

Minor IT als Business Enabler, 1. Teil

Modul	Minor IT als Business Enabler, 1. Teil
Kursnummer	
Fachbereich(e)	Hochschule für Wirtschaft – School of Business
Studiengang /-gänge	Betriebsökonomie (Vollzeit)
Art des Studiengangs	Bachelor
Name Modul/Minor/Major	Minor IT als Business Enabler, 1. Teil (Total: 3 ECTS Credits)
Modulniveau (Erklärung am Ende)	<input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> S
Modultyp (Erklärung am Ende)	<input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> R <input checked="" type="checkbox"/> M
ECTS-Credits	3 ECTS Credits
Gesamtarbeitsaufwand in Stunden (Kontaktstudium, begleitetes und individuelles Selbststudium)	Kontaktstudium: 27 h (36 Lektionen) Selbststudium: 63 h Total: 90 h
Verantwortliche Ansprechperson	
Telefon/E-Mail	
Lernziele	<p>Der Minor „IT als Business Enabler“ sieht sich als anwendungsorientierte Disziplin im Schnittpunkt von Betriebswirtschaft, Informatik und Organisation. Die Studierenden beschäftigen sich dabei aus managementorientierter Sicht mit der Gestaltung, der Projektführung, dem Betrieb und Unterhalt von Kommunikations- und Informationssystemen (IKT) als wesentlichen Bestandteil der Unternehmensführung (IT Governance). Es wird beleuchtet, wie IKT heute in verschiedenen Organisationsbereichen genutzt werden und auf welche Erfolgsfaktoren es dabei ankommt. Zudem werden neue Strömungen in der Informatik bzw. des E-Business und deren Umfeld auf ihre Praxisrelevanz hin untersucht.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können IT/E-Business im Kontext der Unternehmensstrategie einordnen und die Potenzialfelder in der Wertschöpfung benennen • können Standardproblemstellungen im Bereich des Informatik- und/oder E-Businesses selbstständig analysieren und zweckmässige Lösungen erarbeiten • verstehen Business Software als Unterstützung betrieblicher Abläufe wie z.B. des Rechnungswesens, des Online-Verkaufs oder der Auftragsabwicklung und können dabei beurteilen, unter welchen Voraussetzungen Business Software eine strategische Differenzierung bewirken kann • kennen Konzepte zur standort- und unternehmensübergreifenden Zusammenarbeit, den Stellenwert von IT- und Prozessintegration, das Konzept des Supply Chain Managements und dessen operative Umsetzung • kennen E-Commerce-Strategien, -Konzepte und -Modelle und sind in der Lage, diese unternehmensspezifisch zu entwickeln, um einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen • kennen das Instrumentarium des Online-Marketings und können Online-Marketing-Konzepte und -Massnahmenpläne als Teil eines Gesamtmarketingkonzepts entwickeln • verstehen die zu bewältigenden Probleme des Dokumentenmanagements sowie der Archivierung, wissen, wo die Schwierigkeiten bei der Implementation von Lösungen liegen und können anhand von Praxisbeispielen gelungener

	<p>Anwendungen die wichtigsten Aspekte der Abwicklung derartigen Projektvorhaben aufzeigen</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Problembereiche der Vertrauenssicherung im Internet, können Schwierigkeiten bei der Übertragung und Speicherung von Daten und Informationen identifizieren und Lösungen aufzeigen • kennen die relevanten Begriffe im Umfeld von „Wissensmanagement“, den Bezug zur Wissensgesellschaft, sind für die Thematik sensibilisiert und können kompetent mitargumentieren, kennen verschiedene Ansätze im Wissensmanagement und deren Erfolgsaussichten in der Praxis • können in der Rolle des Vermittlers bzw. der Vermittlerin zwischen den Business-Anforderungen und deren Umsetzung durch die IT-Spezialisten/-innen als kompetente Gesprächspartner auftreten
<p>Lerninhalte</p>	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management der Informatik (Strategie, Rentabilität, Führung, Planung, Entwicklung und Betrieb von IT-Systemen) • Zusammenhang zwischen Strategie, Geschäftsmodell, Geschäftsprozess und Business Software; Bedeutung der IKT unter den Gesichtspunkten der Führung, der Differenzierung am Markt, der Effizienz und der Mitarbeiterzufriedenheit, Investitionsmotive <p>IKT als Koordinationsinstrument im Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der IKT für durchgängige Geschäftsprozesse über alle Fachbereiche eines Unternehmens • Bedeutung der IKT für Finanzwirtschaft, Controlling und Führung • IKT in der standortübergreifenden Zusammenarbeit • E-Organization (vom Intranet zum Corporate Social Network) <p>IKT für die Steuerung überbetrieblicher Zusammenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellenwert der IKT in der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit aus den Perspektiven Beschaffer und Zulieferer • Das Konzept des Supply Chain Managements <p>E-Commerce und Online-Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausgestaltung von E-Commerce-Applikationen und der zugrunde liegenden Prozesse zur Unterstützung von Online-Transaktionen • Personalisierung von E-Commerce-Applikationen, insbesondere verschiedene Arten von Kundenprofilen • Zahlungssysteme im Web • Online-Marketing-Konzepte: Beispiele, Analysen • Online-Marketing-Instrumente im Marketing-Mix • Online-Werbung (Banner, Newsletter etc.) • Suchmaschinenoptimierung und -marketing • Mobile Anwendungen • Geo-Marketing - das versteckte Potenzial hinter Businessdaten • Web-Analyse <p>IT-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicherheitsaspekte der IT aus Managementsicht • Aspekte der Beurteilung der Wirtschaftlichkeit von IT-/E-Business-Lösungen • Projektmanagement in IT-/E-Business-Projekten • Business Knowledge Management • Information Lifecycle Management (ILM) mit Schwerpunkt Records Management und Metadaten Management

	<ul style="list-style-type: none"> IT Service Management (ITIL) und IT Controlling <p>Spezialthemen</p> <ul style="list-style-type: none"> Bedeutung von Web 2.0 für Unternehmen Neue Bezugsformen von Business Software <p>Durch die Verwendung zahlreicher aktueller Fallbeispiele sowie den Einbezug externer Fachreferenten werden die praktische Bedeutung und die Relevanz der Themen vermittelt.</p>
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> Darbietender Unterricht: Frontalunterricht, Animationen, Anschauungsunterricht am Objekt (PC), Übungen, Firmenbesuche/Exkursionen, Referate von externen Fachleuten aus der Praxis Gruppenunterricht: Übungen, Aufgaben, Laborarbeiten am PC, Fallstudien Individueller Lernplatz: Testfragen auf der E-Learning Plattform, weiterführende Informationen Das gesamte Unterrichtsmaterial wird auf einer E-Learning-Plattform zur Verfügung gestellt.
Unterrichtssprache	Deutsch
Leistungsbewertung	Schriftliche Prüfung (MC-Test und offene Fragen): 60 Min.
Bibliographie	Literaturempfehlungen werden bei Kursbeginn angegeben.
Erforderliche Vorkenntnisse: Modul(e) – Kurs(e)	Modul Methodik 4 (Vollzeitstudium)
Anschlussmodul(e) /-kurs(e)	
Bemerkungen	<p>Dieser Minor soll unabhängig von anderen Major- und Minor-Angeboten für alle Studierenden attraktiv und zugänglich sein. Eine ideale Ergänzung ist dieses Angebot insbesondere für Studierende der Majors „Marketing“ sowie „Accounting/Controlling“.</p> <p>Dieser Minor ist zudem die ideale Vorbereitung für die Studierenden der Betriebsökonomie, welche nach ihrem Bachelorabschluss den weiterführenden Masterstudiengang "MSc Business Information Systems" besuchen möchten.</p>