

E-Business

Master of Science (MSc.)

Erstsemestereinführung

17. September 2013

Willkommen zu einem der interessantesten und spannendsten Master-Studiengänge: E-Business!

- E-Commerce und Online-Handel boomen weltweit. Ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht.
- In Deutschland lag der Umsatz im Online-Handel im Jahr 2012 bei 27,6 Mrd. Euro (bvh), => Wachstum von 27 %
- Für 2013 wird ein weiteres Wachstum von 21 % auf 33,5 Mrd. Euro erwartet.
- Die Nachfrage nach qualifizierten E-Commerce- und E-Business-Spezialisten steigt => mehr als 20.000 offenen Stellen (März 2012).

Besonderheiten des Masters „E-Business“

- Einziger Master in E-Business in Deutschland mit einem eindeutigen **Marketing-Fokus**.
- Die Mehrheit der Module wird in **englischer Sprache** gelehrt, um der Internationalität des Arbeitsumfeldes Rechnung zu tragen.
- Sicherstellung von **hohem Praxisbezug** durch Lehrbeauftragte von Unternehmensberatungen, Agenturen und Einzelhandel.

AGENDA

- 1. Professoren & eWeb Research Center**
- 2. Struktur / Curriculum**
- 3. Termine / Standorte**

Aktuelle und relevante Inhalte durch die Enge Anbindung an das eWeb Research Centre



Team des eWeb Research Center

Fachbereichsübergreifendes Team an der Hochschule Niederrhein



Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Lehrgebiet *BWL, Management und Handel*, Fachbereich *Textil- und Bekleidungstechnik*, *Schwerpunktleiter englischsprachiger Master-Studiengangs Trade and Retail*, *Forschungsschwerpunkte im Online-Handel und Mobile-Commerce*



Prof. Dr. Silvia Zaharia, Lehrgebiet *International Sales Management* am Fachbereich *Wirtschaftsingenieurwesen*, *Forschungsschwerpunkte in den Bereichen Multi-Channel-Retailing, Käuferverhalten sowie internationale Aspekte des Marketing und Handels*



Prof. Dr. Michael Schleusener, Lehrgebiet *BWL*, insbesondere *Marketing und Wirtschaftsstatistik* am Fachbereich *Wirtschaftsingenieurwesen*, *Forschungsschwerpunkte im Bereich Pricing, Dienstleistungsmarketing, Strategie und Telekommunikation*



Sarah Stevens M.A., B.Sc., *wissenschaftliche Mitarbeiterin am eWeb Research Center, Online- und Social-Media-Marketing, Unternehmenskommunikation*

eWeb Research Center

Das eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein betreibt eine praxisorientierte Forschung im Zusammenhang mit allen Belangen

- **des Online-Handels und des E-Commerce**
- **des Mobile-Commerce**
- **des Multi-Channel-Handels**
- **zukünftiger Formate**
- **des neuen Käuferverhaltens durch die Internet-Nutzung**
- **der Internetwirtschaft**



Publikationen

Fachbücher und Studien zum E-Commerce und Multi-Channel-Management

Beiträge in Fachzeitschriften & Herausgeberwerken

Vorträge auf nationalen & internationalen Fachkongressen

seit 2008



- > 10 Monographien
- > 100 Fachbeiträge
- > 75 Kongressvorträge
- > 25 Kongressleitungen



Der Master ist eine Kooperation zweier Fachbereiche

Campus Mönchengladbach



Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik (07)

- Über 1600 Studentinnen und Studenten in MG

Fachbereich Wirtschaftsingenieurwesen (09)

- Über 800 Studentinnen und Studenten in KR



Campus Krefeld

AGENDA

1. Professoren
2. **Struktur / Curriculum**
3. Termine / Standorte

Aufbau des Studiums

- **dauert 4 Semester**
- **modular aufgebaut**
- **umfasst 18 Module**
- **insgesamt 120 ECTS**

1. Semester

Modules Courses	Semester 1				Nr. of Contact Hours	Degree	Credit Points
	V	SL	Ü	P/S			
1. Economic Principles		3			3	Pr	5
1.1 Internet and Information Economy		2			2		
1.2 Regulation and Network Infrastructure		1			1		
3. E-Shop and Customer Management		3			3	Pr	5
3.1 E Shop Design and Management		2			2		
3.2 Customer Management		2			2		
4. Social Research Methods		2	2		4	Pr	6
4.1 Social Research Methods (certificate required)		2	2		4		
5. Multi-Channel-Management	3				4	Pr	5
5.1 Multi-Channel-Retailing	2				2		
5.2 Multi-Channel-Operations	2				2		
6. Commercial Enterprise	4				4	Pr	6
6.1 Retail Management	2				2		
6.2 Global Trade	2				2		



2. Semester

Modules Courses	Semester 2				Nr. of Contact Hours	Degree	Credit Points
	V	SL	Ü	P/S			
7. Advanced Research		2	2		4	Pr	6
7.1 Multivariate Statistics		2	2		4		
8. Performance and Pricing		4			4	Pr	6
8.1 Goods and Product Range Planning		2			2		
8.2 Internet Pricing		2			2		
9. Communication and Social Media		4			4	Pr	6
9.1 Online Communication		2			2		
9.2 Social Media		2			2		
10. Customer Behaviour and Web-Analysis		4			4	Pr	6
10.1 Online Customer Behaviour		2			2		
10.2 Web Analyses & E-Controlling		2			2		
11. Soft Skills		4			4	Pr	6
11.1 Communication Skills		2			2	T	
11.2 Special Management Methods		2			2	Pr	

?

3. Semester

Modules Courses	Semester 3				Nr. of Contact Hours	Degree	Credit Points
	V	SL	Ü	P/S			
12. Internet-Technology & Systems		2			2	Pr	5
12.1 Internet-Technology & Systems		2			2		
13. Strategy & Controlling	4				4	Pr	6
13.1 Strategic Management	2				2		
13.2 Retail Controlling	2				2		
14. International Aspects		4			4	Pr	6
14.2 International Management		2			2		
14.3 Cross Cultural Management		2			2		
15. Optional Modules (see Catalogue in Annex 2)		4			4	Pr	5
Courses as per Catalogue, Contact Hours – Typical Distribution Patterns		4			4		
16. Research Project		4			4	Pr	6
16.1 Managing a Research Project		4			4		

?

4. Semester

Modules Courses	Semester 1				Semester 2				Semester 3				Semester 4				Nr. of Contact Hours	Degree	Credit Points
	V	SL	Ü	P/S															
17. Master's Thesis (cf. Articles 19 to 26)																	16 Weeks		27
18. Colloquium (cf. Article 23)																			3
	7	11	2	0	2	18	0	0	4	14	0	0	0	0	0	0	60		120
	22				20				18				0						

?

AGENDA

1. Professoren
2. Struktur / Curriculum
- 3. Termine / Standorte**

Vielen Dank!