

Modulhandbuch

für das Studienfach

Entrepreneurship into Action (ZENTRIA)

mit dem Abschluss "Zusatzstudium"
(Erwerb von 30 ECTS-Punkten)

Prüfungsordnungsversion: 2026
verantwortlich: Vizepräsident für Innovation und Wissenstransfer
verantwortlich: Kooperation mit der Technischen Hochschule Würzburg-
Schweinfurt
verantwortlich: Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg

Inhaltsverzeichnis

Bereichsgliederung des Studienfachs	3
Inhalte und Ziele des Studienganges (Diploma Supplement)	4
Verwendete Abkürzungen, Konventionen, Anmerkungen, Satzungsbezug	5
Pflichtbereich	6
Teamentwicklung	7
Collaboration Lab	8
Wahlpflichtbereich	9
Startup Essentials	10
Entrepreneurship und Intrapreneurship - ausgewählte Themen@JMU	11
Entrepreneurship und Intrapreneurship - ausgewählte Themen@THAB	12
Entrepreneurship und Intrapreneurship - ausgewählte Themen@THWS	13
Knowledge Base	14
Entrepreneurial Growth	15
Entrepreneurial Finance & Accounting	17
Ringvorlesung Gründungsökosystem	18
Entrepreneurship Fundamentals	19
Sales and Communications Management	20
Marketing	22
Professionelles Projektmanagement in der Praxis	24
Projekt - Aktuelle Themen der Informatik	25
Unternehmertum in der Praxis und rechtliche Aspekte	26
Auslandsaufenthalt Silicon Valley	27
Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle für Digital-Innovationen	29
Unternehmensgründung	30
Praxisprojekt Unternehmertum@THAB	32
Gründen@THWS	33
Startup Competition	34
Entrepreneurship for Engineers	35
Grundlagen E-Commerce	36
Digitales Marketing (BA)	37
Digitale Geschäftsmodelle	39
Customer Experience Management	40
Data Analytics	42
Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors	43
Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung	44
Digitales Marketing (MA)	46

Bereichsgliederung des Studienfachs

Bereich / Unterbereich	ECTS-Punkte	ab Seite
Pflichtbereich	10	6
Wahlpflichtbereich	20	9
Startup Essentials	10	10
Knowledge Base	10	14

Inhalte und Ziele des Studienganges (Diploma Supplement)

Das Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) an der JMU wird unter Verantwortung der Vizepräsidentin bzw. des Vizepräsidenten mit dem Ressort Innovation und Wissenstransfer in Kooperation mit der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt und der Technischen Hochschule Aschaffenburg angeboten und richtet sich an Studierende sämtlicher Bachelor- und Masterstudiengänge der JMU.

Das Zusatzstudium verfolgt das Ziel, Studierende für unternehmerisches Denken und Handeln im Rahmen des Europäischen Referenzrahmens für unternehmerische Kompetenzen („EntreComp“) zu qualifizieren und sie zur Lösung von Problemen in unterschiedlichen Anwendungskontexten zu befähigen.

Im Rahmen der vorhandenen Kapazitäten werden die Lehrveranstaltungen und Prüfungen des Zusatzstudiums nach Maßgabe der Studienfachbeschreibung (SFB) zusätzlich in englischer Sprache angeboten.

Verwendete Abkürzungen

Veranstaltungsarten: **E** = Exkursion, **K** = Kolloquium, **O** = Konversatorium, **P** = Praktikum, **R** = Projekt, **S** = Seminar, **T** = Tutorium, **Ü** = Übung, **V** = Vorlesung

Semester: **SS** = Sommersemester, **WS** = Wintersemester

Bewertungsarten: **NUM** = numerische Notenvergabe, **B/NB** = bestanden / nicht bestanden

Satzungen: **(L)ASPO** = Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung (für Lehramtsstudiengänge), **FSB** = Fachspezifische Bestimmungen, **SFB** = Studienfachbeschreibung

Sonstiges: **A** = Abschlussarbeit, **LV** = Lehrveranstaltung(en), **PL** = Prüfungsleistung(en), **TN** = Teilnehmende, **VL** = Vorleistung(en)

Konventionen

Sofern nichts anderes angegeben ist, ist die Lehrveranstaltungs- und Prüfungssprache Deutsch, der Prüfungsturnus ist semesterweise, es besteht keine Bonusfähigkeit der Prüfungsleistung.

Anmerkungen

Gibt es eine Auswahl an Prüfungsarten, so legt die Dozentin oder der Dozent in Absprache mit der/dem Modulverantwortlichen bis spätestens zwei Wochen nach LV-Beginn fest, welche Form für die Erfolgsüberprüfung im aktuellen Semester zutreffend ist und gibt dies ortsüblich bekannt.

Bei mehreren benoteten Prüfungsleistung innerhalb eines Moduls werden diese jeweils gleichgewichtet, sofern nachfolgend nichts anderes angegeben ist.

Besteht die Erfolgsüberprüfung aus mehreren Einzelleistungen, so ist die Prüfung nur bestanden, wenn jede der Einzelleistungen erfolgreich bestanden ist.

Satzungsbezug

Muttersatzung des hier beschriebenen Studienfachs:

SPO+ASPO2015

zugehörige amtliche Veröffentlichungen (FSB/SFB):

12.05.2026 (2026-88)

Dieses Modulhandbuch versucht die prüfungsordnungsrelevanten Daten des Studienfachs möglichst genau wiederzugeben. Rechtlich verbindlich ist aber nur die offizielle amtliche Veröffentlichung der FSB/SFB. Insbesondere gelten im Zweifelsfall die dort angegebenen Beschreibungen der Modulprüfungen.

Pflichtbereich

(10 ECTS-Punkte)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Teamentwicklung			00-ZENTRIA-TE-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
--		Vizepräsident für Innovation und Wissenstransfer	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	bestanden / nicht bestanden	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	grundständig	--	
Inhalte			
Rollendynamik, Teamdynamik: Übungen Entrepreneurial Thinking & Skillset: Arbeiten in der Gruppe an einem realistischen Business Case zur Entwicklung eines ersten Geschäftsmodells Pitch-Präsentation in der Gruppe mit Feedback zur Weiterentwicklung des Geschäftsmodells			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
Nach Abschluss des Seminars sind die Studierenden in der Lage, 1. durch spielerische und interaktive Methoden ein grundlegendes Verständnis für unternehmerisches Denken sowie zentrale unternehmerische Kompetenzen (z. B. Problemlösefähigkeit, Kreativität, Teamarbeit) zu entwickeln. 2. eigenständig eine erste Geschäftsidee zu entwickeln, zu strukturieren und nachvollziehbar zu begründen. 3. zentrale Konzepte und Begriffe des Lean-Canvas-Modells zu erläutern und dieses als Instrument zur Analyse von Geschäftsideen anzuwenden.			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
S (3) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
Projektarbeit (Projektbericht: als Einzel- oder Gruppenarbeit, ca. 5 S. pro Person; Präsentation ca. 10 Min. pro TN) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Collaboration Lab			oo-ZENTRIA-CL-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
--		Vizepräsident für Innovation und Wissenstransfer	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	bestanden / nicht bestanden	oo-ZENTRIA-TE	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	weiterführend	--	
Inhalte			
Studierende bearbeiten reale Fragestellungen aus Unternehmen, Start-ups oder anderen Organisationen und wenden dabei unternehmerische Methoden und Denkweisen in einem authentischen Kontext an. In interdisziplinären Teams entwickeln sie eigenständig Lösungsansätze, die sich an aktuellen Herausforderungen und Innovationsbedarfen orientieren. Der Fokus liegt auf der praktischen Anwendung von Methoden. Die inhaltliche Ausgestaltung des Moduls ist bewusst offen und wird standortspezifisch an regionale Partnerstrukturen, wirtschaftliche Schwerpunkte sowie aktuelle Themen angepasst.			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
Problemlösungs-/Anwendungskompetenz: Studierende sind in der Lage, unternehmerische Methoden und Werkzeuge zielgerichtet auf reale Fragestellungen anzuwenden und lösungsorientiert umzusetzen. Kooperations- und Teamfähigkeit: Studierende können effektiv in interdisziplinären Teams zusammenarbeiten, unterschiedliche Perspektiven integrieren und gemeinsam tragfähige Ergebnisse entwickeln. Projekt- und Prozesskompetenz: Studierende sind befähigt, komplexe Projekte eigenständig zu strukturieren, zu planen und weiterzuentwickeln.			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
S (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Portfolioprfüfung (Gesamtaufwand 10-15 Std.) oder b) Vortrag (ca. 20 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
Seminar wird in der Regel als Blockveranstaltung durchgeführt. Kooperation mit wechselnden Partnerinnen und Partnern aus der Praxis			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			

Wahlpflichtbereich

(20 ECTS-Punkte)

Startup Essentials

(10 ECTS-Punkte)

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entrepreneurship und Intrapreneurship - ausgewählte Themen@JMU		00-ZENTRIA-AusEnt-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Vizepräsident für Innovation und Wissenstransfer
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	bestanden / nicht bestanden	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Aktuelle Entwicklungen im Bereich Entrepreneurship / Bedarf von Gründerinnen und Gründern. Ausgewählte Themen sind (Liste nicht vollständig): KI, Finanzierung, Vertrieb, psychische Gesundheit.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Analyse aktueller Entwicklungen: Studierende sind in der Lage, zentrale Trends und Herausforderungen im Bereich Entrepreneurship / Intrapreneurship zu identifizieren, einzuordnen und kritisch zu bewerten. Entscheidungskompetenz: Studierende sind befähigt, unterschiedliche Handlungsoptionen unter Berücksichtigung wirtschaftlicher, technologischer und persönlicher Faktoren abzuwägen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Reflexions- und Transferfähigkeit: Sie können die Relevanz ausgewählter Themen für eigene unternehmerische Vorhaben einschätzen und gewonnene Erkenntnisse auf neue Kontexte übertragen.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Portfolioprüfung (Gesamtaufwand 10-15 Std.) oder b) Vortrag (ca. 20 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
Seminar wird in der Regel als Blockveranstaltung durchgeführt.		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entrepreneurship und Intrapreneurship - ausgewählte Themen@THAB		98-ZENTRIA-AusEnt-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Bauke		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	bestanden / nicht bestanden	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Portfolioprüfung (Gesamtaufwand 10-15 Std.) oder b) Vortrag (ca. 20 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
Seminar wird in der Regel als Blockveranstaltung durchgeführt.		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entrepreneurship und Intrapreneurship - ausgewählte Themen@THWS		99-ZENTRIA-AusEnt-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Kooperation mit der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	bestanden / nicht bestanden	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Portfolioprüfung (Gesamtaufwand 10-15 Std.) oder b) Vortrag (ca. 20 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
Seminar wird in der Regel als Blockveranstaltung durchgeführt.		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		

Knowledge Base

(10 ECTS-Punkte)

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entrepreneurial Growth		12-M-ENGW-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Dieses Modul richtet sich an Studierende, die sich für unternehmerisches Handeln, Wachstum und die Entwicklung junger Unternehmen interessieren. Im Mittelpunkt stehen die Verbindung von Entrepreneurship, digitalen Ökosystemen und wachstumsorientierten Unternehmen. Zu Beginn erhalten die Teilnehmenden eine theoretische Grundlage zu Wertmanagement, Geschäftsmodellen und grundlegenden Organisationsformen. Anschließend folgt ein Einblick in wesentliche Bereiche der Unternehmenspraxis wie Arbeitsabläufe, Vertrieb, Finanzierung, Traction, Leistungskennzahlen und rechtliche Grundlagen. Der Hauptteil des Moduls zeigt, wie digitale und technologieorientierte Unternehmen Wert schaffen und sich strategisch im Markt positionieren. Die Studierenden lernen zentrale Elemente moderner Unternehmensökosysteme kennen, die für Wachstum und Skalierung junger Firmen wichtig sind. Das Modul verbindet theoretische Orientierung mit praktischen Werkzeugen zur Entwicklung von Wachstumsstrategien und behandelt zudem verschiedene Finanzierungs- und Ausstiegsmöglichkeiten. Vermittelt werden die folgenden Inhalte: Einführung in Entrepreneurship und digitale Gründungsökosysteme, Wertmanagement und Geschäftsmodelle, Kennzahlen und Projektmanagement, digitale Wertschöpfung, Grundlagen von Scale-ups sowie Finanzierungs- und Exitstrategien.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
1. Entrepreneurship und Ökosysteme: Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden Entrepreneurship definieren, relevante Ökosysteme analysieren und strategische Ansätze zur Wertschaffung einordnen. 2. Digitale Geschäftsmodelle: Die Studierenden verstehen digitale und technologiegestützte Geschäftsmodelle, steuern operative Abläufe, sichern Traction und wenden ein wirksames KPI Management an. 3. Strukturen und Wachstum: Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für skalierbare Organisationsformen, formulieren Wachstumsstrategien und wenden zentrale Werkzeuge zur Skalierung an. 4. Exitstrategien: Die Teilnehmenden lernen verschiedene Formen des Unternehmensausstiegs kennen und beurteilen deren Chancen und Risiken.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) (2026)		Seite 15 / 47

Lehrturnus
Lehrturnus: nach Ankündigung
Bezug zur LPO I
--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entrepreneurial Finance & Accounting		12-M-EFA-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Externe Unternehmensrechnung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: Sommersemester		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Ringvorlesung Gründungsökosystem		12-M-RG-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Gründerinnen und Gründer, Investorinnen und Investoren sowie Führungskräfte aus jungen und etablierten Unternehmen besuchen die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät und berichten aus ihrem Alltag im Aufbau und in der Entwicklung von Unternehmen. Sie schildern Chancen und Schwierigkeiten in dynamischen Märkten und geben Einblicke in Erfolge und Rückschläge entlang des Gründungs- und Wachstumsprozesses. Die Veranstaltung ermöglicht es, zentrale Herausforderungen junger Unternehmen besser zu verstehen, Perspektiven aus verschiedenen Branchen zu vergleichen und Entwicklungen in regionalen und internationalen Gründungslandschaften zu diskutieren. Die Studierenden erhalten einen unmittelbaren Zugang zu aktuellen Entwicklungen in Innovations- und Startup-Ökosystemen und können diese mit theoretischen Erkenntnissen aus Betriebs- und Volkswirtschaftslehre verbinden.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Vorbereitung der Studierenden auf Tätigkeiten im Innovations- und Gründungskontext 1. Verständnis zentraler Fragestellungen beim Aufbau und Wachstum junger Unternehmen 2. Einblick in strategische Entscheidungen und operative Herausforderungen in Startup Ökosystemen 3. Vergleich unterschiedlicher Perspektiven aus Startups, Scale ups und etablierten Unternehmen 4. Orientierung zu Kompetenzen, die junge Talente für Rollen in Gründungsumfeldern benötigen		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: Wintersemester		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entrepreneurship Fundamentals		12-M-EF-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Unternehmerisches Verhalten kann sich in vielfältiger Weise manifestieren, etwa durch die Gründung eines Start-ups (Entrepreneurship), die Verankerung von Unternehmertum und Innovation in bestehenden Unternehmen (Intrapreneurship) oder die Übernahme eines bestehenden Unternehmens (Unternehmensnachfolge). Dieses Modul behandelt Werkzeuge und Konzepte, die für unternehmerisches Verhalten in allen drei Szenarien zentral sind, darunter Design Thinking, Lean Startup und Business Modelling.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage: (1) alternative Optionen zur Schaffung und Aufrechterhaltung von Wettbewerbsvorteilen durch unternehmerisches Verhalten zu beurteilen, (2) Konzepte im Zusammenhang mit Entrepreneurship zu evaluieren, (3) Einschätzungen zu den organisatorischen und managementbezogenen Implikationen unternehmerischer Entscheidungen vorzunehmen und (4) systematisch zwischen unterschiedlichen Handlungswegen zu wählen.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: Wintersemester		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Sales and Communications Management		12-M-IMM-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Marketing		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Dieser Kurs vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis von Verkaufsstrategien und Kommunikationstechniken, die für den Erfolg im heutigen dynamischen Geschäftsumfeld unerlässlich sind. Durch die Betrachtung des Vertriebsmanagements, einschließlich der Gestaltung von Vertriebsstrukturen, des strategischen Managements und des Personalmanagements, sowie des Kommunikationsmanagements, das traditionelle und digitale Kommunikationsmittel umfasst, erhalten die Studierenden einen umfassenden Überblick über die relevanten Themenbereiche. Grobe Kursstruktur: • Vertriebsmanagement: • Gestaltung der Vertriebsstruktur • Strategische Vertriebssteuerung • Management von Vertriebsmitarbeitern • Kommunikationsmanagement: • Klassische Kommunikationsinstrumente (z.B. TV, Flyer) • Digitale Kommunikationsinstrumente (z.B. Social Media Marketing; Suchmaschinenmarketing, Display Advertising) • Systematische Kanalintegration		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Durch theoretisches Verständnis und praktische Anwendung entwickeln die Studierenden Fähigkeiten im strategischen und operativen Vertriebsmanagement sowie in der Nutzung verschiedener Kommunikationsinstrumente, um organisatorische Ziele zu erreichen und die Wirksamkeit am Markt zu maximieren.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: nach Ankündigung		

Bezug zur LPO I
--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Marketing		12-Mark-G-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Marketing		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Beschreibung: Das Modul vermittelt die theoretischen Grundlagen der marktorientierten Unternehmensführung. Inhalt: Ausgehend vom Stakeholder-Ansatz wird die Grundkonzeption der marktorientierten Unternehmensführung erklärt und in den 5 klassischen Schritten erläutert: Situationsanalyse, Ziele, Strategien, Instrumente und Controlling. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze des Konsumentenverhaltens, aber auch des industriellen Beschaffungsverhaltens werden in Grundzügen behandelt. Eine Vertiefung erfolgt mittels einer breit angelegten Fallstudie, welche die Grundlagen der Marktforschung auf Basis einer Conjoint-Analyse vermittelt. Gliederung: 1. Marketing, Unternehmertum und Unternehmensführung 2. Erklärungsansätze des Käuferverhaltens 3. Grundlagen der Marktforschung 4. Strategisches Marketing 5. Marketing-Instrumente 6. Corporate Social Responsibility versus Creating Shared Value Literatur: Foscht, T./Swoboda, B.: Käuferverhalten: Grundlagen -- Perspektiven -- Anwendungen, 4. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2011. Homburg, Ch.: Marketingmanagement: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung, 4. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2012. Homburg, Ch.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 3. Aufl., Wiesbaden, 2012a. Kroeber-Riel, W./Weinberg, P.: Konsumentenverhalten, 9. Aufl., München 2009. Meffert, H./Burmman, Ch./Kirchgeorg, M.: Marketing -- Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte -- Instrumente -- Praxisbeispiele, 11. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2012. Meffert, H./Burmman, Ch./Becker, Ch.: Internationales Marketing-Management -- Ein markenorientierter Ansatz, 4. Aufl., Stuttgart 2010. Meyer, M.: Ökonomische Organisation der Industrie: Netzwerkarrangements zwischen Markt und Unternehmung, Wiesbaden 1995. Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile -- Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 8. Aufl., Campus Frankfurt/New York 2014. (Original: Porter, M.: Competitive Advantage, New York 1985). Simon, H./ Fassnacht, M.: Preismanagement, Strategie -- Analyse -- Entscheidung -- Umsetzung, 3. Aufl., Wiesbaden 2009.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis der betriebswirtschaftlichen Unternehmensführung und können das Wissen systematisch einordnen. Zusätzlich können sie das erworbene Wissen, unter Berücksichtigung der konventionellen Problemfelder der betriebswirtschaftlichen Unternehmensführung, anwenden.		

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)
V (2) + T (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig
Platzvergabe
--
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
Lehrturnus: Sommersemester
Bezug zur LPO I
--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Professionelles Projektmanagement in der Praxis		10-I=PM-252-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Informatik III		Institut für Informatik
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	Es wird empfohlen, das Modul 10-I=PRJAK parallel zu absolvieren.
Inhalte		
Projektziele, Projektauftrag, Projekterfolgskriterien; Businessplan; Umfeldanalyse und Stakeholdermanagement; Initialisierung, Definition, Planung, Durchführung/Steuerung, Abschluss von Projekten; Reporting, Projektkommunikation und -marketing; Projektorganisation, Teambildung und -entwicklung; Chancen- und Risikomanagement; Konflikt- und Krisenmanagement; Change- und Claimmanagement; Vertrags- und Beschaffungsmanagement; Qualitätsmanagement; Arbeitstechniken, Methoden und Tools; Führungskompetenzen und soziale Kompetenzen im Projektmanagement; Programmmanagement, Multiprojektmanagement, Projektportfoliomanagement, PMOs; Besonderheiten von Softwareprojekten; Agiles Projektmanagement/SCRUM; Kombination von klassischen und agilen Methoden.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Die Studierenden verfügen danach über praxisrelevantes Wissen über Themen des Produktionsmanagements und/oder professionellen Projektmanagements. Sie kennen die kritischen Erfolgskriterien und können ein Projekt initiieren, definieren, planen, steuern und nachbetrachten.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 60-120 Min.) Klausur kann nach Ankündigung der Dozentin bzw. des Dozenten zu LV-Beginn durch eine mündliche Einzelprüfung (ca. 20 Min.) oder mündliche Gruppenprüfung (2 TN, je ca. 15 Min.) ersetzt werden. Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
mögliche Schwerpunkte für den MA 120 Informatik: SE, IT, KI, ES, LR, HCI, GE, IN		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: jährlich, SS		
Bezug zur LPO I		
§ 22 II Nr. 3 b)		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Projekt - Aktuelle Themen der Informatik		10-I=PRJAK-252-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Studiendekan/-in Informatik		Institut für Informatik
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Bearbeitung einer Projektaufgabe (in Gruppen).		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Das Projekt befähigt die Teilnehmer eine Fragestellung der Informatik im Team zu bearbeiten.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
P (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Projektbericht (10-15 S.) und Präsentation des Projekts (15-30 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch Prüfungsturnus: Im Semester der LV (Jedes Projekt wird nur einmal durchgeführt. Eine Wiederholung des Projekts mit demselben Thema findet nicht statt. Daher kann die Prüfung nur zu dem im Semester durchgeführten Projekt durchgeführt werden.)		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
mögliche Schwerpunkte für den MA 120 Informatik: AT, SE, IT, KI, ES, LR, HCI, GE, SEC, IN		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: jedes Semester		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Unternehmertum in der Praxis und rechtliche Aspekte		98-ZENTRIA-UPR-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Projektarbeit (Projektbericht: als Einzel- oder Gruppenarbeit, ca. 10 S. pro Person; Präsentation ca. 10 Min. pro TN) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Auslandsaufenthalt Silicon Valley		98-ZENTRIA-SVT-251-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Bauke		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	bestanden / nicht bestanden	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Das Modul umfasst eine einwöchige Exkursion ins Silicon Valley mit Besuchen bei führenden Acceleratoren, Technologieunternehmen, Hochschulen und internationalen Organisationen. Die Inhalte gliedern sich in folgende Themenbereiche: Startup- und Venture-Capital-Ökosystem: Einblicke in die Funktionsweise und Struktur globaler Acceleratoren und Inkubatoren; aktuelle Trends im Venture-Capital-Markt; Gespräche mit Investor:innen und Gründer:innen. Innovation und Technologie: Besuch von Unternehmen aus den Bereichen Künstliche Intelligenz, Robotik, Software und Hardware; Einblicke in aktuelle Technologietrends und deren unternehmerische Anwendung. Unternehmensführung und Skalierung: Praxisorientierte Workshops und Vorträge zu Growth-Marketing, Sales-Strategien, Pitch-Techniken und Kommunikation; Besuch etablierter Technologiekonzerne zur Veranschaulichung von Skalierungsprozessen und Unternehmenskultur. Internationale Vernetzung und interkulturelle Kompetenz: Austausch mit internationalen Akteur:innen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Medien; Kennenlernen globaler Netzwerkstrukturen und Förderprogramme für Startups. Design Thinking und Innovationsmethoden: Praxisnahe Einführung in nutzerzentrierte Innovationsmethoden; Anwendung in realen Unternehmenskontexten.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls das globale Startup- und Venture-Capital-Ökosystem des Silicon Valley beschreiben und mit europäischen Strukturen vergleichen. Sie verstehen Innovationsprozesse und Skalierungsstrategien international erfolgreicher Technologieunternehmen, können Pitches und Geschäftsideen kritisch bewerten sowie Design-Thinking- und Growth-Marketing-Methoden anwenden. Durch direkte Begegnungen mit Gründerinnen und Gründern, Investoren und Wissenschaftlern werden interkulturelle und unternehmerische Kompetenzen gefördert.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
R/P (4) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Projektarbeit (Projektbericht: als Einzel- oder Gruppenarbeit, ca. 10 S. pro Person; Präsentation ca. 10 Min. pro TN) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		

Bezug zur LPO I
--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle für Digital-Innovationen		98-ZENTRIA-NGM-251-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	--	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Mündliche Prüfung (Einzel- oder Gruppenprüfung mit max. 3 TN, ca. 20 Min. pro TN) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Unternehmensgründung		98-ZENTRIA-UG-251-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Bauke		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Grundlagen des Entrepreneurship • Warum sind Entrepreneurship und unternehmerische Methoden relevant? • Theorien des Entrepreneurship (akademische Literatur & Entwicklungen in der Praxis) • The Entrepreneur • Entrepreneurial method (Effectuation) • Erfolgsfaktoren von Entrepreneurship • Typen von Entrepreneurship • Pitching Empirical Experimentation • Market Opportunities & Geschäftsideen • Lean Startup Methodology & Customer Development • Empirische Untersuchungen (Tools & Techniken) • Javelin Experiment Board – Get out of the building Lean & Business Model Canvas • Elemente des Business Model Canvas • Business Model vs. Lean Canvas • Entwurf des ersten eigenen Business Models Finanzierung und finanzwirtschaftliche Planung • Financial Modeling • Finanzierungsformen • Crowdfunding – Entwurf einer eigenen Kampagne Crowdfunding in Aktion • Promoten der eigenen Kampagne • Fan-Akquise und Kundenfeedback zwecks Validierung		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Das übergeordnete Ziel dieses Kurses ist, Studenten mit dem notwendigen Handwerkszeug für eine Unternehmensgründung auszustatten. Primär werden aktuelle Erkenntnisse aus der Unternehmerischen Praxis und Forschung erklärt und in Gruppenprojekten umgesetzt. Theoretische Inhalte werden unmittelbar in die Umsetzung überführt. Studenten werden in der geschützten Umgebung des Kurses, einen Schritt näher an möglichst realistische unternehmerische Erfahrung gebracht. Am Ende des Moduls sollten Studenten in der Lage sein: • die Bedeutung unternehmerischer Aktivität für die Wirtschaft zu verstehen • wissen, welche theoretischen Ansätze und praktischen Tools bei der Entwicklung von Ideen eingesetzt werden • die Umsetzbarkeit und Erfolgsaussichten einer Geschäftsidee empirisch validieren können • den Einsatz der Lean Startup Methode als Ersatz eines klassischen Business Plans einordnen zu können		
Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) (2026)		Seite 30 / 47

- ein Geschäftsmodell mit Hilfe des Business Model oder Lean Canvas zu designen
- die finanzwirtschaftliche Planung einer Geschäftsidee durchführen zu können
- eine Crowdfunding Kampagne zur Ideenvalidierung und Finanzierung zu entwerfen und zu promoten.

Die Lernphilosophie dieses Kurses ist: "Tell me, and I will forget. Show me, and I may remember. Involve me, and I will understand" (Confucius, ca. 450 BC)

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (4)

Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Projektarbeit (Projektbericht: als Einzel- oder Gruppenarbeit, ca. 10 S. pro Person; Präsentation ca. 10 Min. pro TN)

Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Praxisprojekt Unternehmertum@THAB		98-ZENTRIA-PUN-251-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	bestanden / nicht bestanden	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
R (4) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch Art der LV: alternativ P statt R (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Projektarbeit (Projektbericht (10-15 S.) und Präsentation des Projekts (ca. 15 Min.)) oder b) Praktikumsbericht (10-15 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Gründen@THWS			99-ZENTRIA-GT-251-mo1
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Kooperation mit der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	grundständig	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
Ziel der Veranstaltung ist es, neben dem Erlernen von grundlegenden Gründungsschritten und der Ausbildung der eigenen Gründungspersönlichkeit, das Gründungsökosystem Mainfranken kennenzulernen, wichtige Ansprechpersonen zu identifizieren und so in den konkreten Austausch zu kommen. So wird ein Überblick über relevante Konzepte, Werkzeuge und Umsetzungsschritte des Gründungsprozesses ermöglicht. Darunter fallen beispielsweise Geschäftsmodell und Businessplan, Finanzierung und Förderung, sowie rechtliche Aspekte und Einzelberatung. Für den erfolgreichen Abschluss der Veranstaltung wird ein Portfolio mit bescheinigten Workshop-Teilnahmen bei Netzwerkpartnern, das Erstellen einer Literaturrezension, ein Interview mit einem Gründungsteam und die Ausarbeitung diverser aufeinander aufbauender Persönlichkeitstools erwartet.			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
S (4)			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
Portfolio (Projektbericht: als Einzel- oder Gruppenarbeit, ca. 15 S. pro Person)			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Startup Competition		99-ZENTRIA-SC-251-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Kooperation mit der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Die Studierenden erarbeiten zu konkreten unternehmerischen Herausforderungen kreative Lösungen. Diese werden nach einer intensiven Entwicklungsphase anschließend im Unternehmen vor Ort vorgestellt und diskutiert. Die Präsentation erfolgt im Rahmen einer mit dem Unternehmen abgestimmten Praxisphase. Die Prüfungsleistung ist eine abschließende schriftliche Reflexion über die Entwicklungsphase und die Präsentation im Unternehmen.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
• Unternehmerische Praxis • Lösungskompetenz • Minimal Viable Product • Zusammenarbeit im Team unter Einbeziehung von Experten • Präsentation & Pitch • Kennenlernen von Unternehmensstrukturen		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Projektarbeit (Projektbericht: als Einzel- oder Gruppenarbeit, ca. 10 S. pro Person; Präsentation ca. 10 Min. pro TN)		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Entrepreneurship for Engineers		99-ZENTRIA-EFE-251-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Kooperation mit der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
- Die Studierenden lernen, wie sie die Prinzipien des technologischen Unternehmertums anwenden. - Die Studierenden können einen Minimal Viable Prototype (MVP) erstellen, indem sie die Prinzipien des Paper Prototyping anwenden. - Die Studierenden können eine Pipeline zur Kundenentwicklung erstellen und umsetzen sowie die Produkt-Markt-Passung und die Unit Economics des technologischen Produkts bewerten. - Die Studierenden können von Grund auf ein Pitch Deck für ihr Projekt erstellen, die Qualität des Frühphasen-Risikokapitals bewerten und einen Fundraising-Plan umsetzen. - Die Studierenden verstehen die allgemeinen Merkmale der Risikokapitalmärkte.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Der Kurs ist als eine Reihe von „Shark Tank“-Veranstaltungen mit Gründern, Investoren und Entwicklern aufgebaut, bei denen der aktuelle Fortschritt des Teams bewertet und entschieden wird, ob das Team weiter am aktuellen Projekt arbeiten kann oder einen Kurswechsel vornehmen muss. Im Verlauf des Kurses behandeln wir folgende Themen: 1. Was ist Risikokapital? - Ein kurzer Überblick über die Geschichte von Risikokapitalinvestitionen - Der probabilistische Ansatz bei Risikokapitalinvestitionen - Risikokapital und technologische Entwicklung 2. Was ist ein Produkt? - Warum ist Technologie kein Produkt? - Papierprototyping und Produkt-Markt-Passung - Kundenentwicklung für Ingenieure 3. Was ist ein Pitch Deck? - Was sind die wichtigsten strukturellen Bestandteile eines guten Pitches? - Unit Economics - Storytelling für Ingenieure 4. Wie trifft man Entscheidungen unter Stress? - Führung kleiner Teams - Abwägung zwischen Disziplin und Kreativität - Empathie für Ingenieure 5. Was ist Unit Economics? Kundenakquisitionskosten - Lifetime Value		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Portfolio (schriftliche Ausarbeitung als Einzel- oder Gruppenarbeit, ca. 15 S. pro Person) Prüfungssprache: Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		
Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) (2026)		Seite 35 / 47

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Grundlagen E-Commerce		98-ZENTRIA-ECOMG-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Dr. Aryobsei		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Einführung und Grundlagen (Begriffsdefinitionen; Historische Entwicklung; Güterkategorien) • Märkte und Akteure im E-Commerce • Wertschöpfung & ökonomische Logik • Geschäftsmodelle & Wettbewerbsstrategien • Der digitale Kunde & Kaufpsychologie • Kaufprozesse & Customer Journey • Online-Shop & Nutzererlebnis • Online Marketing & Traffic Generierung • Operations & Logistik (Fulfillment) • Payment, Recht & Sicherheit • Controlling, KPIs & Web Analytics • Trends & Zukunft des E-Commerce		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Der E-Commerce hat sich zu einem dominierenden Handelskanal und einer zentralen Säule der Digitalökonomie entwickelt. Das Modul vermittelt ein fundiertes Basiswissen über die Strukturen, Akteure, ökonomischen Gesetzmäßigkeiten und technologischen Grundlagen des elektronischen Handels. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über ein breites und integriertes Wissen der E-Commerce-Landschaft. Sie können den elektronischen Handel definieren und abgrenzen sowie Geschäfts- und Erlösmodelle methodisch analysieren. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten der digitalen Wertschöpfung zu erklären. Durch die vermittelten Modelle können sie die Customer Journey strukturiert mappen und grundlegende Konzepte der Usability und User Experience für den strategischen Aufbau von Online-Shops anwenden. Persönlichkeits-/ Sozialkompetenz: Die Studierenden haben die Fähigkeit, Fragestellungen des digitalen Handels kritisch zu reflektieren und in Diskussionen fundiert zu argumentieren.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S/Ü (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 60 Min.) bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
Blended Learning		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: jährlich, WS		
Bezug zur LPO I		
--		
Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) (2026)		Seite 36 / 47

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Digitales Marketing (BA)			98-ZENTRIA-DigMark-BA-262-mo1
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
Prof. Dr. Aryobsei			Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	grundständig	--	
Inhalte			
Einführung & Grundlagen (Begriffsdefinitionen; Historische Entwicklung; Güterkategorien) • Märkte und Akteure im E-Commerce • Wertschöpfung & ökonomische Logik • Geschäftsmodelle & Wettbewerbsstrategien • Der digitale Kunde & Kaufpsychologie • Kaufprozesse & Customer Journey • Online-Shop & Nutzererlebnis • Online Marketing & Traffic Generierung • Operations & Logistik (Fulfillment) • Payment, Recht & Sicherheit • Controlling, KPIs & Web Analytics • Trends & Zukunft des E-Commerce			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
Der E-Commerce hat sich zu einem dominierenden Handelskanal und einer zentralen Säule der Digitalökonomie entwickelt. Das Modul vermittelt ein fundiertes Basiswissen über die Strukturen, Akteure, ökonomischen Gesetzmäßigkeiten und technologischen Grundlagen des elektronischen Handels. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über ein breites und integriertes Wissen der E-Commerce-Landschaft. Sie können den elektronischen Handel definieren und abgrenzen sowie Geschäfts- und Erlösmodelle methodisch analysieren. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten der digitalen Wertschöpfung zu erklären. Durch die vermittelten Modelle können sie die Customer Journey strukturiert mappen und grundlegende Konzepte der Usability und User Experience für den strategischen Aufbau von Online-Shops anwenden. Persönlichkeits-/ Sozialkompetenz: Die Studierenden haben die Fähigkeit, Fragestellungen des digitalen Handels kritisch zu reflektieren und in Diskussionen fundiert zu argumentieren. Sprachkompetenzen: Die Studierenden beherrschen die zentrale und oft englisch geprägte Fachterminologie des E-Commerce und können diese in Fachkontexten sicher anwenden			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
S/Ü (4)			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
Klausur (ca. 60 Min.) bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
Blended Learning			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
Lehrturnus: jährlich, SoSe			
Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) (2026)		JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 15.06.2026 • PO-Datensatz Zusatzstudium Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) - 2026	Seite 37 / 47

Bezug zur LPO I
--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Digitale Geschäftsmodelle		98-ZENTRIA-DigGM-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Dr. Aryobsei		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle: Wertschöpfung, Wertvermittlung, Wertabschöpfung (Value Creation/Delivery/Capture) • Modellierung von Geschäftsmodellen mit Business Model Canvas und Value Proposition; Hypothesen und Iteration • Digitale Geschäftsmodellmuster (z. B. Subscription, Freemium, Usage-based, Marketplace/Plattform) und Monetarisierungslogiken • Plattformökonomie: Netzwerkeffekte, Governance/Regeln, Trust & Safety, Cold-Start-Strategien • Daten- und KI-bezogene Wertlogiken (Data Value Chain) sowie Risiken/Compliance (z. B. Datenschutz, Betrug, Qualität) • Kennzahlen und „light“ Unit Economics: Funnel/Conversion, Retention/Churn, CAC/LTV, KPI-/Metric-Tree; grundlegende Growth-Ansätze • Kommunikation und Bewertung von Geschäftsmodellen BE26		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: • digitale Geschäftsmodelle strukturieren und erklären (Value Creation/Delivery/Capture). • ein Geschäftsmodell mit Business Model Canvas / Value Proposition modellieren und iterativ weiterentwickeln. • zentrale digitale Muster (z. B. Abo, Freemium, Marketplace/Plattform) identifizieren und begründet auswählen. • grundlegende Plattform-/Wachstumskonzepte (Netzwerkeffekte, Governance, Cold-Start) anwenden. • wesentliche KPIs/Unit Economics (z. B. Conversion, Retention, CAC/LTV) in plausiblen Bandbreiten ableiten und Risiken (z. B. Datenschutz/Trust) adressieren. • Ergebnisse klar kommunizieren (Poster/Pitch) und im Team strukturiert zusammenarbeiten.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S/Ü (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 60 Min.) bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
Blended Learning		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: jährlich, SoSe		
Bezug zur LPO I		
--		
Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) (2026)		Seite 39 / 47
JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 15.06.2026 • PO-Datensatz Zusatzstudium Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) - 2026		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Customer Experience Management		98-ZENTRIA-CEM-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Dr. Bertels, Prof. Dr. Aryobsei		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
6	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
1. Grundlagen der Customer Experience 2. Persona und Customer Journey-Analyse 3. Messung und Forschung in CX 4. Gestaltung und Management von CX 5. Organisationale Einbettung und Change Management 6. Anwendung und Reflexion		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage: - Customer Experience (CX) begrifflich präzise zu definieren und gegenüber verwandten Konzepten wie Kundenzufriedenheit oder User Experience abzugrenzen. CX aus einer wirtschaftspsychologischen Perspektive zu erklären und zentrale psychologische Mechanismen systematisch einzuordnen. Customer Journeys und Touchpoints methodisch fundiert zu analysieren sowie deren psychologische Wirkmechanismen zu bewerten. qualitative und quantitative Instrumente zur Messung von CX kritisch zu reflektieren, anwendungsorientiert auszuwählen und anzuwenden. Zentrale Treiber von CX und relevante Einflussfaktoren auf Kundenerleben zu identifizieren. Strategische Ziele des CX-Managements zu entwickeln und in konsistente Maßnahmenprogramme zu überführen. Evidenzbasierte Verbesserungskonzepte für Organisationen zu konzipieren, zu argumentieren und adressatengerecht zu präsentieren. Typische Implementierungsbarrieren von CX-Initiativen kritisch zu analysieren. Aktuelle wissenschaftliche Forschung zu Customer Experience zu rezipieren, einzuordnen und praxisbezogen zu bewerten. Ethische Fragestellungen im Kontext von Experience-Gestaltung kritisch zu reflektieren. Die Studierenden entwickeln damit sowohl analytische als auch konzeptionelle Kompetenzen und sind befähigt, Customer Experience als strategisches Steuerungskonzept in Organisationen einzuordnen, anzuwenden und weiterzuentwickeln.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S/Ü (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Portfolio (3 Teilleistungen, davon eine ggf. mündlich, schriftliche Teilleistungen insgesamt mx. 15 S.)		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
180 h		
Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) (2026)		Seite 40 / 47
JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 15.06.2026 • PO-Datensatz Zusatzstudium Zusatzstudium Entrepreneurship into Action (ZENTRIA) - 2026		

Lehrturnus
Lehrturnus: jährlich, SoSe
Bezug zur LPO I
--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Data Analytics		98-ZENTRIA-DA-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Dr. Morawski		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
3	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Einführung in Data Analytics Erweiterte Regressionsanalyse Clusteranalyse Entscheidungsbäume und Ensemble Methoden Hauptkomponenten- und Faktorenanalyse Grundlagen von KNN Anwendungen in R		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Kenntnis der wichtigsten Methoden der explorativen Datenanalyse, ihrer Anwendungsfelder, Stärken und Schwächen. Eigenständige Vorbereitung und Durchführung von Datenanalysen und Interpretation der Ergebnisse, Praktische Umsetzung der Modelle in R		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 60 Min.)		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
90 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: jährlich, SoSe		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors		98-ZENTRIA-PsyDigT2-262-mo1
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Dr. #uranová		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
3	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Ursachen der Technologienutzung Technologieakzeptanzmodelle: Messung, theoretische Grundlagen und empirische Evidenz Herausforderungen bei der Technologieeinführung in Organisationen: Technologieakzeptanz, Usability und Human Factors		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Die Studierenden können nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls evidenzbasierte Interventionen entwickeln zu den Inhalten: • Ursachen der Technologienutzung • Technologieakzeptanzmodelle: Messung, theoretische Grundlagen und empirische Evidenz • Herausforderungen bei der Technologieeinführung in Organisationen: Technologieakzeptanz, Usability und Human Factors.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S/Ü (2)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Hausarbeit (10-20 S.) mit Präsentation (ca. 30 Min.)		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
90 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: jährlich, SoSe		
Bezug zur LPO I		
--		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung		98-ZENTRIA-PPMF&B-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Prof. Keil		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
6	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Die Veranstaltung behandelt die Planung, Durchführung und Auswertung praxisnaher Projekte im Bereich Marktforschung und Beratung. Inhalte sind insbesondere die Entwicklung und Präzisierung von Forschungs- oder Beratungsfragestellungen, die Abstimmung mit Praxispartnern, die Auswahl und Anwendung geeigneter qualitativer und quantitativer Methoden, die strukturierte Datenauswertung sowie die Ableitung praxisrelevanter Implikationen und Empfehlungen. Weitere Bestandteile sind die adressatengerechte Ergebnisdarstellung, die Präsentation von Projektergebnissen, die Reflexion methodischer und praktischer Herausforderungen sowie die Auseinandersetzung mit Gütekriterien, Umsetzbarkeit und wissenschaftlicher Fundierung im Anwendungskontext. The course covers the planning, implementation, and evaluation of practice-oriented projects in the fields of market research and consulting. Key topics include the development and refinement of research or consulting questions, coordination with practice partners, the selection and application of suitable qualitative and quantitative methods, the structured analysis of data, and the derivation of practice-relevant implications and recommendations. Further components include audience-oriented presentation of results, the communication of project outcomes, reflection on methodological and practical challenges, and the discussion of quality criteria, feasibility, and academic soundness in applied contexts.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, praxisrelevante Fragestellungen aus den Bereichen Marktforschung und Beratung systematisch zu analysieren und auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten. Sie lernen, Forschungs- und Beratungsprojekte problemorientiert zu strukturieren, geeignete methodische Zugänge auszuwählen sowie Daten adressatengerecht auszuwerten und zu interpretieren. Darüber hinaus entwickeln sie Kompetenzen in der Entwicklung von Handlungsempfehlungen für Praxispartner, in der verständlichen Aufbereitung von Ergebnissen sowie in der reflektierten Verbindung von wissenschaftlichem Anspruch und praktischer Umsetzbarkeit. Die Studierenden stärken zudem ihre Fähigkeiten im Projektmanagement, in der Teamarbeit, in der professionellen Kommunikation sowie im Umgang mit realen Anforderungen und Zielkonflikten in marktorientierten Anwendungskontexten.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S/Ü/R (4)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Projektarbeit (Gesamtaufwand ca. 60 Std., mit Präsentation) oder b) Hausarbeit (20-40 S.)		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
180 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: jährlich, SoSe		

Bezug zur LPO I
--

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Digitales Marketing (MA)		98-ZENTRIA-DigMark- MA-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
LB Hr. Steigerwald		Kooperation mit der Technischen Hochschule Aschaffenburg
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
6	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
• Grundlagen des digitalen Marketings: Definition und Evolution, POEM-Framework, Marktlandschaft, Nutzerverhalten, Vorteile des digitalen Marketings • Zielgruppenanalyse und Buyer Persona: Segmentierungskriterien, psychografische Modelle zur Zielgruppenbeschreibung, Buyers Persona-Entwicklung • Omnichannel-Marketing und Digital Customer Journey: Customer Journey Mapping, Psychologisches Verhalten, Touchpoint-Strategien, Marketing-Funnel • Marketing-Kampagnenentwicklung: Content-Strategien, Storytelling-Psychologie, Leitidee-Entwicklung, integrierte Kommunikation, Fallstudien • Suchmaschinenoptimierung (SEO): SEO-Grundlagen, Search Intent-Analyse, OnSite/OffSite-Optimierung, KI-SEO, Local SEO, Keywords • Social Media Marketing: Plattformstrategien, Wissenschaftliche Modelle, organische Reichweiten-Multiplikatoren, Social Media Analytics • Performance Marketing und Programmatic Advertising: Google Ads, Social Media Ads, Targeting- & Bidding-Strategien, ROI-Optimierung • Conversion-Optimierung und Analytics: A/B-Testing, psychologische Trigger, Landing Page Optimierung, User-Behavior-Analyse • Influencer und Creator Marketing: Influencer-Typologie, Authentizität, Kooperationsmodelle, Creator Economy Trends. • Marketing Automation und E-Mail-Marketing: Automation-Workflows, Personalisierung, CRM-Integration, DSGVO, Fallstudien • KI im Marketing und Zukunftstrends: KI-Anwendungen, Chatbots, Predictive Analytics, Emerging Technologies • Fundamentals of Digital Marketing: Definition and evolution, POEM framework, market landscape, user behavior, advantages of digital marketing • Target Group Analysis and Buyer Personas: Segmentation criteria, psychographic models for target group description, buyer persona development • Omnichannel Marketing and Digital Customer Journey: Customer journey mapping, psychological behavior, touchpoint strategies, marketing funnel • Marketing Campaign Development: Content strategies, storytelling psychology, creative concept development, integrated communication, case studies • Search Engine Optimization (SEO): SEO fundamentals, search intent analysis, on-site/off-site optimization, AI-SEO, local SEO, keywords • Social Media Marketing: Platform strategies, scientific models, organic reach multipliers, social media analytics • Performance Marketing and Programmatic Advertising: Google Ads, social media ads, targeting & bidding strategies, ROI optimization • Conversion Optimization and Analytics: A/B testing, psychological triggers, landing page optimization, user behavior analysis • Influencer and Creator Marketing: Influencer typology, authenticity, cooperation models, creator economy trends • Marketing Automation and Email Marketing: Automation workflows, personalization, CRM integration, GDPR, case studies		

- AI in Marketing and Future Trends: AI applications, chatbots, predictive analytics, emerging technologies

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung des digitalen Marketings im Kontext der digitalen Transformation zu analysieren und psychologische Wirkmechanismen digitaler Marketingmaßnahmen zu verstehen. Sie können die Evolution und aktuellen Entwicklungen des digitalen Marketings wissenschaftlich einordnen und bewerten.

Die Studierenden sind fähig, digitale Customer Journeys anzudeichnen und dabei gezielte Touchpoint-Strategien zu entwickeln. Sie können datenbasierte Zielgruppenanalysen durchführen und psychografisch fundierte Buyer Personas erstellen, die als Grundlage für strategische Marketingentscheidungen dienen.

Die Studierenden sind in der Lage, integrierte Marketing-Kampagnen zu entwickeln und zwischen verschiedenen Content-Formaten sowie deren psychologischer Wirkung zu differenzieren. Sie können SEO-Strategien unter Berücksichtigung von Suchverhalten entwickeln sowie organische Social-Media-Strategien mit Fokus auf Community-Building gestalten.

Die Studierenden können Performance-Marketing Kampagnen datengetrieben planen, durchführen und optimieren. Sie sind in der Lage, Conversion-Optimierung mittels A/B-Testing und psychologischer Trigger systematisch umzusetzen.

Die Studierenden sind fähig, (Corporate)-Influencer-Strategien unter Berücksichtigung von Authentizität und Brand Fit zu entwickeln sowie Marketing Automation und E-Mail-Marketing-Workflows DSGVO-konform zu gestalten.

Sie können KI-Anwendungen im Marketing bewerten, ethische Implikationen reflektieren und Zukunftstrends des digitalen Marketings kritisch einordnen.

Die Studierenden können ihre entwickelten digitalen Marketing-Strategien fachlich fundiert beschreiben, argumentativ vertreten und in interdisziplinären Teams weiterentwickeln.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S/Ü (4)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Projektarbeit (10-15 S., mit Präsentation) (ca. 15 Min.)

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

180 h

Lehrturnus

Lehrturnus: jährlich, WS

Bezug zur LPO I

--