



# MARMARA UNIVERSITÄT - Fakultät für Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftslehre (in Deutscher Sprache)

## SYLLABUS

Vorlesungscode	Name der Vorlesung	Vorlesungstyp	Vorlesungsgruppe * für Wahlfächer	Semesterwochenstunden (SWS)		ECTS	Voraussetzungsveranstaltung mindestnote in Buchstaben-format
				T	P		
MRK3023	e-Business	Schwerpunkt Wahlfach		3	0	5	
Voraussetzung		Mindestnote in Buchstaben-format				Note	
Veranstaltungssprache							
Vortragende/-r							
Lehrinhalt	Dieser Vorlesung bietet einen Überblick über aktuelle E-Commerce und E-Business-Trends und deren Implikationen für den Handel. Und führt die Studierenden aus Managementperspektive an die strategischen Herausforderungen für Unternehmen in einem zunehmend digitalisierten Markt- und Wettbewerbsumfeld heran.						
Lernziele der Vorlesung	Ziel dieser Vorlesung ist es, den Teilnehmern einen Überblick über die relevanten Techniken und Anwendungen im e-commerce und e-business zu geben.						
Empfohlene oder Pflichtliteratur	1.	Kollmann, T. (2019), E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler Verlag, 7. Auflage					
Lernergebnisse	1.	Rolle in modernen Geschäftsumgebungen.					
	2.	Die Studierenden können verschiedene E-Business-Modelle wie B2B, B2C, C2C analysieren und vergleichen und die Vor- und Nachteile jedes					
	3.	Die Studierenden lernen verschiedene E-Business-Plattformen, Zahlungsgateways und Technologien kennen, die im E-Business-Betrieb verwe					
	4.	Die Studierenden werden die ethischen und rechtlichen Aspekte im E-Business untersuchen, einschließlich Datenschutz, Sicherheit, geistiges					
	5.	Die Studierenden analysieren reale E-Business-Fallstudien, um praktische Einblicke in erfolgreiche und erfolglose E-Business-Unternehmunge					
Geplante Lernaktivitäten und Lehrmethoden							
WOCHE	Datum	Veranstaltungsinhalt					
Woche 1		Chapter1: Grundlagen des E-Business					
Woche 2		Chapter 2: Definition, Akteure und Geschäftsmodelle des E-Business					
Woche 3		Chapter 3: Komponenten des E-Business: Die Grundlagen des E-Procurement					
Woche 4		Chapter 3: Komponenten des E-Business: Die Grundlagen des E-Procurement					
Woche 5		Chapter 3: Komponenten des E-Business: Die Grundlagen des E-Shop					
Woche 6		Chapter 3: Komponenten des E-Business: Die Grundlagen des E-Shop					
Woche 7		Chapter 3: Komponenten des E-Business: Die Grundlagen des E-Marketplace					
Woche 8		Zwischenprüfung/-en					
Woche 9		Chapter 3: Komponenten des E-Business: Die Grundlagen des E-Marketplace					
Woche 10		Chapter 3: Komponenten des E-Business: Die Grundlagen des E-Community					
Woche 11		Chapter 3:Komponenten des E-Business: Die Grundlagen der E-Company					
Woche 12		Chapter 4:Rechtliche und ethische Aspekte im E-Business					
Woche 13		Chapter 5: Neue Trends im E-Business					
Woche 14		Studentenpräsentationen					
Woche 15		Studentenpräsentationen					
Woche 16		Studienwoche					
Woche 17		Finalprüfung					
Aktivitäten und Kriterien		Aktivitäten	Anzahl	Dauer		Gewichtung im (%)	Gewichtung in der Semester Bewertung (%)
		Finalprüfung	1			50	0
		Wiederholungsprüfung	1			50	0
		Semester Bewertung				50	100
		Zwischenprüfung/-en	1			50	100.0
		Quiz					
		Projekt/-e					

		Aufgabe/-n					
		Labor					
		Sonstige					
*** ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand ***							
Bewertungsinstrument	Stunden/Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand		Bewertungsinstrument	Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand	
Theorie	3.0	42.0		Quiz & Vorbereitung	10	10.0	
Praxis	0.0	0.0		Hausaufgaben			
Labor	2.0	28.0		Projekt	5	5.0	
Selbststudium vor der Veranstaltung				Forschung und Präsentation			
Selbststudium nach der Veranstaltung				Seminar			
Selbststudium nach der Bewertung				Feldstudie			
Borbereitung für die Klausur & Zwischenprüfung	10	10.0		Werkstatt			
Vorbereitung für die Klausur & Finalprüfung	20	20.0		Sonstige			
SUMME :					50.0	115.0	
Empfohlene ECTS -Punkte (Gesamtstunden / 25) :						5	