



SRH Fernhochschule - The Mobile University
SPO: DBM2204_60ECTS

Ihr Curriculum.

Studiengang

Digital Business Management - 60
ECTS

M.Sc.

Curriculum Master of Science (M.Sc.) Digital Business Management - 60 ECTS

Modul	Prüfungsform	Semester	
		1	2
Pflichtmodule			
Kompetenzfeld Wissenschaftliche Kompetenzen			
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)	Fallstudie (20 Seiten)	6	
Digital Leadership & Transformation (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder mündliche (Online)-Prüfung (20 Minuten)		6
Kompetenzfeld Bezugswissenschaften			
Projekt- und Change Management (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)	6	
Kompetenzfeld Abschlussarbeit			
Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium – DBM 60 (18 ECTS)	Kolloquium (45 Minuten) und Master Thesis (60-80 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Monate)		18
Wahlmodule Die Studierenden wählen im 2. Semester ein Modul aus dem folgenden Katalog.			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)		
Digitalisierung im Rechnungswesen (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)		
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)		
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"			
Grundlagen des Sustainability Managements (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)		
Interkulturelle Kommunikation (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)		
Marketing und Markenmanagement (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)		
Organisationsberatung (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)		
Performance Controlling (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)		
Credits Gesamt	60	30	30