

Modulbezeichnung	Digitale Geschäftsmodelle und AfterSales	
Modulbezeichnung (eng.)	Digital Business Models and AfterSales	
Semester (Häufigkeit)	6 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BNPM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit (50 Seiten)	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortliche(r)	M. Blattmeier	
Qualifikationsziele		
Die Studierenden können digitale Geschäftsmodelle gestalten und im spezifischen Kontext bewerten.		
Lehrinhalte		
WOMIT:		
<ul style="list-style-type: none"> Sie nutzen (1) verschiedene Modelldesigns, (2) Prozesse für die wirtschaftliche Bewertung und der User-Bewertung mittels Prototypenentwicklung sowie (3) Kernressourcen des UX-Designs und der Informatik. 		
WOZU:		
<ul style="list-style-type: none"> Das Wissen um digitale Geschäftsprozesse und -modelle hilft den Studierenden schließlich, nicht nur das Kerngeschäft mit digitalen Technologien zu erweitern, sondern vielmehr auch ein digitales Innovationsmanagement zu implementieren. 		
Literatur		
C. Hoffmeister (2022). Digital Business Modelling: digitale Geschäftsmodelle verstehen, designen, bewerten, Hanser		
M. Bodemann (2022) Digitalisierung und Nachhaltigkeit - Transformation von Geschäftsmodellen und Unternehmenspraxis, Springer		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
M. Blattmeier	Digitale Geschäftsmodelle und AfterSales	4