

Rahmenstudienplan

Die Inhalte von BWL – Digital Commerce Management in der Übersicht

	1. STUDIENJAHR	2. STUDIENJAHR	3. STUDIENJAHR	
STUDIENGANGSMODULE				60 CP
BETRIEBSWIRTSCHAFTS-LEHRE	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Marketing Investition und Finanzierung Kosten- und Leistungsrechnung Technik der Finanzbuchführung	Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse Betriebliche Steuerlehre Organisation und Projektmanagement Personalwirtschaft	Unternehmensführung Mitarbeiterführung	30 CP
VOLKSWIRTSCHAFTS-LEHRE	Grundlagen der VWL Mikroökonomie	Makroökonomie Geld und Währung	Wirtschaftspolitik	15 CP
RECHT	Bürgerliches Recht	Handels- und Gesellschaftsrecht Arbeits- und Insolvenzrecht		10 CP
MATHEMATIK	Mathematik und Statistik			5 CP
STUDIENGANGRICHTUNGSMODULE DIGITAL COMMERCE MANAGEMENT				75 CP
KERNMODULE	Grundlagen Digital Commerce Geschäftsprozessmanagement Grundlagen der Informatik	Distributionsmanagement Marketing im Digital Commerce Market Intelligence Business Intelligence Datenmanagement	Beschaffungsmanagement Geschäftsmodelle im Digital Commerce Managementmethoden Technologie- und Systemmanagement Seminar zu Digital Commerce	65 CP
WAHLMODULE (1 aus 6 wählbar)			Handel 4.0 Marketing-Management Supply-Chain-Management/Logistik E-Business (SAP) International Management Wirtschaftspsychologie	10 CP
SCHLÜSSELQUALIFIKATIONEN				15 CP
PRAXISMODULE				60 CP
SUMME CREDIT POINTS (CP)	70 CP	70 CP	70 CP	210 CP
PRÄSENZSTUNDEN	600	550	500	