion, Gruppenarbeit, praktische Umsetzung

Lernergebnisse

Die Modulabsolventen erwerben ...

... Kenntnisse über Strategien, Modelle und Instrumente der Kommunikationswissenschaft.

... ein Verständnis der Funktionsweise von Social-Media-Plattformen und deren Marketinglogiken.

... ein Bewusstsein für rechtliche und ethische Rahmenbedingungen im digitalen Raum.

Dual Studierende fertigen die Prüfungsleistung in Absprache mit der Lehrperson zu einem Thema mit Bezug zum Praxispartner und erwerben dadurch zusätzliche Kompetenzen. Sie sind in der Lage ...

... die firmen-, fach- und branchenspezifische Besonderheiten ihres Praxispartners im Social Media Kontext einzuordnen.

... spezifische Anforderungen ihres Praxispartners im Social Media Bereich zu erstellen, auszuführen und zu optimieren (z.B. Recruiting, B2B, B2C).

Die Modulabsolventen erwerben ...

... die Fähigkeit zur Entwicklung von Social-Media-Strategien und -Kampagnen.

... Kompetenzen im Einsatz von Analysetools zur Erfolgsmessung und Optimierung.

... die Fähigkeit zur Durchführung von Zielgruppen- und Wettbewerbsanal

Die Modulabsolventen erwerben ...

... die Fähigkeit zur adressatengerechten Kommunikation in digitalen Medien.

... Kompetenzen zur kooperativen Entwicklung von Marketingmaßnahmen in Projektgruppen.

... die Fähigkeit, Interaktionen mit Communities und Stakeholdern

Die Modulabsolventen erwerben ...

... einen professionellen Umgang mit strategischen Marketingentscheidungen.

... die Fähigkeit zur kritischen Reflexion ethischer Fragestellungen (z.B. Fake News, Influencer-Verantwortung).

... ein Verständnis zur Einordnung prakt; Das Modul fördert bei Absolventen ...

... unternehmerischen Denkens und strategische Weitsicht.

... die analytischen Fähigkeiten.

... die Entwicklung von Verantwortungsbewusstsein im digitalen Raum.

Literatur

- Evans, David S. & Schmalensee, Richard (2016): Matchmakers - The New Economics of Multisided Platforms. Harvard Business Review Press, Boston.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59-68.
- Li, C., & Bernoff, J. (2011). Groundswell: Winning in a world transformed by social technologies. Harvard Business Press.
- Schäfer, T., & Sedlmeier, P. (2009). Wie sich das Web 2.0 auf die Ökonomie auswirkt. Wirtschaftsinformatik, 51(2), 98-107.
- Shirky, C. (2011). Cognitive surplus: Creativity and generosity in a connected age. Penguin.
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2010). Wikinomics: How mass collaboration changes everything. Penguin.

45 Innovation Mindset

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sophia Frank		
Dozierende	Prof. Dr. Sophia Frank, Björn Stöcker, Irem Geisler		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	ca. 3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	35 erworbene ECTS aus den ersten beiden Studiensemestern (vgl. § 5 SPO)		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	150 Zeitstunden, davon 34 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 116 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- die menschliche Seite des Wandels mit Fokus auf die Aspekte des Growth Mindset
- Lernen
 - Wie funktioniert Lernen?
 - Lerntheorien
 - Grundlagen
- Wandlungsprozesse
- Erkenntnisse aus der Geschichte in Bezug auf die Zukunft
- Betrachtung unterschiedlicher Regionen/Kulturen
- Psychologie von Veränderungsprozessen
- Erkennen von und Umgang mit Widerständen & Ängsten

- Persönlichkeitspsychologie & Psychologische Grundlagen zum menschlichen Verhalten und Einstellungen
- Basis: Carol Dweck – Mindset
- Durchführung eines Growth Mindset Workshops zur nachhaltigen positiven Veränderung der Denk- und Handlungsweise
- Grundlagen zum Thema Unternehmenskultur vom einzelnen Mitarbeiter bis zum kompletten Unternehmen und dessen Wirkung nach außen
- Methoden zur Beeinflussung der Innovationskultur im Unternehmen
- Wirkung auf die anderen Unternehmensteile – Führung, Forschung, Kommunikation, etc.
- Praxisbeispiele außergewöhnlicher Unternehmenskulturen (Führung etc...)

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Exkursion, Diskussion, Reflexion

Lernergebnisse

Das Modul befähigt die Teilnehmer darin ...

... verstehen zu können, warum Menschen so agieren wie sie agieren und dabei einen Rückschluss auf ihr eigenes Handeln zu ziehen.

... Vorbehalte und Widerstände bei einer Transformation beteiligter Personen möglichst frühzeitig zu erkennen und entsprechend reagieren zu können.

... Methoden und Theorien zur Erzeugung eines „Growth Mindset“ zu kennen und zur persönlichen sowie zur Arbeit im Team einzusetzen zu können.

... die Potenziale Anderer zu erkennen und sie in ihrem innovationsbezogenen Handeln aktiv zu beeinflussen und zu stärken.

Literatur

- Glasgow, Helen & Moore, Joshua (2017): The Growth Mindset: a guide to professional and personal growth. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Brock, Annie (2018). My Growth Mindset Journal. ISBN: 978-1612438368
- Brock, Annie; Hundley, Heather (2016). The Growth Mindset Coach: A Teacher's Month-by-Month Handbook for Empowering Students to Achieve. ISBN: 978-1612436012
- Coyle, Daniel (2010). The Talent Code: Greatness isn't born. It's grown. ISBN: 978-0099519850
- Dweck, Carol (2017). Mindset – Changing the way you think to fulfil your potential. ISBN: 978-1472139955
- Dweck, Carol (2017). Selbstbild: Wie unser Denken Erfolge oder Niederlagen bewirkt. ISBN: 978-3492311229
- Gise, Kevin (2015). Mindset: 30+ Amazing Mindset Tricks & 100+ Daily Affirmations! Develop a Successful Mindset and Gain More Self Esteem, Happiness, Wealth and Freedom in Your Life! ISBN: 978-1519511713

46 Innovationsorientierte Unternehmenskulturen

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sophia Frank		
Dozierende	Prof. Dr. Sophia Frank		
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3	jährlich	ca. 3 Wochen

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	35 erworbene ECTS aus den ersten beiden Studiensemester (vgl. § 5 SPO)		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	150 Zeitstunden, davon 34 Stunden Präsenzzeit 3 SWS und 116 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
Seminar, seminaristischer Unterricht, Praktikum, Übung		Portfolio (10-15 Seiten Umfang)	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

- Einführung in Innovationsorientierte Unternehmenskulturen
- Innovationskultur
- Interkulturelle Innovationsauslegung
- Innovationsstrategien und -prozesse
- Faktoren, die die Unternehmenskultur beeinflussen
- Führung und Mitarbeiter in einer innovationsorientierten Unternehmenskultur
- Technologie und digitale Transformation
- Steuerung und kontinuierliche Verbesserung von Innovationsprozessen
- Risikobereitschaft und Fehlerkultur
- Innovationsprojekte

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvorträge, Exkursion, Diskussion, Gastvorträge

Lernergebnisse

Das Modul befähigt die Teilnehmer darin ...

... die Konzepte von Innovation und Unternehmenskultur sowie deren Bedeutung für den Geschäftserfolg zu verstehen.

... Innovationsstrategien und -prozesse in verschiedenen Branchen und Unternehmen zu analysieren und zu bewerten.

... Faktoren zu erfassen, die eine innovationsorientierte Unternehmenskultur beeinflussen und sind in der Lage diese zu bewerten.

... die Rolle von Führungskräften und Mitarbeitern bei der Schaffung und Aufrechterhaltung einer innovationsorientierten Unternehmenskultur zu analysieren.

... den Einfluss von Technologie und digitaler Transformation auf die Unternehmenskultur zu bewerten und anzupassen.

... Innovationsprozesse effektiv zu steuern und kontinuierlich zu verbessern.

... die Bedeutung von Risikobereitschaft und Fehlerkultur für die Schaffung einer innovationsorientierten Unternehmenskultur zu verstehen und anzuwenden.

Literatur

- Christensen, Clayton M. (2016): The Innovator's Dilemma: When new technologies cause great firms to fail. 5. Auflage. Harvard Press, Cambridge.
- Schein, E. H. (2010). Organizational culture and leadership (4th ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Amabile, T. M., & Kramer, S. J. (2011). The progress principle: Using small wins to ignite joy, engagement, and creativity at work. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Christensen, C. M. (2013). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Dweck, C. S. (2016). Mindset: The new psychology of success. New York, NY: Ballantine Books.
- Hargadon, A., & Sutton, R. I. (2000). Building an innovation factory. Harvard Business Review, 78(3), 157-166.
- Kelley, T., & Littman, J. (2001). The art of innovation: Lessons in creativity from IDEO, America's leading design firm. New York, NY: Currency Doubleday.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2011). The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation. New York, NY: Oxford University Press.
- Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (2017). Winning through innovation: A practical guide to leading organizational change and renewal. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
-

47 Wahlpflichtmodule Studium Generale

(Applied Digital Transformation B.Sc., SPO vom 01. Oktober 2022)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Stübinger		
Dozierende			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
Deutsch		Geeignet für vergleichbare Studiengänge	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Wahlpflichtmodul	0	ständig	

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangs-voraussetzungen	35 erworbene ECTS aus den ersten beiden Studiensemestern (vgl. § 5 SPO)		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	gelb		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 5		
Arbeitsleistung	60 Zeitstunden, davon 0 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 0 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
gemäß Wahlkatalog		gemäß Wahlkatalog	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
• Frei wählbares Vertiefungsmodul, bevorzugt aus den Angeboten des Studium Generale (und ggf. der vhb)
Lehr- und Lernmethoden
gemäß Wahlkatalog
Lernergebnisse
Die Studierenden verbreitern oder vertiefen ihr Wissen und erwerben je nach Kursinhalt zusätzliche methodische, kommunikative und gesellschaftsrelevante Kompetenzen in einem überfachlichen oder interdisziplinären Kontext.
Literatur
• themenbezogen

Kontakt:

Christian Grosch

Studiengangskoordinator

+49 9561 317-286

christian.grosch@hs-coburg.de

Prof. Dr. Johannes Stübinger

Studiengangsleiter

+49 (0)9561 317-172

johannes.stuebinger@hs-coburg.de



Hochschule für angewandte Wissenschaften Coburg

Friedrich-Streib-Str. 2

96450 Coburg

www.hs-coburg.de