

Curriculum

Lehrveranstaltungen		ECTS
Marketing I: Moderne Marketingstrategien & -methoden	Basismodul	4
Marketing II: Digitales Marketing - Ziele, Kanäle, Kampagnenmanagement	Basismodul	4
Marketing III: Konsument*innenverhalten in der digitalen Ära	Basismodul	4
Unternehmensführung I: Bilanzen, Finanz- & Investitionsplanung	Basismodul	4
Unternehmensführung II: Kosten- & Leistungsrechnung	Basismodul	2
Unternehmensführung III: Controlling in der Praxis	Basismodul	2
Unternehmensführung IV: Personalmanagement & Leadership	Basismodul	6
Unternehmensführung V: KI in der Wertschöpfung	Basismodul	4
Recht I: Rechtsfragen im Alltag der Unternehmensführung	Basismodul	4
Recht II: Rechtsfragen bei Unternehmensgründung & Gesellschaftsformen	Basismodul	2
Kommunikation, Verhandlungstechniken & Konfliktmanagement	Basismodul	2
Digitale Geschäftsmodelle I: Klassische Geschäftsmodelle & Geschäftsmodelle der New Economy	Vertiefungsmodul	2
Digitale Geschäftsmodelle II: Business Planning	Vertiefungsmodul	4
Digitale Geschäftsmodelle III: Digitale Geschäftsmodelle im Vergleich	Vertiefungsmodul	2
Digitale Geschäftsmodelle IV: Digitale Erlösmodelle, Preismanagement & Preispsychologie	Vertiefungsmodul	6
Geschäftsmodellentwicklung I: Grundlagen	Vertiefungsmodul	4
Geschäftsmodellentwicklung II: Digitale Geschäftsmodelle	Vertiefungsmodul	6
Zusammenarbeit und Netzwerke in digitalen Ökosystemen	Vertiefungsmodul	2
Kundenerlebnis und User Experience (UX) für digitale Geschäftsmodelle	Vertiefungsmodul	2
Sales-Funnel und Conversion-Optimierung für digitale Geschäftsmodelle	Vertiefungsmodul	8
Online-Sales digitaler Geschäftsmodelle: Trends & Strategien im Retail	Vertiefungsmodul	8
MAFO I: Quantitative Methoden	Vertiefungsmodul	4
MAFO II: Qualitative Methoden	Vertiefungsmodul	2
Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden- und Schreibkompetenz		6
Wissenschaftliches Arbeiten: Forschungsbedarf, Forschungskonzept		4
Masterarbeit		18
Abschlussprüfung		4
	Summe	120