

<b>M5 E-Business</b>					
<b>Kennnummer</b>	<b>Workload</b>	<b>Credits</b>	<b>Studien-semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>
M5	250 h	10	4. Sem.	jedes Sommersemester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Geschäftsmodelle und Prozessmanagement im E-Business b) Anwendungsfelder im E-Business c) Software-Anwendungen im E-Business	<b>Kontaktzeit</b> 4 SWS / 60 h  2 SWS/ 30 h  2 SWS / 30 h	<b>Selbststudium</b> 130 h	<b>geplante Gruppengröße</b> 51 Studierende	
<b>2</b>	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b> Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundbegriffe und Tendenzen des E-/M- und T-Business zu diskutieren,</li> <li>▪ relevante Geschäftsmodelle der Internetökonomie zu bewerten,</li> <li>▪ aktuelle Anwendungsfelder und -fälle des E-Business zu analysieren,</li> <li>▪ technologische Konzepte und Basistechnologien internetorientierter Anwendungen zu reproduzieren und ihre Grenzen sowie Bedeutung für die Entwicklung von E-Business-Anwendungen einzuschätzen,</li> <li>▪ Softwarelösungen zur Bearbeitung von typischen E-Business-Geschäftsprozessen anzuwenden,</li> <li>▪ eigenständig relevante Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zur Analyse von typischen E-Business-Fragestellungen einzusetzen.</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Inhalte</b> <u>Geschäftsmodelle und Prozessmanagement im E-Business</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen des E-Business/ M-Business/ T-Business</li> <li>▪ Internet- oder digitale Ökonomie</li> <li>▪ Technologische, gesellschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen des E-Business</li> <li>▪ Geschäftsmodelle im E-Business</li> <li>▪ E-Business und die Konsequenzen für betriebliche Wertschöpfungsketten</li> <li>▪ Unterstützung von Unternehmensgeschäftsprozessen durch E-Business (Electronic Procurement, Electronic (Online-)Marketing, u.a. E- Recruiting, E-Distribution, SEO, SEA)</li> </ul> <u>Anwendungsfelder im E-Business</u> Die Inhalte (Beispiele, Fallstudien, Lehrprojekte), die in der Lehrveranstaltung behandelt werden, werden jeweils zu Beginn des Semesters durch den Dozenten vorgestellt und durch die Lerngruppe ausgewählt. Die Struktur der Lehrveranstaltung ist an folgenden Vorgehensmodellen ausgerichtet: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Präsentation ausgewählter Anwendungsfälle des E-Business (Auswahl Einzel- bzw. Gruppenarbeiten)</li> <li>▪ Erarbeitung eines Vorgehensmodells sowie Festlegung relevanter Analysebereiche</li> <li>▪ Erarbeitung relevanter Analyse- und Aufbereitungsstandards für die Gruppenarbeiten</li> <li>▪ Durchführung der Gruppenarbeiten (moderiert und unterstützt durch den Lehrenden)</li> <li>▪ Ergebnispräsentation</li> <li>▪ Ergebnisbewertung durch die Gruppe ggf. unter Beteiligung von Praktikern</li> </ul>				

	<p>Die Inhalte zu Anwendungsfeldern kommen beispielsweise aus den folgenden Themenbereichen des E-Business, M-Business oder T-Business:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ E-Venture</li> <li>▪ E-Recruiting</li> <li>▪ E-Production/ E-Services</li> <li>▪ E-Sales/ E-Marketing</li> <li>▪ E-Government</li> <li>▪ Bewertung von innovativen Geschäftsmodellen</li> </ul> <p><u>Software-Anwendungen im E-Business</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen und Grundbegriffe der Internettechnologien</li> <li>▪ Anwendungsdienste im Internet</li> <li>▪ Software-Lifecycle aus Software-Entwicklung, -Lizenzierung, -Betrieb und -Wartung</li> <li>▪ Sicherheitsaspekte von Software</li> <li>▪ Requirements Engineering und Change Management</li> <li>▪ Einsatz von Open Source Software, bspw. CMS „Drupal“</li> <li>▪ Überblick über SEO und SEA-Tools, etwa Google AdWords, Google Analytics, Werbung und Seitenmanagement auf Facebook.</li> </ul> <p>Die theoretisch wie praktisch behandelte Software kann beispielsweise Tools aus den folgenden Anwendungsfeldern umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ E-Business: Online-Shops</li> <li>▪ E-Collaboration: unternehmensübergreifende Software z.B. für E-Negotiation</li> <li>▪ E-Communication: Blog-/ Foren-/Wiki-Technologien</li> <li>▪ E-Marketing: CRM-Systeme</li> <li>▪ E-Retailing: branchenspezifische Software</li> <li>▪ E-Government: Wahlprogramme</li> <li>▪ E-Community: Management von virtuellen Gemeinschaften</li> </ul>
4	<p><b>Lehrformen</b> Die Vermittlung der Inhalte erfolgt im Rahmen eines teilnehmeraktiven seminaristischen Unterrichts. Fallbezogen erfolgt die Erarbeitung der Lehrinhalte, speziell die Darstellung und Analyse webrelevanter Tools im IT-Labor. Der Unterricht wird ergänzt durch die Analyse und Aufbereitung der Fallbeispiele in Gruppenarbeiten. Die Reflexion der Arbeitsergebnisse erfolgt in Form moderierter Gruppendiskussionen. Fallweise werden Praktiker (Praxisbeispiele/ Realsituationen) in die Lehr-/Lernsituation einbezogen.</p>
5	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> <b>Formal:</b> keine <b>Inhaltlich:</b> keine</p>
6	<p><b>Prüfungsformen:</b> Hausarbeit; Umfang: 15–20 Seiten (Bearbeitungszeit: 70 Zeitstunden)</p>
7	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Bestandene Modulabschlussprüfung (Hausarbeit)</p>
8	<p><b>Verwendung des Moduls</b> (in anderen Studiengängen): keine</p>
9	<p><b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> gemäß den Credits 10/180</p>
10	<p><b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende:</b> Prof. Dr. (UFU München) Olexiy Khabyuk (Modulverantwortlicher)</p>

11	<p><b>Sonstige Informationen (z.B. Literatur):</b> Am Anfang des Semesters wird Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Chaffey, Dave: E-Business &amp; E-Commerce Management. Strategy, Implementation and Practice, 5. Edition, Harlow 2011</li><li>▪ Kollmann, Tobias: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, 4. Aufl., Wiesbaden 2011</li><li>▪ Kreuzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten, Wiesbaden 2012</li><li>▪ Turban, Efraim, King, David, Lang, Judy: Introduction to Electronic Commerce, Third Edition, Upper Saddle River 2011</li><li>▪ Wirtz, Bernd W.: Business Model Management, Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, 2. Aufl., Wiesbaden 2011</li><li>▪ Wirtz, Bernd W.: Electronic Business, 3. Aufl., Wiesbaden 2010</li><li>▪ relevante aktuelle Literatur</li></ul>
----	--