

## INHALTSÜBERSICHT

### Bekanntmachungen

- Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang ‚Net Economy‘ am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin Seite 2
- Erste Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang Net Economy am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin Seite 10

---

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

Redaktionelle  
Bearbeitung:

Druck: druckmuck@digital e.K., Großbeerenstraße 2-10, Geb. 2 links, 12107 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](http://www.fu-berlin.de/service/zuvdocs/amtsblatt).

**Erste Ordnung  
zur Änderung der Studienordnung für den  
Weiterbildenden Masterstudiengang ‚Net Economy‘  
am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft  
der Freien Universität Berlin**

**Präambel**

Aufgrund von § 14 Abs. 1 Nr. 2 Teilgrundordnung (Erprobungsmodell) vom 27. Oktober 1998 (FU-Mitteilungen Nr. 24/1998) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft am 15. Februar 2006 folgende Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang ‚Net Economy‘ (FU-Mitteilungen Nr.20/2005) erlassen-):

**Artikel I**

1. § 8 wird durch folgende Fassung ersetzt:

"Zum Fernstudium gehören die folgenden 19 Module:

a. Modul M01 - Grundlagen der Net Economy - Wertketten im Wandel:

Das Modul gehört zu den einführenden Grundlagen des Studienganges und soll dementsprechend vor allem Problembewusstsein bei den Studierenden für die in den folgenden Modulen behandelten Veränderungen schaffen. Darüber hinaus sollen sich die Studierenden themenspezifische Grundlagen erarbeiten, die ihnen im weiteren Verlauf des Studiums als Basis differenzierter Betrachtungen und Diskussionen dienen und die es ihnen ermöglichen, ihr Wissen aktiv weiterzuentwickeln. Es werden daher verschiedene Themenbereiche überblicksartig dargestellt und in einen Gesamtzusammenhang eingeordnet.

In einem ersten Schwerpunkt wird ein Überblick über die durch Digitalisierung und Vernetzung begründeten Veränderungen im Rahmen der Net Economy gegeben. Neben grundlegenden Begrifflichkeiten werden auch vermeintlich neue oder zumindest veränderte Spielregeln für die handelnden Akteure thematisiert, wobei insbesondere auch auf die Veränderung der Transaktionskosten eingegangen wird. Der Wandel von Wertketten und Geschäftssystemen ist zentraler Gegenstand des zweiten Schwerpunktbereichs. Neue Koordinationsformen für Transaktionen und alternative Szenarien der Intermediation und Disintermediation werden kritisch hinterfragt, um auf diese Weise einen realistischen Blick für tatsächlich relevante Veränderungen in der Net Economy zu entwickeln. Unter anderem werden in diesem Zusammenhang das One-to-One-Marketing und Möglichkeiten zur Mass Customization näher behandelt.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 90 Stunden und verteilt sich zu zwei Dritteln auf den ersten und zu einem Drittel auf den zweiten Schwerpunktbereich.

b. Modul M02 - Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen:

Das Modul beschreibt den Einfluss der Net Economy 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 im zweiten Teil Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, die Arbeitsnachfrage und die Beschäftigung erarbeitet sowie der Zusammenhang zwischen Netzökonomie und Globalisierung entwickelt. Hierbei werden Wohlfahrtseffekte, Verteilungswirkungen und die Besteuerung mobiler Produktionsfaktoren besonders herausgestellt. Mit der Betrachtung der notwendigen Änderungen und Anpassungen wirtschaftspolitischer Rahmenbedingungen einer Volkswirtschaft in einer vernetzten Ökonomie endet dieses Modul. In diesem dritten Schwerpunkt werden vor allem rechtliche Rahmenbedingungen im privatwirtschaftlichen Umfeld z. B. bei Unternehmensgründungen oder Patentanmeldungen unter die Lupe genommen und geänderte Anforderungen an den Arbeitsmarkt hinsichtlich vertraglicher Flexibilisierungen, Arbeitszeiten und Entlohnung diskutiert.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul inklusive Präsenzveranstaltungen und Arbeitsaufträgen liegt bei insgesamt 210 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei in etwa gleichmäßig auf die drei Modulschwerpunkte.

c. Modul M03 - Öffentliche Institutionen in der Net Economy:

Dieses Modul soll die Herausforderungen aufzeigen, die sich für Staat und öffentliche Institutionen aus den Möglichkeiten der Internet-Technologie und integrierter IT-Lösungen ergeben. Die Studierenden werden die besonderen Wirkprinzipien der öffentlichen Verwaltung verstehen lernen und die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von eGovernment erkennen.

In einem ersten Schwerpunkt werden 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. Im Rahmen dieses Moduls wird herausgearbeitet, wie eine solche Prozessreorganisation erfolgreich umgesetzt werden kann. Darauf aufbauend werden im zweiten Schwerpunkt Ziele und Nutzen einer digitalen Verwaltung (eGovernment) abgewogen. Entscheidendes Erfolgskriterium hierbei ist der Aufbau einer integrierten eGovernment-Architektur. Anhand von Fallstudien und Beispielen wird gezeigt, wie durch Integration von Organisation und Informationsverarbeitung eine solche Architektur realisiert werden kann und wie mögliche Fehlentwicklungen vermieden werden. Potenziale von eGovernment liegen nicht nur in der Ausgestaltung der Beziehungen zu Bürger oder Wirtschaft. Denn auch verwaltungsinterne Prozesse lassen sich entscheidend verbessern. Anhand verschiedener Government-to-Govern-

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

ment-Anwendungsfälle wird eine solche Ablaufintegration - auch über Verwaltungsebenen hinweg - dargestellt.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 60 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die zwei Modulschwerpunkte.

d. Modul M04 - Rechtliche und soziale 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. Grundlegende rechtliche Regelungen werden in ihren Auswirkungen beleuchtet, wobei diese als Ergebnisse und Herausforderungen politischer Entscheidungen über die Verwendung der Technik kritisch diskutiert werden.

Unterschiedliche Bereiche von im Kontext der Net Economy besonders relevanten rechtlichen Regelungen sind Gegenstand der beiden Modulschwerpunkte. In einem ersten Schwerpunktbereich stehen zunächst vertragsrechtliche Elemente des Informationsrechts, strafrechtliche Elemente der Informationsgesellschaft, berufliche Rechte, Bürgerrechte, der Datenschutz sowie die informationelle Selbstbestimmung im Vordergrund. Die Auseinandersetzung um das geistige Eigentum und seine Verwertung steht im Mittelpunkt des zweiten Schwerpunktbereichs. Anhand der Diskussionen um Urheberrechte, Patente und nachgeordnete Rechte, wie beispielsweise den Gebrauchsmusterschutz oder das Markenrecht, werden besonders relevante rechtliche Konfliktfelder thematisiert.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 60 Stunden und verteilt sich dabei hälftig auf die beiden Modulschwerpunkte.

e. Modul M05 - Financial Management und Controlling:

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, aufbauend auf fundiertem betriebswirtschaftlichem Grundlagen- und Methodenwissen in den Bereichen Finanz- und Wertmanagement eigenständig Probleme zu analysieren, Sachverhalte einzuschätzen und Entscheidungen treffen zu können.

Methodenorientiert wird zunächst grundlegendes Wissen über erprobte Verfahren in den Bereichen Finanz- und Wertmanagement vermittelt. Anhand von Fallstudien und konkreten Praxisbeispielen wird ferner die grundlegende Relevanz des Managements immaterieller Vermögenswerte in vornehmlich wissensbasierten Unternehmen verdeutlicht. Im Schwerpunkt Finanzmanagement stehen vor allem Grundlagen der Bewertung, die Finanzanalyse und -planung sowie eine Einführung in internationale Financial Reporting Standards im Vordergrund. Behandelt werden weiterhin auch die Bereiche Intangible Assets Management (Patente, Urheberrechte, Software, Humankapital) sowie Investitions- und Finanzierungsentscheidungen. Im Rahmen des Schwerpunkts zum Wertmanagement stehen die Themenfelder Kapitalkosten und Leverage-Effekt, wertorientierte Kennzahlen und die wertorientierte Unternehmenssteuerung unter besonderer Berücksichtigung immaterieller Vermögenswerte im Vordergrund.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 210 Stunden, die in etwa zu gleichen Teilen auf die einzelnen Schwerpunkte entfallen.

f. Modul M06 - Grundlagen der Internet-Technologie:  
Ziel des Moduls ist es, die Studierenden mit den Grundprinzipien der Informations- und Geschäftsprozessmodellierung sowie den technischen Grundlagen offener Computernetze vertraut zu machen. Weiterhin sollen die Studierenden eine Sensibilität für die Zuverlässigkeit von informatischen Systemen und die Verletzlichkeit der Informationsgesellschaft entwickeln.

In diesem Modul stehen die technischen Grundlagen für erfolgreiche und Erfolg versprechende Anwendungen in der Net Economy im Vordergrund. In einem ersten Schwerpunkt werden zunächst grundlegende Aspekte der Informations- und Geschäftsprozessmodellierung verdeutlicht. Der Schwerpunktbereich "Informationsübertragung" vermittelt ein Verständnis von Übertragungstechniken und unterschiedlichen Bandbreiten. Web-Sprachen und -Standards, Interoperabilität, methodische Grundlagen evolutionsfähiger Softwaresysteme sowie Netzprotokolle und Netzanwendungen werden im Rahmen eines weiteren Schwerpunktbereichs behandelt. Weiterhin werden auch die Zuverlässigkeit von informatischen Systemen sowie die Verletzlichkeit der Informationsgesellschaft explizit thematisiert.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 120 Stunden und verteilt sich dabei in etwa zu einer Hälfte auf den ersten und zu jeweils einem Viertel auf die beiden übrigen Teilbereiche des Moduls.

g. Modul M07 - Kommunikation und Medien in der Net Economy:

Das Modul soll den Studierenden die Grundlagen von Kommunikation und Medien als Basisbausteine der Net Economy vermitteln. Es soll die Studierenden in die Lage versetzen, die Grundlagen der Kommunikation und Medien zu verstehen sowie Medien hinsichtlich ihrer Kommunikationsqualität beurteilen zu können.

Zunächst werden mit einer Reihe anschaulicher Beispiele die grundlegenden Begriffe im Bereich Medien und Kommunikation vermittelt. Dazu gehören eine Klassifizierung von Medien, Arten von Kommunikation, Aspekte der Mediennutzung oder Formen der Netzwerkkommunikation. Ein Schwerpunkt soll auf der Kommunikationsqualität im Internet liegen, der sich mit dem Computerinterface als zentraler Kommunikationsschnittstelle des 21. Jahrhunderts, dem Erfolg interaktiver Schnittstellen sowie den erweiterten Konzepten von Benutzerfreundlichkeit und Benutzerkomfort (Usability), die den veränderten Nutzungs- und Verwendungskontexten Rechnung tragen, beschäftigt.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 150 Stunden, die sich in etwa zu zwei Dritteln auf den Schwerpunkt "Grundlagen von Medien und Kommunikation" und zu etwa einem Drittel auf den Schwerpunkt "Usability und Kommunikationsqualität" verteilen.

- h. Modul M08 - Qualitative Methoden der Medienforschung:  
Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, die verschiedenen Methoden der Medienforschung zu kennen und für die Beurteilung von Produktdesigns oder Mediengestaltung einzusetzen.  
In der Mediennutzungs- und Rezeptionsforschung geht es darum, wie Rezipienten (Leser, Hörer, Surfer, Zuschauer) ein Medium nutzen, wie gut sie es verstehen und welche Folgen die Rezeption auf ihre Einstellung, ihr Wissen oder ihr Handeln hat. In diesem Modul werden qualitative Methoden vorgestellt, z.B. die Methode des Lauten Denkens, des Cognitive Walkthroughs oder die Blickaufzeichnung. Qualitative Methoden sind unerlässlich, wenn es um die Optimierung von Angeboten geht. Nur so kann man dynamische Daten erheben, deren Auswertung eine Integration von Rezeptions- und Angebotsdaten ermöglicht und beobachten, wie die Nutzer mit einzelnen Angeboten interagieren. Neben der Erkundung von Ursachen lassen sich qualitative Methoden flexibel einsetzen, um differenzierte und ausführliche Beschreibungen von Meinungen und Handlungen zu erfassen. Neben der Vermittlung der Grundlagen der qualitativen Produkt- und Rezeptionsforschung wird die Möglichkeit geboten, im Rezeptionslabor der Medienwissenschaft der Universität Trier das in der Theorie erworbene Wissen anhand von praktischen Beispielen umzusetzen.  
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 90 Stunden, die sich in etwa zu zwei Dritteln auf den Schwerpunkt "Qualitative Produkt- und Rezeptionsforschung" und zu einem Drittel auf "Experimentelle Rezeptionsforschung" verteilen.
- i. Modul M09 - Transaktionsdesign und Customer Integration:  
Ziel des Moduls ist es, den Studierenden die grundsätzlichen Zusammenhänge des Zustandekommens von Markttransaktionen zu verdeutlichen. Auf Grundlage des Service-Blueprint sollen die Studierenden dazu befähigt werden, Potenziale und Optionen der Kundenintegration sowie des Designs von Markttransaktionen systematisch zu analysieren und weiterhin Ansatzpunkte für ein zielgerichtetes Gestalten zu erschließen.  
Ausgangspunkt ist zunächst eine differenzierte Betrachtung des Wesens sowie des Zustandekommens von Markttransaktionen. Hieran anknüpfend werden anhand einer konkreten Fallstudie alternative Möglichkeiten der Kundenintegration im Rahmen der Leistungserstellung erarbeitet und diskutiert. In einem weiteren Schwerpunkt steht die Analyse und Gestaltung des Informations- und Güterauswechsels mit Hilfe des Prozessanalyse-tools "Service-Blueprint" im Vordergrund. Die Gestaltung von Transaktionsprozessen sowie die umfassende Strukturierung der diesbezüglichen Aktivitäten sind zentraler Gegenstand einer weiteren Fallstudie. Schließlich wird die konkrete Ausgestaltung elektronischer Kundenschnittstellen thematisiert. Im Bereich "Business-to-Business" werden wichtige Aspekte, wie Einkaufskatalogsysteme, Integrated Procurement oder Enterprise Application Integration behandelt. In der Beziehung des Unternehmens zu seinen (End-)Kunden stehen besonders Ansätze wie Customer Relationship Management, Mass Customization, Shopsysteme und elektronische Produktkonfiguratoren im Mittelpunkt.  
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 210 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei etwa gleichmäßig auf die einzelnen Modulschwerpunkte.
- j. Modul M10 - Faktorkombination, E-Services und Supply Networks:  
Ziel des Moduls ist es, den Studierenden die Notwendigkeit der Integration des Kunden im Leistungserstellungsprozess zu verdeutlichen. Anhand des Kundenintegrationsmodells werden die Studierenden dazu befähigt, Leistungserstellungsprozesse systematisch zu analysieren und Möglichkeiten zu deren zielgerichteter Beeinflussung zu identifizieren, wobei insbesondere die Bereiche Services und Supply Networks im Vordergrund stehen.  
Ausgangspunkt ist zunächst eine differenzierte Betrachtung des Kundenintegrationsmodells. Im Fokus stehen hierbei insbesondere Problemstellungen, die sich im Rahmen der Faktorkombination aus der Integration externer Faktoren ergeben. Hieran anknüpfend werden die Voraussetzungen für die Gestaltung von E-Services sowie die damit verbundenen Herausforderungen im Rahmen einer konkreten Fallstudie verdeutlicht. Anhand von Supply Networks werden weitere Formen der Faktorkombination thematisiert, die auf dem Einsatz von Internettechnologien beruhen. Ziele und Architekturen dieser unternehmensübergreifenden Vernetzungen werden erläutert sowie Szenarien kollaborativer Zusammenarbeit ausführlich diskutiert. Besonders herausgearbeitet werden dabei die Auswirkungen für die beteiligten Unternehmen und die notwendigen organisatorischen Änderungen.  
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 90 Stunden. Der Aufwand verteilt sich dabei gleichmäßig auf die drei Modulschwerpunkte.
- k. Modul M11 - Geschäftssysteme in der Net Economy:  
Das Modul hebt die zunehmende Bedeutung von Verfügungsrechten in der Net Economy hervor. Ziel 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.  
Der erste Schwerpunkt behandelt die Herausbildung innovativer Geschäftssysteme und Geschäftsmodelle im Rahmen der Net Economy. Dabei werden die vielfältigen Ausprägungsformen und Herausforderungen neuer Geschäftssysteme und -modelle ökonomisch fundiert analysiert und wichtige Aspekte ihrer Erfolgchancen beurteilt. 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. Dabei werden besonders Preisstrategien auf elektronischen Märkten, Produktdifferenzierung und Preisfindung z.B. in den Bereichen "Business-

to-Business" und "Business-to-Government" sowie der Einfluss der Net Economy auf klassische Wertschöpfungsketten beleuchtet. Im dritten Schwerpunkt des Moduls werden ökonomische und informationstechnische Grundlagen elektronischer Märkte und Handelssysteme beschrieben, die in den letzten Jahren als Transaktionsplattformen zunehmend an Bedeutung gewonnen haben. Neben der Vermittlung wichtigen Basiswissens zu Shop- oder Bezahlsystemen stehen v. a. auch Aspekte der Transaktionssicherheit im Fokus der Betrachtungen.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 240 Stunden. Der Aufwand konzentriert sich dabei überwiegend auf die Schwerpunkte "Geschäftsmodelle in der Net Economy" und "Ökonomische Grundlagen elektronischer Märkte".

1. Modul M12 - Wissens-, Change- und Enterprise Resource Management:

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, die zunehmende Bedeutung der Ressource "Wissen" zu erkennen sowie die vor diesem Hintergrund notwendig werdenden Veränderungen innerhalb der Unternehmensorganisation adäquat einschätzen zu können. Mit dem Aufbau von Wissensmanagementsystemen, dem Flexibilitäts- und Change Management sowie dem Management des Leistungspotenzials werden Lösungswege zu zentralen Problemfeldern den Studierenden vorgestellt und diskutiert.

Gegenstand des ersten Modulschwerpunkts ist das Wissensmanagement, wobei Wissensmanagementsysteme hinsichtlich ihrer Grundlagen, Konzeptionen, Basistechnologien, Architekturen und Vorteile thematisiert und diskutiert werden. Im Vordergrund steht durchweg die Frage, inwiefern Generierung und Nutzung von Wissen für die Gestaltung von Leistungspotenzialen und -prozessen durch Informationstechnologien wirkungsvoll unterstützt werden können. Mit der Notwendigkeit der Organisationsanpassung (Change Management) beschäftigt sich der zweite Schwerpunkt des Moduls und geht dabei vor allem auf Flexibilitätspotenziale in Geschäftssystemen ein, welche anhand konkreter Praxisbeispiele verdeutlicht werden. Im dritten Schwerpunkt werden die Möglichkeiten zur Steigerung der Leistungspotenziale von Unternehmen in Bezug auf Beschaffung, Produktion, Organisation sowie Informations- und Kommunikationsstrukturen diskutiert. Dazu werden insbesondere auch Enterprise Resource Management- und Content Management-Systeme detailliert betrachtet.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 180 Stunden. Der Aufwand konzentriert sich dabei überwiegend auf die Schwerpunkte "Wissensmanagement" und "Gestaltung der Leistungspotenziale".

m. Modul M13 - Wettbewerbsstrategie in der Net Economy:

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, aufbauend auf den Grundlagen der Strategie sowie auf Basis einer umfassenden Analyse der für die Strategieformulierung relevanten Bereiche Kunden, Konkurrenz, Umwelt und anbietendes Unternehmen, selbständig eine

Wettbewerbsstrategie für ein Unternehmen der Net Economy zu formulieren und umzusetzen.

Anhand von Fallstudien und konkreten Praxisbeispielen wird zunächst die grundlegende Relevanz der strategischen Grundausrichtung für im Wettbewerb stehende Unternehmen erarbeitet. Alternative theoretische Konzepte der Strategiediskussion sowie die verschiedenen strategischen Optionen, die sich für Unternehmen im Rahmen strategischen Handelns ergeben, werden differenziert erörtert. Gegenstand des Moduls sind weiterhin die verschiedenen Felder einer umfassenden strategischen Analyse in den Bereichen Nachfrager, Wettbewerb, Umwelt und eigene Unternehmung einschließlich der hierfür relevanten Methoden. Im Mittelpunkt des abschließenden Schwerpunktbereichs stehen die Formulierung und Ausgestaltung einer konkreten Wettbewerbsstrategie auf Grundlage spezifischer Parameter und Ansatzpunkte für die Dynamisierung strategischer Konzeptionen.

Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 240 Stunden, die in etwa zu gleichen Teilen auf die einzelnen Schwerpunkte entfallen.

n. Modul M14 - IT-Infrastruktur und relationale Datenbanken:

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

Datenbanken und Data Warehouses zur geordneten Speicherung sowie das Data Mining zur Analyse von Daten bilden den ersten Schwerpunktbereich des Moduls. Besonders detailliert wird auf das relationale Datenmodell eingegangen. Dabei werden Aufgaben und Funktionsweise der Datenmodellierung erläutert sowie wichtige Grundlagen der Normalisierung von Datenbeständen und der Datenbankabfragesprache SQL vermittelt. Anhand praktischer Beispiele wird die Bedeutung der strukturierten Datenablage und -analyse als strategischer Erfolgsfaktor herausgearbeitet. Die zweite Teileinheit gibt eine Einführung in den Bereich Computer Supported Cooperative Work (CSCW) und beschreibt die wesentlichen Funktionen sowie Einsatzbereiche und Potenziale solcher Gruppenarbeitssysteme. Weiterhin erfolgt auch eine Betrachtung der Bereiche Netzwerkinfrastrukturen und Netzwerksicherheit.

Der zeitliche Arbeitsaufwand beträgt 60 Stunden und verteilt sich etwa hälftig auf die beiden Schwerpunktbereiche des Moduls.

o. Modul M15 - Supply Chain Management und Electronic Procurement:

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen ermöglicht es, Beschaffungsvorgänge effizienter abzuwickeln. Die Studierenden lernen in diesem Modul, die Möglichkeiten der Beschaffungsintegration in Unternehmen und öffentlicher Verwaltung zu verstehen, und werden in die Lage versetzt, diese im Unternehmen anwenden zu können.

In einem ersten Schwerpunkt werden Kunden-Lieferanten-Beziehungen in einem Supply Network diskutiert und verschiedene Modelle eines Supply Chain Management (SCM) vorgestellt. Dabei wird detailliert herausgearbeitet, welche Potentiale SCM bietet und welche Änderungen für Unternehmen - besonders in der Planung - damit einhergehen. Ebenso werden kritische Erfolgsfaktoren bei der Einführung von SCM-Lösungen aufgezeigt. Der zweite Schwerpunkt dieses Moduls widmet sich der digitalen Beschaffung, insbesondere von C-Teilen (eProcurement). Dabei werden speziell Kenntnisse über die Basistechnologien (Übertragungsnetze und -standards), Ausprägungen elektronischer Produktkataloge und Beschaffungsinstrumente vermittelt. Der dritte Teil ist besonders auf die digitale Beschaffung im öffentlichen Bereich (Public eProcurement) ausgerichtet. Hier werden Charakteristika und Besonderheiten der öffentlichen Beschaffung beleuchtet, eine Einordnung in die eGovernment-Gesamtstrategie vorgenommen sowie die besonderen rechtlichen Rahmenbedingungen erläutert. Zusätzlich werden Möglichkeiten der digitalen Vergabe erörtert. Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 90 Stunden und verteilt sich gleichmäßig auf die drei Schwerpunkte.

- p. **Modul M16 - Customer Relationship Management:**  
Das Modul "Customer Relationship Management" zielt auf die zunehmende Bedeutung von Kundenbindungsmaßnahmen in einer vernetzten Ökonomie ab. Die Studierenden erhalten Einblicke in die Gestaltung von Kundenschnittstellen, neue Kundenbindungsstrategien sowie den Einsatz 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.  
Möglichkeiten zur Gestaltung von Kundenschnittstellen stehen im Mittelpunkt eines ersten Schwerpunkts, in dessen Kontext auch die Relevanz des Kundenkontaktpersonals herausgestellt wird. 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 thematisiert. Hinsichtlich des Database Marketing werden die Grundlagen des Data Mining sowie verschiedene Methoden der Datenauswertung vorgestellt und anhand von Beispielen illustriert. Darauf aufbauend behandelt ein vierter Schwerpunkt Grundlagen und Systeme des Customer Relationship Managements (CRM). Besonderes Augenmerk wird dabei dem Prozess der Einführung solcher Systeme und den damit verbundenen strategischen

Fragestellungen gewidmet. Neben den Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden wird in einem zweiten Schritt auch die Ausgestaltung der Schnittstellen zwischen Verwaltung und Bürgern beleuchtet. Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 240 Stunden, die insbesondere auf die Schwerpunkte "Kundenbindungsmanagement", "Database Marketing" und "Customer Relationship Management" entfallen.

- q. **Modul M17 - Vermarktung und Akzeptanz von Innovationen:**  
Ziel des Moduls ist es, die Grundlagen der Adoption und Diffusion technologischer Innovationen zu vermitteln. Die Studierenden sollen die Grundlagen verstehen und in die Lage versetzt werden, eigenständig Strategien für das Management und die Einführung von Innovationen zu entwickeln.  
Ausgehend von den Besonderheiten technologischer Innovationen und Nutzungsinnovationen als den Gegenständen der Adoptions- und Diffusionsforschung werden die Adoption als individuelle Innovationsübernahmeentscheidung, 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 die Basis für die Entwicklung von Strategien für das Management und die Einführung von Innovationen darstellen.  
Der zeitliche Arbeitsaufwand für das Modul liegt bei insgesamt 30 Stunden.
- r. **Modul M18 - User Groups und virtuelle Communities:**  
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, die in etwa zu gleichen Teilen

auf die Schwerpunkte "Grundlagen der Online-Communities" und "Management der Online-Communities" entfallen.

- s. Modul M19 - Organisation, Führung und Kommunikation:
- Das Modul erschließt den Studierenden zentrale Grundlagen der Organisation, der Führung und der Kommunikation. Hierbei stehen Aspekte wie Motivation, Teams und Teamorganisation, die Führung von Mitarbeitern sowie neue Formen der Organisation im Vordergrund. Der Teilbereich zur Managementkommunikation zielt auf eine Stärkung der Studierenden im Bereich der sozialen Kompetenz.
- Das Modul besteht aus fünf Teilgebieten: Motivation, Teams und Teamorganisation, Führung von Mitarbeitern, Organisation und Managementkommunikation. Im ersten Teilgebiet werden die Grundlagen für das Verständnis von Motivation gelegt und aufgezeigt, wie eine positive Motivation entwickelt werden kann. Im zweiten Teilgebiet stehen die für die moderne Organisation unverzichtbaren Teams im Vordergrund, ihr Aufbau, ihre Führung und ihre inner- und zwischenbetriebliche Vernetzung. Der dritte Teilbereich widmet sich Fragen der Führung, der Entstehung, der Wirksamkeit usw. sowie den verschiedenen Führungsstilen. Der vierte Teilbereich behandelt die Grundlagen der Organisation, insbesondere neue Formen der Organisation, wie sie in der Net-Economy Verwendung finden. Den Abschluss bildet ein als Verhaltenstraining ausgelegtes Teilmodul, das vor allem der Entwicklung von Kommunikationsfähigkeiten und Rhetorik gewidmet ist.
- Der zeitliche Arbeitsaufwand liegt bei insgesamt 210 Stunden, die sich in etwa zu gleichen Teilen auf die fünf Teilbereiche verteilen."

**2. Die Anlage erhält folgende Fassung:**

Quartal	Modul-Nr.	Modul-/Seminar-Bezeichnung
		Seminar I (Berlin)
I	M01	Grundlagen der Net Economy – Wertketten im Wandel
	M02	Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen
		Seminar II (Würzburg)
II	M03	Öffentliche Institutionen in der Net Economy
	M04	Rechtliche und soziale Rahmenbedingungen
	M05	Financial Management und Controlling
		Seminar III (Trier)
III	M06	Grundlagen der Internet-Technologie
	M07	Kommunikation und Medien in der Net Economy
	M08	Qualitative Methoden der Medienforschung
		Seminar IV (Bochum)
IV	M09	Transaktionsdesign und Customer Integration
	M10	Faktorkombination, E-Services und Supply Networks
		Seminar V (Bochum)
V	M11	Geschäftssysteme in der Net Economy
	M12	Wissens-, Change- und Enterprise Resource Management
		Seminar VI (Würzburg)
VI	M13	Wettbewerbsstrategie in der Net Economy
	M14	IT-Infrastruktur und relationale Datenbanken
	M15	Supply Chain Management und Electronic Procurement
		Seminar VII (Trier)
VII	M16	Customer Relationship Management
	M17	Vermarktung und Akzeptanz von Innovationen
	M18	User Groups und virtuelle Communities
		Seminar VIII (Berlin)
VIII	M19	Organisation, Führung und Kommunikation
		Seminar IX (Berlin)

**Artikel II**

- (1) Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Mitteilungen (Amtsblatt der Freien Universität Berlin) in Kraft.
- (2) Das Präsidium wird ermächtigt, zugleich eine Neufassung der Studienordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang "Net Economy" zu veröffentlichen.

**Erste Ordnung  
zur Änderung der Prüfungsordnung für den  
Weiterbildenden Masterstudiengang ‚Net Economy‘  
am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft  
der Freien Universität Berlin**

**Präambel**

Aufgrund von § 14 Abs. 1 Nr. 2 Teilgrundordnung (TGO-Erprobungsmodell) vom 27. Oktober 1998 (FU-Mitteilungen Nr. 24/1998) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft am 15. Februar 2006 folgende Erste Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang ‚Net Economy‘ (FU-Mitteilungen Nr.20/2005) erlassen\*):

---

\*) Diese Ordnung ist von der für Hochschulen zuständigen Senatsverwaltung am 02. März 2006 bestätigt worden. Die Geltungsdauer der Ordnung ist bis zum 30. September 2009 befristet.

## Artikel I

1. In Anlage 1 wird die bisherige Prüfungsleistungs- und Leistungspunkte-Übersicht durch folgende Fassung ersetzt:

<b>Modul M01 – Grundlagen der Net Economy – Wertketten im Wandel, 3 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veränderungen durch Digitalisierung und Vernetzung (1 LP)</li> <li>• Wertketten und Geschäftssysteme im Wandel (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M02 – Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, 7 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Net Economy als Motor wirtschaftlicher Umwälzungen (2 LP)</li> <li>• Ökonomische Effekte der Net Economy (3 LP)</li> <li>• Anforderungen an die Wirtschaftspolitik und Anpassung der Rahmenbedingungen (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M03 – Öffentliche Institutionen in der Net Economy, 2 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leistungs- und Wirkungsorientierung der Öffentlichen Verwaltung (1 LP)</li> <li>• Voraussetzungen, Ziele und Nutzen digitaler Verwaltung (eGovernment) (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M04 – Rechtliche und soziale Rahmenbedingungen, 2 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenschutz, Verbraucherschutz und Haftungsrechte in der Net Economy (1 LP)</li> <li>• Urheberrechte und Patente in der Net Economy (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M05 – Financial Management und Controlling, 7 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Bewertung (1 LP)</li> <li>• Finanzanalyse und -planung (1 LP)</li> <li>• Investitions- und Finanzierungsentscheidungen und Einführung International Financial Reporting Standards (1 LP)</li> <li>• Intangible Assets Management (Patente, Urheberrechte, Software, Humankapital) (1 LP)</li> <li>• Kapitalkosten und Leverage-Effekt (1LP)</li> <li>• Wertorientierte Kennzahlen (1 LP)</li> <li>• Wertorientierte Unternehmenssteuerung (unter besonderer Berücksichtigung immaterieller Vermögenswerte) (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M06 – Grundlagen der Internet-Technologie, 4 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Informations- und Geschäftsprozessmodellierung (2 LP)</li> <li>• Grundlagen der Informationsübertragung (1 LP)</li> <li>• Web-Sprachen und -Standards, Interoperabilität, evolutionsfähige Softwaresysteme, die Zuverlässigkeit von informatischen Systemen und die Verletzlichkeit der Informationsgesellschaft (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M07 – Kommunikation und Medien in der Net Economy, 5 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen von Medien und Kommunikation (3 LP)</li> <li>• Usability und Kommunikationsqualität (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M08 - Qualitative Methoden der Medienforschung, 3 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitative Produkt- und Rezeptionsforschung (2 LP)</li> <li>• Experimentelle Rezeptionsforschung (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M09 – Transaktionsdesign und Customer Integration, 7 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine

<b>Modul M09 – Transaktionsdesign und Customer Integration, 7 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sphären der Einzeltransaktion und das Zustandekommen von Markttransaktionen (1 LP)</li> <li>• Kundenintegration mit Online-Technologien (2 LP)</li> <li>• Service-Blueprint (2 LP)</li> <li>• Elektronische Kundenschnittstellen (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M10 – Faktorkombination, E-Services und Supply Networks, 3 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktorkombination in Kundenintegrationsprozessen (1 LP)</li> <li>• E-Services (1 LP)</li> <li>• Supply Networks (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M11 – Geschäftssysteme in der Net Economy, 8 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschäftsmodelle in der Net Economy (5 LP)</li> <li>• Preis- und Erlösmodelle in der Net Economy / Informationstechnische Grundlagen und ausgewählte Systeme (1 LP)</li> <li>• Ökonomische und informationstechnische Grundlagen elektronischer Märkte (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M12 – Wissens-, Change- und Enterprise Resource Management, 6 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissensmanagement (2 LP)</li> <li>• Flexibilitäts- und Change Management (1 LP)</li> <li>• Gestaltung der Leistungspotenziale (3 LP)</li> </ul>
<b>Modul M13 – Wettbewerbsstrategie in der Net Economy, 8 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Strategie (3 LP)</li> <li>• Kunden-, Konkurrenz-, Umwelt- und Unternehmensanalyse (3 LP)</li> <li>• Formulierung und Ausgestaltung einer Wettbewerbsstrategie (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M14 – IT-Infrastruktur und relationale Datenbanken, 2 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenbanken, Data Warehouse und Data Mining (1 LP)</li> <li>• Computer Supported Cooperative Work, Netzwerkinfrastruktur und -sicherheit (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M15 – Supply Chain Management und Electronic Procurement, 3 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supply Chain Management (1 LP)</li> <li>• Electronic Procurement (1 LP)</li> <li>• Public eProcurement (1 LP)</li> </ul>

<b>Modul M16 – Customer Relationship Management, 8 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltung von Kundenintegrationsprozessen (1 LP)</li> <li>• Kundenbindungsmanagement (2 LP)</li> <li>• Database Marketing (3 LP)</li> <li>• Customer Relationship Management (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M17 – Vermarktung und Akzeptanz von Innovationen, 1 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermarktung und Akzeptanz von Innovationen (1 LP)</li> </ul>
<b>Modul M18 – User Groups und virtuelle Communities, 4 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Online-Communities (2 LP)</li> <li>• Management von Online-Communities (2 LP)</li> </ul>
<b>Modul M19 – Organisation, Führung und Kommunikation, 7 LP</b>	
<b>Eingangsvoraussetzung</b>	keine
<b>Prüfungsleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivation und Teamorganisation (2 LP)</li> <li>• Führung (2 LP)</li> <li>• Organisation (2 LP)</li> <li>• Kommunikation (1 LP)</li> </ul>
<b>Masterarbeit inkl. Disputation, 30 LP</b>	
Masterarbeit (25 LP), Disputation (5 LP)	

2. In Anlage 2 wird das bisherige Masterzeugnis-Muster durch folgende Fassung ersetzt:

**Freie Universität Berlin**  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaft

**Masterzeugnis**

Frau / Herr -----

geboren am -----

in ----- hat die Prüfung nach der Prüfungsordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang „Net  
Economy“ vom ----- 2005 (FU-Mitteilungen Nr. 20/2005 und Nr. 00/2006) 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 M01 „Grundlagen der Net Economy – Wertketten im Wandel“:**
  - Veränderungen durch Digitalisierung und Vernetzung
  - Wertketten und Geschäftssysteme im Wandel
- **Modul M02 „Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen“:**
  - Net Economy als Motor wirtschaftlicher Umwälzungen
  - Ökonomische Effekte der Net Economy
  - Anforderungen an die Wirtschaftspolitik und Anpassung der Rahmenbedingungen
- **Modul M03 „Öffentliche Institutionen in der Net Economy“:**
  - Leistungs- und Wirkungsorientierung der Öffentlichen Verwaltung
  - Voraussetzungen, Ziele und Nutzen digitaler Verwaltung (eGovernment)
- **Modul M04 „Rechtliche und soziale Rahmenbedingungen“:**
  - Datenschutz, Verbraucherschutz und Haftungsrechte in der Net Economy
  - Urheberrechte und Patente in der Net Economy
- **Modul M05 „Financial Management und Controlling“:**
  - Grundlagen der Bewertung
  - Finanzanalyse und -planung
  - Investitions- und Finanzierungsentscheidungen und Einführung International Financial Reporting Standards
  - Intangible Assets Management (Patente, Urheberrechte, Software, Humankapital)
  - Kapitalkosten und Leverage-Effekt
  - Wertorientierte Kennzahlen
  - Wertorientierte Unternehmenssteuerung (unter besonderer Berücksichtigung immaterieller Vermögenswerte)
- **Modul M06 „Grundlagen der Internet-Technologie“:**
  - Grundlagen der Informations- und Geschäftsprozessmodellierung
  - Grundlagen der Informationsübertragung
  - Web-Sprachen und -Standards, Interoperabilität, evolutionsfähige Softwaresysteme, die Zuverlässigkeit von informatischen Systemen und die Verletzlichkeit der Informationsgesellschaft
- **Modul M07 „Kommunikation und Medien in der Net Economy“:**
  - Grundlagen von Medien und Kommunikation
  - Usability und Kommunikationsqualität
- **Modul M08 „Qualitative Methoden der Medienforschung“:**
  - Qualitative Produkt- und Rezeptionsforschung
  - Experimentelle Rezeptionsforschung
- **Modul M09 „Transaktionsdesign und Customer Integration“:**
  - Sphären der Einzeltransaktion und das Zustandekommen von Markttransaktionen
  - Kundenintegration mit Online-Technologien
  - Service-Blueprint
  - Elektronische Kundenschnittstellen

- **Modul M10 „Faktorkombination, E-Services und Supply Networks“:**
  - Faktorkombination in Kundenintegrationsprozessen
  - E-Services
  - Supply Networks
- **Modul M11 „Geschäftssysteme in der Net Economy“:**
  - Geschäftsmodelle in der Net Economy
  - Preis- und Erlösmodelle in der Net Economy / Informationstechnische Grundlagen und ausgewählte Systeme
  - Ökonomische und informationstechnische Grundlagen elektronischer Märkte
- **Modul M12 „Wissens-, Change- und Enterprise Resource Management“:**
  - Wissensmanagement
  - Flexibilitäts- und Change Management
  - Gestaltung der Leistungspotenziale
- **Modul M13 „Wettbewerbsstrategie in der Net Economy“:**
  - Grundlagen der Strategie
  - Kunden-, Konkurrenz-, Umwelt- und Unternehmensanalyse
  - Formulierung und Ausgestaltung einer Wettbewerbsstrategie
- **Modul M14 „IT-Infrastruktur und relationale Datenbanken“:**
  - Datenbanken, Data Warehouse und Data Mining
  - Computer Supported Cooperative Work, Netzwerkinfrastruktur und -sicherheit
- **Modul M15 „Supply Chain Management und Electronic Procurement“:**
  - Supply Chain Management
  - Electronic Procurement
  - Public eProcurement
- **Modul M16 „Customer Relationship Management“:**
  - Gestaltung von Kundenintegrationsprozessen
  - Kundenbindungsmanagement
  - Database Marketing
  - Customer Relationship Management
- **Modul M17 „Vermarktung und Akzeptanz von Innovationen“:**
  - Vermarktung und Akzeptanz von Innovationen
- **Modul M18 „User Groups und virtuelle Communities“:**
  - Grundlagen der Online-Communities
  - Management von Online-Communities
- **Modul M19 „Organisation, Führung und Kommunikation“:**
  - Motivation und Teamorganisation
  - Führung
  - Organisation
  - Kommunikation

Die Prüfungsleistungen wurden wie folgt bewertet:

Prüfungsleistung	Leistungspunkte	Note
Modul M01	3	.....
Modul M02	7	.....
Modul M03	2	.....
Modul M04	2	.....
Modul M05	7	.....
Modul M06	4	.....
Modul M07	5	.....
Modul M08	3	.....
Modul M09	7	.....
Modul M10	3	.....
Modul M11	8	.....
Modul M12	6	.....
Modul M13	8	.....
Modul M14	2	.....
Modul M15	3	.....
Modul M16	8	.....
Modul M17	1	.....
Modul M18	4	.....
Modul M19	7	.....

**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

**Artikel II**

- (1) Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Mitteilungen (Amtsblatt der Freien Universität Berlin) in Kraft.
- (2) Das Präsidium wird ermächtigt, zugleich eine Neufassung der Prüfungsordnung für den Weiterbildenden Masterstudiengang ‚Net Economy‘ zu veröffentlichen.