

Lehrveranstaltung eBusiness

Modul:

Modul eBusiness des Wahlbereiches

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Thomas Urban

Lehr- und Lernformen:

Vorlesung (2 SWS)

Kreditpunkte: 3 CP

Kontaktzeit/Präsenzstudium: 30 Stunden

Selbststudium: 50 Stunden

Prüfung und Prüfungsvorbereitung: 10 Stunden

Voraussetzungen:

Grundlagenwissen zu Informationsmanagement und verteilte Systeme; Basiswissen in der Betriebswirtschaftslehre und Microökonomie

Qualifikationsziele:

75% Fach- / 25% Methodenkompetenz

Fachkompetenz:

Fachkompetenz wird hinsichtlich der Kenntnis und des Verständnisses von Geschäftsmodellen und –prozessen, typischen eBusiness-Architekturen und –Ausprägungen sowie der Gestaltung der spezifischen Marketinganforderungen vermittelt. Dabei werden die grundlegenden technischen Standards berücksichtigt.

Methodenkompetenz:

Methodenkompetenz wird insbesondere in der Prozessgestaltung, der Implementierung sowie der Realisierung Customer Relationship basierender Marketingkonzepte im eBusiness angestrebt.

Verbindung von Theorie und Praxis:

Durch die Integration von Best-Practise-Vorlesungen wird die enge Verzahnung von Theorie und Praxis realisiert.

Lehrinhalte:

Ausgehend von den technischen und wirtschaftswissenschaftlichen Anforderungen an die Realisierung elektronischer Geschäftsprozesse sowie den ökonomischen Besonderheiten der Net Economy, werden unterschiedliche Formen der Kommunikation und Transaktion zwischen Geschäftspartner erörtert. Dies betrifft einerseits die Gestaltung der Beschaffungs- (eProcurement), der Absatz (eShop) und Vermittlungsprozesse (eMarketplace) und andererseits aber auch die mit Web 2.0 entstandenen elektronischen Kontaktnetzwerke (eCommunities). Neben der Diskussion der jeweiligen System- und Prozessgestaltungs- und Managementanforderungen werden die spezifischen Gestaltungserfordernisse an das Marketing und die Implementierung elektronischer Plattformen für die Geschäftsabwicklung behandelt.

Einbindung in die Berufsvorbereitung:

Konzeption und Realisation von eBusiness-Projekten

Medienformen:

Power-Point-Folien

Leistungsnachweis:

Mündliche Prüfung

Literaturhinweise, Skripte:

Kollmann, T. (2009): E-Business, Gabler Verlag Wiesbaden

Merz, M. (2002): E-Commerce und E-Business, dpunkt.verlag Heidelberg

Thome, R. et al. (2005): Electronic Commerce und Electronic Business, Verlag Vahlen München

Urban, Th./Stopka, U. (2003): Implikationen neuer Vertriebs- und Distributionsformen auf das Customer Relationship Management und die Gestaltung von virtuellen Marktplätzen im BtoC-Bereich, Diskussionsbeiträge aus dem Institut für Wirtschaft und Verkehr, TU Dresden

Weiber, R. (2002): Handbuch Electronic Business, Gabler Verlag Wiesbaden