

Präge die digitale Zukunft – mit deinem Master für Business und Innovation

Vollversion 120 Credits

Digital Business Management –

Digitale Transformation, Leadership und KI (M.A.)

Auch als einjähriges 60-Credit-Modell für BWL-Absolvent/innen mit Berufserfahrung!

Die Digitalisierung boomt nach wie vor: Ob Unternehmensführung, Management oder Bereiche wie Produktion, Marketing, IT oder Personalmanagement – alle müssen mit den Herausforderungen der digitalen Transformation und KI-Integration mitgehen und gleichzeitig die Chancen nutzen, die sie bietet.

Dringend gesucht: Expert/innen für die digitale Arbeitswelt

Für die aktuellen und zukünftigen Aufgaben sind qualifizierte Führungskräfte gefragt, die ein breites Querschnittswissen, betriebswirtschaftliche Kompetenzen sowie Know-how in zukunftsorientierten Technologien und Prozessen besitzen und erfolgreich anwenden können.

Mit diesem Master-Studiengang qualifiziert du dich genau für diese Schnittstelle. Als Digital Business Manager/in begleitest du die Digitalisierung, entwickelst Innovationen und setzt sie erfolgreich um.

Keyfacts

- Akkreditierter Studiengang
- Master of Arts (M.A.)
- Wahlweise **60 Credits** (Studiendauer 12 oder 16 Monate) *oder* **120 Credits** (Studiendauer 24 oder 32 Monate)
- Voraussetzungen: Berufserfahrung & **60 Credits**: Wirtschaftswissenschaftliches Erststudium/ **120 Credits**: Erststudium. Details unter: **euro-fh.de/ma/digital-business**
- Vorleistungen anrechenbar. Details unter: **euro-fh.de/anrechnung**

Immer für dich da

Dein/e persönliche/r Studienbetreuer/in ist während des gesamten Studiums für alle Anliegen mit vollem Einsatz für dich da. Ebenso wie **unsere engagierten Tutor/innen**, die dich mit Feedback, Tipps und Fachexpertise unterstützen.

Deine Vorteile

- Jederzeit starten
- 4 Wochen kostenlos testen
- Innovative Lerntools im Online-Campus
- Flexible Prüfungstermine, wahlweise online oder vor Ort
- Studiendauer kostenlos um 50 % verlängern

Studiere smarter

Unsere KI-Lernbegleiterin **KILEA** hilft dir 24/7 bei allen Lernfragen und unterstützt dich bei deinen Prüfungsvorbereitungen!



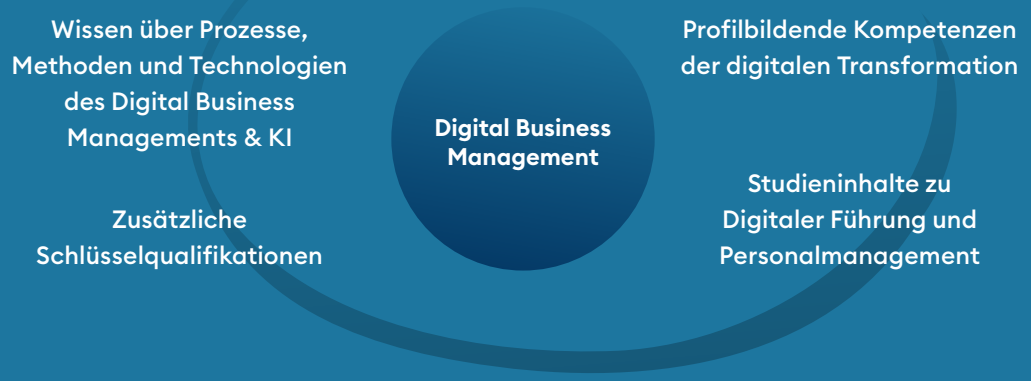
Prof. Dr. Isabel Schaller
Dekanin des Studiengangs, Professorin für Informations- und Projektmanagement

„Der rasante Wandel hin zur digitalen Arbeitswelt verändert auch die Anforderungen an Mitarbeitende und Führungskräfte. Mit deinem Master-Abschluss in Digital Business Management bist du bestens aufgestellt!“

Lerne deine Dekanin kennen: euro-fh.de/schaller

Managementkompetenzen und Praxiswissen für die digitale Transformation

Du erlangst betriebswirtschaftliche Managementkompetenzen, relevante Schlüsselqualifikationen und das Know-how moderner Ansätze und Technologien der digitalen Wirtschaft. Neben einer breiten fachlichen Ausbildung trainierst du deine Reflexions-, Analyse- und Steuerungskompetenzen. Damit bist du umfassend auf spannende Führungs- und Leitungspositionen vorbereitet.



Spezialisierung in zwei Trendbereichen

Aufbauend auf der fachlichen Ausbildung in den Kernbereichen des Digital Business Managements und der digitalen Führung spezialisierst du dich in zwei von sechs attraktiven Wahlbereichen:

- **New Work & Collaboration**
  • Grundlagen und Implementierung von New Work
  • Computergestützte Kollaboration in Unternehmen
- **Digital & Customer Experience Marketing**
  • Digitales Marketing • Customer Experience Management
- **KI und Kommunikation**
  • Einführung in die digitale Kommunikation • Theoretische Konzepte und Forschungsfelder der Kommunikations- und Medienwissenschaften • KI in Unternehmen und Organisationen • KI in Kommunikation und Marketing • Strategische Kommunikation und PR in Zeiten von KI
- **Smart Factory**
  • Digitale Produktion • Supply Chain Management
- **IT- & Service Management**
  • IT-Management • IT-Service Management
- **Digital Finance und FinTech**
  • Theorie und Praxis der Digital Finance und des FinTechs • Aktuelle Entwicklungen

Mach Karriere im Digital Business Management

Dieser zukunftsorientierte Master-Studiengang qualifiziert dich für verantwortungsvolle Positionen in verschiedensten Unternehmensbereichen, zum Beispiel als:

» **Führungskraft oder Expert/in für die digitale Transformation in deinem Fachbereich**

» **Digital-Business-Management-Berater/in**

» **Spezialisierte/r Coach/in, der/die Veränderungsprozesse begleitet**





Dein Masterplan zum Erfolg.

Hochschulabschluss: Master of Arts – 120 Credits

	Module	Credits
Kernkompetenzen KI & Digital Business Management	Prozessmanagement	6
	Cyber-Sicherheit und -Recht	6
	Business Data Analysis	6
	Innovationsmanagement und Design Thinking	6
	Change Management	8
	KI als Gamechanger	6
	Digitale Technologien	8
	Digitalisierung und Nachhaltigkeit	6
Spezialisierung Digitale Transformation [Wahl 2 aus 6]	Spezialisierung 1	12
	Spezialisierung 2	12
Digital Leadership	Digitale Strategie und Unternehmensarchitektur	6
	Digital Entrepreneurship	8
	Führung und Kompetenzentwicklung in der digitalen Transformation	6
	Business Development	6
	Master-Thesis	18

Zulassungsvoraussetzungen

1. Zugangswege

1. a. Für Absolvent/innen mit mind. 180 Credits aus dem Erststudium

Du verfügst über ein abgeschlossenes, grundständiges Studium an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule mit mindestens 180 Credits sowie über qualifizierte Berufserfahrung von mindestens einem Jahr (während oder nach dem Erststudium erlangt).

Hinweise:
Da sich dieser weiterbildende Master speziell an Berufstätige richtet, deren Erststudium den aktuellen Entwicklungen der digitalen Wirtschaft noch nicht bzw. nicht in ausreichendem Maße Rechnung getragen hat, können Absolvent/innen von Digital-Business-Management-Studiengängen nicht zugelassen werden. Über die Aufnahme von Absolvent/innen fachverwandter Studiengänge entscheidet die Studiengangsleitung.

1. b. Zugang ohne Hochschulabschluss für berufserfahrene Führungskräfte

Wenn du über eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie eine mindestens zehnjährige qualifizierende Berufserfahrung mit mindestens sechs Jahren Führungsaufgaben verfügst, kannst du über unser Master-Einstiegsprogramm zugelassen werden.
Ausführliche Informationen hierzu findest du unter: www.euro-fh.de/master-fernstudium/master-ohne-erststudium/.

2. Fremdsprachenkenntnisse Englisch

Du verfügst über ausreichende Englischkenntnisse auf dem Niveau B2 gemäß dem Europäischen Referenzrahmen für Sprachen. Auf unserer Website steht dir ein Selbsttest zur Einschätzung deiner Englischkenntnisse zur Verfügung.

3. Pflichtnachweise

Für deine Immatrikulation benötigen wir zudem folgende Unterlagen von dir:

- Tabellarischer, lückenloser Lebenslauf mit detaillierten Angaben zur akademischen und beruflichen Laufbahn
- Digitales Foto als jpg-Datei
- Elektronische Meldung deines Versichertenstatus durch deine Krankenkasse an die Euro-FH vor der Immatrikulation (unter Angabe der Absendernummer: H0001913)
- Datenblatt zur Erhebung der Hochschulstatistik
- Kopie/Scan/Foto des Hochschul-Abschlusszeugnisses des Erststudiums
- Kopie/Scan/Foto der Hochschul-Abschlussurkunde des Erststudiums
- Nachweis über die entsprechende Dauer und Art der Berufspraxis nach dem Erststudium (Kopie/Scan/Foto)

Alle Vorlagen findest du zum Download auf unserer Website unter www.euro-fh.de/vorlagen.

Module und Credits im Überblick

Hochschulabschluss: Master of Arts (M.A.) – 120 Credits

Master-Thesis	18 Credits

Digital Leadership

Digitale Strategie und Unternehmensarchitektur	6 Credits	Führung und Kompetenzentwicklung in der digitalen Transformation	6 Credits
Digital Entrepreneurship	8 Credits	Business Development Management	6 Credits

Spezialisierung Digitale Transformation [Wahl 2 aus 6]

Digital Finance und FinTech	12 Credits	New Work und Collaboration	12 Credits
Smart Factory	12 Credits	KI und Kommunikation	12 Credits
IT- & Service Management	12 Credits	Digital und Customer Experience Management	12 Credits

Kernkompetenzen KI & Digital Business Management

Prozessmanagement	6 Credits	Change Management	8 Credits
Cyber-Sicherheit und -Recht	6 Credits	KI als Gamechanger	6 Credits
Business Data Analysis	6 Credits	Digitale Technologien	8 Credits
Innovationsmanagement und Design Thinking	6 Credits	Digitalisierung und Nachhaltigkeit	6 Credits

Module, Studieneinheiten und Inhalte

1. Digitale Technologien

Einführung in die Computer- und Informationstechnologien 2 Credits

• Hardwaresysteme • Betriebliche Anwendungssoftware • Rechner- und Netzinfrastrukturen • Intranets und Extranets

Grundlagen von Datenbanken 3 Credits

• Aufbau und Funktionsweise relationaler und objektorientierter Datenbanken • In-Memory-Datenbanksysteme • Vernetzte Datenbanken • Content-Management-Systeme • Externe Datenbanken

Anwendung und Aufbau eingebetteter und cyber-physischer Systeme 3 Credits

• Architekturmodelle eingebetteter und cyber-physischer Systeme • Fahrerlose Transportsysteme • Robot Operating Systems • Mobile Automatisierungsplattformen und Produktionsassistenten • Cloudbasierte Steuerungssysteme • Menschorientierte cyber-physische Logistiksysteme • Kritische Betrachtung: Natürliche versus künstliche Intelligenz

2. Digitale Strategie und Unternehmensarchitektur

Digitale Strategie 3 Credits

• Begriffe, Konzepte und Methoden zur digitalen Strategie • Digital-Strategy Frameworks (Chancen und Herausforderungen) • Modellierung, Entwicklung, Überwachung und Analyse von digitalen Strategien • Digitalisierung und digitale Geschäftsmodelle • Strategische Entwicklung digitaler Produkte und Dienstleistungen (digitale Projekte im Unternehmen) • „Move-to-the-Market-Hypothese": E-Sourcing, E-Fulfillment • Digital Business Operating Model (Organisation von Ressourcen und Prozessen) • Auswirkungen digitaler Strategien auf Unternehmensarchitektur und digitale Innovationsprozesse (Strategieumsetzung Szenarien mittels Beispiele) • Unterschiede traditionelle Unternehmensarchitektur vs. Start-ups (mit digitalen Strategien), Innovationsmethoden mit Praxisbeispielen

Enterprise Architecture Management 3 Credits

• Wesen und Zweck von Unternehmensarchitekturen (EA und EAM, Business Values für Unternehmen, Maßnahmen, Bestandteile) • Architekturbereiche, -komponenten und -ebenen (Geschäftsarchitektur, Informations- und Datenarchitektur, Anwendungsarchitektur, Technologiearchitektur) • Zusammenspiel von Business-Prozessen und IT im Unternehmen, IT-Governance (IT-Business-Alignment), Abgrenzung zwischen Softwarearchitektur und EA • Entwurfsprinzipien und Frameworks (z. B. Zachman EAF, TOGAF, GERAM, E2AF) • Modularisierung von Unternehmensarchitekturen • Architekturbereiche (Geschäftsarchitektur, Informations- und Datenarchitektur, Anwendungsarchitektur, Technologiearchitektur) • Ganzheitlicher Entwurf und strategische Weiterentwicklung von Unternehmensarchitekturen • Strategien zur Einführung, Organisation und Verankerung von Enterprise Architecture Management als Steuerungsansatz • Aufwand, Aufgabenfelder und Nutzen von Enterprise Architecture Management • Reifegradbestimmung und Erfolgsmessung mit Key-Performance-Indikatoren • Erfolgsfaktoren für nachhaltiges EAM • Kompetenzen, Methodik und Didaktik, Teamführung, Rollenklärung: Gestaltung bewusster Veränderungen, Unsicherheiten und Widerstände, Konfliktbehandlung

3. Prozessmanagement

Prozessmanagement 6 Credits

• Funktions- und Prozessorientierung • Vision, Prozess, System und Kundenorientierung • Kern-, Unterstützungs- und Führungsprozesse • Wertschöpfung für Kunden und andere Marktpartner • Kontinuierlicher Verbesserungsprozess • Wettbewerbsfähigkeit und Prozessmanagement • Prozessmanagement und Organsiationsentwicklung • Verankerung von Führen in Prozessen • Kultur für kontinuierliche Veränderungen • Prozessorientierte Organisation • Identifikation von Prozessen • Prozessanalyse, -modellierung und -dokumentation

4. KI als Gamechanger

Einführung in KI 2 Credits

• Begriffsklärung und technische Grundlagen von KI • Chancen und Risiken von KI • Wandel und Innovation durch KI • Anwendungen von KI im Überblick

Use Cases von KI in Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur 2 Credits

• KI in Wirtschaft und Industrie • KI in Gesundheitswesen und Medizin • KI in Politik • KI in Bildung und Forschung • KI in Kommunikation und Marketing • KI im Alltag

Rahmenbedingungen und Auswirkungen von KI 2 Credits

• Ethische und rechtliche Rahmenbedingungen für den Einsatz von KI • Auswirkungen von KI auf Arbeitsplätze und Arbeitsmärkte • Gesellschaftliche Auswirkungen von KI auf Privatsphäre, Sicherheit und soziale Strukturen • Kulturelle Aspekte und Kreativität in Zeiten von KI

5. Change Management

Grundlagen des Change Managements 2 Credits

• Notwendigkeit von Veränderungen im Hinblick auf aktuelle Rahmenbedingungen • Neudefinition von Führung und flexible Arbeitsformen • Rollenprofil und Grundprinzipien des Change Managements • Erfolgs- und Misserfolgsfaktoren bei Veränderungsprozessen • Phasen der Veränderung und die Rolle von Emotionen und Widerstand • Verfahren und Werkzeuge im Veränderungsmanagement

Interventionsmethoden im Change Management 6 Credits

• Organisationsdiagnose (Grundlagen, Modelle, Vorgehen) • Der Strategieprozess – Kernelemente, Erfolgsfaktoren und Beteiligte • Strategiekommunikation • Fallstudie „Strategische (Neu-)Positionierung eines Non-Profit-Unternehmens" • Organisationsentwicklung und Lernende Organisation • Unternehmenskultur, Veränderung und Kommunikation

6. Digital Entrepreneurship

Entrepreneurship 4 Credits

• Bedeutung und Charakteristika von Gründungen für Volkswirtschaft und Unternehmen • Erscheinungsformen von Entrepreneurship und Intrapreneurship • Soft Skills von Entrepreneuren • Kundenbezogene, technologische und politisch-rechtliche Veränderungstreiber • Technologie-Adaption und Erkennen von Nutzenpotenzialen • Methoden der Ideen- und Technologiefrüherkennung • Geschäftsfeld-, Wettbewerbs- und Industrieanalyse • Businessplanerstellung

New Venture Management 4 Credits

• Erscheinungsformen von Venturing • Ein Unternehmen in der Stabilisierungsphase führen • Wissenstransfer in jungen Unternehmen • Entrepreneural Finance und Kennzahlensysteme • Entrepreneural Marketing • Exitstrategien

7. Innovationsmanagement und Design Thinking

Innovationsmanagement 3 Credits

• Bedeutung von Innovationen für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen • Innovationsstrategien und Innovationsprozesse für Produkte und Dienstleistungen • Markteinführung von Innovationen • Ideenfindung und Ideenmanagement • Open Innovation

Design Thinking (inkl. Seminar) 3 Credits

• Design Thinking als systematischer Ansatz zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen • Kernelemente, Methoden und Instrumente des Design Thinking • Visualisierungstechniken • Präsenzseminar: Ideenentwicklung mit Design Thinking anhand ausgewählter Praxisfälle

8. Business Development Management

Strategische Unternehmensentwicklung 3 Credits

• Einführung, Anwendungsbereiche, Definition und Abgrenzung des Begriffs ‚Business Development' und damit einhergehender Begrifflichkeiten • Strategische Bedeutung von Business Development für die Wettbewerbsfähigkeit und den Unternehmenserfolg • Einordnung des Business Developments in die Konzepte der Unternehmensführung • Organisatorische Einbindung und Evolutionsstufen des Business Development in Unternehmens- und Geschäftsfelder • Rolle, Aufgaben und erforderlichen Kompetenzen des Business Development Managers innerhalb der Organisation • Herangehensweisen bei der Entwicklung von Business Development Strategien • Erfolgsfaktoren, Herausforderungen und Rahmenbedingungen des Business Developments • Einbindung von Managementtechniken in das operative und strategische Business Development Management

Organisationsentwicklung 3 Credits

• Idealtypische und reale Phasen, Schritte und Meilensteine von Business Development Prozessen • Methoden und Instrumente des Business Development im Zuge der Organisationsentwicklung • Systematische Analyseansätze im Rahmen der Planung, Steuerung und Qualitätssicherung des Business Development

9. Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Digitalisierung und Nachhaltigkeit 6 Credits

• Begriffsklärung Digitalisierung • Grundbegriffe und Schlüsseltechnologien der Digitalisierung (z. B. Big Data, Internet of Things, Künstliche Intelligenz) • Entwicklung der digitalen Gesellschaft • Charakteristika der digitalen Gesellschaft • Nachhaltige, digitale Transformationsprozesse und -technologien (Green IT) • Technologien und Instrumente zur Gestaltung der Nachhaltigkeitstransformation (IT for Green)



*„Wer die digitale Transformation in Organisationen aktiv mitgestalten will, braucht ein **breites Know-how im Bereich der Digitalisierung.** Unsere Antwort darauf ist dieser Master-Studiengang, der **zukunftsweisende Ansätze der digitalen Wirtschaft** kompakt und zugleich fundiert vermittelt."*

Prof. Dr. Isabel Schaller, Studiengangsdekanin

10. bis 11. Spezialisierung
[Wahl 2 aus 6]

„Dein Vorteil bei uns: Du wählst zwei aus den sechs folgenden Spezialisierungen im Bereich des Digital Business aus und kannst dein Studium so gezielt nach deinen beruflichen oder persönlichen Interessen ausrichten. Alle Vertiefungen sind hochaktuelle Themen der Digitalisierung und zeichnen sich durch ihren enorm hohen Praxisbezug aus.“



Prof. Dr. Isabel Schaller
Professorin für Informations- und Projektmanagement

[1] New Work & Collaboration

Grundlagen und Implementierung von New Work 6 Credits

• Grundlagen und Konzepte im New Work (Geschichte und Herkunft von New Work; Begriff und Definition; Hülle und Kern von New Work; Schwerpunkte von New Work; New Work im internationalen Kontext) • Organisationaler/betrieblicher Kontext im New Work (Spannungsfeld New Work (Spannungsfelder und Reifegrad; New Work Explorer; New Work Performer; New Work Shaper); Wirkungsbereiche im New Work (Individuum, Team, Unternehmen); Wandel der Unternehmenskultur; Diversity und Cross-funktionalität) • Managementherausforderungen und Perspektiven (Change Management und New Work; Leadership vs. Management; Formate und Frameworks im New Work (New Work und Digitalisierung, New Work und Agile, Tools und Programme)) • Implementierung von New Work in Unternehmen (Grundlagen von New Work (Einflussfaktoren, Standortanalyse, New Work Hacks, Weiterbildung im New-Work-Kontext); Implementierung im Start-Up; Implementierung in KMUs; Implementierung in Konzernen • Perspektiven von BWL und Managementlehre auf New Work (New Work und Kennzahlen; Daten und Studien; Rahmenbedingungen für New Work im Unternehmen; New Work und Controlling; New Work aus HR-Perspektive

Computergestützte Kollaboration in Unternehmen 6 Credits

• Computergestützte Gruppenarbeit • Grundlagen der Zusammenarbeit: Gruppen, Teams, Communities und Organisationen • Muster und Theorien der Zusammenarbeit • Arbeitsteilige Unternehmensorganisation und Koordinationsmechanismen • Systeme zur Unterstützung von synchroner und asynchroner Kooperation, Ko-ordination und Kollaboration: CSCW, Groupware und Social Software • Aneignungsprozesse von Social Software in Unternehmen: Rahmenbedingungen für Collaboration Engineering; Funktion von Thinklets; Gestaltung von kollaborativen Prozessen; Collaboration Process Design

[2] KI und Kommunikation

Einführung in die digitale Kommunikation: Begriffe, Definitionen und Entwicklungen (inkl. Webinar) 2 Credits

• Definition und Grundlagen: Begriffsklärung Medien, Kommunikation und Digitalisierung; mediale und digitale Öffentlichkeit(en); Abgrenzung, Bedeutung und Entwicklung der digitalen Kommunikation • Technologische Grundlagen: Überblick über digitale Kommunikationsmittel; Einfluss von Technologien auf Kommunikation • Webinar „Einführung in das Fach und Konzepte der digitalen Kommunikation“

Theoretische Konzepte und Forschungsfelder der Kommunikations- und Medienwissenschaften 2 Credits

• Forschungsfelder: Kommunikatorforschung, Medieninhaltsforschung, Mediennutzungsforschung, Medienwirkungsforschung • Theoretische Konzepte und Modelle der (digitalen) Kommunikation: z. B. Uses-and-Gratifications-Approach, Encoding/Decoding-Modell, Agenda-Setting, Framing, Netzwerktheorie, Partizipation und Crowdsourcing, digitale Spaltung, Affordanzenmodell, Diffusionstheorie, usw.

KI in Unternehmen und Organisationen 3 Credits

• Grundlagen von KI • Implementierung von KI • Prompt Engineering • Wettbewerbsanalyse und Strategie mit KI • KI in Recruiting und Bewerbungsmanagement

KI in Kommunikation und Marketing 3 Credits

• KI im Online-Marketing • Web- und Datenanalyse mit KI • Social Media mit KI • Online-Texten mit KI • Mediengestaltung mit KI

Strategische Kommunikation und PR in Zeiten von KI 2 Credits

• PR-Strategien, PR-Instrumente, digitale Transformation und KI (Ziele und Aktionsfelder; Strategien und Instrumente; Media Relations im digitalen Zeitalter; Kommunikationswege, Blogger Relations und Corporate Publishing; Content Management) • PR-Konzeptionen entwickeln und erfolgreich einsetzen (PR-Konzept und Säulen der strategischen Kommunikation; Analyse, Strategie, Umsetzung, Evaluation; KI-Tools, Rolle von PR in der Unternehmenskommunikation; Arbeiten in und mit PR-Agenturen)

[3] Digital und Customer Experience Marketing

Digitales Marketing 6 Credits

• Theorien des digitalen Marketings • Methoden und Techniken des digitalen Marketings • Entwicklung digitaler Marketingstrategien • Search-Engine-Marketing (SEM)-Strategien, Search Engine Advertising (SEA) und Optimization (SEO) • Content Marketing und Snack Content • Dialog-Design für Chatbots

Customer Experience Management 6 Credits

• Customer Experience als Konstrukt der Konsumentenforschung • Erwartungsmanagement • Emotion Mapping • Customer Journey • Branded Moments

[4] Digital Finance und FinTech

Theorie und Praxis der Digital Finance und des FinTechs 10 Credits

• Begriffe und Definitionen: Was umfasst das Begriffspaar Digital Finance? • Status Quo der Digitalisierung im Finanzbereich • Von der Industriellen zur digitalen Revolution – Auswirkungen auf den Finanzbereich • Aktuelle Herausforderungen und Problemstellungen des Finanzbereichs • Anwendungsfälle der Digitalisierung im Finanzbereich • Methoden und Instrumente der Digitalisierung • Digitalisierungsstrategien im Finanzbereich • Auswirkungen der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle • Organisatorische Ausgestaltung und Stellenwert der Digitalisierung • Auswirkungen und Veränderungen der Unternehmen und deren Anforderungsprofile • Wandel der Finanzbranche durch digitale Finanzdienstleistungen und • Zahlungsmittel • Digital Payment Systems • Digital Cash • Der Fintech Markt in Deutschland und im internationalen Vergleich • Gefahren und Chancen von FinTech Anwendungen • Robo-Advisory • Crowd Funding und Peer-2-Peer Lending • Social Media in Finance • Blockchain Technology als technische Grundlage für Fintechs • Cybersicherheit • Digital Finance und die Markteffizienzdebatte • Regulierung von Fintechs

Webinar „Aktuelle Entwicklungen“ 2 Credits

[5] Smart Factory

Digitale Produktion 6 Credits

• Simulation von Geschäfts-, Fertigungs- und Montageabläufen • Virtuelle Technologien und Internet der Dinge • Computer Aided Quality Management (CAQ) • Aufgabe und Möglichkeiten des Semantischen Webs • Computer Integrated Manufacturing (CIM) und Optimized-Production-Technology (OPT)-Systeme • Vertikale und horizontale Integration der Wertschöpfungskette

Supply Chain Management 6 Credits

• Aufgaben des Supply Chain Managements • Fertigungs- und Beschaffungsstrategien • Unternehmensübergreifende Strategien des Supply Chain Managements • Fallstudie

[6] IT- & Service Management

IT-Management 6 Credits

• Anforderungen, Aufgabe und Aufbauorganisation des IT-Managements • IT-Strategie, Unternehmensarchitektur, Standards und Rahmenwerke • Vorgehensmodelle, Agile Engineering, Scrum • Technische und wirtschaftliche Planung von IT-Projekten • Lifecycle-Management für IT-Produkte • IT-Architekturmanagement • IT-Sourcing • Virtualisierung und Cloud Computing • IT-Sicherheit

IT-Service Management 6 Credits

• Die Rolle von IT in Dienstleistungen • Service Engineering und Service Management • Kunden- und Leistungsorientierung im IT-Service Management • Messmethoden für die Dienstleistungsqualität • Prozessorientierung im IT-Service Management • Service Design • IT-Service Management nach ITIL

12. Business Data Analysis

Business und Web Analytics 3 Credits

• Digital Analytics • Data driven and Cross-media Marketing und Tracking • Social Media Monitoring • Anwendungsfelder des Monitorings und Entwicklung von Konzepten des Monitorings • Klassifikation, Cluster- und Assoziationsanalyse in Business Analytics • Predictive Analytics: Vorhersage, Entscheidungs- und Empfehlungssysteme • Statistik- und Analytics-Tools

Business Intelligence 3 Credits

• Aufbau und Einsatz von Data Warehouses • Datenbanksysteme und Datenmodelle • Reporting und Visualisierung • Business Intelligence-Tools

13. Führung und Kompetenzentwicklung in der digitalen Transformation

Grundlagen und Führung in der digitalen Transformation 3 Credits

• Führen, Arbeiten und Lernen in der digitalen Arbeitswelt • Grundlagen des agilen Managements in Bezug auf Führung und Kompetenzentwicklung (u. a. Agiles Mindset und agile Methoden, Selbstorganisation, Teilautonome Gruppen, Vernetzungen und Interdependenzen) • Neue Parameter und Erfolgsdimensionen für Führung, für Arbeiten und für Lernen in der digitalen Transformation • Verständnis von Führung im klassischen Management (Führungsstile, Führungsverhalten, Führungssituationen) • Verständnis von Führung im Konzept des agilen Managements • Konzepte von Führung in (digitalen) Transformationsprozessen (u. a. transformative Führung, Laterales Führen, Servant Leadership, Führung ohne Führungskraft)

Kompetenzentwicklung in der digitalen Transformation und Anwendungsgebiete 3 Credits

• Verständnis von Kompetenzentwicklung im klassischen HR-Management • Verständnis von Kompetenzentwicklung im Konzept des agilen Managements • Konzepte zur Kompetenzentwicklung in (digitalen) Transformationsprozessen (u. a. Konstruktivismus, Konnektivismus, Resilienz und Neugier, lebenslanges Lernen, informelles Lernen) • Aktuelle und zukünftige Anwendungsgebiete zu Führung und zu Kompetenzentwicklung im agilen Management (bspw. digitale Kompetenzen, New Digital Work, High Performing Teams, systemische Beratung und Coaching)

14. Cyber-Sicherheit und -Recht

Cyber-Sicherheit 3 Credits

• Bedrohungen und Sicherheitsanforderungen • Modelle zur Risikoanalyse und Strukturierung sicherheitsrelevanter Gefährdungen • Managementsysteme für IT-Sicherheit • Entwicklung von IT-Sicherheitskonzepten • IT-Notfallmanagement • Kryptografische Grundlagen • IT-Sicherheit in Rechnernetzen • IT-Forensik

Cyber-Recht 3 Credits

• Immaterialgüterrecht (Schutzrechte) • Vertragsrecht in der IT • Recht im elektronischen Handel • Datenschutzrecht • Haftung im Internet • Domainrecht

15. Master-Thesis

Master-Thesis 18 Credits

• Die Master-Thesis stellt den Abschluss deines Studiums dar. Hier sollst du zeigen, dass du in der Lage bist, ein Problem aus dem Bereich der digitalen Wirtschaft selbstständig und wissenschaftlich fundiert, unter Anwendung deiner Fach- und Methodenkenntnisse, zu bearbeiten und Handlungsempfehlungen für dein Fachgebiet herauszuarbeiten.

Deine Seminare: praxisnahe Vertiefung und persönliche Weiterentwicklung

In deinem Fernstudium absolvierst du ein 2-tägiges Präsenzseminar in Hamburg. Die Seminarphasen dienen dem persönlichen Kontakt mit deinen Dozent/innen, Tutor/innen und Mitstudierenden sowie der Vertiefung des Lernstoffs mittels Fallstudien und Planspielen. Du übst, im Team zu arbeiten und deine Arbeitsergebnisse vor Dritten zu präsentieren.



Seminar im Pflichtbereich

Design Thinking

in Präsenz

In diesem interaktiven Seminar lernst du, den Innovationsprozess „Design Thinking“ in der Praxis zu moderieren und zu reflektieren. Anhand realer Kundenbedürfnisse entwickelst du unter Einsatz vielfältiger Kreativitätsmethoden innovative Lösungsansätze.

Dabei durchläufst du die einzelnen Phasen und Elemente eines Innovationsprozesses von der Idee bis zur prototypischen Umsetzung. Deine erworbenen Kenntnisse befähigen dich, den Design-Thinking-Prozess in deinem Arbeitsalltag aktiv zu gestalten und in der Rolle der/des Moderator/in zu begleiten.

Dieses zweitägige Präsenzseminar findet in Hamburg statt.

Seminare im Wahlbereich

Im Rahmen des Moduls
KI und Kommunikation

Einführung in das Fach und Konzepte der digitalen Kommunikation

Webinar

Du erhältst einen Überblick über Konzepte und Methoden der Digitalen Kommunikation und lernst, wie du diese kritisch reflektieren und anwenden kannst. Damit bereitest du dich auch auf die zwei Einsendeaufgaben vor, in denen du jeweils ein Konzept und eine Methode der Digitalen Kommunikation anhand eines Beispiels diskutieren sollst.

Im Rahmen des Moduls
Digital Finance und FinTech

Fintech Innovations

Webinar

In diesem Webinar präsentierst und diskutierst du Case Studies, die im Vorfeld des Webinars von den Studierenden bearbeitet wurden. Dabei werden topaktuelle Themen aus der Welt der Fintech-Innovationen anhand der Fallstudien besprochen.

Das Ziel des Webinars ist es, sich forschungsbasiert mit dem Thema Fintech auseinanderzusetzen, die Erkenntnisse mit praktischen Gegebenheiten zu vergleichen und kritisch zu analysieren. Das Webinar bietet zudem eine gute Vorbereitung auf die abschließende Hausarbeit.

Dein Weg zum Master-Abschluss: mit der für dich passenden Studienvariante

Bei deiner Anmeldung entscheidest du dich, entweder in 24 oder 32 Monaten in der Vollversion bzw. 12 oder 16 Monate in der Kurzversion zu studieren. Wenn du beruflich stark eingebunden bist, empfehlen wir dir die längere Regelstudienzeit als Teilzeitvariante. Sie bietet dir mehr Flexibilität und genügend Zeit, um das Studium in deinem eigenen Tempo zu absolvieren. Für alle, die schneller ans Ziel kommen möchten und mehr Zeit fürs Studium haben, ist die kürzere Regelstudienzeit (Vollzeitvariante) ideal. So profitierst du von einem zügigeren Fortschritt und kommst schneller zu deinem Abschluss.

Bleib jederzeit flexibel: Du hast die Möglichkeit, auch während deines Studiums einmal die Variante zu wechseln. **Solltest du mehr Zeit benötigen**, ist eine kostenlose Verlängerung um bis zu 50 Prozent möglich.

Monatliche Prüfungstermine für jedes Modul

Mit unserem besonders flexiblen Prüfungssystem kannst du dein Studium von Anfang an perfekt auf deine Bedürfnisse und deine Zeitplanung abstimmen. Bei uns kannst du bundesweit jede Prüfung monatlich ablegen. Egal, wann du ein Modul abschließen möchtest – innerhalb von vier Wochen steht dir immer eine Prüfungsmöglichkeit wahlweise online oder an einem unserer 10 Prüfungszentren in Deutschland zur Verfügung. So bleibt dein Studium jederzeit flexibel und planbar.

Dein Studienverlaufsplan

Zur Orientierung haben wir Ihnen für beide Studienvarianten einen typischen Studienverlauf dargestellt.



Mit der Euro-FH **flexibel neben dem Beruf** zum Master-Abschluss!

Der Studienverlauf im Überblick

Die hier gewählte Darstellung stellt lediglich ein Beispiel dar. Der Studienverlauf kann im Rahmen der Studien- und Prüfungsordnung individuell gestaltet werden.

Tertial / Quartal 1 und 2			
Digitale Technologien	8 Credits		Klausur
Digitale Strategie und Unternehmensarchitektur	6 Credits		Klausur
Prozessmanagement	6 Credits		Klausur
KI als Gamechanger	6 Credits		Klausur
Change Management (Fortsetzung in Tertial / Quartal 3 und 4)			

Tertial / Quartal 3 und 4			
Change Management (Fortsetzung von Tertial / Quartal 1 und 2)	8 Credits		Klausur
Digital Entrepreneurship	8 Credits		Projektarbeit
Innovationsmanagement und Design Thinking	6 Credits	2-tägiges Präsenz-seminar in Hamburg	Projektarbeit
Business Development Management	6 Credits		Klausur
Digitalisierung und Nachhaltigkeit	6 Credits		Hausarbeit

Tertial / Quartal 5 und 6			
Wahlpflichtmodul 1 [Wahl 2 aus 6]	12 Credits	Webinar – je nach gewähltem Modul	Hausarbeit
Business Data Analysis	6 Credits		Klausur
Führung und Kompetenzentwicklung in der digitalen Transformation	6 Credits		Hausarbeit
Wahlpflichtmodul 2 [Wahl 2 aus 6] (Fortsetzung in Tertial / Quartal 7 und 8)			

Tertial / Quartal 7 und 8			
Wahlpflichtmodul 2 [Wahl 2 aus 6] (Fortsetzung von Tertial / Quartal 5 und 6)	12 Credits	Webinar – je nach gewähltem Modul	Hausarbeit
Cyber-Sicherheit und -Recht	6 Credits		Klausur
Master-Thesis	18 Credits		Thesis

Master-Abschluss „Digital Business Management (M.A.)“ – 120 Credits