

Qualifikationsziele im Masterstudiengang Digitales Management und E-Commerce

Zentrales Qualifikationsziel des Studiengangs DME ist die anwendungsorientierte und interdisziplinäre Weiterbildung studierender Arbeitnehmer/innen in den Bereichen Digitales Management und E-Commerce. Die Lehrenden vertiefen im Rahmen ihrer Vorlesungen und Labore Fallstudien von Unternehmen (Business Cases), so dass die Studierenden die komplexen Problemstellungen im Umfeld des digitalen Managements und E-Commerce für sich erschließen und sich entlang eines „roten Fadens“ zu Spezialisten für diese Themen entwickeln.

Die Verzahnung zwischen Praxis und Lehre bildet die inhaltliche und konzeptionelle Klammer des Master-Studiengangs DME über alle Lehrveranstaltungen hinweg.

Die Studierenden erhalten im Rahmen ihres Masterstudiums DME fachliche, instrumentale, interpersonelle sowie systemische Kompetenzen sowie Fertigkeiten und Fähigkeiten hinsichtlich ganzer Systeme in folgenden Bereichen:

Fachliche Kompetenzen im Bereich Digitales Management und E-Commerce:

Die Studierenden verstehen die Systemgrundlagen des E-Commerce und können eigene E-Commerce-Anwendungen konzipieren. Sie lernen die verschiedenen Vertriebskanäle miteinander zu verknüpfen und so einen professionellen Multi-Channel-Commerce umzusetzen. Sie erproben in den verschiedenen Laboren die Methoden zur Untersuchung der User Experience und erlernen die spezifischen Prozesse der Mensch-Maschine-Interaktionen. Die Studierenden testen ihre im Team erstellten Anwendungen mit Benutzer/innen und leiten daraus Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Interaktionsprozesse beim elektronischen Einkauf ab.

Auch die Verschmelzung des elektronischen mit den anderen klassischen Verkaufskanälen erschließen sich die Studierenden. Besondere Herausforderungen liegen in der Entwicklung innovativer und einzigartiger Geschäftsmodelle. Die Studierenden wenden in verschiedenen Modulen die CANVAS-Methode an, um E-Commerce-Prozesse zu konzipieren und die wirtschaftlichen Erfolgchancen ihrer Anwendung zu prognostizieren. Rechtliche Rahmenbedingungen und Verbraucherschutz sind Elemente, die für die Weiterentwicklung eines sicheren und fairen globalen Multi-Channel-Commerce grundlegend sind: Die Studierenden werden in allen Veranstaltungen insbesondere mit den Aspekten der Unternehmensethik und Nachhaltigkeit vertraut gemacht und auf ein verantwortungsbewusstes Handeln in der Praxis in Unternehmen und Forschung vorbereitet.

Die Studierenden erlernen die Grundzüge des digitalen Managements zu verstehen und anzuwenden. Sie können die Prinzipien und Prozesse auf eine vernetzte Multi-Channel-Kommunikation übertragen und umsetzen. Sie lernen die wichtige Bedeutung kennen, die verschiedenen digitalen und klassischen Medien miteinander zu verknüpfen. Sie wissen, wie sie Synergien aus der positiven Beeinflussung der gemeinsamen Wirkung gegenüber der Kommunikation nur über ein einziges Medium erzielen können. Sie wenden ihr Wissen an eigenen Projekten an und optimieren den Einsatz der Kommunikationsbudgets für die Unternehmen.

Der Aufbau und die Pflege von Marken ist für die Studierenden eine wichtige Kompetenz: Branding ist ein zentrales Erfolgskriterium, da die Kundinnen und Kunden anhand ihres Vertrauens zu und ihrer Einstellung gegenüber der Marke entscheiden, ob sie sich auf einen intensiven Dialog mit dem Unternehmen einlassen. Die Studierenden werden mit Social Media Marketing, E-Fulfillment und Multi-Channel-Retail vertraut gemacht und erarbeiten im Rahmen eigener praxisinduzierter Projekte Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen für Unternehmen in verschiedensten Branchen. Markenmanagement und Markenkommunikation wissen die Studierenden einzusetzen und verstehen es, neue integrierte Konzepte zu entwickeln.

Überfachliche Kompetenzen:

Die Studierenden werden aktiv in die angewandte Forschung in den Laboren der Fakultät B+W eingeführt und in laufende Projekte integriert. Sie sammeln Erfahrung in der interkulturellen Kommunikation bzw. im interkulturellen Projektmanagement. Sie erlernen die Fähigkeit der Empathie und des kooperativen Arbeitens in Teams. Sie verstehen es, kundenorientiert zu denken und zu handeln. Sie wissen, welche Methoden für das wissenschaftliche Arbeiten zur Verfügung stehen und wie diese professionell anzuwenden sind. Des Weiteren werden Grundlagen der Unternehmensgründung (Entrepreneurship) vermittelt.

Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen Überblick über zentrale Aspekte der Unternehmensethik.