

INHALTSÜBERSICHT

Bekanntmachungen

Studienordnung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“	Seite 2
Prüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“	Seite 9
Zulassungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ vom 16. März 2005	Seite 23

Herausgeber: Das Präsidium der Freien Universität Berlin, Kaiserswerther Straße 16-18, 14195 Berlin

Redaktionelle
Bearbeitung: K 2, Telefon 838 73 211,

Druck: Druckerei G. Weinert GmbH, Saalburgstraße 3, 12099 Berlin

Auflage: 130 ISSN: 0723-047

Der Versand erfolgt über eine Adressdatei, die mit Hilfe der automatisierten Datenverarbeitung geführt wird (§ 10 Berliner Datenschutzgesetz).

Das Amtsblatt der FU ist im Internet abrufbar unter www.fu-berlin.de/service/zuvdocs/amtsblatt.

Studienordnung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“

Aufgrund von § 14 Abs. 1 Nr. 2 Teilgrundordnung (Erprobungsmodell) vom 27. Oktober 1998 (FU-Mitteilungen Nr. 24/1998) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin am 16. Februar und 02. März 2005 folgende Studienordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ erlassen*):

Inhaltsverzeichnis:

§ 1	Geltungsbereich und Definition
§ 2	Zielgruppe
§ 3	Studienziele
§ 4	Zulassungsvoraussetzungen
§ 5	Studieninhalte
§ 6	Aufbau des Studiengangs
§ 7	Lehr- und Lernformen
§ 8	Module des Studiengangs
§ 9	Inkrafttreten

Anlage: Exemplarischer Studienverlaufsplan

§ 1

Geltungsbereich und Definition

- (1) Diese Ordnung regelt Ziele, Inhalt und Aufbau des Weiterbildenden Masterstudiengangs „Net Economy“ aufgrund der Prüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ vom 02. März 2005.
- (2) Der Studiengang wird in Zusammenarbeit mit der der Humboldt-Universität zu Berlin, der Ruhr-Universität Bochum, der Universität Trier und der Bayerischen Julius-Maximilians-Universität Würzburg durchgeführt.
- (3) Der Weiterbildende Masterstudiengang „Net Economy“ ist ein postgradualer anwendungsorientierter Studiengang, der in Form eines interdisziplinären, hochschulübergreifenden Online-Studiums mit Präsenzphasen die wissenschaftlichen Erkenntnisse zur Net Economy vermittelt. Er kann als Teilzeitstudium gemäß § 7 der Satzung für Studienangelegenheiten studiert werden.

§ 2

Zielgruppe

Der Weiterbildende Masterstudiengang „Net Economy“ richtet sich an Absolventinnen und Absolventen unterschiedlicher Hochschulstudiengänge im In- und Ausland, die über mindestens zwei Jahre qualifizierte berufspraktische Erfahrungen verfügen. Seine integrative Ausrichtung ermöglicht den Absolventinnen und Absolventen, sich – unabhängig von der Fachrichtung – intensiv mit der Thematik Net Economy auseinanderzusetzen.

§ 3

Studienziele

Das integrative Programm des Masterstudiengangs dient in erster Linie der Erklärung der zahlreichen Veränderungen innerhalb der Gesellschaft durch den Einsatz der Informations- und Kommunikationstechnologie. Die inhaltliche Verknüpfung der Kernfächer Wirtschaftswissenschaft, Wirtschaftsinformatik, Informatik sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft soll den Studierenden ein fundiertes ökonomisches Handeln innerhalb der vernetzten Ökonomie ermöglichen. Innerhalb des Masterstudiengangs werden daher die inhaltlichen Grundlagen der Net Economy erläutert, grundlegende betriebswirtschaftliche, informationstechnische und medienökonomische Methoden zur Unterstützung von Entscheidungen sowie deren Anwendungsbedingungen und eine systematische Orientierung vermittelt.

§ 4

Zulassungsvoraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen und Zulassungsverfahren sind in einer gesonderten Zulassungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ geregelt.

*) Die Geltungsdauer der Ordnung ist zum 30. September 2009 befristet.

§ 5

Studieninhalte

- (1) Die Studieninhalte bauen nicht auf einem vorangegangenen Bachelorstudiengang auf und sind somit unabhängig von Vorkenntnissen in den Kernfächern Wirtschaftswissenschaft, Wirtschaftsinformatik, Informatik sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft.
- (2) Das Studium integriert Elemente der Wirtschaftswissenschaft, Wirtschaftsinformatik, Informatik sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft.

§ 6

Aufbau des Studiengangs

- (1) Das Curriculum ist modularisiert und enthält Präsenz- und Fernstudienphasen. Die Absolvierung der Module erstreckt sich jeweils auf einen der Präsenzphasen des Studiengangs zugeordneten Teil und auf eine sich daran anschließende Fernstudienphase.
- (2) Die Präsenzphasen umfassen insgesamt neun Wochen, die abwechselnd an der Freien Universität Berlin, der Humboldt-Universität zu Berlin, der Ruhr-Universität Bochum, der Universität Trier und der Bayerischen Julius-Maximilians-Universität Würzburg stattfinden.
- (3) Über den empfohlenen Verlauf des Studiums unterrichtet der Exemplarische Studienverlaufsplan (Anlage).

§ 7

Lehr- und Lernformen

- (1) Über ein Learning-Management-System erhalten die Studierenden Zugang zu ihren Studienmaterialien während der Fernstudienphasen. Die Materialien umfassen Online-Lerneinheiten, wissenschaftliche Texte, Übungen und Einsendeaufgaben, die von den Studierenden selbstständig durchzuarbeiten sind.
- (2) Die Betreuung der Studierenden in den Fernstudienphasen erfolgt über eine regelmäßige telefonische Studienfachberatung sowie über ein Online-Portal.
- (3) In den Seminaren der Präsenzphasen werden die Fernstudienphasen mit der Hilfe von Vorträgen, Praxisfallstudien, Gruppenarbeit, Präsentationen und Diskussionen vorbereitet.
- (5) Die inhaltliche Ausgestaltung der einzelnen Lehrveranstaltungen berücksichtigt die Weiterbildungsbedürfnisse der Studierenden.

§ 8

Module des Studiengangs

Zum Fernstudium gehören die folgenden 19 Module:

- a. Modul M1 – Veränderte Spielregeln:
Das Modul gehört zu den einführenden Grundlagen des

Studiengangs und vermittelt in einem ersten Schwerpunkt einen Überblick der durch Digitalisierung und Vernetzung begründeten Veränderungen im Rahmen einer so genannten „Net Economy“.

Im zweiten Schwerpunkt des Moduls lernen die Studierenden neben grundlegenden Begriffen auch vermeintlich neue oder zumindest veränderte Spielregeln für die handelnden Akteure kennen. Diese gilt es kritisch zu hinterfragen und auf diese Weise einen realistischen Blick für tatsächlich relevante Veränderungen zu entwickeln. Im Rahmen des Moduls werden einzelne Themenbereiche überblicksartig dargestellt und in einen Gesamtzusammenhang eingeordnet. Die Vertiefung erfolgt im weiteren Verlauf des Studiums.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden.

- b. Modul M2 – Grundlagen der Internet-Ökonomie:
Ziel dieses Moduls ist es, dass die Studierenden ein kritisches Verständnis zur Internet-Ökonomie aus medienökonomischer/kommunikationswissenschaftlicher Sichtweise aufbauen. Sie werden dazu befähigt, eigenständig die Analyse betrachteter Teilbereiche durchzuführen.

Das Internet und die durch die Digitalisierung von Inhalten ermöglichte Konvergenz von Angeboten, Unternehmen und Branchen bilden den Ausgangsschwerpunkt dieses Moduls. Die Verschmelzung der IT-Telekommunikations- und Medienbranche in einzelnen Bereichen führen zu erheblichen Veränderungen im Mediensektor. Dieser Aspekt wird in einem zweiten Schwerpunkt thematisiert. Im Folgenden werden in weiteren Schwerpunkten die Unternehmensstrategien, veränderte Wertschöpfungsketten und -netze, die Interessen von Bürgern und Verbrauchern und schließlich durch den Staat gesetzte Rahmenbedingungen auf ihre Tragfähigkeit und nachhaltigen Erfolgsaussichten hin analysiert.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden.

- c. Modul M3 – Grundlagen der Internet-Technologie:
Ziel ist die Einführung der Studierenden in die technischen Grundlagen offener Computernetze.

Themen sind die Grundlagen von Mikroelektronik, Geräten, Betriebs- und Anwendungssoftware sowie Netzprotokolle und Netzanwendungen. Die technischen Grundlagen für erfolgreiche und Erfolg versprechende Anwendungen in der Netzwerkökonomie werden ausführlich erläutert. Die technische Entwicklung wird von einem historischen Blickwinkel aus dargestellt, so dass die Perspektiven der künftigen Entwicklung sichtbar bleiben. In einem ersten Schwerpunkt werden zunächst grundlegende Aspekte der Informations- und Geschäftsprozessmodellierung verdeutlicht. Der Schwerpunktbereich „Informationsübertragung“ soll ein Verständnis von Übertragungstechniken und unterschiedlichen Bandbreiten vermitteln. Web-Sprachen, -Standards und methodische Grundlagen evolutionsfähiger Softwaresysteme sowie Netzprotokolle und Netzanwendungen stellen weitere Schwerpunkte dar. Die Zuverlässigkeit von informatischen Systemen und die Verletzlichkeit der

- Informationsgesellschaft werden in einem separaten Schwerpunkt thematisiert.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden und verteilt sich gleichmäßig auf die vier Teilbereiche des Moduls.
- d. Modul M4 – Grundelemente der Medienökonomie:
Dieses Modul zielt auf eine Einführung der Studierenden in die Bereiche Medienökonomie, Medienpolitik und Medienrecht ab. Es vermittelt beschreibend die Grundlagen aller drei Bereiche und arbeitet die zwischen diesen Bereichen bestehenden Zusammenhänge heraus.
Ausgehend von dem Individuum, das durch Art und Umfang der Nutzung der Massenmedien in seinen individuellen Kenntnissen und persönlichen Einstellungen beeinflusst wird, werden die Zusammenhänge von Medienökonomie, Medienpolitik und Medienrecht in separaten Schwerpunkten erarbeitet. Der Problemhorizont umfasst hierbei die Institutionen des Medienangebots in der Bundesrepublik Deutschland, die in der Presse, im Rundfunk und in anderen medialen Dienstleistungen das Spektrum dessen bestimmen, aus dem ausgewählt werden kann. Von Interesse sind dabei die Steuerungsmechanismen Werbung und Medienpolitik, die auf die Mediengestaltung Einfluss bzw. Einflussmöglichkeiten haben, die wiederum durch neue technische Entwicklungen und veränderte ökonomische Rahmenbedingungen bestimmt werden. Abschließend erfolgt in einem weiteren Schwerpunkt eine Ausweitung der Perspektive auf das internationale Umfeld.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden.
- e. Modul M5 – Volkswirtschaftliche Auswirkungen der Netzökonomie:
Dieses Modul beschreibt den Einfluss der Netzökonomie auf die gesamte Volkswirtschaft. Die Studierenden lernen, wie die unterschiedlichen Bereiche des wirtschaftlichen Lebens durch die Net Economy verändert werden.
Die Net Economy als Motor wirtschaftlicher Umwälzungen ist das erste Schwerpunktthema. Auf dieser Basis werden Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, die Arbeitsnachfrage und die Beschäftigung erarbeitet sowie der Zusammenhang zwischen Netzökonomie und Globalisierung diskutiert. Besonders herausgestellt werden im Rahmen dieses zweiten Schwerpunkts Wohlfahrtseffekte, Verteilungswirkungen und die Besteuerung mobiler Produktionsfaktoren. Mit der Betrachtung der notwendigen Änderungen und Anpassungen wirtschaftspolitischer Rahmenbedingungen einer Volkswirtschaft in einer vernetzten Ökonomie, die einen weiteren Schwerpunkt darstellt, endet dieses Modul.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul inklusive Präsenzveranstaltungen und Arbeitsaufträgen liegt bei insgesamt 180 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die drei Modulschwerpunkte.
- f. Modul M6 – Staat und öffentliche Institutionen:
Dieses Modul soll die Herausforderungen aufzeigen, die sich für den Staat und die öffentlichen Institutionen aus den Möglichkeiten der Internet-Technologie ergeben. Die Studierenden sollen die besonderen Wirkprinzipien der öffentlichen Verwaltung verstehen lernen und die Anwendungsmöglichkeiten von eGovernment erkennen können.
Zu Beginn werden in einem ersten Schwerpunkt die Leistungs- und Wirkungsorientierung sowie Wettbewerbs- und Marktmechanismen in der Öffentlichen Verwaltung thematisiert. Hier fließen insbesondere auch neuere Ansätze zur Verwaltungssteuerung ein. Um diese Ansätze verwirklichen zu können, müssen die Geschäftsprozesse in der öffentlichen Verwaltung verändert werden. Es wird daher gezeigt, wie die Reorganisation von Geschäftsprozessen erfolgreich umgesetzt werden kann. Darauf aufbauend werden im zweiten Schwerpunkt die Ziele und der Nutzen digitaler Verwaltung (eGovernment) gelehrt. Anhand von G2G-Anwendungsfällen wird die Ablaufintegration dargestellt.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die drei Modulschwerpunkte.
- g. Modul M7 – Relevante soziale und rechtliche Rahmenbedingungen:
Ziel des Moduls ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, technische Vorgänge über ihren ökonomischen Kontext hinaus im Geflecht von Recht und Politik zu betrachten. Dazu sind die grundlegenden rechtlichen Regelungen in ihren Auswirkungen zu beleuchten, aber diese auch als Ergebnisse und Herausforderungen politischer Entscheidungen über die Verwendung der Technik darzustellen. Ein wichtiges Beispiel bildet die Auseinandersetzung um das geistige Eigentum und seine Verwertung. Dies wird im ersten Schwerpunkt an Hand der Diskussionen um Urheberrechte, Patente und nachgeordnete Rechte wie dem Gebrauchsmusterschutz oder Markenrecht verfolgt. Weitere Diskussionsfelder sind im zweiten Schwerpunkt Datenschutz, Verbraucherschutz und die Haftungsrechte.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden und verteilt sich dabei hälftig auf die Themen des geistigen Eigentums und auf die beiden anderen Modulschwerpunkte.
- h. Modul M8 – Transaktionsdesign:
Ziel des Moduls „Transaktionsdesign“ ist es, den Studierenden die grundsätzlichen Zusammenhänge des Zustandekommens von Markttransaktionen zu verdeutlichen. Dieses Verständnis soll ihnen in erster Linie helfen, das Design von Markttransaktion zu analysieren und hinsichtlich ihrer Bedürfnisse aktiv zu gestalten.
In einem ersten Schwerpunkt werden die Sphären der Einzeltransaktion beschrieben und die grundsätzlichen Zusammenhänge des Zustandekommens von Markttransaktionen erläutert. Dabei wird insbesondere auf die verschiedenen Informationsarten der Markttransaktion und die Prozesse des Austausches zwischen den Transaktionspartnern eingegangen. In einem zweiten Schwerpunkt steht die Notwendigkeit einer integrativen Leistungserstellung im Vordergrund.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden.

- i. Modul M9 – Informationsaustausch:
Digitalisierung und Vernetzung bieten neue Möglichkeiten zur Gestaltung der „Customer Integration“. Das Modul unterstreicht die Notwendigkeit des Informationsaustausches in einer vernetzten Gesellschaft. Auf der Grundlage einiger Beispiele und Anwendungsfälle werden die Studierenden für die zunehmende Bedeutung der Sammlung und Weitergabe von Informationen sensibilisiert und durch die Einführung in das „Service-Blueprint“ auf ein systematisches Vorgehen beim Austausch von Informationen vorbereitet. Darüber hinaus lernen sie die Potenziale und Probleme der digitalen Interaktion bzw. Integration kennen.
Im Schwerpunkt „Service-Blueprint“ lernen die Studierenden, den Informations- und Gütertausch mit Hilfe des Prozessanalysetools „Service-Blueprint“ zu analysieren und zu gestalten. Anhand des zweiten Modulschwerpunkts werden ein innovatives Geschäftssystem aus dem Bereich M-Commerce dargestellt sowie die Potenziale und Probleme der Kundenintegration via Online-Technologien über verschiedene Kontaktkanäle im Kontext der Fallstudie „C-IQ“ diskutiert. Mit der konkreten Ausgestaltung elektronischer Schnittstellen beschäftigt sich der dritte Schwerpunkt. Es werden verschiedene Möglichkeiten zur Gestaltung der elektronischen Schnittstellen sowohl auf Business-to-Business- als auch auf Business-to-Consumer-Märkten vorgestellt, wobei der Anwendungsintegration bzw. der digitalen Interaktion eine besondere Bedeutung zukommt.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die drei Modulschwerpunkte.
- j. Modul M10 – Faktorkombination:
Das Modul „Faktorkombination“ hebt die Notwendigkeit der Integration des Kunden im Leistungserstellungsprozess hervor. Das Kundenintegrationsmodell soll den Studierenden helfen, den Leistungserstellungsprozess in logisch abgrenzbare Phasen einzuteilen und ihre Einflussmöglichkeiten auf diesen Prozess zu verdeutlichen. Dies gilt insbesondere im Bereich der Services und Supply Networks.
Der Schwerpunkt „Faktorkombination in Kundenintegrationsprozessen“ erläutert das Kundenintegrationsmodell und zeigt die Integrationsmöglichkeiten des Kunden in einem Unternehmen auf. Im Modulschwerpunkt „E-Services“ werden die mit der Digitalisierung und Vernetzung verbundenen Herausforderungen anhand des Beispiels der „Internet-Apotheken“ verdeutlicht. Anhand von Supply Networks werden im dritten Schwerpunkt weitere Formen der Faktorkombination vorgestellt, die durch den Einsatz von Internettechnologien möglich sind. Die Ziele und Architekturen dieser Unternehmensnetzwerke werden erläutert und Szenarien kollaborativer Zusammenarbeit ausführlich diskutiert.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 90 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die drei Modulschwerpunkte.
- k. Modul M11 – Austausch von Verfügungsrechten:
Das Modul hebt die zunehmende Bedeutung von Verfügungsrechten in der Net Economy hervor. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden die daraus resultierenden Auswirkungen auf neue Geschäftsmodelle, auf die Preisbildung von Leistungsbündeln sowie auf die Entwicklung und das Management von elektronischen Märkten aufzuzeigen.
Im ersten Schwerpunkt wird auf die besondere Bedeutung der Herausbildung innovativer Geschäftssysteme und Geschäftsmodelle im Rahmen der Net Economy eingegangen. Dabei lernen die Studierenden die vielfältigen Ausprägungsformen und Herausforderungen neuer Geschäftssysteme und -modelle ökonomisch fundiert zu analysieren und wichtige Aspekte ihrer Erfolgchancen zu beurteilen. Der zweite Schwerpunkt widmet sich den Preismodellen in der Netzökonomie. Ausgehend von klassischen Ansätzen zur Preisbildung und Preisdifferenzierung wird herausgearbeitet, in welcher Weise sich Preis- und Erlösmodelle durch den Einfluss der Net Economy ändern, um die Teilnehmer anschließend in die Lage zu versetzen, Strategien zur Preisfindung und differenzierung auf elektronischen Märkten selbständig zu entwickeln.
Im dritten Schwerpunkt des Moduls werden die Studierenden in die ökonomischen sowie informationstechnischen Grundlagen elektronischer Märkte eingeführt, die in den letzten Jahren als Transaktionsplattform zunehmend an Bedeutung gewonnen haben.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die drei Modulschwerpunkte.
- l. Modul M12 – Ökonomie der Zeit:
Zeit als ökonomischer Faktor beeinflusst nicht nur die Konsumententscheidung von Menschen sondern auch die Profitabilität von Unternehmen. Das Modul „Ökonomie der Zeit“ dient der Einführung der Studierenden in die ökonomische Rolle der Zeit in der Net Economy. Es soll aufzeigen, wie das Zusammenspiel von Zeit und neuer Informations- und Kommunikationstechnologie zu Veränderungen ökonomischer Prozesse führt.
Auf der Basis des Becker-Modells lernen die Studierenden im ersten Schwerpunkt die grundlegenden Beziehungen zwischen der Zeit und dem Preis von Gütern kennen. Im Rahmen des privaten Konsums werden dabei das Grundproblem bei der Koordination von Arbeit und Freizeit sowie die neuen Einsatzmöglichkeiten für Kommunikations-Dienstleistungen erläutert. Hinsichtlich der Unternehmen werden im Rahmen eines zweiten Schwerpunkts die Bedeutung und der Einsatz von Internetbasierten „Real-time-technologies“ diskutiert.
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden.
- m. Modul M13 – Adoption – Diffusion – Akzeptanz:
Ziel des Moduls ist es, die Grundlagen der Adoption und Diffusion technologischer Innovationen zu vermitteln. Ausgehend von den Besonderheiten technologischer Innovationen und Nutzungsinnovationen als den Gegenständen der Adoptions- und Diffusionsforschung, welche im Mittelpunkt des ersten Schwerpunkts stehen, werden die Adoption als individuelle Innovationsüber-

nahmeentscheidung, die Diffusion als die Ausbreitung einer Innovation im Markt sowie die Grundlagen der Akzeptanztheorie in separaten Schwerpunkten thematisiert. In diesem Rahmen werden die verschiedenen Adoptions- und Diffusionstheorien erläutert und Gestaltungsdimensionen identifiziert. Die Studierenden sollen im Rahmen eines weiteren Schwerpunkts in die Lage versetzt werden, eigenständig Strategien für das Management und die Einführung von Innovationen zu entwickeln.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden.

- n. Modul M14 – Informationsaustausch und Kooperation: Ziel des Moduls ist es, den Studierenden die grundlegenden Funktionsweisen von Online-Communities zu erläutern und die Möglichkeiten eines differenzierten Marketings zur Ausschöpfung der Kundenpotenziale aufzuzeigen.

Zu Beginn setzt sich das Modul in einem ersten Schwerpunkt mit den grundlegenden Aspekten des Aufbaus und Betriebs von Online-Communities auseinander. Ausgehend von der Konzeption von Online-Communities werden alle relevanten Teilbereiche bis hin zur Umsetzung und Erfolgskontrolle angesprochen und anhand praktischer Beispiele illustriert. Es werden verschiedene Formen von Online-Communities identifiziert und hinsichtlich ihres potenziellen Nutzens diskutiert. Im Fokus dieses Moduls stehen die Besonderheiten abhängiger Communities im Business-to-Consumer-Bereich. Dabei wird auf die gegenseitigen Vorteile der Community-Mitglieder und der Betreiber eingegangen; zudem werden die Umstände erläutert, unter denen Online-Communities funktionieren können. Insbesondere wird dabei auf die Bedeutung einer ausreichend großen Mitgliederzahl eingegangen und mögliche Maßnahmen zur Mitgliederakquisition sowie Ansätze zur Kundenbindung ausführlich diskutiert. Diese Aspekte des Managements von Online-Communities sind Gegenstand des zweiten Modulschwerpunkts.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden.

- o. Modul M15 – Gestaltung des Lieferantennetzwerks: Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen ermöglicht die Erreichung höherer Effizienzgrade in der Beschaffung. Die Studierenden sollen die Möglichkeiten der Gestaltung des Lieferantennetzwerks verstehen und in die Lage versetzt werden, diese in ihrem Unternehmen anwenden zu können.

Aufbauend auf vorherigen Modulen wird das Thema Supply Networks in einem ersten Schwerpunkt noch einmal aufgegriffen und die verschiedenen Supply Chain Management (SCM)-Modelle diskutiert. Die Umsetzungsmöglichkeiten werden anhand des Supply Chain Operation Reference (SCOR)-Modells dargestellt. Der zweite Schwerpunkt in diesem Modul widmet sich der digitalen Beschaffung, insbesondere von C-Teilen (eProcurement). Es werden Kenntnisse über die Basistechnologien (Übertragungsnetze und -standards), Ausprägungen elektronischer Produktkataloge und die Beschaffungsinstrumente vermittelt. Der dritte Schwer-

punkt ist speziell auf die digitale Beschaffung im öffentlichen Bereich ausgerichtet. Es erfolgt eine Einordnung in die eGovernment-Technologien und eine Darstellung der besonderen rechtlichen Rahmenbedingungen. Zusätzlich werden Möglichkeiten der digitalen Vergabe beleuchtet.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden. Davon entfallen 60 Stunden auf den Teilbereich „Supply Networks“, 70 Stunden auf „eProcurement“ und 50 Stunden auf „Public Procurement“.

- p. Modul M16 – IT-Infrastruktur von Kunden-, Unternehmens- und Lieferantennetzwerken:

Dieses Modul stellt den Studierenden die wesentlichen strukturellen und konzeptionellen Grundlagen zur Gestaltung von Kunden-, Unternehmens- und Lieferantennetzwerken vor. Die wichtigen Schlüsseltechnologien werden erklärt und es wird verdeutlicht, welche Anforderungen beim Aufbau einer IT-Infrastruktur zu berücksichtigen sind, um auf dieser Basis geeignete Strategien für die Praxis ableiten zu können.

Der erste Schwerpunkt bietet eine Einführung in den Bereich Computer Supported Cooperative Work (CSCW) und beschreibt die wesentlichen Funktionen solcher Gruppenarbeitssysteme. Datenbanken und Data Warehouses zur geordneten Speicherung sowie das Data Mining zur Analyse von Daten bilden den zweiten Schwerpunkt. Besonders detailliert wird das relationale Datenmodell erklärt. Den Studierenden werden die Aufgaben und Funktionsweise der Datenmodellierung, der Normalisierung von Datenbeständen und der Datenbankabfragesprache SQL vermittelt. Mit der Betrachtung von Netzwerkinfrastrukturen und Netzwerksicherheit endet das Modul.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 60 Stunden, die zur Hälfte auf den Schwerpunkt Datenbanken, Data Warehouses und Data Mining und zur Hälfte auf die beiden anderen Schwerpunkte entfallen.

- q. Modul M17 – Gestaltung des Kundennetzwerks:

Das Modul „Gestaltung des Kundennetzwerks“ zielt auf die zunehmende Bedeutung von Kundenbindungsmaßnahmen in einer vernetzten Ökonomie ab. Die Studierenden erhalten Einblicke hinsichtlich der Gestaltung von Kundenintegrationsprozessen, neuer Kundenbindungsstrategien sowie des Einsatzes von Informations- und Kommunikationstechnologien zur Realisierung funktionierender Kundennetzwerke. Auf dieser Basis sollen die Studierenden lernen, wesentliche Faktoren für die Gestaltung von Kundennetzwerken zu identifizieren und unter Berücksichtigung der informationstechnologischen Rahmenbedingungen geeignete Strategien zu entwickeln.

Im ersten Schwerpunkt des Moduls werden den Studierenden Möglichkeiten zur Gestaltung von Kundenintegrationsprozessen an Hand des Service-Blueprints aufgezeigt. Neue Strategien des Kundenbindungsmanagements bilden den zweiten Schwerpunkt, in dessen Rahmen die wichtigsten Determinanten der Kundenbindung vorgestellt und verschiedene Möglichkeiten des

Kundenbindungsmanagements in der Net Economy aufgezeigt werden. Im Fokus des dritten Schwerpunkts steht der Einsatz von Informationstechnologie zur Realisierung funktionierender Kundennetzwerke. Hierbei werden Aspekte des Database Marketing zur Gewinnung von Kundeninformationen sowie die Ausgestaltung von Kundenbeziehungen mit Hilfe von Customer-Relationship-Management-(CRM)-Systemen thematisiert. Hinsichtlich des Database Marketing werden die Grundlagen des Data Mining sowie verschiedene Methoden der Datenauswertung vorgestellt und anhand von Beispielen illustriert. Bei den CRM-Systemen lernen die Studierenden den Aufbau der System-Architektur kennen und setzen sich mit den strategischen Fragestellungen auseinander, die mit der Einführung solcher Systeme verbunden sind. Neben den Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden wird in einem zweiten Schritt auch die Ausgestaltung der Schnittstellen zwischen Verwaltung und Bürgern differenziert betrachtet.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die sechs Modulschwerpunkte.

- r. Modul M18 – Gestaltung des Unternehmensnetzwerks: Die „Gestaltung des Unternehmensnetzwerks“ stellt in der Net Economy eine neue Herausforderung an das Unternehmen dar. Insbesondere die Ressource „Wissen“, die aufgrund der zunehmenden Kundenintegration in jedem Unternehmen an Bedeutung gewinnt, erfordert erhebliche Veränderungen innerhalb der Unternehmensorganisation. Die Studierenden sollen verstehen, warum der durch Netztechnologien induzierte organisatorische Wandel den Aufbau von Wissensmanagementsystemen notwendig macht und wie diese aufgebaut werden können. Durch die dreifache Schwerpunktsetzung werden den Studierenden die wichtigsten Problemfelder vorgestellt und flexible Lösungswege vorgeschlagen. Gegenstand des ersten Schwerpunkts ist das Wissensmanagement. Vor dem Hintergrund der Kundenintegration werden die Entstehung und Nutzung von Wissen in Dienstleistungsunternehmen beschrieben. Wissen wird für die Gestaltung von Leistungspotenzialen und -prozessen und schließlich für das Service Engineering genutzt. Bei der Wissensgenerierung und Wissensnutzung können die neuen Informationstechnologien beträchtlich unterstützen. Mit der erhöhten Notwendigkeit der Organisationsanpassung (Change Management) beschäftigt sich der zweite Schwerpunkt des Moduls und geht dabei vor allem auf Flexibilitätspotenziale in Geschäftssystemen ein. Im dritten Schwerpunkt werden die Möglichkeiten zur Steigerung der Leistungspotenziale von Unternehmen in Bezug auf die Beschaffung, die Produktion, die Organisation und die Informations- und Kommunikationsstrukturen diskutiert. Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 150 Stunden.

- s. Modul M19 – Wettbewerbsstrategien in der Net Economy:

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, aufbauend auf den Grundlagen der Strategie sowie auf Basis der Ergebnisse der Wettbewerbsanalyse selbstständig eine Wettbewerbsstrategie für ein Unternehmen der Net Economy zu formulieren und umzusetzen.

Ausgehend von dem Unternehmerproblem in der Net Economy werden in drei separaten Schwerpunkten die Grundlagen der Strategie erläutert, Bestandteile und Methoden einer Wettbewerbsanalyse detailliert beschrieben sowie strategische Konzepte für die Formulierung einer individuellen Wettbewerbsstrategie vorgestellt. Dabei werden insbesondere die zahlreichen strategischen Optionen, die sich für jedes Unternehmen im Rahmen strategischen Handelns ergeben, den Studierenden nochmals verdeutlicht.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden, die zu gleichen Teilen auf die Schwerpunkte „Grundlagen“, „Wettbewerbsanalyse“ sowie „Formulierung der Wettbewerbsstrategie“ entfallen.

§ 9

Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Mitteilungen (Amtsblatt der Freien Universität Berlin) in Kraft.

Anlage: Exemplarischer Studienverlaufsplan

Quartal	Modul	Themenbearbeitung
		Seminar I (Einführungsseminar)
I	M2	Grundlagen der Internet-Ökonomie
	M3	Grundlagen der Internettechnologie
	M8	Transaktionsdesign
		Seminar II
II	M1	Veränderte Spielregeln
	M9	Informationsaustausch
		Seminar III
III	M5	Volkswirtschaftliche Auswirkungen der Netzökonomie
	M6	Staat und öffentliche Institutionen
		Seminar IV
IV	M13	Adoption – Diffusion – Akzeptanz
	M14	Informationsaustausch und Kooperation
		Seminar V
V	M4	Grundelemente der Medienökonomik
	M7	Relevante soziale und rechtliche Rahmenbedingungen
	M16	IT-Infrastruktur von Kunden-, Unternehmens und Lieferantennetzwerken
	M19	Wettbewerbsstrategien in der Net Economy
		Seminar VI
VI	M10	Faktorkombination
	M11	Austausch von Verfügungsrechten
		Seminar VII
VII	M15	Gestaltung des Lieferantennetzwerks
	M18	Gestaltung des Unternehmensnetzwerks
		Seminar VIII
VIII	M12	Ökonomie der Zeit
	M17	Gestaltung des Kundennetzwerks
		Seminar IX (Abschlussseminar)

Prüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“

Aufgrund von § 14 Abs. 1 Nr. 2 Teilgrundordnung (Erprobungsmodell) vom 27. Oktober 1998 (FU-Mitteilungen Nr. 24/1998) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin am 02. März 2005 folgende Prüfungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ erlassen*):

Inhaltsverzeichnis:

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Prüfungsausschuss
- § 3 Regelstudienzeit
- § 4 Prüfungsleistungen, Leistungspunkte
- § 5 Bearbeitungsfristen
- § 6 Masterarbeit
- § 7 Prüferinnen bzw. Prüfer
- § 8 Studienabschluss
- § 9 Inkrafttreten

Anlage 1: Übersicht Prüfungsleistungen und Leistungspunkte

Anlage 2: Masterzeugnis (Muster)

Anlage 3: Urkunde (Muster)

Anlage 4: Diploma Supplement (Muster)

**§ 1
Geltungsbereich**

- (1) Diese Ordnung regelt Anforderungen und Verfahren für die Erbringung der Leistungen im Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“. Die Satzung für Allgemeine Prüfungsangelegenheiten (SfAP) findet auf diesen Studiengang Anwendung, soweit im Folgenden nicht ausdrücklich abweichende Regelungen getroffen sind.
- (2) Der Studiengang wird in Zusammenarbeit mit der der Humboldt-Universität zu Berlin, der Ruhr-Universität Bochum, der Universität Trier und der Bayerischen Julius-Maximilians-Universität Würzburg durchgeführt.

**§ 2
Prüfungsausschuss**

Zuständig für die Organisation der Prüfungen und die übrigen im § 2 Abs. 1 SfAP genannten Aufgaben ist der vom Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin für diesen Studiengang eingesetzte Prüfungsausschuss.

**§ 3
Regelstudienzeit**

Die Regelstudienzeit beträgt zwei Jahre.

**§ 4
Prüfungsleistungen, Leistungspunkte**

- (1) Für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ sind insgesamt 120 Leistungspunkte (LP) nachzuweisen, davon 30 LP durch die Masterarbeit.
- (2) Mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertete Prüfungsleistungen dürfen grundsätzlich einmal wiederholt werden.
- (3) Die im Rahmen der Module zu erbringenden studienbegleitenden Prüfungsleistungen und die den einzelnen Modulen zugeordneten Leistungspunkte sind der Anlage 1 zu entnehmen. Sie werden in Gestalt von Klausuren, Einsendeaufgaben oder eines elektronischen Äquivalents zu Einsendeaufgaben absolviert.

**§ 5
Bearbeitungsfristen**

Die Fristen, innerhalb derer die Module gemäß § 8 der Studienordnung absolviert sein müssen, gibt der Fachbereich Wirtschaftswissenschaft den Studierenden jeweils rechtzeitig bekannt. Werden die Module nicht innerhalb dieser Fristen absolviert, gilt § 8 Abs. 1 SfAP.

*) Diese Ordnung ist von der für Hochschulen zuständigen Senatsverwaltung am 26. April 2005 bestätigt worden. Die Geltungsdauer der Ordnung ist bis zum 30. September 2009 befristet.

§ 6 Masterarbeit

- (1) Die Masterarbeit inkl. Disputation soll zeigen, dass die Studierenden ein abgegrenztes Problemfeld der Net Economy auf Basis der Studieninhalte selbstständig analysieren und bearbeiten können.
- (2) Zur Masterarbeit kann auf Antrag zugelassen werden, wer im Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ während der letzten beiden Studiensemester vor der Antragstellung an der Freien Universität Berlin immatrikuliert gewesen ist und Nachweise über die gemäß § 4 Abs. 1 und Anlage 1 in den Modulen des Studiengangs zu absolvierenden Leistungen im Umfang von 90 LP vorlegt. Stehen noch Nachweise über zu erbringende Leistungen aus, so kann die Zulassung in Absprache mit dem zuständigen Prüfungsausschuss unter Fristsetzung für deren Nachreichung erfolgen.
- (2) Die Masterarbeit soll etwa 80 Seiten (ca. 24.000 Wörter) lang sein. Die Bearbeitungszeit beträgt sechs Monate. Die Einhaltung der Frist ist aktenkundig zu machen.
- (3) Die Disputation dauert etwa 45 Minuten, davon etwa 30 Minuten Präsentation und etwa 15 Minuten Verteidigung der Ergebnisse der Masterarbeit.
- (4) Ist die Masterarbeit einschließlich Disputation insgesamt mit der Note „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet worden, so kann die Masterarbeit einschließlich Disputation einmal wiederholt werden.
- (5) Für die Betreuung der Masterarbeit wird auf Vorschlag der Studierenden, sofern die kapazitätsmäßigen Voraussetzungen vorliegen, vom Prüfungsausschuss eine Prüferin oder ein Prüfer aus dem Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ benannt. Das Thema der Masterarbeit ist mit dieser Prüferin oder diesem Prüfer abzustimmen.

§ 7 Prüferinnen bzw. Prüfer

Einsendeaufgaben werden von einer Prüferin oder einem Prüfer, Klausuren und die Masterarbeit inkl. Disputation von zwei Prüferinnen / Prüfern bewertet.

§ 8 Studienabschluss

- (1) Der Studienabschluss ist erreicht, wenn die nach § 4 Abs. 1 erforderlichen Leistungspunkte nachgewiesen sind.
- (2) Voraussetzung für den Studienabschluss ist des Weiteren, dass mit der Anmeldung zum Studienabschluss beim gemäß § 2 zuständigen Prüfungsausschuss eine Erklärung eingereicht wird, ob der oder die Studierende an einer anderen Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes im gleichen Studiengang, im gleichen Fach oder in einem Modul, welches einem im Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ studierten Modulen vergleichbar ist, Leistungsnachweise endgültig nicht erbracht oder Prüfungsleistungen endgültig nicht bestanden hat.
- (3) Den Studierenden wird aufgrund des Studienabschlusses der Hochschulgrad „Master of Business Administration“ (MBA) verliehen.
- (4) Für den Abschluss des Weiterbildenden Masterstudiengangs „Net Economy“ werden ein Zeugnis und eine Urkunde über den verliehenen Hochschulgrad sowie ein Diploma Supplement gemäß den Anlagen 2 bis 4 ausgefertigt. Auf Antrag werden englischsprachige Versionen erstellt.

§ 9 Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung in den Mitteilungen (Amtsblatt der Freien Universität Berlin) in Kraft.

Anlage 1: Übersicht Prüfungsleistungen und Leistungspunkte (LP)

Modul M1 – Veränderte Spielregeln, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Veränderungen durch Digitalisierung und Vernetzung (2 LP) • Grundlegende Begriffe und veränderte Spielregeln (2 LP)
Modul M2 – Grundlagen der Internet-Ökonomie, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Konvergenz von Angeboten, Unternehmen und Branchen in der Internet-Ökonomie (1 LP) • Veränderungen des Mediensektors im Rahmen der Internet-Ökonomie (1 LP) • Unternehmensstrategien und veränderte Wertschöpfungsketten und -netzwerke (1 LP) • Bürger- und Verbraucherinteressen sowie staatlich gesetzte Rahmenbedingungen (1 LP)
Modul M3 – Grundlagen der Internet-Technologie, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Informations- und Geschäftsprozessmodellierung (2 LP) • Informationsübertragung (1 LP) • Web-Sprachen, -Standards und methodische Grundlagen evolutionsfähiger Softwaresysteme (1 LP) • Netzprotokolle und Netzanwendungen (1 LP) • Zuverlässigkeit von informatischen Systemen und die Verletzlichkeit der Informationsgesellschaft (1 LP)
Modul M4 – Grundelemente der Medienökonomik, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Grundstruktur der Medienökonomie (1 LP) • Grundelemente der Medienpolitik (1 LP) • Grundelemente des Medienrechts (1 LP) • Medienökonomie im internationalen Umfeld (1 LP)
Modul M5 – Volkswirtschaftliche Auswirkungen der Netzökonomie, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Net Economy als Motor wirtschaftlicher Umwälzungen (2 LP) • Ökonomische Effekte der Net Economy (2 LP) • Anforderungen an die Wirtschaftspolitik und Anpassung der Rahmenbedingungen (2 LP)
Modul M6 – Staat und öffentliche Institutionen, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Leistungs- und Wirkungsorientierung der Öffentlichen Verwaltung (2 LP) • Ziele und Nutzen digitaler Verwaltung (eGovernment) (2 LP)

Modul M7 – Relevante soziale und rechtliche Rahmenbedingungen, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Urheberrechte und Patente in der Net Economy (2 LP) • Datenschutz, Verbraucherschutz und Haftungsrechte in der Net Economy (2 LP)
Modul M8 - Transaktionsdesign, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Sphären der Einzeltransaktion und das Zustandekommen von Markttransaktionen (2 LP) • Integrative Leistungserstellung (2 LP)
Modul M9 - Informationsaustausch, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Service-Blueprint (2 LP) • Kundenintegration mit Online-Technologien (2 LP) • Elektronische Kundenschnittstellen (2 LP)
Modul M10 – Faktorkombination, 3 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Faktorkombination in Kundenintegrationsprozessen (1 LP) • E-Services (1 LP) • Supply Networks (1 LP)
Modul M11 – Austausch von Verfügungsrechten, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsmodelle in der Net Economy (2 LP) • Preis- und Erlösmodelle in der Net Economy (2 LP) • Ökonomische und informationstechnische Grundlagen elektronischer Märkte (2 LP)
Modul M12 – Ökonomie der Zeit, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der ökonomischen Rolle der Zeit (2 LP) • Einsatz- und Nutzungsmöglichkeiten von Real-Time-Technologies (2 LP)
Modul M13 – Adoption – Diffusion – Akzeptanz, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Innovationen als Gegenstand der Adoptions- und Diffusionsforschung (1 LP) • Adoption als individuelle Innovationsübernahmeentscheidung (1 LP) • Diffusion als die Ausbreitung einer Innovation im Markt (1 LP) • Grundlagen der Akzeptanztheorie (1 LP) • Strategien für das Management und die Einführung von Innovationen (2 LP)

Modul M14 – Informationsaustausch und Kooperation, 4 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Online-Communities (2 LP) • Management von Online-Communities (2 LP)
Modul M15 – Gestaltung des Lieferantennetzwerks, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Supply Networks (2 LP) • eProcurement (2 LP) • Public Procurement (2 LP)
Modul M16 – IT-Infrastruktur von Kunden-, Unternehmens- und Lieferantennetzwerken, 2 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Computer Supported Cooperative Work (CSCW) / Netzwerkinfrastrukturen und Netzwerksicherheit (1 LP) • Datenbanken, Data Warehouses und Data Mining (1 LP)
Modul M17 – Gestaltung des Kundennetzwerks, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung von Kundenintegrationsprozessen (2 LP) • Kundenbindungsmanagement (2 LP) • Der Einsatz von Informationstechnologie zur Realisierung funktionierender Kundennetzwerke (2 LP)
Modul M18 – Gestaltung des Unternehmensnetzwerks, 5 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Wissensmanagement (1 LP) • Change Management (2 LP) • Gestaltung der Leistungspotenziale (2 LP)
Modul M19 – Wettbewerbsstrategien in der Net Economy, 6 LP	
Eingangsvoraussetzung	keine
Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Strategie (2 LP) • Wettbewerbsanalyse (2 LP) • Formulierung der Wettbewerbsstrategie (2 LP)
Masterarbeit inkl. Disputation, 30 LP	
Masterarbeit (25 LP), Disputation (5 LP)	

Anlage 2: Masterzeugnis (Muster)

Freie Universität Berlin
Fachbereich Wirtschaftswissenschaft

Masterzeugnis

Frau / Herr _____
geboren am _____
in _____ hat die Prüfung nach der Prüfungsordnung für den Weiter-
bildenden Masterstudiengang „Net Economy“ vom 02. März 2005 (FU-Mitteilungen
Nr. 00/2005) abgelegt und mit der Gesamtnote

bestanden.

Die Bewertung der Prüfungsleistungen im Einzelnen ist umstehend aufgeführt.

Berlin, den _____ L.S.

Dekan/in des
Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft

Vorsitzende/r des
Prüfungsausschusses

Prüfungsleistungen

- **Modul M1 „Veränderte Spielregeln“:**
 - Veränderungen durch Digitalisierung und Vernetzung
 - Grundlegende Begriffe und veränderte Spielregeln

- **Modul M2 „Grundlagen der Internet-Ökonomie“:**
 - Konvergenz von Angeboten, Unternehmen und Branchen in der Internet-Ökonomie
 - Veränderung des Mediensektors im Rahmen der Internet-Ökonomie
 - Unternehmensstrategien und veränderte Wertschöpfungsketten und -netzwerke
 - Bürger- und Verbraucherinteressen sowie staatlich gesetzte Rahmenbedingungen

- **Modul M3 „Grundlagen der Internet-Technologie“:**
 - Grundlagen der Informations- und Geschäftsprozessmodellierung
 - Informationsübertragung
 - Web-Sprachen, -Standards und methodische Grundlagen evolutionsfähiger Softwaresysteme
 - Netzprotokolle und Netzanwendungen
 - Zuverlässigkeit von informatischen Systemen und die Verletzlichkeit der Informationsgesellschaft

- **Modul M4 „Grundelemente der Medienökonomik“:**
 - Grundstruktur der Medienökonomie
 - Grundelemente der Medienpolitik
 - Grundelemente des Medienrechts
 - Medienökonomie im internationalen Umfeld

- **Modul M5 „Volkswirtschaftliche Auswirkungen der Netzökonomie“:**
 - Net Economy als Motor wirtschaftlicher Umwälzungen
 - Ökonomische Effekte der Net Economy
 - Anforderungen an die Wirtschaftspolitik und Anpassung der Rahmenbedingungen

- **Modul M6 „Staat und öffentliche Institutionen“:**
 - Leistungs- und Wirkungsorientierung der Öffentlichen Verwaltung
 - Ziele und Nutzen digitaler Verwaltung (eGovernment)

- **Modul M7 „Relevante soziale und rechtliche Rahmenbedingungen“:**
 - Urheberrechte und Patente in der Net Economy
 - Datenschutz, Verbraucherschutz und Haftungsrechte in der Net Economy

- **Modul M8 „Transaktionsdesign“:**
 - Sphären der Einzeltransaktion und das Zustandekommen von Markttransaktionen
 - Integrative Leistungserstellung

- **Modul M9 „Informationsaustausch“:**
 - Service-Blueprint
 - Kundenintegration mit Online-Technologien
 - Elektronische Kundenschnittstellen

- **Modul M10 „Faktorkombination“:**
 - Faktorkombination in Kundenintegrationsprozessen
 - E-Services
 - Supply Networks

- **Modul M11 „Austausch von Verfügungsrechten“:**
 - Geschäftsmodelle in der Net Economy
 - Preis- und Erlösmodelle in der Net Economy
 - Ökonomische und informationstechnische Grundlagen elektronischer Märkte

- **Modul M12 „Ökonomie der Zeit“:**
 - Grundlagen der ökonomischen Rolle der Zeit
 - Einsatz- und Nutzungsmöglichkeiten von Real-Time-Technologies

- **Modul M13 „Adoption – Diffusion – Akzeptanz“:**
 - Innovationen als Gegenstand der Adoptions- und Diffusionsforschung
 - Adoption als individuelle Innovationsübernahmeentscheidung
 - Diffusion als die Ausbreitung einer Innovation im Markt

- Grundlagen der Akzeptanztheorie
- Strategien für das Management und die Einführung von Innovationen
- **Modul M14 „Informationsaustausch und Kooperation“:**
 - Grundlagen der Online-Communities
 - Management von Online-Communities
- **Modul M15 „Gestaltung des Lieferantennetzwerks“:**
 - Supply Networks
 - eProcurement
 - Public Procurement
- **Modul M16 „IT-Infrastruktur von Kunden-, Unternehmens- und Lieferantennetzwerken“:**
 - Computer Supported Cooperative Work (CSCW) / Netzwerkinfrastrukturen und Netzwerksicherheit
 - Datenbanken, Data Warehouses und Data Mining
- **Modul M17 „Gestaltung des Kundennetzwerks“:**
 - Gestaltung von Kundenintegrationsprozessen
 - Kundenbindungsmanagement
 - Der Einsatz von Informationstechnologie zur Realisierung funktionierender Kundennetzwerke
- **Modul M18 „Gestaltung des Unternehmensnetzwerks“:**
 - Wissensmanagement
 - Change Management
 - Gestaltung der Leistungspotenziale
- **Modul M19 „Wettbewerbsstrategien in der Net Economy“:**
 - Grundlagen der Strategie
 - Wettbewerbsanalyse
 - Formulierung der Wettbewerbsstrategie

Die Prüfungsleistungen wurden wie folgt bewertet:

Prüfungsleistung	Leistungspunkte	Note
Modul M1	4
Modul M2	4
Modul M3	6
Modul M4	4
Modul M5	6
Modul M6	4
Modul M7	4
Modul M8	4
Modul M9	6
Modul M10	3
Modul M11	6
Modul M12	4
Modul M13	6
Modul M14	4
Modul M15	6
Modul M16	2

Modul M17	6
Modul M18	5
Modul M19	6

Masterarbeit

Die Masterarbeit (einschließlich Disputation, 30 Leistungspunkte) zum Thema

wurde mit der Note _____ bewertet.

Notenskala für Einzelnoten: 1,0 ; 1,3 sehr gut; 1,7; 2,0; 2,3 gut; 2,7; 3,0; 3,3 befriedigend; 3,7; 4,0 ausreichend

Notenskala für zusammengefasste Noten und die Gesamtnote: sehr gut bei einem Notendurchschnitt von 1,0 bis einschließlich 1,5; gut bei einem Notendurchschnitt von über 1,5 bis einschließlich 2,5; befriedigend bei einem Notendurchschnitt von über 2,5 bis einschließlich 3,5; ausreichend bei einem Notendurchschnitt von über 3,5 bis einschließlich 4,0

Anlage 3: Urkunde (Muster)**Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaft
der Freien Universität Berlin**

hat
unter der Präsidentin / dem Präsidenten
durch die Dekanin / den Dekan

Frau / Herrn _____

geboren am in

den Hochschulgrad

Master of Business Administration (MBA)

verliehen.

Die Prüfung wurde nach der Prüfungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang
„Net Economy“ vom 02. März 2005 (FU-Mitteilungen Nr. 00/2005) bestanden.

Berlin, den

L.S.

Dekan/in
des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft

Anlage 4: Diploma Supplement (Muster)

Freie Universität Berlin
Weiterbildender Masterstudiengang „Net Economy“
Diploma Supplement

1. Name:

2. Geburtsdatum, -ort und -land:

3. Matrikelnummer:

4. Angaben über die Ausbildung

4.1 Erwerbener Hochschulgrad: Master of Business Administration (MBA)

4.2 Schwerpunkte der Ausbildung: Vermittlung und Verknüpfung ausgewählter Inhalte der Kernfächer Wirtschaftswissenschaft, Wirtschaftsinformatik, Informatik sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf die Entwicklung einer ausgeprägten Methodenkompetenz zur Analyse und Lösung eines umfassenden Spektrums insbesondere betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen im Kontext der Net Economy

4.3 Ausbildungsinstitution: Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin

4.4 Ausbildungssprache: deutsch

4.5 Art der Ausbildung: weiterbildender postgradualer Studiengang in Form eines interdisziplinären, hochschulübergreifenden Online-Studiums mit Präsenzphasen

4.6 Ausbildungsdauer: zwei Jahre

4.7 Zulassungsvoraussetzungen:

- ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss oder ein gleichwertiger anderer Hochschulabschluss;
- eine mindestens zweijährige berufliche Tätigkeit im Bereich der Net Economy;
- ein Nachweis über englische Sprachkenntnisse entsprechend der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER);
- bei Bewerberinnen und Bewerbern, deren Muttersprache nicht Deutsch ist und die einen Studienabschluss an einer ausländischen Hochschule oder einer gleichgestellten Einrichtung erworben haben, der Nachweis von Deutschkenntnissen durch das Bestehen der deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH) oder eines gleichwertigen Kenntnisstandes gemäß § 1 Abs. 4 der Ordnung für die Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer Studienbewerberinnen und Studienbewerber an der Freien Universität Berlin.

5. Inhalte und Ergebnisse der Ausbildung

5.1 Studieninhalte: Der weiterbildende postgraduale Masterstudiengang „Net Economy“ dient der berufsbezogenen Ergänzung und wissenschaftlichen Vertiefung von Fachkenntnissen und Erfahrungen durch praxisbezogene Lehrangebote und Studienformen. Die Studierenden erlernen die inhaltlichen Grundlagen der Net Economy, grundlegende betriebswirtschaftliche, informationstechnische und medienökonomische Methoden zur Unterstützung von Entscheidungen sowie deren Anwendungsbedingungen und eine systematische Orientierung. Darüber hinaus werden die Studierenden in die Lage versetzt, diese Qualifikationen selbständig in die berufliche Anwendung umzusetzen und die so erweiterte berufliche Handlungsfähigkeit rational einzusetzen. Details sind

dem exemplarischen Studienverlaufsplan sowie der Übersicht „Prüfungsleistungen und Leistungspunkte“ zu entnehmen.

5.2 Ergebnis der Ausbildung: siehe Masterzeugnis

5.3 Notenskala und Notenverteilung (bezogen auf die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Studiengangs):

Notenwert	Notenstufe (ECTS- Grades)	Notenbeschreibung	Anzahl der Absolven- tinnen und Absolventen
1,0 bis 1,5	A	Hervorragend (excellent)	
1,6 bis 2,0	B	Sehr gut (very good)	
2,1 bis 3,0	C	Gut (good)	
3,1 bis 3,5	D	Befriedigend (satisfactory)	
3,6 bis 4,0	E	Ausreichend (sufficient)	
4,1 bis 5,0	F	Nicht bestanden (fail)	

5.4 Weitere wissenschaftliche Qualifikationsmöglichkeiten: Im Hinblick auf die Möglichkeit einer anschließenden Promotion sind die einschlägigen Promotionsordnungen heranzuziehen.

5.5 Berufliche Qualifikation: Das Studium qualifiziert für vielfältige Tätigkeiten / die Übernahme von Führungsaufgaben insbesondere in all jenen Bereichen, die eine Verknüpfung grundlegender betriebswirtschaftlicher, informationstechnischer und medienökonomischer Methoden in solchen Branchen erfordern, in denen die Net Economy von besonderer Bedeutung ist. Durch die anwendungsorientierte Ausrichtung werden die Absolventinnen und Absolventen befähigt, auf der Grundlage eines tiefgehenden Verständnisses der Net Economy Lösungen zu vielfältigen Problemstellungen zu entwickeln und umzusetzen.

5.6 Weitere Informationen: Das Diploma Supplement nimmt Bezug auf folgende Dokumente: Urkunde über die Verleihung des akademischen Grades „Master of Business Administration (MBA)“, Masterzeugnis, Exemplarischer Studienverlaufsplan, Übersicht „Prüfungsleistungen und Leistungspunkte“.

Informationen über den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ im Internet unter www.internet-oekonomie.org

Berlin, den _____

L.S.

Dekan/in des
Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft

Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses

**Zulassungsordnung
für den Weiterbildenden Masterstudiengang
„Net Economy“
vom 16. März 2005**

Aufgrund von § 9 Abs. 1 Nr. 4 Teilgrundordnung vom 27. Oktober 1998 (FU-Mitteilungen Nr. 24/1998) hat der Akademische Senat der Freien Universität Berlin am 16. März 2005 folgende Zulassungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ der Freien Universität Berlin erlassen:*)

Inhalt

§ 1	Geltungsbereich
§ 2	Studienplätze und Bewerbungsfrist
§ 3	Zulassungsvoraussetzungen
§ 4	Auswahlgespräch
§ 5	Zulassungsentscheidung
§ 6	Auswahlkommission
§ 7	Inkrafttreten

**§ 1
Geltungsbereich**

Diese Zulassungsordnung regelt die Zulassungsvoraussetzungen und das Zulassungsverfahren für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin.

**§ 2
Studienplätze und Bewerbungsfrist**

- (1) Die Zahl der für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ jeweils zur Verfügung stehenden Studienplätze wird in der Zulassungsordnung der Freien Universität Berlin für jeden Zulassungstermin bestimmt.
- (2) Die Bewerbungsfrist endet zwei Monate vor Studienbeginn. Der Termin für den Studienbeginn wird spätestens 6 Monate vorher bekannt gegeben.

**§ 3
Zulassungsvoraussetzungen**

- (1) Zulassungsvoraussetzungen sind:
 - a) ein überdurchschnittlicher Bachelorabschluss oder ein gleichwertiger anderer Hochschulabschluss an einer Universität oder einer nach Landesrecht gleichgestellten Hochschule im Geltungsbereich des Hochschulrahmengesetzes oder der Nachweis eines gleichwertigen ausländischen Abschlusses,
 - b) eine mindestens zweijährige berufliche Tätigkeit im Bereich der Net Economy,
 - c) ein Nachweis über englische Sprachkenntnisse entsprechend der Niveaustufe B 1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens,
 - d) bei Studienbewerberinnen und Studienbewerbern, deren Muttersprache nicht Deutsch ist und die einen Studienabschluss an einer ausländischen Hochschule oder einer gleichgestellten Einrichtung erworben haben, der Nachweis von Deutschkenntnissen durch das Bestehen der Deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH) oder eines gleichwertigen Kenntnisstandes gemäß der Ordnung für die Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer Studienbewerberinnen und Studienbewerber an der Freien Universität Berlin,
 - e) die Einreichung einer tabellarischen Übersicht über die im Zusammenhang mit dem Studium einschlägigen Tätigkeiten und Erfahrungen,
 - f) eine kurze Begründung des Studienvorhabens in Form eines dreiseitigen Exposés zu Inhalt und Selbstverständnis der beruflichen Tätigkeit der

*) Diese Ordnung ist von der für Hochschulen zuständigen Senatsverwaltung am 26. April 2005 bestätigt worden. Die Geltungsdauer der Ordnung ist bis zum 30. September 2009 befristet.

Studienbewerberin oder des Studienbewerbers im Bereich der Net Economy und

- g) die Teilnahme an einem Auswahlgespräch.
- (2) Studienbewerberinnen und Studienbewerber haben einen schriftlichen Antrag auf Zulassung an der Freien Universität Berlin im Bereich Bewerbung und Zulassung zu stellen, wobei die Antragsformulare des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft zu verwenden sind. Dem Antrag auf Zulassung sind die sich aus Abs. 1 ergebenden Nachweise in amtlich beglaubigter Kopie beizufügen.

§ 4 Auswahlgespräch

- (1) Das Auswahlgespräch wird von der Auswahlkommission durchgeführt und dauert ca. 30 Minuten je Studienbewerberin oder Studienbewerber.
- (2) Zum Auswahlgespräch werden Studienbewerberinnen und Studienbewerber, die die in § 3 genannten Bewerbungsunterlagen vollständig und fristgerecht vorgelegt haben, durch die oder den Vorsitzenden der Auswahlkommission schriftlich unter Angabe von Zeitpunkt und Ort eingeladen. Die Ladung ist rechtzeitig erfolgt, wenn sie mindestens 10 Werktage vor dem Auswahlgespräch abgesandt wurde.
- (3) Das Auswahlgespräch wird mit jeder Studienbewerberin oder jedem Studienbewerber einzeln geführt und ist nicht öffentlich.
- (4) Über den Verlauf des Auswahlgesprächs wird eine Niederschrift gefertigt, die die wesentlichen Gründe für die Beurteilung der Studienbewerberin oder des Studienbewerbers enthält.

§ 5 Zulassungsentscheidung

- (1) Die Entscheidung über Anträge auf Zulassung zum Masterstudiengang „Net Economy“ trifft das Präsidium der Freien Universität Berlin (Bereich Bewerbung und Zulassung) nach Maßgabe von § 3 und § 4. Die Entscheidung erfolgt auf Vorschlag der Auswahlkommission (§ 6).
- (2) Studienbewerberinnen und Studienbewerber, die nicht zugelassen werden, erhalten einen Ablehnungsbescheid, in dem die Gründe dargelegt werden.

- (3) Eine zugelassene Studienbewerberin oder ein zugelassener Studienbewerber erhält einen Zulassungsbescheid, in dem eine Frist zur schriftlichen Annahme des Studienplatzes und eine Frist zur Zahlung der Gebühr gemäß Gebührensatzung des Weiterbildenden Masterstudiengangs „Net Economy“ bestimmt werden. Bei Nichteinhaltung der Fristen wird der Studienplatz unverzüglich neu vergeben.

§ 6 Auswahlkommission

- (1) Zur Wahrnehmung der durch diese Zulassungsordnung zugewiesenen Aufgaben werden von den zuständigen Organen der an dem Masterstudiengang beteiligten Hochschulen Beauftragte bestellt, die die Auswahlkommission bilden.
- (2) Für jedes Mitglied wird vom zuständigen Organ eine Stellvertreterin oder ein Stellvertreter bestellt. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt zwei Jahre.
- (3) Die Auswahlkommission entscheidet über die Eignung und Motivation der Studienbewerberinnen oder Studienbewerber aufgrund der schriftlichen Bewerbungsunterlagen gemäß § 3 und des Auswahlgesprächs gemäß § 4. Unter Fristsetzung kann sie geeigneten Studienbewerberinnen oder Studienbewerbern das Nachreichen von fehlenden Nachweisen gestatten oder in Zweifelsfällen zusätzliche Auskünfte von den Studienbewerberinnen oder Studienbewerbern einholen.
- (4) Sind nach der Durchführung des Auswahlverfahrens mehr geeignete Studienbewerberinnen oder Studienbewerber als Studienplätze vorhanden, erstellt die Auswahlkommission eine Rangfolge. Bei Ranggleichheit entscheidet das Los.

§ 7 Inkrafttreten

Die Zulassungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang „Net Economy“ tritt am Tage nach der Veröffentlichung in den Mitteilungen (Amtsblatt der Freien Universität Berlin) in Kraft.