

**Studien- und Externenprüfungsordnung für
Masterstudienprogramme der Graduate School Ostwürttemberg in
Kooperation mit der Hochschule Aalen vom 26. Juli 2018**

Lesefassung vom 26. Juli 2018

Am 4. Juli 2018 hat der Senat der Hochschule Aalen – Technik und Wirtschaft folgende Neufassung der Studien- und Externenprüfungsordnung (SPO 452) beschlossen. Mit Verfügung vom 26. Juli 2018 hat der Rektor dieser Studien- und Externenprüfungsordnung zugestimmt.

§ 43 Masterstudienprogramm Digital Business Management

I - Präambel – Qualifikationsziele

Globalziel

Der Studiengang ist ein berufsbegleitend-weiterbildender, nicht konsekutiver Studiengang mit klarer Anwendungsorientierung. Die Studierenden lernen komplexe internationale Markt- und Wettbewerbssituationen, die der digitale Wandel hervorbringt, richtig zu analysieren und entwickeln die Kompetenz zur Entscheidungsfindung unter Zuhilfenahme quantitativer Analysemethoden. Darüber hinaus werden sie in die Lage versetzt, sich nach Studienabschluss selbstständig neues Wissen und Fähigkeiten anzueignen. Die AbsolventInnen des Masterstudiengangs werden darauf vorbereitet, interdisziplinäre Führungsaufgaben für die Gestaltung des Digitalen Wandels zu übernehmen.

Zielgruppe

Das Studienangebot richtet sich in erster Linie an Studieninteressierte mit wirtschaftswissenschaftlichem oder verwandtem Hochschulabschluss, die eine generalistische akademische Weiterbildung suchen, die Sie dazu befähigt den digitalen Wandel mitzugestalten. Über eine Zulassung mit anderem Erststudium entscheidet der Prüfungsausschuss.

Studieninhalte

Digital Business Management umfasst die Gestaltung neuer und Verbesserung bestehender Geschäftsmodelle durch digitale Informationstechnologien. Dabei sind IT- und Managementkompetenzen in verschiedenen Themenbereichen notwendig. Die Bandbreite relevanter Inhalte bezieht sich u.a. auf die Gestaltung digitaler Strategien, das Prozessmanagement, neue Softwaretechnologien, Enterprise Architecture Management, Social Media, Internet der Dinge und ein wirksames Change Management sowie Leadership im digitalen Zeitalter. Im Mittelpunkt steht die datengetriebene Unternehmenssteuerung an der Schnittstelle von Produktion, Vertrieb, IT und Datenmanagement.

Die Wahlmodule bieten den Studierenden die Möglichkeit, sich ergänzende Kompetenzen anzueignen. Je nach beruflichem Schwerpunkt können die Studierenden vier Wahlmodule entsprechend ihrer Vertiefungsinteressen wählen.

Weiterhin gibt das Studienprogramm Impulse und Anregungen zur persönlichen Kompetenzentwicklung durch die fundierte Reflexion der eigenen Rolle und des eigenen professionellen Selbstverständnisses. Die Inhalte werden, für ein Masterstudium angemessen, forschungs- und theoriebasiert von erfahrenen Dozentinnen und Dozenten im engen Austausch mit der Praxiserfahrung der Studierenden in den Modulen erarbeitet. Im Rahmen der Masterthesis werden betriebliche Fragestellungen mit Inhalten und Zielen des Studiengangs verknüpft, mit wissenschaftlichen Methoden analysiert und ausgewertet sowie sodann umgesetzt.

Kompetenzziele

Die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudienprogrammes Digital Business Management

- können Unternehmens- und Bereichsstrategien sowie organisatorische Strukturen und Prozesse analysieren, bewerten und eigenständig weiterentwickeln,
- beherrschen analytische, insbesondere quantitative Methoden zur Analyse und Weiterentwicklung moderner unternehmerischer Kennzahlensysteme und können abstrakte wissenschaftliche Fragestellungen entwickeln, empirisch bearbeiten und selbstständig lösen,

- haben Kenntnis über datengetriebene Geschäftsmodelle und erkennen Chancen der Innovation von Geschäftsmodellen für spezifische Unternehmen,
- können wirtschaftswissenschaftliche, soziologische, psychologische und mathematisch-naturwissenschaftliche Ansätze und Methoden interdisziplinär verknüpfen, um komplexe Problemstellungen neuen, ganzheitlichen Lösungen zuzuführen
- sind in der Lage, selbstständig Fragestellungen für wissenschaftliche Probleme zu entwickeln und weiterführende Schlussfolgerungen zu ziehen sowie diese gegenüber Laien und Fachleuten argumentativ zu verteidigen,
- können sich selbstständig neue Themen- und praktische Aufgabengebiete erschließen, relevante Schlüsselinformationen identifizieren und lösungsorientiert Handlungsziele formulieren unter Berücksichtigung ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Aspekte. Sie reflektieren ihr berufliches Handeln und entwickeln somit ein berufliches Selbstbild.
- können die Auswirkungen der Digitalisierung im jeweiligen Modulkontext herausarbeiten und können daraus Bedrohungen bzw. Chancen für spezifische Unternehmen ableiten sowie daraus neue Ansätze zu entwickeln, wie aktiv unternehmerischer Erfolg generiert werden kann,
- können innovative digitale Geschäftsstrategien entwickeln und erfolgreich managen,
- können informationstechnische Herausforderungen analysieren und Lösungsstrategien ableiten,
- kennen Nutzen und Möglichkeiten von Big Data im Rahmen der unternehmerischen Entscheidungsfindung und können die Chancen datengetriebener Wertschöpfung einschätzen,
- können ihre Entscheidungen auf mögliche Folgen kritisch reflektieren,
- lösen Aufgabenstellungen im Rahmen des digitalen Wandels und der damit verbundenen disruptiven Veränderung umfassend und eigenständig.

II - Studienaufbau und -umfang

- (1) Das Masterstudienprogramm Digital Business Management hat eine Regelstudiendauer von 4 Semestern und wird berufsbegleitend absolviert.
- (2) Das Studienprogramm umfasst 90 Credit Points.
- (3) Das Studienprogramm ist modular aufgebaut. Die Gewichtung der Noten für die Module im Masterzeugnis richtet sich nach den Credit Points der Module.
- (4) Für das Studienprogramm gelten neben den Allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen des Allgemeinen Teils in § 2 Abs. 2 folgende besondere Zulassungsvoraussetzungen. Zur Externen Prüfung im Studienprogramm Digital Business Management kann weiterhin nur zugelassen werden, wer
 1. in der Regel über mindestens 1 Jahr Berufspraxis nach Beendigung des Studiums verfügt und
 2. über ein abgeschlossenes wirtschaftswissenschaftliches Erststudium verfügt und
 3. den Antrag auf Zulassung zum Studium und alle erforderlichen Bewerbungsunterlagen und die Referenz auf den dafür vorgesehenen Formularen frist- und formgerecht bis zum 15. Juli jeden Jahres bei der Graduate School Ostwürttemberg eingereicht hat.

-
4. sofern das Erststudium nicht im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich abgeschlossen wurde, kann eine Zulassung unter folgenden weiteren Kriterien erfolgen:
- Erwerb von 20 ECTS-Punkten im Rahmen von Vorlesungen im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich. Die Anerkennung erfolgt gemäß § 24 dieser SPO und ist vom Prüfungsausschuss zu genehmigen.
- (5) Die Teilnehmer des Studienprogramms wählen im ersten, zweiten und dritten Semester aus dem Wahlbereich entsprechende Module. Die gewählten Module sind zu absolvieren, ein Wechsel der Module ist nicht zulässig.
- (6) Der Arbeitsaufwand der Masterarbeit beträgt 25 Credit Points.
- (7) Die Gesamtnote der Masterarbeit setzt sich zusammen aus:
1. 88 % der Note der schriftlichen Arbeit (einschließlich dazugehöriger praktischer Tätigkeiten), welche sich zusammensetzt aus Master-Thesis und Proposal. Das Proposal für die Master-Thesis ist unbenotet, muss aber für sich bestanden werden,
 2. 12 % der Note der Defence/ Abschlusspräsentation.

Alle zwei Teilleistungen müssen für sich bestanden werden. Eine nicht bestandene Defence/ Abschlusspräsentation bzw. ein nicht bestandenes Proposal kann einmal wiederholt werden. Eine zweite Wiederholung ist ausgeschlossen.

Pflichtmodule

Nr.	Modul / LV	Art	Semester/ h				CP
			1	2	3	4	
86 001	Digitale Transformation						5
86101	Digitale Transformation	V,Ü	40				5
86 002	Software & IT Management						5
86102	Software & IT Management	V,Ü	40				5
86 003	Quantitative Grundlagen & Forschungsmethoden						5
86 103	Quantitative Grundlagen & Forschungsmethoden	V,Ü	50				5
86 004	Leadership & Change						5
86 201	Leadership & Change	V,Ü		30			5
86 005	Strategie & Marketing						5
86 202	Strategie & Marketing	V,Ü		40			5
86 006	Interdisziplinäres Projektmanagement						5
86 203	Interdisziplinäres Projektmanagement	V,Ü		20			5
86 007	Datenmanagement & Analyse						5
86 301	Datenmanagement & Analyse	V,Ü			40		5
86 008	Advanced Analytics						5
86 302	Advanced Analytics	V,Ü			40		5
86 009	Praxis-/ Transferprojekt						5
86 303	Praxis-/ Transferprojekt				X		5
9999	Master Thesis	P					25
9999	Master-Thesis	P				20	25
9998	Defence	P				30	
9997	Begleitveranstaltung					20	
	Stunden gesamt Pflichtbereich		130	90	80 + PP*	70	
	CP gesamt Pflichtbereich		15	15	15	25	Summe 70
	Prüfungen gesamt Pflichtbereich						

*PP=Praxis-/ Transferprojekt

Wahlbereich

Nr.	Modul / LV	Art	Semester/ h				CP	
			1	2	3	4		
Wahlfächer (im Umfang von 20 CP) – wähle 4								
86 901	Wahlfach 1		X				5	
86 902	Wahlfach 2			X			5	
86 903	Wahlfach 3				X		5	
86 904	Wahlfach 4			X			5	
			1	2	3	4		
86 810	Intercultural Management						5	
86 801	Intercultural Management	V,Ü	40				5	
86 820	Programmierung						5	
86 802	Programmierung	V,Ü	40				5	
86 830	Psychologie & Wirtschaft						5	
86 803	Psychologie & Wirtschaft	V,Ü		50			5	
86 840	Entrepreneurship						5	
86 804	Entrepreneurship	V,Ü		50			5	
86 850	Internet of Things						5	
86 805	Internet of Things	V,Ü			40		5	
86 860	Digital Communication						5	
86 806	Digital Communication	V,Ü			40		5	
86 870	Wahlfach aus dem Masterangebot der GSO/WBA nach Genehmigung durch den Prüfungsausschuss				50		5	
	Stunden gesamt		130 + WB*	90 + WB	80 + PP* + WB*	70		
	CP gesamt Pflicht- + Wahlbereich		20	20	20	25		
	CP zusätzliches Wahlfach - je nach Wahl		5				Summe	90
	Prüfungen gesamt Pflicht- + Wahlbereich		4	4	4			
	Prüfungen zusätzliches Wahlfach – je nach Wahl		1			1		