

# Curriculum

## für den Masterstudiengang

### Digital Management & Transformation (M.Sc.)

#### Studienumfang und Gewichtung der Prüfungsleistungen zur Bildung der Gesamtnote

- (1) Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Module beträgt inklusive Master-Thesis 120 Credit-Points (Leistungspunkte).
- (2) Der Gewichtungsfaktor, mit dem die Modulnote in die Berechnung der Gesamtnote eingeht, entspricht dem Anteil der Summe der Credit-Points des betreffenden Moduls am Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Module inklusive Master-Thesis.
- (3) Der Gewichtungsfaktor, mit dem die Note der Master-Thesis in die Berechnung der Gesamtnote eingeht, entspricht dem Anteil der Credit-Points der Master-Thesis am Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Module inklusive Master-Thesis.

#### Curriculum im Pflichtbereich

- (1) Die Module im Pflichtbereich sind vier Kompetenzfeldern zugeordnet:
  - I Methoden- und Forschungsmodule
  - I Kernmodule
  - I Querschnitts- und Managementmoduleund
  - I Studienabschluss
- (2) Die Zuordnung der Module im Pflichtbereich sowie die zugehörigen Prüfungsleistungen ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

	Modulbezeichnung	Credit-Points	Prüfungsleistung	Fachsemester			
				1	2	3	4
Methoden- und Forschungsmodule	Empirische Forschung (Prüfung in Kombination mit „Wirtschaften in der digitalen Ökonomie“)	6	Hausarbeit (20 Seiten)	6			
	Datenanalyse (Wahlmöglichkeit: qualitative oder quantitative Ausrichtung)	6	Hausarbeit (20 Seiten)		6		
	Praxisprojekt	6	Praxisprüfung			6	
Kernmodule	Wirtschaften in der digitalen Ökonomie (Prüfung in Kombination mit „Empirische Forschung“)	6	Hausarbeit (20 Seiten)	6			
	Digitale Strategien und Geschäftsmodelle	6	Klausur (120 Minuten)	6			
	Technologische Grundlagen und Management von IT	6	Klausur (120 Minuten)	6			
	Digitales Marketing & Social Media	6	Hausarbeit (20 Seiten)		6		
	Digitale Prozesse	6	Klausur (120 Minuten)		6		
	Business Intelligence & Analytics	6	Klausur (120 Minuten)		6		
	Digital Leadership & Transformation	6	Fallstudie (20 Seiten)			6	
Querschnitts- und Management- module	Projekt- und Change Management	6	Hausarbeit (20 Seiten)	6			
	Leadership	6	Klausur (120 Minuten)		6		
	Werte und Konflikt	6	Hausarbeit (20 Seiten)			6	
Studienab- schluss	Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium	30	Master-Thesis & Kolloquium (80 Seiten +/- 10 Seiten & 45 Min.)				30

### Curriculum im Wahlbereich

Zusätzlich zu den Pflichtmodulen sind außerdem zwei Wahlmodule aus dem Pflichtwahlbereich zu wählen.

Die zeitliche und inhaltliche Zuordnung der Pflichtwahlmodule sowie die zugehörigen Prüfungsleistungen ergeben sich aus der folgende Tabelle:

Modulbezeichnung		Credit-Points	Prüfungsleistung	Fachsemester			
				1	2	3	4
Wahlbereich	Industrie 4.0 und Produktion in der Digitalen Welt	6	Hausarbeit (20 Seiten)			12	
	Design Thinking & Innovation	6	Hausarbeit (20 Seiten)				
	Entrepreneurship	6	Hausarbeit (20 Seiten)				
	Marketing und Markenmanagement	6	Fallstudie (20 Seiten)				
	Digitales Lernen im Unternehmenskontext	6	Hausarbeit (20 Seiten)				
	Organisationsberatung	6	Hausarbeit (20 Seiten)				