



SRH Fernhochschule - The Mobile University
SPO: DBM2204_90ECTS

Ihr Curriculum.

Studiengang

Digital Business Management -

90 ECTS

M.Sc.

Curriculum Master of Science (M.Sc.) Digital Business Management - 90 ECTS

Modul	Prüfungsform	Semester		
		1	2	3
Pflichtmodule				
Kompetenzfeld Wissenschaftliche Kompetenzen				
Empirische Sozialforschung (6 ECTS)	Online-Test (60-90 Minuten)	6		
Datenanalyse (6 ECTS)	Projektprüfung (20 Seiten)		6	
Kompetenzfeld Digital Business				
Digitale Prozesse (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)	6		
Digitale Strategien und Geschäftsmodelle (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)	6		
Digitale Ökonomie (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)	6		
Business Intelligence & Analytics (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)		6	
Digital Leadership & Transformation (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder mündliche (Online)-Prüfung (20 Minuten)		6	
Digitales Marketing & Social Media (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)		6	
Kompetenzfeld Bezugswissenschaften				
Projekt- und Change Management (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)	6		
Kompetenzfeld Abschlussarbeit				
Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium – DBM 90 (24 ECTS)	Kolloquium (45 Minuten) und Master Thesis (60-80 Seiten, Bearbeitungszeit 5 Monate)			24
Wahlmodule Die Studierenden wählen im 2. Semester und im 3. Semester jeweils ein Modul aus dem folgenden Katalog.			6	6
Wahlbereich "Technologie und Digitalisierung"				
Artificial Intelligence (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)			
Cyber Security im Internet of Things (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Design Thinking & Innovation (6 ECTS)	Einsendepräsentation (Folien plus Erläuterungen)			
Digitales Lernen im Unternehmenskontext (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
E-Procurement (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Industrie 4.0 und Produktion in der Digitalen Welt (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Technologische Grundlagen und Management von IT (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder Praxisprüfung (*nur im Rahmen von Study Live Veranstaltungen)			
Wahlbereich "Business Development"				
Entrepreneurship (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
German-Chinese Business (Engl.) (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Technologische Innovationen (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)			
Wahlbereich "Managementfunktionen und Consulting"				
Marketing und Markenmanagement (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)			
Organisationsberatung (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Performance Controlling (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)			
Credits Gesamt	90	30	30	30