

## DIGITAL BUSINESS MANAGEMENT (B.A.)

### Studienrichtungen:

- Digital Marketing Management
- E-Commerce and Digital Retail Management
- Smart & Mobility Management
- Sports & Health Management
- Digital Business Management
- Digital Technology Management
- Big Data Management

**Abschluss:** Bachelor of Arts, B.A.

**Regelstudienzeit:** 6 Semester

**Anschlussqualifikation:** Master of Arts, Master of Science

**Studienbeginn/ Studienform:** Wintersemester/ Sommersemester/ Vollzeit

**Zulassungsbeschränkung/ Auswahlverfahren:** ja

**Akkreditiert:** ja

Die ersten vier Semester der sechssemestrigen Ausbildung erfolgen im DHS-Modell (Dezentrales Hochschulstudium) nach Vorgaben und unter Aufsicht der Hochschule Mittweida an privaten Akademien. Für diesen Teil des Studiums sind Gebühren zu zahlen. Die AMAK AG übernimmt in dieser Phase studienorganisatorische Aufgaben. Zum 5. Semester werden die Studierenden in die Hochschule Mittweida immatrikuliert, an der sie ihr Studium auch abschließen. Der modularisierte Studiengang ist akkreditiert und entspricht den neuen europäischen Standards.

### Charakteristik des Studienprogramms

Während Manager in der digitalen Welt weiterhin bestehende betriebswirtschaftliche und unternehmerische Kompetenzen benötigen, erlangt der neue Studiengang sein differenzierendes Profil durch Ergänzungen mit Modulen aus den Bereichen Wirtschaftsinformatik, Datenmanagement und Analytik.

Die klassischen Marketinginhalte werden auf den digitalen Handlungsrahmen angepasst. Um den unterschiedlichen Profilvertiefungen Trennschärfe zu verleihen, liegt der Ausarbeitung eine systematische Einordnung zu Grunde, die sich an der Verortung der zukünftigen (Profil-) Absolventen in der betrieblichen Organisation orientiert. Die unterschiedliche Gewichtung der Inhalte innerhalb der Profile richtet sich danach, welche Art Entscheidungen vorrangig im zukünftigen Arbeitsfeld getroffen werden und welches spezifische Know-how hierbei von Belang ist. Diese Logik knüpft wiederum an die Zielsetzung an, mit dem neuen Studiengang - neben einer Verbreiterung des Studienangebots - für die bestehende Marketing-affine Zielgruppe auch neue Zielgruppen mit größerer Nähe zu informationstechnologischen Inhalten zu erschließen.

Der Studierende kann somit, in Abhängigkeit von der persönlichen Neigung, das Qualifikationsprofil auf berufliche Perspektiven entweder im Marketing-Bereich oder

im Bereich IT/Analytik hin schärfen. Einen weiteren inhaltlichen Fokus erlangt der Studierende durch die gewählte Vertiefungsrichtung in einem der beiden Stränge. In den Profilen werden folglich „digitale Megatrends“ unter Berücksichtigung organisationaler Unternehmensrealitäten adressiert.

### **Studienziel**

Ziel des Studienprogramms ist es, neben den wissenschaftlichen Ansprüchen des Fachs vor allem eine anwendungsorientierte Ausbildung für die berufliche Praxis von Absolventen zu vermitteln, die in den unterschiedlichen Bereichen verantwortliche Aufgaben wahrnehmen.

Auf der Basis eines breiten Fachwissens und verschiedener Schlüsselkompetenzen sind die Absolventen befähigt, die komplexen Aufgaben in innovativen betriebswirtschaftlichen Unternehmensbereiche in ihren ökonomischen, rechtlichen, marketingtechnischen Aspekten im Hinblick auf ihr datenbasiertes, digitales Umfeld zu bewältigen und sich an entsprechenden Innovationen und Digitalisierungsprozessen im Unternehmen team- und erfolgsorientiert selbständig zu beteiligen.

Der Absolvent arbeitet beispielsweise in Unternehmen, in der Industrie, in Agenturen oder Beratungen, die entweder reine Online-Geschäftsmodelle verfolgen oder bestrebt sind, ihre Geschäftsaktivitäten im digitalen Umfeld zu erweitern. Denkbar sind Positionen im Projektmanagement, im (strategischen) Marketing, im Business Development, im CRM, in der Business Intelligence oder auch im Produktmanagement.

### **Bildungsziel**

Der Studiengang Digital Business Management verbindet die klassischen Aufgaben eines Business Managers mit den Herausforderungen des digitalen Zeitalters. Hierzu gehören verschiedene Anforderungen, die sich nicht nur auf Medienkompetenz oder digitale Geschäftsmodelle beziehen. Auch wissenschaftliche Methoden und Schlüsselkompetenzen sind unmittelbar auf diesen Bereich übertragbar. Letztlich zielen die Qualifikationsziele auch auf die Übernahme von Verantwortung in gesellschaftlichen Debatten sowie wirtschaftlichen Prozessen, besonders in Bezug auf die digitale Medienkompetenz, ab.

Somit strebt der Studiengang an, die Studierenden in die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, wie beispielsweise in die Problemanalyse oder in die Quellenarbeit einzuführen. Besonders Recherche- und Dokumentationstechniken werden auch in der Wissenschaft zunehmend digitalisiert, weshalb diese Kompetenzen in den Arbeitsbereich des Digital Business Managers übersetzt werden können. Zitiertechniken können ebenfalls beispielsweise auf Online-Umgebungen angewendet werden und sind dort aus Gründen der Nachvollziehbarkeit und Rechtmäßigkeit besonders wichtig. Letztlich wird angestrebt, die Studierenden in Präsentations- und Moderationstechniken einzuführen sowie diese innerhalb von Kurzreferaten anwendungsorientiert zu vermitteln.

Die übergreifenden Kompetenzen, die einen wichtigen Bestandteil der Bildungsziele des Studiengangs bilden, ergeben sich aus den speziellen Anforderungen und dem Aufgabenspektrum zukünftiger Digital Business Manager. Die Ausbildung der

Medienkompetenz steht hierbei im Mittelpunkt. Hiermit ist der bewusste, sachgerechte und kritische Umgang mit Medien gemeint, was vor allem mit einem Verständnis von Prozessen der Selektierung, Betonung und Präsentation von Medieninhalten einhergeht. Dies bedarf auch einer ausgebildeten Analysefähigkeit, welche daher ebenso ein wichtiges Bildungsziel des Studiengangs darstellt. Nur, wenn Medieninhalte in ihrer Auswahl und Bedeutung kritisch hinterfragt werden, kann ein strategischer Einsatz von digitalen Medien sowie ein verantwortungsvoller Umgang mit diesen erfolgen. Somit wird durch das Studienprogramm auch das Verantwortungsbewusstsein der Studierenden in gesellschaftlichen Debatten gefördert. Indem sie Dritte, sowohl im Alltag als auch im Beruf, über digitale Prozesse und Abläufe aufklären, übernehmen die Studierenden gesellschaftliche Verantwortung. Damit einher gehen Fähigkeiten zur bürgerschaftlichen Teilhabe. Absolventen sind in der Lage, das Übermitteln von Informationen über digitale Kanäle verlässlich und vertrauenswürdig zu übernehmen sowie digital übertragene Informationen kritisch zu hinterfragen.

Des Weiteren verlangt die sich ständig ändernde Umgebung und Regelung der digitalen Geschäftsmodelle ein hohes Maß an Flexibilität und Kundenorientierung von Digital Business Managern. Die Studierenden erlernen daher innerhalb des Studienprogramms Techniken wie Anforderungsanalysen und Prognoseverfahren, die ihnen dabei helfen sollen, vorausschauend und zielgruppenorientiert zu planen. Selbstverständlich nimmt gerade in dem dynamischen Umfeld von Digital Business Management die Team- und Kritikfähigkeit sowie die Kommunikationsfähigkeit einen wichtigen Platz ein. Innerhalb von Rollenspielen und gemeinsamen Projekten lernen die Studierenden, eigene Geschäftsmodelle zu verteidigen, gemeinsam andere Modelle zu bewerten sowie anhand von Kritik Verbesserungen an eigenen Arbeiten anzunehmen. Im grenzenlosen digitalen Raum spielt letztlich auch die kommunikative Kompetenz eine große Rolle, da eine Auseinandersetzung mit internationalen Geschäftspraktiken, Geschäftsideen und Geschäftspartnern unabdingbar ist.

Neben diesen Kompetenzen bestehen Bildungsziele in Bezug auf die Vermittlung von fachspezifischen Wissen zu den Themenbereichen BWL, Unternehmensführung, Wirtschaftsinformatik, Datenmanagement, Recht und Analytik. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Anforderungen an Spezialisten zielgruppengerecht aufzuarbeiten und zu kommunizieren. Sie besitzen ein Grundlagenwissen zu Digital Analytics, Data-Driven Marketing, Cross Media Marketing, digitalen Kampagnen und digitaler Kommunikation. Dadurch können sie innovative Produkte und Geschäftsmodelle erkennen und ausarbeiten sowie technische Besonderheiten und Anforderungen des speziellen Feldes in Vorschläge und Strategien einfließen lassen. Außerdem verfügen die Studierenden über ein kritisches Bewusstsein im Hinblick auf Datenmanagement und -sicherheit und sind somit in der Lage, verantwortlich und selbstbewusst mit Datenbanken umzugehen.