

# DIGITAL TRANSFORMATION

0%  100%



## BWL-DIGITAL COMMERCE MANAGEMENT

### Praxisphasen im Partnerunternehmen:

In den Praxisphasen wirken die Studierenden in aktuellen Digitalisierungsprojekten des Ausbildungsunternehmens mit und nehmen, je nach Dualem Partner, unterschiedliche Aufgaben wahr. Dies kann den Kundenkontakt genauso umfassen wie z. B. Vertriebs- und Verkaufsaktivitäten auf der Fläche oder im Online-Shop sowie Aufgaben in Einkauf, Logistik, Rechnungswesen, Personalmanagement, dem Business Development oder der IT-Abteilung.

### Studiengang auf einen Blick:

- Studiendauer: 6 Semester = 3 Jahre
- Studienbeginn: jeweils zum Wintersemester (1. Oktober)
- duales Vollzeitstudium: wechselnde Phasen von Theorie (Hochschule) und Praxis (Partnerunternehmen)
- hohe Betreuungsintensität an der Hochschule durch Studium in kleinen Gruppen von ca. 20-35 Studierenden
- Bewerbung: direkt bei den Dualen Partnerunternehmen
- Vergütung: durchgängig bezahlt durch Duale Partnerunternehmen
- Kosten: Verwaltungskosten-, Studierendenwerks- und Studierenden-schaftsbeitrag von zurzeit ca. 310,- € pro Jahr.
- Auslandsaufenthalt(e): Praktikum in einem Unternehmen, Kompaktprogramm oder Studienaufenthalt an einer Partnerhochschule im Ausland möglich
- Abschluss: Bachelor of Arts (B.A.)
- Intensivstudium: 210 ECTS Punkte

### Kontakt

#### Studiengangsleitung:

Prof. Dr. Stefan Kolb

+49 721 9735-959

stefan.kolb@dhbw-karlsruhe.de

#### Sekretariat:

Susanne Winheim

+49 721 9735-982

susanne.winheim@dhbw-karlsruhe.de

Tanja Leibhammer

+49 721 9735-923

tanja.leibhammer@dhbw-karlsruhe.de

Bildrechte: DHBW Karlsruhe // Foto: Fabry // AdobeStock\_245873793-© WRIGHTStudio, AdobeStock\_269096133-© Funtap, AdobeStock\_268788530-© ipopba, AdobeStock\_329596531-© Sorg\_about\_summer, AdobeStock\_436493840-© Videoflow



BACHELOR OF ARTS



## Kurzbeschreibung:

Die Digitalisierung verändert die Erwartungen der Kunden. Sie verändert die Art, wie wir uns über Produkte und Dienstleistungen informieren, wo wir einkaufen, wie wir einkaufen, was wir einkaufen, welche Services wir erwarten und wie wir bezahlen. Viele spannende technologische Entwicklungen treiben diese Veränderungen voran und ermöglichen ganz neue Kundenerlebnisse, und das nicht nur im Einzelhandel, sondern zunehmend auch in Geschäftsbeziehungen von Unternehmen zu anderen Unternehmen.

Für Handels- und Dienstleistungsunternehmen sind die Auswirkungen der Digitalisierung enorm. Sie eröffnet herausragende Chancen sich deutlich von anderen Unternehmen abzuheben, während sie gleichzeitig eine Bedrohung für all jene darstellt, die sich ihr gegenüber verschließen. Dies gilt gleichermaßen für Groß- wie auch Einzelhändler sowie Handelsdienstleister, egal ob mit bewährten Geschäftsmodellen im stationären Geschäft oder im Online-Handel.

Zwei Perspektiven stehen bei Digital Commerce Management in Karlsruhe im Vordergrund. Einerseits geht es darum, digitale Technologien und Ansätze zu nutzen, um in etablierten Unternehmen bspw. bestehende Prozesse zu optimieren und damit die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens im Kerngeschäft spürbar und nachhaltig zu steigern. Andererseits liegt ein Schwerpunkt auf der Weiterentwicklung kundenzentrierter Geschäftsmodelle sowie der Kompetenz, abschätzen zu können, welche Elemente erfolgreicher Geschäftsmodelle anderer Unternehmen sinnvollerweise auf das eigene Geschäftsmodell übertragen werden können und welche Chancen und Risiken eine digitale Weiterentwicklung im jeweiligen Fall mit sich bringt.

## Einsatzgebiete und Berufsaussichten:

Absolvent\*innen von Digital Commerce Management sind gefragte Fach- und potenzielle Führungskräfte mit einem breiten Einsatzspektrum in Handelsunternehmen oder in handelsnahen Dienstleistungsunternehmen, die sowohl Beiträge dazu leisten können, bestehende Prozesse durch Nutzung digitaler Technologien zu optimieren – egal ob an der Schnittstelle zum Kunden, im Back-Office oder der Logistik – als auch die digitalen Aspekte des Geschäftsmodells gleichermaßen kundenzentriert wie risikominimiert weiterzuentwickeln und zu optimieren. Durch die technologienahen Elemente sind sie in der Lage, die funktionsweise handelsrelevanter digitaler Technologien zu verstehen und als betriebswirtschaftliche Partner der internen IT-Spezialisten oder externen Dienstleister die Implementierung im Unternehmen zu begleiten.

Durch die Breite der vermittelten fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen sind sie bestens für die vielfältigen Herausforderungen einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt gerüstet und zeichnen sich zudem durch ein hohes Maß an Lern- und Anpassungsfähigkeit aus.

## Voraussetzungen für ein erfolgreiches Studium:

Interessent\*innen für das Studium **BWL – Digital Commerce Management** sollten, neben Interesse an betriebswirtschaftlichen Fragestellungen in stationären oder digitalen Handelsunternehmen, ein vertieftes Interesse am Einsatz digitaler Technologien in der Handelsbranche mitbringen, sowohl

aus technologischer als auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht. Zudem sollte Interesse an Funktionsbereichen eines zunehmend digitalen Händlers, bspw. im Kontext Marketing, Logistik, Unternehmensentwicklung oder Customer Service, vorliegen.

## Theoriephasen an der Dualen Hochschule:

Neben den grundlegenden handelsrelevanten betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und rechtlichen Ausbildungsinhalten wird im Laufe des Studiums folgenden Themenbereichen besondere Aufmerksamkeit gewidmet:

- Ansatzpunkte für Effizienzsteigerungen in bestehenden Geschäftsprozessen
- Weiterentwicklung zunehmend digitaler Geschäftsmodelle

Weitere Ausbildungsinhalte befassen sich bspw. mit Themen des Datenmanagements oder Business Intelligence, digitalen Technologien, Grundlagen der Informatik, juristischen Fragen zu Datenschutz und Datensicherheit, aber auch bspw. Methoden des agilen Managements.

Verschiedene Wahlfächer erlauben im dritten Studienjahr zudem eine auf die Bedürfnisse des zukünftigen Einsatzfeldes zugeschnittene Spezialisierung, bspw. im Kontext digitaler Innovation.

Die Vorlesungsinhalte werden dabei weitgehend in deutscher Sprache vermittelt, wobei immer wieder auch auf englischsprachige Materialien und Quellen zurückgegriffen wird.



**BWL – Digital Commerce  
Management**



ggf. ebenfalls interessant:  
**BWL - Handel**