

# MODULHANDBUCH

**Master of Science**

Wirtschaftsinformatik (FS-WIMA-60-01)

60 ECTS

Fernstudium

Klassifizierung: konsekutiv

# Inhaltsverzeichnis

---

## 1. Semester

### **Modul DLMBIED-01 : Innovation und Entrepreneurship**

Modulbeschreibung .....	9
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship .....	11

### **Modul DLMWIWPBA1: Prozessmanagement**

Modulbeschreibung .....	17
Kurs DLMWIWPBA01: Prozessmanagement .....	19

### **Modul DLMWIWPBA2: Betriebliche Anwendungssysteme**

Modulbeschreibung .....	23
Kurs DLMWIWPBA02: Betriebliche Anwendungssysteme .....	25

### **Modul DLMIDBM: Digitale Business-Modelle**

Modulbeschreibung .....	29
Kurs DLMIDBM01: Digitale Business-Modelle .....	31

### **Modul DLMIMIUW: Informations- und Wissensmanagement**

Modulbeschreibung .....	37
Kurs DLMIMIUW01: Informations- und Wissensmanagement .....	39

### **Modul DLMCSITSDS: IT Sicherheit und Datenschutz**

Modulbeschreibung .....	43
Kurs DLMCSITSDS01: IT Sicherheit und Datenschutz .....	45

---

## 2. Semester

### **Modul DLMIHGD: Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung**

Modulbeschreibung .....	53
Kurs DLMIHGD01: Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung .....	55

### **Modul DLMWIWATIM: Anforderungs-, IT-Services- und IT-Architekturenmanagement**

Modulbeschreibung .....	59
Kurs DLMIAM01: Anforderungsmanagement .....	62
Kurs MWIT02: Management von IT-Services und IT-Architekturen .....	66

### **Modul DLMGWDIMP: Digitalisierung in Medizin und Pflege**

Modulbeschreibung .....	71
-------------------------	----

Kurs DLMGWDIMP01: Digitalisierung in Medizin und Pflege .....	73
Kurs DLMGWDIMP02: Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege .....	77
<b>Modul DLMWDI: Digital Insurance</b>	
Modulbeschreibung .....	81
Kurs DLMWDI01: Big Data im Versicherungswesen .....	84
Kurs DLMWDI02: Digital Innovation in Insurance .....	88
<b>Modul DLMAIEUIUX: UI/UX Expert</b>	
Modulbeschreibung .....	93
Kurs DLMAIEUIUX01: User Interface and Experience .....	95
Kurs DLMAIEUIUX02: Project: Human Computer Interaction .....	98
<b>Modul DLMIWNF: Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung</b>	
Modulbeschreibung .....	101
Kurs DLMIWNF01: Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung .....	103
Kurs DLMIWNF02: Projekt Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung .....	107
<b>Modul MWEC-01: E-Commerce</b>	
Modulbeschreibung .....	111
Kurs MWEC01-01: E-Commerce I .....	114
Kurs MWEC02-01: E-Commerce II .....	118
<b>Modul MWCH: Supply Chain Management</b>	
Modulbeschreibung .....	123
Kurs MWCH01: Globales Supply Chain Management .....	126
Kurs MWCH02: Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain .....	130
<b>Modul MWMA: Strategisches Marketing und Branding</b>	
Modulbeschreibung .....	135
Kurs MWMA01: Global Branding .....	138
Kurs MWMA02: Customer Relationship Marketing .....	143
<b>Modul DLMWIWCC: Cloud Computing</b>	
Modulbeschreibung .....	147
Kurs DLMWIWCC01: Einführung in Cloud Architekturen und Serverless Computing .....	149
Kurs DLMWIWCC02: Projekt: Cloud Computing .....	153
<b>Modul DLMWIWDSAI: Einführung in Data Science und AI</b>	
Modulbeschreibung .....	157
Kurs DLMDWDS01: Data Science .....	159
Kurs DLMAIAI01_D: Künstliche Intelligenz .....	163
<b>Modul MWPT: Projektmanagement</b>	
Modulbeschreibung .....	167

Kurs MWPT01: Methoden des Projektmanagements .....	169
Kurs MWPT02: Projektmanagement mit dem PMBOK Guide .....	172
<b>Modul DLMMAB: Masterarbeit</b>	
Modulbeschreibung .....	177
Kurs DLMMAB01: Masterarbeit .....	179
Kurs DLMMAB02: Kolloquium .....	182

---

2021-04-01



# 1. Semester

---





# Innovation und Entrepreneurship

Modulcode: DLMBIED-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Georg Berkel (Innovation und Entrepreneurship )

## Kurse im Modul

- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium  
Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Innovationsmanagement und Entrepreneurship in einer globalisierten Welt
- Grundlagen der Entrepreneurship
- Geschäftsidee und Unternehmensgründung
- Finanzierungsquellen und Finanzierungsprozesse
- Internet, Digitales Business, und künstliche Intelligenz
- Strategische Allianzen
- Familienunternehmen

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Innovation und Entrepreneurship

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors. Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkswirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen. Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen. Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.

**Kursziele**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

**Kursinhalt**

1. Entrepreneurship
  - 1.1 Entrepreneurship und Unternehmer
  - 1.2 Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
  - 1.3 Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship
2. Strategie der Unternehmensgründung
  - 2.1 Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
  - 2.2 Der Entrepreneur
  - 2.3 Geschäftsmodell und Strategie
3. Innovation und Innovationsmanagement
  - 3.1 Innovation
  - 3.2 Innovationsmanagement
  - 3.3 Der Schutz geistigen Eigentums
  - 3.4 Das BMW Empathic Design
4. Rechtsformen im internationalen Vergleich
  - 4.1 Deutschland
  - 4.2 USA

5. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen
  - 5.1 Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
  - 5.2 Business Angels
  - 5.3 Private Equity und Venture Capital
  - 5.4 Öffentliche Gründungsförderung
6. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse
  - 6.1 Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
  - 6.2 Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
  - 6.3 Valuierung von Unternehmensgründungen
7. Der Businessplan
  - 7.1 Zweck und Zielsetzung des Businessplans
  - 7.2 Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
  - 7.3 Struktur und Inhalt des Businessplans
  - 7.4 Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans
8. Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz
  - 8.1 E-Business
  - 8.2 Künstliche Intelligenz
  - 8.3 Globotics
9. Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures
  - 9.1 Cooperative Strategy
  - 9.2 Der richtige „Fit“
  - 9.3 Die richtige „Form“
10. Familienunternehmen
  - 10.1 Definition
  - 10.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung
  - 10.3 Stärken und Schwächen

<b>Literatur</b>
<b>Pflichtliteratur</b>
<p><b>Weiterführende Literatur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press.</li> <li>▪ Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK).</li> <li>▪ Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96.</li> <li>▪ Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK).</li> <li>▪ Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J): Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks, 3. Auflage, Oxford University Press.</li> <li>▪ Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success, Springer.</li> <li>▪ Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2. Auflage, Pearson, Harlow (UK).</li> <li>▪ Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69-74.</li> <li>▪ Fueglistaller, U./ Fust, A./ Müller, C./ Müller, S./ Zellweger, Th;(2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz; Springer Gabler.</li> <li>▪ Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.</li> <li>▪ Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Hanser, München.</li> <li>▪ Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München.</li> <li>▪ Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</li> <li>▪ Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.</li> <li>▪ Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz, 2., überarbeitete Auflage, Springer. Berlin.</li> <li>▪ Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work.</li> <li>▪ Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17-47.</li> <li>▪ Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship, 2nd Edition, Cambridge University Press.</li> <li>▪ Thomas Zellweger (2017): Managing the Family Business, Elgar.</li> </ul>

**Studienformat Kombistudium**

<b>Studienform</b> Kombistudium	<b>Kursart</b> Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed



# Prozessmanagement

Modulcode: DLMWIWPBA1

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sybille Kunz (Prozessmanagement)

## Kurse im Modul

- Prozessmanagement (DLMWIWPBA01)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Begriffe und Motivation zum Prozessmanagement
- Strategisches Prozessmanagement
- Modellierung von Geschäftsprozessen
- Prozesscontrolling
- Prozess-Roll-out
- Prozessoptimierung

**Qualifikationsziele des Moduls****Prozessmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Motivation von Prozessmanagement zu beschreiben, typische der Phasen der Prozessgestaltung abzugrenzen und Risiken von Prozessveränderungen zu benennen.
- Geschäftsprozesse strukturiert zu dokumentieren.
- Motivation und Einsatz von Referenzprozessen zu beschreiben und mind. einen typischen Referenzprozess zu benennen.
- erforderliche Aktivitäten im Reengineering von Prozessen zu beschreiben und beispielhaft durchzuführen.
- Phasen eines Prozess-Roll-outs zu beschreiben sowie Auswirkungen von Prozessänderungen zu analysieren und Risiken zu identifizieren.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

# Prozessmanagement

Kurscode: DLMWIWPBA01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Für die Steuerung und das Management von mittelgroßen und großen Organisationen sind klar beschriebene Geschäftsprozesse eine zentrale Grundlage. Sie enthalten verbindliche Regeln und Vereinbarungen, die das Zusammenwirken aller beteiligten Organisationseinheiten und Personen dokumentieren. In diesem Kurs werden zunächst konkrete Dokumentationsformen zur Prozessmodellierung und der Einsatz von Referenzprozessen dargestellt. Im Anschluss werden Phasen und Aktivitäten zum Reengineering bestehender Prozesse, mit denen bestehende Unternehmensprozesse neugestaltet werden können, behandelt. Anschließend wird dargestellt, wie mit einem Prozess-Roll-out die organisatorische Veränderung durchgeführt werden kann und was dabei zu beachten ist. Abschließend werden Motivation, Elemente und Ergebnisse des strategischen Prozessmanagements vorgestellt und deren Beziehungen in die Unternehmensorganisation erläutert.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Motivation von Prozessmanagement zu beschreiben, typische der Phasen der Prozessgestaltung abzugrenzen und Risiken von Prozessveränderungen zu benennen.
- Geschäftsprozesse strukturiert zu dokumentieren.
- Motivation und Einsatz von Referenzprozessen zu beschreiben und mind. einen typischen Referenzprozess zu benennen.
- erforderliche Aktivitäten im Reengineering von Prozessen zu beschreiben und beispielhaft durchzuführen.
- Phasen eines Prozess-Roll-outs zu beschreiben sowie Auswirkungen von Prozessänderungen zu analysieren und Risiken zu identifizieren.

## Kursinhalt

1. Begriffe und Motivation zum Prozessmanagement
  - 1.1 Begriffe: Prozess, Prozessmanagement
  - 1.2 Motivation für Prozessmanagement
  - 1.3 Risiken und Herausforderungen bei Änderungen von Prozessen in Organisationen
  - 1.4 Phasen der Prozessgestaltung
  - 1.5 Vom Prozess zum Workflow

2. Strategisches Prozessmanagement
  - 2.1 Organisationsformen und deren Entwicklung
  - 2.2 Herleitung von Unternehmensprozessmodellen
  - 2.3 Aufbau und Strukturierung von Unternehmensprozessmodellen
  - 2.4 Prozesslandschaft und Prozesslandkarten
  - 2.5 Referenzprozesse (ITIL, CMM als Beispiel)
3. Modellierung von Geschäftsprozessen
  - 3.1 Ist- und Soll-Modellierung
  - 3.2 Business Process and Notation (BPMN)
  - 3.3 Erweiterte Ereignisgesteuerte Prozessketten (eEPK)
4. Prozesscontrolling
  - 4.1 Der PDCA-Ansatz und KVP
  - 4.2 Prozesscontrolling, KPIs, Messgrößen, Dimensionen
  - 4.3 Process Mining
5. Prozess-Roll-out
  - 5.1 Phasen eines Prozess-Roll-out
  - 5.2 Simulation von Prozessen
6. Prozessoptimierung
  - 6.1 Ist-Analyse und Prozessbewertung
  - 6.2 Prozessoptimierung
  - 6.3 Analyse der Auswirkungen von Prozessänderungen
  - 6.4 Change Management

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Allweyer, T. (2015): BPMN 2.0 - Business Process Model and Notation: Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung. Books on Demand
- Becker, J./Kugeler, M./Rosemann, M. (2012): Prozessmanagement: Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung. 7. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Freund, J./Rücker, B. (2014): Praxishandbuch BPMN 2.0. 4. Auflage, München, Carl Hanser Verlag.
- Gadatsch, A. (2017): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen. 8. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Hanschke, I./Lorenz, R. (2012): Strategisches Prozessmanagement - einfach und effektiv. München, Carl Hanser Verlag.
- Horatzek, S. (2018): Toolbox Prozessmanagement: Vorgehensmodell und praktische Methoden für Industrie und Dienstleistung. München, Carl Hanser Verlag.
- Osterloh, M./Frost, J. (2009): Prozessmanagement als Kernkompetenz: Wie Sie Business Reengineering strategisch nutzen können. 5. Auflage, Wiesbaden, Gabler Verlag.
- Process Maps (2019): IT Process Wiki - das ITIL®-Wiki: Das Wiki zur IT Infrastructure Library ITIL®. Untertitel. (URL: <https://wiki.de.it-processmaps.com/index.php/Hauptseite> [letzter Zugriff: 2019-11-22]).
- Seidelmeier, H. (2019): Prozessmodellierung mit ARIS: Eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis. 5. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Betriebliche Anwendungssysteme

Modulcode: DLMWIWPBA2

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sybille Kunz (Betriebliche Anwendungssysteme)

## Kurse im Modul

- Betriebliche Anwendungssysteme (DLMWIWPBA02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Kategorien betrieblicher Anwendungssysteme
- Systeme zur Abwicklung von Geschäftsprozessen
- Enterprise Resource Planning
- Supply Chain Management
- Customer Relationship Management
- Managementinformationssysteme

**Qualifikationsziele des Moduls****Betriebliche Anwendungssysteme**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Kategorien betrieblicher Anwendungssysteme zu beschreiben und zu differenzieren.
- typische Aufgaben und Funktionen von Systemen zu Business Process Management, Workflow Management und Dokumenten Management zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.
- die Motivation und die Ziele von ERP-Systemen zu beschreiben und zu bewerten, wie diese die Planung und Steuerung operativer und strategischer Ressourcen unterstützen.
- Ziele, Funktionen und ein Beispielszenario für Supply Chain Management-Systeme zu nennen und abzugrenzen.
- Ziele, Funktionen und ein Beispielszenario für Customer Relationship Management-Systeme zu beschreiben.
- Einsatz und Inforationsstruktur analytischer Informationssysteme und deren Anwendungen für Managementinformation zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.
- für gegebene Szenarien zu analysieren und zu bewerten, welche Unternehmensfunktionen durch welche Arten betrieblicher Anwendungssysteme sinnvoll eingesetzt werden können und die gewonnenen Erkenntnisse zu beschreiben.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik



# Betriebliche Anwendungssysteme

Kurscode: DLMWIWPBA02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Fast jedes Unternehmen setzt betriebliche Anwendungssysteme ein, um Unternehmensprozesse operativ durchzuführen oder zu unterstützen. Zudem werden viele Managemententscheidungen auf Basis von Daten getroffen, die durch betriebliche Anwendungssysteme bereitgestellt und ausgewertet werden. Dieser Kurs stellt zunächst dar, welche Kategorien betrieblicher Anwendungssysteme es gibt und in welchen Unternehmensbereichen diese eingesetzt werden. Anschließend werden typische Aufgaben und Funktionen von Systemen für das Business Process Management, das Workflow Management und das Dokumenten Management beschrieben. Außerdem werden gezielt Aufgaben, Funktionen sowie Beispielszenarien für Systeme zum Enterprise Resource Planning, Supply Chain Management und zum Customer Relationship Management dargestellt. Zuletzt werden analytische Informationssysteme und deren Anwendungen als Managementinformationssysteme beschrieben.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Kategorien betrieblicher Anwendungssysteme zu beschreiben und zu differenzieren.
- typische Aufgaben und Funktionen von Systemen zu Business Process Management, Workflow Management und Dokumenten Management zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.
- die Motivation und die Ziele von ERP-Systemen zu beschreiben und zu bewerten, wie diese die Planung und Steuerung operativer und strategischer Ressourcen unterstützen.
- Ziele, Funktionen und ein Beispielszenario für Supply Chain Management-Systeme zu nennen und abzugrenzen.
- Ziele, Funktionen und ein Beispielszenario für Customer Relationship Management-Systeme zu beschreiben.
- Einsatz und Informationsstruktur analytischer Informationssysteme und deren Anwendungen für Managementinformation zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.
- für gegebene Szenarien zu analysieren und zu bewerten, welche Unternehmensfunktionen durch welche Arten betrieblicher Anwendungssysteme sinnvoll eingesetzt werden können und die gewonnenen Erkenntnisse zu beschreiben.

**Kursinhalt**

1. Kategorien betrieblicher Anwendungssysteme
  - 1.1 Begriffe, Ziele und Abgrenzung betrieblicher Anwendungssysteme
  - 1.2 Horizontale und vertikale Integration
  - 1.3 Beispielszenario für den Einsatz betrieblicher Anwendungssysteme
2. Systeme zur Abwicklung von Geschäftsprozessen
  - 2.1 Business Process Management Systeme
  - 2.2 Workflow Management Systeme
  - 2.3 Dokumenten Management Systeme
3. Enterprise Resource Planning
  - 3.1 Motivation und Ziele von Systemen zum Enterprise Resource Planning
  - 3.2 Planung und Steuerung operativer Ressourcen
  - 3.3 Planung und Steuerung strategischer Ressourcen
4. Supply Chain Management
  - 4.1 Motivation und Ziele von Systemen zum Supply Chain Management
  - 4.2 Allgemeine Prinzipien und Herausforderungen im SCM
  - 4.3 Funktionen von SCM-Systemen
  - 4.4 Beispielszenario für den Einsatz von SCM-Systemen
5. Customer Relationship Management
  - 5.1 Motivation und Ziele von Systemen zum CRM
  - 5.2 Allgemeine Aufgaben von CRM
  - 5.3 Beispielszenario für den Einsatz von CRM-Systemen
6. Managementinformationssysteme
  - 6.1 Analytische Informationssysteme und deren Anwendungen
  - 6.2 Informationsstruktur aus Managementsicht
  - 6.3 Beispielszenario für den Einsatz von Managementinformations-Systemen

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gluchowski, P./Chamoni, P. (2015): Analytische Informationssysteme: Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen. 5 Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler.
- Gronau, N. (2014): Enterprise Resource Planning - Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen. 3. Auflage, München, De Gruyter.
- Kurbel, K. (2016): Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie. München, De Gruyter.
- Mertens, P. et al. (2017): Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler.
- Riggert, W. (2019): ECM – Enterprise Content Management: Konzepte und Techniken rund um Dokumente. 2. Auflage, Wiesbaden, Springer Vieweg.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Fallstudie
-----------------------------------	------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Digitale Business-Modelle

Modulcode: DLMIDBM

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mario Boßlau (Digitale Business-Modelle)

### Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium  
Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung:  
Fallstudie, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium  
Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung:  
Fallstudie, 90 Minuten

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls**

- Geschichte und Erfolgsfaktoren des Digital Business
- Trends im Digital Business
- Kenntnis und Bewertung alternativer Geschäftsmodelle im Digital Business
- Vorgehen zur Erarbeitung der strategischen Unternehmenspositionierung im Digital Business
- Kenntnis alternativer Finanzierungsmodelle
- Ziele und Vorgehen zur Erstellung des Business Plans für Digitale Business Modelle

**Qualifikationsziele des Moduls****Digitale Business-Modelle**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLMIDBM01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

IT-getriebene Unternehmensgründungen und Geschäftsmodelle sind Gegenstand des Kurses „Digitale Business-Modelle“. Ausgehend von der Diskussion der historischen Entwicklung und der Rahmenbedingungen des Digital Business werden alternative Geschäftsmodelle im Digital Business systematisch dargestellt und hinsichtlich der jeweiligen Stärken- und Schwächen analysiert sowie bewertet. Die Studierenden lernen die zentralen Ansätze zur Entwicklung einer eigenständigen Unternehmenspositionierung und werden in die Lage versetzt, eigenständig die zentralen Einflussfaktoren auf den Unternehmenserfolg im digitalen Business zu prüfen und zu bewerten. Abschließend werden alternative Finanzierungskonzepte für digitale Geschäftsmodelle dargestellt und kritisch gewürdigt sowie die zentralen Bestandteile eines Business Plans detailliert. Darüber hinaus wird der gesamte Prozess zur Erstellung und Definition eines Business Plans im Detail dargestellt und an Praxisbeispielen erprobt.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

## Kursinhalt

1. Innovationsmanagement und Geschäftsmodelldefinitionen
  - 1.1 Grundbegriffe des Innovationsmanagements und Zusammenhang mit digitalen Geschäftsmodellen
  - 1.2 Geschäftsmodelle: Genese – Definition – Bezug zu Innovation
  - 1.3 Spezifika digitaler Geschäftsmodelle im Vergleich zu traditionellen Betrachtungen
2. Digitale Geschäftsmodelle: Definition und Elemente
  - 2.1 Neue Elemente digitaler Geschäftsmodelle
  - 2.2 Redefinition und Kernelemente digitaler Geschäftsmodelle
  - 2.3 Wertearchitektur und Wertemechanik

3. Basisarchitekturen, Standardmuster und Netzwerkintegration
  - 3.1 Grundlegende digitale Geschäftsmodellarchitekturen
  - 3.2 Standardmuster nach Geschäftsmodellelementen
  - 3.3 Netzwerke und Differenzierungsstrategien
4. Erfolgsfaktoren und Strategie
  - 4.1 Zusammenhänge zwischen den Konzepten: Geschäftsmodell, Erfolgsfaktoren und Strategie
  - 4.2 Relevante Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle
  - 4.3 Strategieebenen und Strategiebeispiele im Rahmen digitaler Geschäftsmodelle und deren Elemente
5. Business Case und Besonderheiten bei der Investitionsplanung
  - 5.1 Elemente des Business Case und Zusammenhang zu den bisherigen Konzepten
  - 5.2 Erlösmechanik, Umsatzplanung und Erfolgsgrößen
  - 5.3 Besonderheiten bei der Investitionsplanung



**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Ahmed, P. K./Shepherd, C. D. (2010): Innovation Management. Context, strategies, systems and processes. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Bagusat, A./Hermanns, A. (2008): E-Marketing Management. Grundlagen und Prozesse für Business-to-Consumer-Märkte. Vahlen, München.
- Böhm, S. (2004): Innovationsmarketing für UMTS-Diensteangebote. DUV/Gabler, Wiesbaden.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Y./Smith, M. D. (2006): From Niches to Riches. Anatomy of the Long Tail. In: Sloan Management Review, 47. Jg., Heft 4, S. 67–71.
- Brynjolfsson, E./Smith M. D. (2000): Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers. In: Management Science, 46. Jg., Heft 4, S. 563–585.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Y./Rahman, M. (2009): Battle of the Retail Channels. How Product Selection and Geography Drive Cross-Channel Competition. In: Management Science, 55. Jg., Heft 11, S. 1755–1765.
- Bullinger, H.-J. (2012): Einführung in das Technologiemanagement. Modelle, Methoden, Praxisbeispiele. Vieweg+Teubner, Stuttgart.
- Chaffey, D./Ellis-Chadwick, F. (2012): Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. 5. Auflage, Pearson Education, London.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Lynch, J./Ariely, D. (2000): Wine Online. Search Costs and Competition on Price, Quality, and Distribution. In: Marketing Science, 19. Jg., Heft 1, S. 83–103.
- Meier, A./Stormer, H. (2009): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Varian, H. (2000): When Commerce Moves Online. Competition Can Work in Strange Ways. In: New York Times vom 24. August 2000.

**Studienformat Kombistudium**

<b>Studienform</b> Kombistudium	<b>Kursart</b> Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMIDBM01

# Informations- und Wissensmanagement

Modulcode: DLMIMI UW

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. André Köhler (Informations- und Wissensmanagement)

## Kurse im Modul

- Informations- und Wissensmanagement (DLMIMI UW01)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Strategisches Informationsmanagement
- Informationsmanagement am Arbeitsplatz
- Datenmanagement-Systeme
- Informationsmanagement-Systeme
- Wissensbasierte Systeme
- Wissensmanagement

**Qualifikationsziele des Moduls****Informations- und Wissensmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Informationsflüsse im Unternehmen zu identifizieren und daraus Empfehlungen für adäquate Informationsmanagement-Systeme abzuleiten.
- Probleme des Informationsmanagements am Arbeitsplatz zu identifizieren und alternative Vorgehensweisen zu entwickeln.
- zwischen Daten und Informationsmanagement zu unterscheiden und typische Software fallbasiert zu benennen.
- Einsatz und Methoden von wissensbasierten Systemen zu erläutern und Einsatzgrenzen zu beurteilen.
- psychosoziale Bedingungen der Wissensverteilung zu erklären und daraus Empfehlungen ableiten zu können.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Informatik & Software-Entwicklung

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

# Informations- und Wissensmanagement

Kurscode: DLMIMIUW01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Einsatz digitaler Information in Unternehmen steht in engem Zusammenhang mit dem Wissen der Mitarbeiter. Dieser Kurs vermittelt Studierenden die Kenntnisse, Informationsbedürfnisse im Unternehmen zu lokalisieren, Transferkanäle zu identifizieren und daraus sowohl Erkenntnisse für die zu nutzende Informationstechnologie als auch für die Erhaltung und Anwendung von Wissen im Unternehmen zu gewinnen. Hierbei wird der Zusammenhang zwischen der strategischen Nutzung der Informationstechnologie und deren Auswirkungen auf konkrete Arbeitsplatzbedingungen herausgearbeitet. Nach einer Übersicht gängiger Verfahren des Datenmanagements werden Fallbeispiele der Informationsgewinnung erläutert und geeignete Softwarelösungen betrachtet. Darauf aufbauend werden Systeme und Methoden vorgestellt, mit denen Wissen der Mitarbeiter erfasst und gespeichert werden kann, um als Grundlage für die Entscheidungsunterstützung zu dienen. Die hierzu notwendige Betrachtung der psychosozialen Aspekte der Wissensverteilung bilden den Abschluss der Veranstaltung.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Informationsflüsse im Unternehmen zu identifizieren und daraus Empfehlungen für adäquate Informationsmanagement-Systeme abzuleiten.
- Probleme des Informationsmanagements am Arbeitsplatz zu identifizieren und alternative Vorgehensweisen zu entwickeln.
- zwischen Daten und Informationsmanagement zu unterscheiden und typische Software fallbasiert zu benennen.
- Einsatz und Methoden von wissensbasierten Systemen zu erläutern und Einsatzgrenzen zu beurteilen.
- psychosoziale Bedingungen der Wissensverteilung zu erklären und daraus Empfehlungen ableiten zu können.

## Kursinhalt

1. Einführung
  - 1.1 Abgrenzung des Fachgebiets
  - 1.2 Daten, Metadaten, Information, Wissen

2. Strategisches Informationsmanagement
  - 2.1 Identifizieren von Informationsflüssen
  - 2.2 Auswahl von Informationsmanagement-Systemen
  - 2.3 Voraussetzungen der Implementierung
3. Informationsmanagement am Arbeitsplatz
  - 3.1 Die Veränderung bestehender Arbeitsabläufe durch die IT
  - 3.2 Akzeptanz und arbeitsgerechte Nutzung von IT-Systemen
  - 3.3 E-Mail-Systeme und deren Alternativen
4. Datenmanagement-Szenarien
  - 4.1 Dokumentenmanagement
  - 4.2 Verwaltung und Buchhaltung
  - 4.3 Materialwirtschaft
  - 4.4 Auftragsbearbeitung
  - 4.5 Lieferketten
5. Informationsmanagement-Szenarien
  - 5.1 Planung
  - 5.2 Steuerung
  - 5.3 Beziehungspflege
  - 5.4 Informationsverteilung (Content-Management)
  - 5.5 Organisation
  - 5.6 Kooperation & Kommunikation
  - 5.7 Entscheidungsunterstützung
6. Wissensbasierte Systeme
  - 6.1 Wissensrepräsentation in Software (Ontologien)
  - 6.2 Fallbasiertes Speichern von Wissen
  - 6.3 Regelbasiertes Speichern von Wissen
  - 6.4 Inferenzmaschinen
  - 6.5 Systeme zur Unterstützung von Experten
7. Wissensmanagement
  - 7.1 Psychologische Aspekte der Wissensverteilung
  - 7.2 Wille und Fähigkeit zur Wissensverteilung
  - 7.3 Wissen und Lernen



**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Beierle, C./Kern-Isberner-G. (2019): Methoden wissensbasierter Systeme. Grundlagen, Algorithmen, Anwendungen. 6. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Hansen, H. R./Mendling, J./Neumann, G. (2019): Wirtschaftsinformatik. Grundlagen und Anwendungen. 12. Auflage, De Gruyter, Berlin/Boston.
- Heinrich, L. J./Riedl, R./Stelzer, D. (2014): Informationsmanagement. Grundlagen, Aufgaben, Methoden. 11. Auflage, Oldenbourg, München.
- Krcmar, H. (2015): Informationsmanagement. 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin/Heidelberg.
- Lehner, F. (2019): Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. 6. Auflage, Carl Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>
Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

## IT Sicherheit und Datenschutz

Modulcode: DLMCSITSDS

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Ralf Kneuper (IT Sicherheit und Datenschutz)

### Kurse im Modul

- IT Sicherheit und Datenschutz (DLMCSITSDS01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Fachpräsentation

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Datenschutz und Privatsphäre
- Bausteine der IT-Sicherheit
- IT-Sicherheitsmanagement
- Kryptographiekonzepte
- Kryptographie-Anwendungen

**Qualifikationsziele des Moduls****IT Sicherheit und Datenschutz**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kernkonzepte von IT-Sicherheit, Datenschutz und Kryptographie einschließlich ihrer Unterschiede und Beziehungen zu erklären.
- die Ansätze zum Datenschutz in verschiedenen Rechtsordnungen zu vergleichen.
- Datenschutzkonzepte auf die Datenwissenschaft und andere Anwendungsszenarien anzuwenden
- eine Analyse von Anwendungsszenarien durchzuführen, um die geeigneten Maßnahmen für das IT-Sicherheitsmanagement zu identifizieren, die umgesetzt werden sollten.
- Anwendungsszenarien zu untersuchen, um die geeigneten kryptografischen Konzepte zu identifizieren.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Informatik & Software-Entwicklung

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

# IT Sicherheit und Datenschutz

Kurscode: DLMCSITSDS01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Mit der zunehmenden Digitalisierung und Vernetzung von IT-Systemen ist der Bedarf gestiegen, Systeme und die von diesen Systemen verarbeiteten Daten zu schützen. Ziel dieses Moduls ist es, ein Verständnis für die erforderlichen Sicherheitsmaßnahmen, die IT-Sicherheit einschließlich Kryptographie und den Datenschutz zu vermitteln. Während der Bedarf an IT-Sicherheit weltweit ähnlich ist, haben verschiedene Kulturen unterschiedliche Erwartungen an Datenschutz und Privatsphäre. Dennoch werden personenbezogene Daten oft außerhalb des Landes verarbeitet, in dem die betroffenen Personen leben. Daher müssen die kulturellen Aspekte des Datenschutzes bei der Verarbeitung der Daten berücksichtigt werden. Dieser Kurs gibt einen Überblick über die wichtigsten IT-Sicherheitsmaßnahmen in verschiedenen Anwendungsszenarien sowie deren Integration in ein Informationssicherheitsmanagementsystem mit besonderem Fokus auf die relevante Normenfamilie ISO/IEC 270xx. Die Kryptographie stellt ein wichtiges Werkzeug für die IT-Sicherheit dar und wird in vielen verschiedenen Anwendungsszenarien wie sicheren Internetprotokollen und Block Chain eingesetzt.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kernkonzepte von IT-Sicherheit, Datenschutz und Kryptographie einschließlich ihrer Unterschiede und Beziehungen zu erklären.
- die Ansätze zum Datenschutz in verschiedenen Rechtsordnungen zu vergleichen.
- Datenschutzkonzepte auf die Datenwissenschaft und andere Anwendungsszenarien anzuwenden
- eine Analyse von Anwendungsszenarien durchzuführen, um die geeigneten Maßnahmen für das IT-Sicherheitsmanagement zu identifizieren, die umgesetzt werden sollten.
- Anwendungsszenarien zu untersuchen, um die geeigneten kryptografischen Konzepte zu identifizieren.

## Kursinhalt

1. Grundlagen von Datenschutz und IT-Sicherheit
  - 1.1 Terminologie und Risikomanagement
  - 1.2 Kernkonzepte der IT-Sicherheit
  - 1.3 Kernkonzepte von Datenschutz und Privatsphäre
  - 1.4 Kernkonzepte der Kryptografie
  - 1.5 Rechtliche Aspekte

2. Datenschutz
  - 2.1 Grundbegriffe des Datenschutzes (ISO/IEC 29100, Privacy by Design)
  - 2.2 Datenschutz in Europa: die DSGVO
  - 2.3 Datenschutz in den USA
  - 2.4 Datenschutz in Asien
3. Anwendung des Datenschutzes
  - 3.1 Anonymität und Pseudonyme
  - 3.2 Datenschutz in der Datenwissenschaft und Big Data
  - 3.3 Benutzer-Tracking im Online-Marketing
  - 3.4 Cloud Computing
4. Bestandteile der IT-Sicherheit
  - 4.1 Authentifizierung, Zugriffsverwaltung und -kontrolle
  - 4.2 Endgerätesicherheit
  - 4.3 IT-Sicherheit in Netzwerken
  - 4.4 Entwicklung sicherer IT-Systeme
5. IT-Sicherheitsmanagement
  - 5.1 Sicherheitsrichtlinien
  - 5.2 Sicherheits- und Risikoanalyse
  - 5.3 Die ISO 27000-Reihe
  - 5.4 IT-Sicherheit und IT-Governance
  - 5.5 Beispiel: IT-Sicherheit für Kreditkarten (PCI DSS)
6. Kryptografie
  - 6.1 Grundbegriffe der Kryptografie
  - 6.2 Symmetrische Kryptografie
  - 6.3 Asymmetrische Kryptografie
  - 6.4 Kryptografie mit elliptischer Kurve
  - 6.5 Hash-Funktionen
  - 6.6 Sicherer Datenaustausch
7. Kryptografische Anwendung
  - 7.1 Digitale Signaturen
  - 7.2 Sichere Internet-Protokolle
  - 7.3 Blockchain
  - 7.4 Elektronisches Geld

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bowman, C. et al. (2015): The architecture of privacy. On engineering technologies that can deliver trustworthy safeguards. O'Reilly, Sebastopol, CA.
- Hintzbergen, J. et al. (2015): Foundations of information security (3rd ed.). Van Haren Publishing, Zaltbommel.
- ISO/IEC 29100 (2011): Information technology — Security techniques — Privacy framework. ISO. (URL: [https://standards.iso.org/ittf/PubliclyAvailableStandards/c045123\\_ISO\\_IEC\\_29100\\_2011.zip](https://standards.iso.org/ittf/PubliclyAvailableStandards/c045123_ISO_IEC_29100_2011.zip) [Retrieved: 11.3.2020]).
- Paar, C./Pelzl, J. (2011). Understanding cryptography: A textbook for students and practitioners. Springer, Heidelberg.
- The Open Web Application Security Project (OWASP) (2005): A guide to building secure web applications and web services. OWASP. (URL: <https://www.um.es/atika/documentos/OWASPGuide2.0.1.pdf> [Retrieved: 11.3.2020]).

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Fachpräsentation

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed







## 2. Semester

---



## Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung

Modulcode: DLMIHDG

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Inga Schlömer (Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung)

### Kurse im Modul

- Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung (DLMIHDG01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

Das Seminar behandelt aktuelle Themen aus dem Umfeld von gesellschaftlichen Herausforderungen der Digitalisierung. Dabei werden insbesondere gesellschaftliche Fragestellungen und Herausforderungen thematisiert und der Einfluss der Digitalisierung auf Veränderungen in sozialen Prozessen und Arbeitswelten analysiert und reflektiert. Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine wissenschaftliche Seminararbeit erstellen, die der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen kann.

**Qualifikationsziele des Moduls****Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“ unter dem Einbezug deutscher und englischer wissenschaftlicher Literatur einzuarbeiten.
- wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge zu analysieren und Erkenntnisse in Form einer wissenschaftlichen Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- sich kritisch mit einem vorgegebenen Thema auseinanderzusetzen und mögliche Probleme oder negative Auswirkungen aufzuzeigen, so dass auf dieser Grundlage Entscheidungen getroffen werden können.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Volkswirtschaftslehre

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung

Kurscode: DLMIHG01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Seminars „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“ erstellen die Studierenden zu einem Fachthema eine wissenschaftliche Seminararbeit. Die Studierenden stellen so unter Beweis, dass sie in der Lage sind, sich selbstständig in ein aktuelles und gesellschaftlich relevantes Thema einzuarbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse wissenschaftlich zu dokumentieren.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“ unter dem Einbezug deutscher und englischer wissenschaftlicher Literatur einzuarbeiten.
- wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge zu analysieren und Erkenntnisse in Form einer wissenschaftlichen Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- sich kritisch mit einem vorgegebenen Thema auseinanderzusetzen und mögliche Probleme oder negative Auswirkungen aufzuzeigen, so dass auf dieser Grundlage Entscheidungen getroffen werden können.

## Kursinhalt

- Ein Seminar behandelt aktuelle Themen aus dem Bereich „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“. Dabei werden insbesondere gesellschaftliche Fragestellungen und Herausforderungen thematisiert und der Einfluss der Digitalisierung auf Veränderungen in sozialen Prozessen und Arbeitswelten analysiert und reflektiert.
- Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine wissenschaftliche Seminararbeit erstellen, die der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen kann. Der aktuelle Themenkatalog steht auf der Lernplattform und bildet die inhaltliche Basis des Moduls und kann vom Tutor ergänzt bzw. aktualisiert werden.

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bauernhansl, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung – Technologien – Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Brynjolfsson, E./McAfee, A. (2014): The Second Machine Age. Wie die nächste digitale Revolution unser aller Leben verändern wird. Plassen, Kulmbach.
- Funken, C./Schulz-Schaeffer, I. (Hrsg.) (2008): Digitalisierung der Arbeitswelt. Zur Neuordnung formaler und informeller Prozesse in Unternehmen. VS Verlag, Wiesbaden.
- Hotter, M. (2011): Privatsphäre. Der Wandel eines liberalen Rechts im Zeitalter des Internets. Campus, Frankfurt a. M.
- Keuper, F. et al. (Hrsg.) (2013): Digitalisierung und Innovation. Planung – Entstehung – Entwicklungsperspektiven. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Sowie themenabhängige Literaturlauswahl



**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Seminar
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 0 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMIHG01

# Anforderungs-, IT-Services- und IT-Architekturenmanagement

Modulcode: DLMWIWATIM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Inga Schlömer (Anforderungsmanagement) / Prof. Dr. André Köhler (Management von IT-Services und IT-Architekturen)

## Kurse im Modul

- Anforderungsmanagement (DLMIAM01)
- Management von IT-Services und IT-Architekturen (MWIT02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Anforderungsmanagement

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Management von IT-Services und IT-Architekturen

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Anforderungsmanagement**

- Grundlagen Anforderungsmanagement
- Dimensionen von Anforderungen
- Dokumentationsformen von Anforderungen
- Verwaltung von Anforderungen
- Anforderungsmanagement nach ITIL
- Herausforderungen und Risiken in der Praxis

**Management von IT-Services und IT-Architekturen**

- Grundlagen IT-Service Management und Begriffsbildung
- IT Infrastructure Library (ITIL)
- IT-Outsourcing
- IT-Architekturmanagement
- IT-Anwendungsportfolio-Management
- Aufbauorganisation der IT- und Architektur-Governance

**Qualifikationsziele des Moduls****Anforderungsmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu wissen, welche Aktivitäten und Prozesse im Kontext Anforderungsmanagement durchgeführt werden und welche Abhängigkeiten es zu anderen IT-Aktivitäten es gibt.
- Dimensionen von Anforderungen zu kategorisieren und Dokumentationsformen gezielt einzusetzen.
- zu unterscheiden, mit welchen Techniken und Vorgehensweisen Anforderungen zielgerichtet verwaltet und nachverfolgt werden können.
- typische Risiken und Herausforderungen der industriellen Praxis im Bereich Anforderungsmanagement zu erläutern.

**Management von IT-Services und IT-Architekturen**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundprinzipien von IT-Strategie, IT-Governance und IT-Architekturmanagement zu benennen, zu erläutern und voneinander abzugrenzen .
- die typischen Aktivitäten des IT-Architekturmanagements, deren Zusammenhänge und deren Abhängigkeiten zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- die Grundlagen und Herausforderungen des IT-Service Managements zu erläutern.
- die Motivation und den Aufbau der IT Infrastructure Library (ITIL) zu beschreiben, die Hauptelemente zu erläutern und konkrete Aktivitäten im Service Lifecycle zu verorten.
- die Aktivitäten der ITIL-Governance und ITIL-Operational-Prozesse zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

# Anforderungsmanagement

Kurscode: DLMIAM01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs lernen die Studierenden Hintergründe, Begriffe, Methoden und Instrumente des Anforderungsmanagements kennen. Dabei wird überwiegend die Managementebene betrachtet, d. h. die Aspekte vertieft, die gezielt für die Gestaltung des Managements von Anforderungen im Kontext Unternehmens-IT besonders relevant sind. Darüber hinaus werden typische Risiken und Herausforderungen aufgezeigt und diskutiert, die im Bereich Anforderungsmanagement verortet werden können.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu wissen, welche Aktivitäten und Prozesse im Kontext Anforderungsmanagement durchgeführt werden und welche Abhängigkeiten es zu anderen IT-Aktivitäten es gibt.
- Dimensionen von Anforderungen zu kategorisieren und Dokumentationsformen gezielt einzusetzen.
- zu unterscheiden, mit welchen Techniken und Vorgehensweisen Anforderungen zielgerichtet verwaltet und nachverfolgt werden können.
- typische Risiken und Herausforderungen der industriellen Praxis im Bereich Anforderungsmanagement zu erläutern.

## Kursinhalt

1. Grundlagen Anforderungsmanagement
  - 1.1 Begriff: Anforderung und Anforderungsmanagement
  - 1.2 Typische Prozesse, Aktivitäten und Rollen
  - 1.3 Beziehungen zu anderen konstruktiven und verwaltenden IT-Aktivitäten
2. Dimensionen von Anforderungen
  - 2.1 Überblick und Zusammenhang
  - 2.2 Anforderungen im Kontext Softwareentwicklung
  - 2.3 Anforderungen im Kontext Transition
  - 2.4 Anforderungen im Kontext Betrieb

3. Dokumentationsformen von Anforderungen
  - 3.1 Texte und Tabellen
  - 3.2 Modelle und Diagramme
  - 3.3 Dokumentenstrukturen
4. Verwaltung von Anforderungen
  - 4.1 Lebenszyklus
  - 4.2 Attribute von Anforderungen
  - 4.3 Verfolgbarkeit und Versionierung
5. Anforderungsmanagement nach ITIL
  - 5.1 Grundbegriffe und die Service-Wertschöpfungskette
  - 5.2 ITIL-Management-Praktiken und ihr Bezug zum Anforderungsmanagement
  - 5.3 Rollen und Verantwortlichkeiten
6. Herausforderungen und Risiken in der Praxis
  - 6.1 Unpräzise und ungenaue Beschreibungen
  - 6.2 Kontinuierliche Änderungen von Anforderungen
  - 6.3 Organisation industrieller Softwareprozesse

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Larson, E./Larson, R. (2013): Practitioners Guide to Requirements Management. Part 1: Requirements Planning. 2. Auflage, Watermark Learning, Minneapolis (MN).
- Lauenroth, K. (2011): Eine kleine praktische Philosophie über das Requirements Engineering. (URL: <http://www.slideshare.net/adessoAG/vortrag-kim-lauenroth> [letzter Zugriff: 28.02.2017]).
- Object Management Group (OMG) (Hrsg.) (2013): Unified Modeling Language UML. (URL: <http://www.uml.org> [letzter Zugriff: 28.02.2017]).
- Pohl, K. (2008): Requirements Engineering. Grundlagen, Prinzipien, Techniken. 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Pohl, K./Rupp, C. (2011): Basiswissen Requirements Engineering. Aus- und Weiterbildung zum Certified Professional for Requirements Engineering. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Robertson, S./Robertson, J. (2012): Mastering the Requirements Process. Getting Requirements Right. Addison-Wesley, Boston.
- Rupp, C. (2009): Requirements-Engineering und Management. Professionelle, iterative Anforderungsanalyse für die Praxis. 5. Auflage, Hanser, München.
- Rupp, C./Queins, S./Zengler, B. (2007): UML 2 glasklar. Praxiswissen für die UML- Modellierung. 2. Auflage, Hanser, München.



**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>
Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

# Management von IT-Services und IT-Architekturen

Kurscode: MWIT02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

IT-Servicemanagement ist ein Ansatz, die IT eines Unternehmens als Dienstleister und Unterstützer der betrieblichen und geschäftlichen Prozesse auszurichten und zu verstehen. Hierbei stehen Qualitätsmanagement und Handhabung des täglichen Betriebs im Vordergrund. Neben konkreten IT-Projekten, z. B. die Neuentwicklung eines IT-Systems oder die Einführung einer Standardsoftware, muss für die organisationsweite IT-Infrastruktur – also die Menge aller eingesetzter IT-Hardware und -Softwaresysteme – ein strategisches Management eingesetzt werden. Die Aufgabe des IT-Architekturmanagements ist die strategische Ausrichtung der IT-Infrastruktur an die Geschäfts- und IT-Strategie der Organisation. Dieser Kurs vermittelt typische Konzepte, Methoden, Vorgehensweisen und Modelle für die Aufgaben im Rahmen des IT-Architekturmanagements.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundprinzipien von IT-Strategie, IT-Governance und IT-Architekturmanagement zu benennen, zu erläutern und voneinander abzugrenzen .
- die typischen Aktivitäten des IT-Architekturmanagements, deren Zusammenhänge und deren Abhängigkeiten zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- die Grundlagen und Herausforderungen des IT-Service Managements zu erläutern.
- die Motivation und den Aufbau der IT Infrastructure Library (ITIL) zu beschreiben, die Hauptelemente zu erläutern und konkrete Aktivitäten im Service Lifecycle zu verorten.
- die Aktivitäten der ITIL-Governance und ITIL-Operational-Prozesse zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.

## Kursinhalt

1. Grundlagen und Begriffe zum IT-Servicemanagement
  - 1.1 IT-Dienstleistungen (auch: IT-Services, engl.: IT services)
  - 1.2 IT-Servicemanagement
2. IT Infrastructure Library (ITIL)
  - 2.1 Service Lifecycle und Prozessgruppen in ITIL
  - 2.2 Service Strategy
  - 2.3 Continual Service Improvement

3. ITIL – Service Design
  - 3.1 Service Level Management
  - 3.2 Service Catalog Management
  - 3.3 Availability Management
  - 3.4 Weitere Prozesse im Service Design
4. ITIL – Service Transition
  - 4.1 Transition Planning and Support
  - 4.2 Change Management
  - 4.3 Service Asset and Configuration Management (SACM)
  - 4.4 Weitere Prozesse in der Service Transition
5. ITIL – Service Operation
  - 5.1 Event Management
  - 5.2 Incident Management
  - 5.3 Problem Management
  - 5.4 Weitere Prozesse in der Service Operation
6. Grundlagen und Begriffe zum IT-Architekturmanagement
  - 6.1 IT-Unternehmensarchitektur
  - 6.2 Ziele von Enterprise Architecture Management
  - 6.3 Prozesse im Management von IT-Unternehmensarchitekturen
7. IT-Anwendungsportfoliomanagement
  - 7.1 Überblick über das IT-Anwendungsportfoliomanagement
  - 7.2 Anwendungshandbuch
  - 7.3 Portfolioanalyse
  - 7.4 Bebauungsplanung
8. Architektur-Governance
  - 8.1 Aufbauorganisation
  - 8.2 Entwicklung und Durchsetzung von Richtlinien
  - 8.3 Projektbegleitung

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Beims, M. (2012): IT-Service Management mit ITIL. 3. Auflage, Hanser, München.
- Gaulke, M. (2010): Praxiswissen COBIT. Val IT – Risk IT. Grundlagen und praktische Anwendung für die IT-Governance. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Gründer, T. (2010): IT-Outsourcing in der Praxis. Strategien, Projektmanagement, Wirtschaftlichkeit. 2. Auflage, ESV, Berlin.
- Hanschke, I. (2011): Enterprise Architecture Management. Einfach und effektiv. Hanser, München.
- Keller, W. (2012): IT-Unternehmensarchitektur. Von der Geschäftsstrategie zur optimalen IT-Unterstützung. 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Keuntje, J. H./Barkow, R. (Hrsg.) (2010): Enterprise Architecture Management in der Praxis. Wandel, Komplexität und IT-Kosten im Unternehmen beherrschen. Symposium Publishing, Düsseldorf.
- Köhler, P. T. (2006): PRINCE 2. Das Projektmanagement-Framework. Springer, Berlin.
- Krammer, H. P. M./Merrienboer, J. G. v./Hodel, M. (2011): Outsourcing Realisieren. 2. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Kütz, M. (2004): Kennzahlen in der IT. Werkzeuge für Controlling und Management. 4. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Nicklisch, G. et al. (2008): IT-Near- und -Offshoring in der Praxis. Erfahrungen und Lösungen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Renner, B./Moser, U./Schmid, D. (2006): IT-Service-Management. Transparente IT-Leistungen & messbare Qualität. BPX Edition, Rheinfelden.
- Ross, J. W./Weill, P./Robertson, D. C. (2006): Enterprise Architecture as Strategy. Creating a Foundation for Business Execution. Harvard Business Review Press, Boston.
- Schwarzer, B. (2009): Einführung in das Enterprise Architecture Management. Verstehen – Planen – Umsetzen. Books on Demand, Norderstedt.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2011): Handbuch IT-Management. Konzepte, Methoden, Lösungen und Arbeitshilfen für die Praxis. 4. Auflage, Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWIT02

## Digitalisierung in Medizin und Pflege

Modulcode: DLMGWDIMP

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Patrick Fehling (Digitalisierung in Medizin und Pflege) / Prof. Dr. Patrick Fehling (Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege)

### Kurse im Modul

- Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP01)
- Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP02)

### Art der Prüfung(en)

<b>Modulprüfung</b>	<b>Teilmodulprüfung</b>
	<u>Digitalisierung in Medizin und Pflege</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten</li> </ul> <u>Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit</li> </ul>

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

#### Digitalisierung in Medizin und Pflege

- Begriffe, Konzepte und Beispiele der Digitalisierung im Gesundheits- und Sozialwesen
- Gestaltungsansätze für Digitalisierungsprojekte
- Ethische Betrachtung von Digitalisierungsprozessen
- Herausforderungen und Risiken digitaler Transformationen

#### Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege

In diesem Kurs soll eine kritische Betrachtung aktueller Themen und Trends in Bezug auf die Digitalisierung von Prozessen in Medizin und Pflege erfolgen.

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Digitalisierung in Medizin und Pflege

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Begriffe und Konzepte der Digitalisierung zu erklären.
- die Prinzipien und Wirkweisen von digitalen Transformationen zu verstehen.
- aktuelle Technologien und Digitalisierungsprozesse aus Medizin und Pflege zu beschreiben.
- eigene Ideen und Gestaltungsansätze für Digitalisierungsprojekte zu entwickeln.
- die ethischen Probleme von digitalen Transformationen zu bestimmen.
- die Herausforderungen und Risiken von Digitalisierungsprozessen zu beurteilen.

#### Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Fragestellung der Digitalisierung aus verschiedenen Standpunkten bzw. Sichtweisen zu beurteilen.
- nach wissenschaftlichen Grundsätzen eine systematische Literaturrecherche durchzuführen.
- eine wissenschaftliche Arbeit nach formalen und methodischen Kriterien zu verfassen.
- verschiedene, aktuelle Fragestellungen der digitalen Transformation in Medizin und Pflege zu benennen.
- die unterschiedlichen Auswirkungen und Veränderungen durch Digitalisierungsprozesse in Medizin und Pflege gegenüberzustellen.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik



# Digitalisierung in Medizin und Pflege

Kurscode: DLMGWDIMP01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs setzt sich mit der Digitalisierung und den damit verbundenen Veränderungen in den Prozessen der medizinischen und pflegerischen Versorgung auseinander. In einer Einführung werden zunächst die wichtigsten Begriffe und Konzepte der Digitalisierung erklärt, um anschließend die unterschiedlichen Auswirkungen und Bewertungsmöglichkeiten von digitalen Wandlungsprozessen aufzuzeigen. Anschließend werden aktuelle Beispiele und Trends der Digitalisierung aus medizinischer und pflegerischer Versorgungspraxis behandelt, z. B. OP-Roboter und medizinische Unterstützungssysteme sowie assistive Technologien. Dabei wird in Exkursen gezielt auf die informationstechnischen Hintergründe von digitalen Technologien eingegangen, z. B. autonome Systeme und künstliche Intelligenzen. Im nächsten Schritt werden Wege aufgezeigt, wie Digitalisierungsprozesse in Medizin und Pflege erfolgreich gestaltet werden können. Schwerpunktmäßig werden hierbei die Bereiche Informations- und Kommunikationsmanagement, Personalentwicklung und Wissensmanagement betrachtet. Abschließend werden die ethischen Herausforderungen von digitalen Transformationsprozessen untersucht, die derzeit (noch) ungelöste rechtliche Probleme mit sich bringen (z. B. Haftungsrecht). Ebenso wird reflektiert, welche Rolle der Mensch (als Bürger, Patient oder Mitarbeiter) in einem digitalen Gesundheits- und Sozialwesen hat und welche Risiken und Herausforderungen hinsichtlich Daten- und Informationssicherheit sowie Datenschutz als auch Transparenz und Kontrolle von Algorithmen festzustellen sind.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Begriffe und Konzepte der Digitalisierung zu erklären.
- die Prinzipien und Wirkweisen von digitalen Transformationen zu verstehen.
- aktuelle Technologien und Digitalisierungsprozesse aus Medizin und Pflege zu beschreiben.
- eigene Ideen und Gestaltungsansätze für Digitalisierungsprojekte zu entwickeln.
- die ethischen Probleme von digitalen Transformationen zu bestimmen.
- die Herausforderungen und Risiken von Digitalisierungsprozessen zu beurteilen.

## Kursinhalt

1. Grundlagen der Digitalisierung
  - 1.1 Begriffe und Konzepte
  - 1.2 Prinzipien und Wirkweisen
  - 1.3 Evaluation

2. Digitale Transformationen und Trends in der medizinischen Versorgung
  - 2.1 Der Patient als Arzt - Medizinische Selbstversorgung
  - 2.2 Der Arzt in der Ferne - Telemedizin
  - 2.3 Der Computer als Arzt - Medizinische Unterstützungssysteme
  - 2.4 Exkurs: Algorithmen und maschinelles Lernen
3. Digitale Transformationen und Trends in der pflegerischen Versorgung
  - 3.1 Digitales Pflegemanagement im Krankenhaus am Beispiel von Informationssystemen
  - 3.2 Digitales Pflege- und Versorgungsmanagement in der Altenpflege am Beispiel von assistiven Technologien
  - 3.3 Exkurs: Künstliche Intelligenz und Robotik
4. Ausgewählte Gestaltungsansätze für das Gesundheits- und Pflegemanagement
  - 4.1 Informations- und Kommunikationsmanagement
  - 4.2 Personalentwicklung
  - 4.3 Wissensmanagement
5. Ethische Betrachtung von digitalen Gesundheits- und Pflegeleistungen
  - 5.1 Ethische Begriffe und Konzepte
  - 5.2 Können Algorithmen und autonome Systeme verantwortlich handeln?
  - 5.3 Können künstliche Intelligenzen und Roboter den Menschen ersetzen?
6. Herausforderungen und Risiken der digitalen Transformation im Gesundheits- und Sozialwesen
  - 6.1 Analoge Menschen - Digitale Technologien
  - 6.2 Datensicherheit, Informationssicherheit und Datenschutz
  - 6.3 Transparenz und Kontrolle von Algorithmen

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Capurro, R. (2017): Homo Digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Heesen, J. (Hrsg., 2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. B. Metzler Verlag, Stuttgart.
- Lehner, F. (2014): Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. 5., aktualisierte Auflage. Carl Hanser Verlag München.
- Menvielle, L./Audrain-Pontevia, A.-F./Menvielle, W. (Hrsg., 2017): The Digitalization of Healthcare. Palgrave Macmillan, London.
- Pfannstiel, M.A./Da Cruz, P./Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen I. Impulse für die Versorgung. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Pfannstiel, M.A./Da Cruz, P./Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen II. Impulse für das Management. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Pfannstiel, M.A./Krammer, S./Swoboda, W. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen III. Impulse für die Pflegepraxis. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rebscher, H./Kaufmann, S. (Hrsg., 2017): Digitalisierungsmanagement in Gesundheitssystemen. medhochzwei Verlag, Heidelberg.
- Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (Hrsg., 2016): Digitale Welt und Gesundheit. eHealth und mHealth – Chancen und Risiken der Digitalisierung im Gesundheitsbereich. Berlin.
- Swoboda, W. (2017): Informationsmanagement im Gesundheitswesen. UVK Verlagsgesellschaft München und Konstanz.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege

Kurscode: DLMGWDIMP02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden schwerpunktmäßig digitale Transformationen und Trends in Medizin und Pflege betrachtet. Technologische Fortschritte in Informations- und Kommunikationstechnik sowie Robotik führen dazu, dass sich in kürzester Zeit gewachsene Strukturen und Prozesse im Gesundheits- und Sozialwesen wandeln. Damit ist auch verbunden, dass sich die gewohnten Rollen und Verantwortungsbereiche aller beteiligten Akteure (z. B. Ärzte, Pflege- und Betreuungskräfte, Patienten, Bürger etc.) verändern. Im Gesundheits- und Pflegemanagement muss man die Fähigkeit besitzen, sich kritisch mit Innovationen bzw. neuen Technologien auseinanderzusetzen, um ihren tatsächlichen gesellschaftlichen, kulturellen und ökonomischen Mehrwert einschätzen zu können. Deswegen fertigt jeder Teilnehmer eine Seminararbeit an, in welcher die kritische Auseinandersetzung mit digitalen Transformationsprozessen erfolgt, wodurch Vor- und Nachteile sowie Chancen und Grenzen von digitalen Technologien und Prozessen erkannt werden. Daneben eröffnen sich hierdurch auch Perspektiven für die aktive Gestaltung und das Management von Digitalisierungsprozessen in Krankenhäusern, Altenpflegeheimen und anderen Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Fragestellung der Digitalisierung aus verschiedenen Standpunkten bzw. Sichtweisen zu beurteilen.
- nach wissenschaftlichen Grundsätzen eine systematische Literaturrecherche durchzuführen.
- eine wissenschaftliche Arbeit nach formalen und methodischen Kriterien zu verfassen.
- verschiedene, aktuelle Fragestellungen der digitalen Transformation in Medizin und Pflege zu benennen.
- die unterschiedlichen Auswirkungen und Veränderungen durch Digitalisierungsprozesse in Medizin und Pflege gegenüberzustellen.

## Kursinhalt

- Die digitale Transformation im Gesundheits- und Sozialwesen schreitet kontinuierlich voran: innovative Versorgungsprozesse kommen in der Praxis an, neue Technologien und Märkte entstehen, aber auch neue Risiken und Probleme treten auf. Dieses Seminar greift solch aktuelle Themen der Digitalisierung in Medizin und Pflege auf. Dabei behandeln die Seminarthemen u.a. verschiedene Technologien und Innovationen der Digitalisierung im Gesundheits- und Sozialwesen (mHealth, internet of things, AI etc.), die aus verschiedenen

Sichtweisen analysiert werden sollen, z. B. aus ethischer, rechtlicher, sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Sicht. Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen.

## Literatur

### Pflichtliteratur

#### Weiterführende Literatur

- Capurro, R. (2017): Homo Digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Heesen, J. (Hrsg., 2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. B. Metzler Verlag, Stuttgart.
- Lehner, F. (2014): Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. 5., aktualisierte Auflage. Carl Hanser Verlag München.
- Menvielle, L./Audrain-Pontevia, A.-F./Menvielle, W. (Hrsg., 2017): The Digitalization of Healthcare. Palgrave Macmillan, London.
- Pfannstiel, M.A./Da Cruz, P./Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen I. Impulse für die Versorgung. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Pfannstiel, M.A./Da Cruz, P./Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen II. Impulse für das Management. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Pfannstiel, M.A./Krammer, S./Swoboda, W. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen III. Impulse für die Pflegepraxis. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rebscher, H./Kaufmann, S. (Hrsg., 2017): Digitalisierungsmanagement in Gesundheitssystemen. medhochzwei Verlag Heidelberg.
- Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (Hrsg., 2016): Digitale Welt und Gesundheit. eHealth und mHealth. Chancen und Risiken der Digitalisierung im Gesundheitsbereich. Berlin.
- Swoboda, W. (2017): Informationsmanagement im Gesundheitswesen. UVK Verlagsgesellschaft, München und Konstanz.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Seminar
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMGWDIMP02



# Digital Insurance

Modulcode: DLMWDI

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine</li> <li>▪ DLMWDI01</li> </ul>	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	---	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Martin Kaschny (Big Data im Versicherungswesen) / Prof. Dr. Martin Kaschny (Digital Innovation in Insurance)

## Kurse im Modul

- Big Data im Versicherungswesen (DLMWDI01)
- Digital Innovation in Insurance (DLMWDI02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Big Data im Versicherungswesen

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Digital Innovation in Insurance

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Big Data im Versicherungswesen**

- Hintergründe und Geschichte von Big Data und seiner Applikationen in der Versicherungsbranche
- Enabler der digitalen Transformation in der Versicherungsbranche
- Anwendung von Data Mining und Big Data Management im Versicherungswesen
- Methoden der Datenanalyse
- Techniken der Datenvisualisierung
- Case Study: Big Data Management in der Versicherungsbranche

**Digital Innovation in Insurance**

- Digitalisierung, Innovationen und Transformation in der Versicherungsbranche
- Opportunity Recognition: neue Spielregeln im Markt
- Modellbildungen zur digitalen Versicherung
- Innovation Management in der Versicherungsbranche
- Aktuelle Entwicklungen und Trends: Konzeptionelle Innovationen
- Case Study: Digitales Innovationsmanagement in der Versicherung

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Big Data im Versicherungswesen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe rund um Data Mining und Big Data zu erklären.
- Data Mining und Big Data von anderen Enablern der Digitalisierung abgrenzen zu können.
- die verschiedenen Anwendungen von Data Mining und Big Data in der Versicherungsbranche skizzieren und deren Nutzen differenziert unter der Berücksichtigung der für Big Data elementaren fünf Vs (Volume, Variety, Velocity, Validity, Value) zu bewerten.
- die Instrumente der Datenanalyse und -bewertung zu benennen und anzuwenden. Das ist ausdrücklich das Datamining und die Datenanalyse großer versicherungswirtschaftlicher Datenmengen auf der Grundlage statistischer und interdisziplinär Methoden.
- die datenschutzrechtlichen und moralischen Implikationen von Big Data in der Versicherungswirtschaft zu erläutern und in ihrem praktischen Handeln zu berücksichtigen.

#### Digital Innovation in Insurance

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe rund um die Digitalisierung, Innovationen und Transformation in der Versicherungswirtschaft zu erklären.
- Digital Insurance Innovation als Modell zu entwickeln und anhand verschiedener Ausprägungen zu erklären.
- das Innovations-Management und dessen Instrumente zu erläutern und anzuwenden.
- Opportunity Recognition unter der Berücksichtigung sich immer neu ergebender Spielregeln im Markt zu betreiben.
- aktuelle Trends, wie z. B. konzeptionelle Innovationen, des Digital Innovation Management zu skizzieren und exemplarisch auf die Versicherungswirtschaft anzuwenden.
- sich eigenständig in ein Thema im Bereich Digital Insurance Innovation einzuarbeiten und ihre Ergebnisse im Rahmen einer Fallstudie schriftlich darzulegen.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Methoden auf

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Big Data im Versicherungswesen

Kurscode: DLMWDI01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Studierende werden in diesem Kurs mit den Rahmenbedingungen, Hintergründen und der Geschichte von Big Data und der zunehmenden Relevanz für die Finanzdienstleistungsbranche vertraut gemacht. Auf Grundlage der Erfolgsfaktoren (sog. fünf V) erfolgt u.a. eine umfassende Erarbeitung IT- und datenspezifischer sowie datenrechtlicher Anforderungen. Dies befähigt die Kursteilnehmer, sich im Detail mit prozess- und produktbezogenen Anwendungen von Data Mining und Big Data Management im Versicherungswesen zu beschäftigen und diese kritisch zu reflektieren. Methoden der Datenanalyse wie u. a. supervised and unsupervised learning, deep learning sowie diversen Techniken der Datenvisualisierung befähigen die Studierenden, mit Big Data in der Versicherungsbranche zu arbeiten. Anhand einer exemplarischen Case Study werden die Studierenden in die Lage versetzt, das Erlernete auf neue Sachverhalte innerhalb der VU zu transferieren.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe rund um Data Mining und Big Data zu erklären.
- Data Mining und Big Data von anderen Enablern der Digitalisierung abgrenzen zu können.
- die verschiedenen Anwendungen von Data Mining und Big Data in der Versicherungsbranche skizzieren und deren Nutzen differenziert unter der Berücksichtigung der für Big Data elementaren fünf Vs (Volume, Variety, Velocity, Validity, Value) zu bewerten.
- die Instrumente der Datenanalyse und -bewertung zu benennen und anzuwenden. Das ist ausdrücklich das Datamining und die Datenanalyse großer versicherungswirtschaftlicher Datenmengen auf der Grundlage statistischer und interdisziplinär Methoden.
- die datenschutzrechtlichen und moralischen Implikationen von Big Data in der Versicherungswirtschaft zu erläutern und in ihrem praktischen Handeln zu berücksichtigen.

## Kursinhalt

1. Hintergründe und Geschichte von Big Data und seiner Applikationen in der Versicherungsbranche
  - 1.1 Definitionen und Abgrenzung
  - 1.2 Charakterisierung von Big Data anhand der fünf und weiterer „Vs“
  - 1.3 Datenschutz, -sicherheit und -integrität

2. Enabler der digitalen Transformation in der Versicherungsbranche
  - 2.1 Digitale Transformation
  - 2.2 Enabler
3. Anwendung von Data Mining und Big Data Management im Versicherungswesen
  - 3.1 IT-Architekturen und Datenhaltung
  - 3.2 Herausforderungen und Möglichkeiten
  - 3.3 Prozessbezogene Anwendungen
  - 3.4 Produktbezogene Anwendungen
4. Methoden der Datenanalyse
  - 4.1 Supervised and Unsupervised Learning
  - 4.2 Deep Learning
  - 4.3 Decision Trees
  - 4.4 Neuronale Netzwerke
  - 4.5 Schließen in Bayes'schen Netzen
  - 4.6 Regressionsanalyse
  - 4.7 High Performance und Cloud-Computing
  - 4.8 Predictive Modeling und Model Aggregation Methods
5. Techniken der Datenvisualisierung
  - 5.1 Grundsätze der Datenvisualisierung
  - 5.2 Visualisierungsansätze
  - 5.3 Visualisierungstools
6. Case Study: Big Data Management in der Versicherungsbranche
  - 6.1 Adoptionsprozess

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- KPMG (Hrsg.) (2018): Versicherungen in der Zeitfalle, Studie zur digitalen Transformation der Versicherungsbranche.
- Kreutzer, R.T. (2016): Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management. Springer, Wiesbaden.
- Matzler, K. (2016): Digital Disruption: Wie Sie Ihr Unternehmen auf das digitale Zeitalter vorbereiten. Vahlen, München.
- Meyer, J.U. (2017): Digitale Disruption: Die nächste Stufe der Innovation. BusinessVillage, Göttingen.
- Schalmo, D. (2016); Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Springer, Wiesbaden.
- Specht, P. (2019): Die 50 wichtigsten Themen der Digitalisierung: Künstliche Intelligenz, Blockchain, Bitcoin Virtual Reality und vieles mehr verständlich erklärt. 4. Auflage, Redline, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Digital Innovation in Insurance

Kurscode: DLMWDI02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	DLMWDI01

## Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Kurses werden den Studierenden die Anforderungen vermittelt, wie Chancen, die sich am Markt ergeben erkannt werden und wie passende digitale Innovationen in der Finanzdienstleistungsbranche entwickelt und erfolgreich implementiert werden können. Voraussetzung dafür ist ein detailliertes Verständnis der Bedeutung digitaler Innovationen für die Zukunftsfähigkeit der VU. Darüber hinaus werden die Kompetenzen der Modellbildung für digitale Geschäftsmodelle (u.a. in Form der Kundenanforderungen und Customer Journey) vermittelt. Es werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie innovative Geschäftsmodelle für die Versicherungsbranche operationalisiert werden können. Zudem werden Trends im Bereich der digitalen Entwicklung der Branche besprochen. Eine Case Study zum digitalen Innovationsmanagement in der Versicherungsbranche ermöglicht den Studierenden, ihr erworbenes Wissen exemplarisch anzuwenden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe rund um die Digitalisierung, Innovationen und Transformation in der Versicherungswirtschaft zu erklären.
- Digital Insurance Innovation als Modell zu entwickeln und anhand verschiedener Ausprägungen zu erklären.
- das Innovations-Management und dessen Instrumente zu erläutern und anzuwenden.
- Opportunity Recognition unter der Berücksichtigung sich immer neu ergebender Spielregeln im Markt zu betreiben.
- aktuelle Trends, wie z. B. konzeptionelle Innovationen, des Digital Innovation Management zu skizzieren und exemplarisch auf die Versicherungswirtschaft anzuwenden.
- sich eigenständig in ein Thema im Bereich Digital Insurance Innovation einzuarbeiten und ihre Ergebnisse im Rahmen einer Fallstudie schriftlich darzulegen.

## Kursinhalt

1. Digitalisierung, Innovation und Transformation in der Versicherungsbranche
  - 1.1 Definition und Abgrenzung
  - 1.2 Charakterisierung von Digital Insurance
  - 1.3 Innovationen in der digitalen Evolution
  - 1.4 Herausforderungen und Möglichkeiten digitaler Innovationen



2. Opportunity Recognition: Neue Chancen am Markt erkennen
  - 2.1 Prozesse des Wandels und Erkennen von Chancen
  - 2.2 Aktuelle Situation und aktuelle Entwicklungen in der Versicherungsbranche
  - 2.3 Vertriebswege
  - 2.4 Regulierung und Datenschutz
3. Modellbildungen zur digitalen Versicherung
  - 3.1 Voice of the Customer
  - 3.2 Customer Journey Analysis
  - 3.3 Corporate Digital Insurance
  - 3.4 Customer Equity und Customer Value of Digital Insurance
  - 3.5 Kritische Erfolgsfaktoren
4. Innovationsmanagement in der Versicherungsbranche
  - 4.1 Innovationsmodelle
  - 4.2 Zukünftige Herausforderungen an Innovationen in der Versicherungsbranche
5. Aktuelle Entwicklungen: konzeptionelle Innovationen
  - 5.1 Der Blue Ocean Shift
  - 5.2 Netzwerk-Imperativ (Prosumer und Netzwerk-Orchestrierung)
  - 5.3 Recruiting und Personalentwicklung in der digitalen Welt
6. Case Study "Digital Innovation Management in der Versicherungsbranche"
  - 6.1 Das RPA-Projekt
  - 6.2 Die Entscheidungsvorlage

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- KPMG (Hrsg.) (2018): Versicherungen in der Zeitfalle, Studie zur digitalen Transformation der Versicherungsbranche.
- Kreutzer, R.T. (2016): Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management. Springer, Wiesbaden.
- Matzler, K. (2016): Digital Disruption: Wie Sie Ihr Unternehmen auf das digitale Zeitalter vorbereiten. Vahlen, München.
- Meyer, J.U. (2017): Digitale Disruption: Die nächste Stufe der Innovation. BusinessVillage, Göttingen.
- Schalmo, D. (2016); Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Springer, Wiesbaden.
- Specht, P. (2019): Die 50 wichtigsten Themen der Digitalisierung: Künstliche Intelligenz, Blockchain, Bitcoin Virtual Reality und vieles mehr verständlich erklärt. 4. Auflage, Redline, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Fallstudie
-----------------------------------	------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMWDI02

## UI/UX Expert

Module Code: DLMAIEUIUX

<b>Module Type</b> see curriculum	<b>Admission Requirements</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ DLMAIEUIUX01</li> <li>▪ none</li> </ul>	<b>Study Level</b> MA	<b>CP</b> 10	<b>Student Workload</b> 300 h
--------------------------------------	--	--------------------------	-----------------	----------------------------------

<b>Semester / Term</b> see curriculum	<b>Duration</b> Minimum 1 semester	<b>Regularly offered in</b> WiSe/SoSe	<b>Language of Instruction</b> English
--	--	--	---

### Module Coordinator

Prof. Dr. Adelka Niels (User Interface and Experience) / Prof. Dr. Adelka Niels (Project: Human Computer Interaction)

### Contributing Courses to Module

- User Interface and Experience (DLMAIEUIUX01)
- Project: Human Computer Interaction (DLMAIEUIUX02)

### Module Exam Type

#### Module Exam

#### Split Exam

##### User Interface and Experience

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

##### Project: Human Computer Interaction

- Study Format "Fernstudium": Portfolio

### Weight of Module

see curriculum

### Module Contents

#### User Interface and Experience

- ROI of UX design
- Role and mindset of UX design in IT projects
- The UX design process
- UX psychology: How the human mind works
- User research
- UX design basics

#### Project: Human Computer Interaction

In this course the students will gain practical experience in user experience design. They will conduct user testing for a given user interface and work on developing improvements. The work process and the results will become part of a portfolio.

### Learning Outcomes

#### User Interface and Experience

On successful completion, students will be able to

- Understand what design is about and the crucial aspects of good design
- understand and define the role of the UI/UX designer within a project.
- explain the UX design process and the user-centered mindset.
- advocate the importance of UX design for IT projects.
- describe the basic methods of user research, user testing, and user-centered design.

#### Project: Human Computer Interaction

On successful completion, students will be able to

- evaluate the usability of a user interface.
- conduct user testing.
- understand the practical implications of putting users first.
- make small changes in existing user interfaces and recognize the situations in which a user experience designer should be consulted.

#### Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Data Science & Artificial Intelligence

#### Links to other Study Programs of IUBH

All Master Programs in the IT & Technology fields

# User Interface and Experience

Course Code: DLMAIEUIUX01

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

## Course Description

UX design is crucial to the development of new IT services and applications and enhances the quality of the outcome. Applying UX design techniques can significantly and positively change the software development process, and good UX design is the result of effective teamwork. Within this course the students will understand the mindset, basic techniques, and impact of UX design on IT projects. They will learn how the UX design process works and the role of the UX designer within IT projects. They will also gain skills in the type of collaboration that produces the best results. Using their basic knowledge about good design, the students will know when it is appropriate that they make small changes to UIs themselves and when it is time to consult a designer.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- Understand what design is about and the crucial aspects of good design
- understand and define the role of the UI/UX designer within a project.
- explain the UX design process and the user-centered mindset.
- advocate the importance of UX design for IT projects.
- describe the basic methods of user research, user testing, and user-centered design.

## Contents

1. ROI of UX design
  - 1.1 Efficacy
  - 1.2 Efficiency
  - 1.3 The impact of design on use errors
2. Role and Mindset of UX design in IT projects
  - 2.1 The role of UX design: the UX designer
  - 2.2 The UX mindset: putting the user first
3. The UX design Process
  - 3.1 In a waterfall process environment
  - 3.2 In an agile process environment

4. UX Psychology: How the Human Mind Works
  - 4.1 Perceptual psychology
  - 4.2 Information processing
  - 4.3 Decision-making
  - 4.4 Situation awareness
  - 4.5 Errors
5. User Research
  - 5.1 The benefit of user research
  - 5.2 Basic research techniques
  - 5.3 User testing
6. UX design Basics
  - 6.1 Interaction design
  - 6.2 Information architecture
  - 6.3 Screen design
  - 6.4 Graphic design
  - 6.5 Rules of good design

## Literature

### Compulsory Reading

### Further Reading

- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). About face: The essentials of interaction design. New York, NY: Wiley.
- Johnson, J. (2010). Designing with the mind in mind. Burlington, MA: Elsevier.
- Preece, J., Sharp, H., & Rogers, Y. (2015). Interaction design: Beyond human-computer interaction. New York, NY: Wiley.
- Microsoft Windows Dev Center. (2018). Guidelines. [Web page]. Retrieved from <https://docs.microsoft.com/en-us/windows/desktop/uxguide/guidelines>
- Unger, R., & Chandler, C. (2012). A project guide to UX design. Berkeley, CA: New Riders.



**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> yes <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Exam, 90 Minutes

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b>	<b>Presence</b>	<b>Tutorial</b>	<b>Self Test</b>	<b>Practical Experience</b>	<b>Hours Total</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Project: Human Computer Interaction

Course Code: DLMAIEUIUX02

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	DLMAIEUIUX01

### Course Description

In this course the students will gain practical experience in user experience design. They will set up and conduct a user testing for a given user interface and develop improvements. The work process and the results will become part of a portfolio.

### Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- evaluate the usability of a user interface.
- conduct user testing.
- understand the practical implications of putting users first.
- make small changes in existing user interfaces and recognize the situations in which a user experience designer should be consulted.

### Contents

- User experience design focusses on the needs of users. Within this portfolio project the students put into practice basic techniques which lead to good user-centered design. They learn how to test the user experience and usability of an application by conducting user tests, and they also learn how to develop and test ideas for improvement. Students will finish this course having gained practical experience working within the mindset of putting users first.

**Literature****Compulsory Reading****Further Reading**

- Barnum, C. (2010): Usability Testing Essentials: Ready, Set...Test!, Morgan Kaufmann, Burlington, USA
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). About face: The essentials of interaction design. New York, NY: Wiley.
- Johnson, J. (2010). Designing with the mind in mind. Burlington, MA: Elsevier.
- Preece, J., Sharp, H., & Rogers, Y. (2015). Interaction design: Beyond human-computer interaction. New York, NY: Wiley.
- Microsoft Windows Dev Center. (2018). Guidelines. [Web page]. Retrieved from <https://docs.microsoft.com/en-us/windows/desktop/uxguide/guidelines>
- Unger, R., & Chandler, C. (2012). A project guide to UX design. Berkeley, CA: New Riders.

**Study Format Fernstudium**

<b>Study Format</b> Fernstudium	<b>Course Type</b> Project
------------------------------------	-------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> no <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Portfolio

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b> 120 h	<b>Presence</b> 0 h	<b>Tutorial</b> 30 h	<b>Self Test</b> 0 h	<b>Practical Experience</b> 0 h	<b>Hours Total</b> 150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung

Modulcode: DLMIWNF

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Damir Ismailovic (Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung) / Prof. Dr. Damir Ismailovic (Projekt Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung)

## Kurse im Modul

- Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung (DLMIWNF01)
- Projekt Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung (DLMIWNF02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Projekt Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p><b>Lehrinhalt des Moduls</b></p> <p><b>Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Merkmale und Prinzipien von Agilität</li> <li>▪ Agilität in kleinen Teams mit Scrum</li> <li>▪ Agiles Portfolio- und Projektmanagement</li> <li>▪ Agiles Anforderungs- und IT-Architekturmanagement</li> <li>▪ Agiles Testen</li> <li>▪ Agiles Delivery und Deployment</li> </ul> <p>Vertiefung eines Themengebietes aus Mobile Software Engineering I im Rahmen einer Seminararbeit.</p> <p><b>Projekt Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung</b></p>	
<p><b>Qualifikationsziele des Moduls</b></p> <p><b>Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Probleme und Risiken der industriellen SW-Entwicklung und ihre Konsequenzen für Entwicklungsprozesse zu analysieren und zu beurteilen.</li> <li>▪ die Grundprinzipien des agilen Software Engineering zu erläutern.</li> <li>▪ Praxisszenarien zu analysieren und selbständig geeignete Methoden und Werkzeuge des agilen Software Engineering anzuwenden.</li> </ul> <p><b>Projekt Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die Grundprinzipien des agilen Software Engineering in kleineren Projekten selbständig anzuwenden.</li> <li>▪ in Praxisszenarien die Vor- und Nachteile von agilem Software Engineering selbständig zu analysieren und zu bewerten.</li> </ul>	
<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Informatik &amp; Software-Entwicklung</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich IT &amp; Technik</p>

# Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung

Kurscode: DLMIWNF01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Agile Softwareentwicklung bedeutet die Vereinfachung von Softwareprozessen durch die Konzentration auf die Hauptaktivitäten und deren Umsetzung mit pragmatischen Prinzipien des Software-Engineerings. Dieser Kurs vermittelt einen Überblick über das Thema und grenzt dabei agile Softwareentwicklung von plangetriebenen Entwicklungsprozessen ab. Darüber hinaus wird vermittelt, in welchen Situationen sich welche Mischung aus Techniken und Vorgehensweisen aus der agilen und der plangetriebenen Softwareentwicklung gut eignen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Probleme und Risiken der industriellen SW-Entwicklung und ihre Konsequenzen für Entwicklungsprozesse zu analysieren und zu beurteilen.
- die Grundprinzipien des agilen Software Engineering zu erläutern.
- Praxisszenarien zu analysieren und selbständig geeignete Methoden und Werkzeuge des agilen Software Engineering anzuwenden.

## Kursinhalt

1. Merkmale und Prinzipien von Agilität
  - 1.1 Merkmale und Herausforderungen von Softwareprojekten
  - 1.2 Klassifikation von Unsicherheit
  - 1.3 Gegenüberstellung von agiler und klassischer Softwareentwicklung
  - 1.4 Prinzipien von Agilität
2. Agilität in kleinen Teams mit Scrum
  - 2.1 Grundlagen und allgemeiner Aufbau mit Scrum
  - 2.2 Zentrales Managementartefakt: Product Backlog
  - 2.3 Weitere Managementartefakte

3. Agiles Portfolio- und Projektmanagement
  - 3.1 Planungsebenen im agilen Projektmanagement
  - 3.2 Agiles Portfoliomanagement
  - 3.3 Organisation mehrerer Teams in einem Projekt
  - 3.4 Produkt- und Release-Planung
4. Agiles Anforderungs- und IT-Architekturmanagement
  - 4.1 Requirements Engineering in agilen Projekten
  - 4.2 Architekturmanagement in agilen Projekten
5. Agiles Testen
  - 5.1 Grundlagen und Anforderungen an die QS-Organisation
  - 5.2 Teststufen und Agilität
  - 5.3 Testautomatisierung
6. Agile Delivery and Deployment
  - 6.1 Grundlagen und Continuous Delivery Pipeline
  - 6.2 Continuous Build and Continuous Integration
  - 6.3 Akzeptanztests, Lasttests und Continuous Deployment



**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Baumgartner, M. et al. (2013): Agile Testing. Der agile Weg zur Qualität. Hanser, München.
- Biffel, S. et al. (Hrsg.): Value-Based Software Engineering. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Cockburn, A. (2007): Agile Software Development. The Cooperative Game, 2. Auflage, Addison-Wesley, Upper Saddle River (NJ).
- DeMarco, T. (2003): Bärenango. Mit Risikomanagement Projekte zum Erfolg führen. Hanser, München.
- Epping, T. (2011): Kanban für die Softwareentwicklung. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Frehr, H.-U. (1994): Total Quality Management. Unternehmensweite Qualitätsverbesserung. Hanser, München.
- Geirhos, M. (2011): IT-Projektmanagement. Was wirklich funktioniert – und was nicht. Galileo Computing, Bonn.
- Hummel, H. (2011): Aufwandsschätzungen in der Software- und Systementwicklung. Spektrum, Wiesbaden.
- Kneuper, R. (2018): Software Processes and Life Cycle Models. An Introduction to Modelling, Using and Managing Agile, Plan-Driven and Hybrid Processes. Springer, Cham.
- Künneth, T. (2012): Android 4. Apps entwickeln mit dem Android SDK. Galileo Computing, Bonn.
- Link, J. (2005): Softwaretests mit JUnit. 2.Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Mangold, P. (2009): IT-Projektmanagement. 3. Auflage, Spektrum, Wiesbaden.
- McConnell, S. (2006): Software Estimation. Demystifying the Black Art. Microsoft Press, Redmond (WA).
- Motzel, E./Pannenbäcker, O. (1998): Projektmanagement-Kanon. Der deutsche Zugang zum Project Management Body of Knowledge. TÜV-Verlag, Köln.
- Pichler, R. (2007): Scrum. Agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen. dpunkt.verlag, Heidelberg. (2007)
- Röpstorff, S./Wiechmann, R. (2012): Scrum in der Praxis. Erfahrungen, Problemfelder und Erfolgsfaktoren. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Rubin, K. S. (2014): Essential Scrum. Umfassendes Scrum-Wissen aus der Praxis. mitp, Frechen.
- Schwalbe, K. (2010): Information Technology Project Management. 6. Auflage, Cengage, Boston.
- Tiemeyer, E. (2010): Handbuch IT-Projektmanagement, Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.
- Versteegen, G. (2000): Projektmanagement. Mit dem Rational Unified Process. Springer, Heidelberg/Berlin.
- Wirdemann, R. (2011): Scrum mit User Stories. 2. Auflage, Hanser, München.
- Wolff, E. (2014): Continuous Delivery. Der pragmatische Einstieg. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Wolf, H./Bleek, W.-G. (2010): Agile Softwareentwicklung. Werte, Konzepte und Methoden. 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Fallstudie
-----------------------------------	------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>
Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

# Projekt Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung

Kurscode: DLMIWNF02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs erwerben die Studierenden ein vertieftes Verständnis der erlernten Techniken und Methoden der agilen Softwareentwicklung durch deren Anwendung in einem kleinen Projekt. Die Studierenden wählen in Abstimmung mit dem Tutor ein Thema für ihr Projekt aus dem bereitgestellten Themenkatalog aus, führen das Projekt mit agilen Techniken und Methoden durch, und beschreiben das Projekt sowie ihre Erfahrungen in einem 12–15-seitigen Projektbericht.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundprinzipien des agilen Software Engineering in kleineren Projekten selbständig anzuwenden.
- in Praxisszenarien die Vor- und Nachteile von agilem Software Engineering selbständig zu analysieren und zu bewerten.

## Kursinhalt

- Ein aktueller und in der Online-Plattform des Modules bereitgestellter Themenkatalog bietet die inhaltliche Basis des Moduls und kann vom Kursleiter ergänzt bzw. aktualisiert werden.

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Balzert, H. (2004): Lehrbuch der Objektmodellierung. Analyse und Entwurf mit der UML 2. 2. Auflage, Spektrum, Heidelberg/Berlin.
- Balzert, H. (2010): UML 2 kompakt mit Checklisten. 3. Auflage, Spektrum, Heidelberg.
- Booch, G./Rumbaugh, J./Jacobson, I. (2006): Das UML Benutzerhandbuch. Addison-Wesley, Bonn.
- Cohn, M. (2010): User Stories für die agile Software-Entwicklung mit Scrum, XP u.a. mitp, Frechen.
- DeMarco, T. (2003): Bärenango. Mit Risikomanagement Projekte zum Erfolg führen. Hanser, München.
- Epping, T. (2011): Kanban für die Softwareentwicklung. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Gadatsch, A. (2012): Grundkurs Geschäftsprozess-Management. Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis. Eine Einführung für Studenten und Praktiker. 7. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Kneuper, R. (2018): Software Processes and Life Cycle Models. An Introduction to Modelling, Using and Managing Agile, Plan-Driven and Hybrid Processes. Springer, Cham.
- Mangold, P. (2009): IT-Projektmanagement. 3. Auflage, Spektrum, Wiesbaden.
- Wirdemann, R. (2011): Scrum mit User Stories. 2. Auflage, Hanser, München.
- Wolf, H./Bleek, W.-G. (2010): Agile Softwareentwicklung. Werte, Konzepte und Methoden. 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Projekt
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>
Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

DLMIWNF02

## E-Commerce

Modulcode: MWEC-01

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thomas Bolz (E-Commerce I) / Prof. Dr. Thomas Bolz (E-Commerce II)

### Kurse im Modul

- E-Commerce I (MWEC01-01)
- E-Commerce II (MWEC02-01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

#### Teilmodulprüfung

##### E-Commerce I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

##### E-Commerce II

- Studienformat "Fernstudium": Fallstudie

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### **Lehrinhalt des Moduls**

#### **E-Commerce I**

- Grundlagen des E-Business und E-Commerce
- Formen des E-Commerce
- Strategische Optionen im E-Commerce
- Entwicklung einer E-Commerce-Strategie
- Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im E-Commerce
- Risk Benefit im E-Commerce
- E-Commerce in ausgewählten Sektoren

#### **E-Commerce II**

- Grundlagen Online-Marketing und E-Commerce
- Web Usability
- Netzbasierte Zahlungssysteme
- Rechtsgrundlagen
- Shopsysteme – Tools – Logistik
- Social Media Marketing im E-Commerce
- Monitoring und Analyse



### Qualifikationsziele des Moduls

#### E-Commerce I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des E-Commerce wiederzugeben.
- Analysemethoden zur wirtschaftlichen Steuerung des E-Commerce zu erläutern.
- die Begriffe E-Commerce und E-Business thematisch einzuordnen
- alternative Strategien und Instrumente des E-Commerce zu erklären und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.
- Chancen und Möglichkeiten im Internet im Zusammenhang mit E-Commerce wahrzunehmen.
- die gängigen Geschäftsmodelle zu erläutern und mit diesem Wissen zusätzliche Vertriebswege zu finden.
- E-Commerce aus der Managementperspektive zu analysieren und fundierte Entscheidungsunterlagen vorzubereiten.
- die sektoralen Besonderheiten im E-Commerce zu erklären, v. a. wie E-Commerce im B2B- und Investitionsgüterbereich strukturiert ist und einzuschätzen, was in der Konsumgüterbranche (B2C) beachtet werden muss.

#### E-Commerce II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Potenziale eines Webshops einzuschätzen, um erfolgreich Produkte und Dienstleistungen über das Internet zu vertreiben.
- die konzeptionellen, technischen und rechtlichen Aspekte beim E-Commerce zu erläutern.
- die wichtigsten Erfolgsvoraussetzungen des E-Commerce wie Sortimentsdarstellung, Checkout- und Payment-Prozesse, Conversion Rate usw. zu überblicken.
- die Auswahlkriterien für Shopsysteme zu erklären und die wichtigsten (Hybris, Magento usw.) zu benennen.
- aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu überblicken, um selbst E-Shop- und E-Commerce-Projekte realisieren zu können.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich E-Commerce auf

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

# E-Commerce I

Kurscode: MWEC01-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs E-Commerce I behandelt die strategische Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce. Neben grundlegenden Fachbegriffen, Konzepten, Geschäftsmodellen und Akteuren werden auch die Chancen und Risiken des elektronischen Geschäftsverkehrs innerhalb marktbezogener und rechtlicher Rahmenbedingungen behandelt. Darauf aufbauend werden die möglichen strategischen Optionen im E-Commerce ausführlich dargestellt, auf Basis derer sich eine eigene E-Commerce-Strategie ableiten lässt.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des E-Commerce wiederzugeben.
- Analysemethoden zur wirtschaftlichen Steuerung des E-Commerce zu erläutern.
- die Begriffe E-Commerce und E-Business thematisch einzuordnen
- alternative Strategien und Instrumente des E-Commerce zu erklären und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.
- Chancen und Möglichkeiten im Internet im Zusammenhang mit E-Commerce wahrzunehmen.
- die gängigen Geschäftsmodelle zu erläutern und mit diesem Wissen zusätzliche Vertriebswege zu finden.
- E-Commerce aus der Managementperspektive zu analysieren und fundierte Entscheidungsunterlagen vorzubereiten.
- die sektoralen Besonderheiten im E-Commerce zu erklären, v. a. wie E-Commerce im B2B- und Investitionsgüterbereich strukturiert ist und einzuschätzen, was in der Konsumgüterbranche (B2C) beachtet werden muss.

## Kursinhalt

1. Grundlagen des E-Business und E-Commerce
  - 1.1 Begriffsdefinition, Abgrenzungen und Zusammenhänge
  - 1.2 Mobile Commerce
  - 1.3 Entwicklungstendenzen und Möglichkeiten
  - 1.4 Ökonomische Rahmenbedingungen im E-Commerce
  - 1.5 Wertschöpfung und Geschäftsmodelle
  - 1.6 Akteure/Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen

2. Formen des E-Commerce
  - 2.1 Betriebstypen des E-Commerce
  - 2.2 Innovative Formen des interaktiven E-Commerce
3. Strategische Optionen im E-Commerce
  - 3.1 Sortimentspolitik
  - 3.2 Preispolitik
  - 3.3 Distributionspolitik
  - 3.4 Kommunikationspolitik
  - 3.5 IT-Systemlandschaft und interne Organisation des E-Commerce
  - 3.6 Kundenbindung, Vertrauen und Reputation
4. Entwicklung einer E-Commerce-Strategie
  - 4.1 Konzeptioneller Rahmen
  - 4.2 Zielplanung
  - 4.3 E-Business-Analyse
  - 4.4 E-Business-Strategieformulierung
  - 4.5 E-Business-Strategieimplementierung und Strategieaudit
5. Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im E-Commerce
  - 5.1 Erfolgsmessen im E-Commerce
  - 5.2 Erfolgsfaktoren im E-Commerce
6. Chancen und Risiken im E-Commerce
  - 6.1 Rechtliche Risiken im E-Commerce (B2C)
  - 6.2 Chancen und Risiken für Pure-Player
  - 6.3 Chancen und Risiken für Multi-Channel-Player
7. E-Commerce in ausgewählten Sektoren
  - 7.1 E-Commerce im Konsumgüterbereich (B2C) – E-Shop
  - 7.2 E-Commerce im Investitionsgüterbereich (B2C) – E-Procurement

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Graf, A./Schneider, H. (2016): Das E-Commerce Buch. Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. Business. Technology. Society. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 3. Auflage, Springer, Berlin.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## E-Commerce II

Kurscode: MWEC02-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

### Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs erweitert und vertieft das Verständnis des elektronischen Geschäftsverkehrs um Elemente operativen Marketings, besonders der Markenkommunikation und interaktiven Produkt-/Service- und Preisgestaltung, ergänzt um vertiefende Aspekte der wachsenden Bedeutung von Bezahlssystemen und von Mobile Commerce-Systemen. Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Online-Kunden werden Online-Werbung, -Preisbildung und -Kommunikation, sowie PR-Aktivitäten, beispielsweise im Bereich der sozialen Netze, diskutiert. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die technischen Voraussetzungen für erfolgreiches E-Commerce wie Usability, Auswahl von Shop- und Bezahlssystemen. Ergänzt wird das Kursprogramm um rechtliche Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Kundeneinbindung. Nach Abschluss des Kurses hat der Studierende ein vertieftes Verständnis für die Marketingimplikation von E-Commerce.

### Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Potenziale eines Webshops einzuschätzen, um erfolgreich Produkte und Dienstleistungen über das Internet zu vertreiben.
- die konzeptionellen, technischen und rechtlichen Aspekte beim E-Commerce zu erläutern.
- die wichtigsten Erfolgsvoraussetzungen des E-Commerce wie Sortimentsdarstellung, Checkout- und Payment-Prozesse, Conversion Rate usw. zu überblicken.
- die Auswahlkriterien für Shopsysteme zu erklären und die wichtigsten (Hybris, Magento usw.) zu benennen.
- aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu überblicken, um selbst E-Shop- und E-Commerce-Projekte realisieren zu können.

### Kursinhalt

1. Grundlagen Online-Marketing und E-Commerce
  - 1.1 Das Verhalten von Online-Kunden
  - 1.2 Formen des Online-Marketings
  - 1.3 Bedeutung, Funktion und Wirkung von Online-Marketing im E-Commerce
  - 1.4 Online-Vertriebskanäle, Mobile Marketing und Apps
  - 1.5 Umsetzung: Entscheidungskriterien, Lastenheft und Projektmanagement

2. Web Usability
  - 2.1 Kriterien guter Web Usability
  - 2.2 Barrierearmes Design und Responsive Design
  - 2.3 Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing
3. Netzbasierte Zahlungssysteme
  - 3.1 Kriterien webbasierter Zahlungssysteme
  - 3.2 Prepaid-Systeme, Pay-now-Systeme und Pay-later-Systeme
  - 3.3 Mobile Payment
  - 3.4 Scoring
4. Rechtsgrundlagen
  - 4.1 Rechtliche Aspekte bei Bestell- und Liefervorgang
  - 4.2 AGB, Handels- und Widerrufsrecht
  - 4.3 Bildrechte, Markenschutz und Datenschutz
  - 4.4 Haftung des Shop- und Webseitenbetreibers
5. Shopsysteme – Tools – Logistik
  - 5.1 Erfolgsfaktoren und Auswahlkriterien eines guten Onlineshops
  - 5.2 Gütesiegel/Zertifizierung
  - 5.3 Warenangebot und Bestellvorgang
  - 5.4 Abwicklung und Logistik
  - 5.5 Inkasso- und Forderungsmanagement
6. Social Media Marketing im E-Commerce
  - 6.1 Crossmediale Vermarktung von Onlineshops
  - 6.2 Kundenbindung und Erzielung von Reichweite
  - 6.3 Konfliktmanagement in sozialen Netzwerken
  - 6.4 Social Media-Werbung und -Werbenetzwerke
7. Monitoring und Analyse
  - 7.1 Erfolgsmessung: Ziele, Methoden und Mittel
  - 7.2 Targeting und KPI-Definitionen
  - 7.3 Web Controlling
  - 7.4 Besucheranalyse

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Graf, A./Schneider, H. (2016): Das E-Commerce Buch. Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. Business. Technology. Society. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 3. Auflage, Springer, Berlin.



**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Fallstudie

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWEC02-01

# Supply Chain Management

Modulcode: MWCH

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Stütz (Globales Supply Chain Management) / Prof. Dr. Sebastian Stütz (Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain)

## Kurse im Modul

- Globales Supply Chain Management (MWCH01)
- Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain (MWCH02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

Globales Supply Chain Management

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls**

**Globales Supply Chain Management**

- Wertschöpfungsnetzwerke – Motive, Typologien, Ziele
- Stoßrichtungen von SCM-Strategien

**Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain**

- SCM-Instrumente
- Controlling-Systeme in Wertschöpfungsnetzwerken
- Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Globales Supply Chain Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

#### Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Transport & Logistik

# Globales Supply Chain Management

Kurscode: MWCH01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Ein problemadäquates Verständnis global agierender Wertschöpfungsnetzwerke setzt die Kenntnis über deren Entstehungsmotive und Ziele voraus. Ferner erscheint es angesichts der dazu ersichtlichen Vielfalt überaus nützlich, diese in bestimmten Typologien zu systematisieren. Auf der Grundlage solcher Systematisierungen ist es dann möglich, das Spektrum von strategisch relevanten Fragestellungen und Gestaltungsoptionen im Bereich des SCM in differenzierter Form zu systematisieren. Außerdem wird damit auch die Möglichkeit geschaffen, die in diesem Zusammenhang besonders einschlägigen instrumentellen Kategorien des SCM darzustellen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

## Kursinhalt

1. Motive und Wirkungseffekte von logistischen Wertschöpfungsnetzwerken
  - 1.1 Was bedeutet Supply Chain Management?
  - 1.2 Was ist Logistikmanagement?
  - 1.3 Dienstleister in der Supply Chain
  - 1.4 Bedeutung des Supply Chain Managements

2. Typologien von SCM und Gestaltungsmodelle
  - 2.1 Supply Chain-Strategie
  - 2.2 Instrumente für Supply Chain-Strategien
  - 2.3 Bestandsreduzierung im Lagermanagement
  - 2.4 Frachtkostenreduzierung im Rahmen der Transportkostenpolitik
  - 2.5 Efficient Replenishment
3. Problemnahe Konzepte und korrespondierende Führungskonzepte
  - 3.1 Probleme im Rahmen der Supply Chain
  - 3.2 Schnittstellen in der Supply Chain
  - 3.3 Der Bullwhip-Effekt
  - 3.4 Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR)
4. Aufgaben und Ziele des SCM
  - 4.1 Aufgaben im Supply Chain Management
  - 4.2 Ziele des Supply Chain Managements
  - 4.3 Sustainable Supply Chain Management (SSCM)
5. Kooperation und Koordination
  - 5.1 Die Unternehmensstrategie
  - 5.2 Sinnvolle Unternehmensstrategien: Instrumente und Methoden
  - 5.3 Strategische Allianzen im Kontext des Supply Chain Managements
  - 5.4 Voraussetzungen für erfolgreiche Kooperationen
  - 5.5 Bündelung von Aktivitäten und Prozessanpassungen in Kooperationen
6. Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien
  - 6.1 Versorgungsstrategien
  - 6.2 Entsorgungsstrategien
  - 6.3 Die Wiederverwertung, Wieder-/ Weiterverwendung und die entsprechenden Strategien
7. Qualitätssicherung
  - 7.1 Qualitätsmanagementsysteme
  - 7.2 Qualitätssicherung im Supply Chain Management
  - 7.3 Methoden im Qualitätsmanagement
  - 7.4 Instrumente in der Organisationsgestaltung

- |  |
|--|
| 8. Informationsgewinnung                               |
| 8.1 Informationstechnologie im Supply Chain Management |
| 8.2 Betriebswirtschaftliche Software                   |
| 8.3 Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument    |

<b>Literatur</b>
------------------

<b>Pflichtliteratur</b>
-------------------------

<b>Weiterführende Literatur</b>
---------------------------------

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Arndt, H. (2010): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.</li><li>▪ Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.</li><li>▪ Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.</li><li>▪ Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.</li><li>▪ Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).</li><li>▪ Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.</li><li>▪ Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8 Auflage, Springer, Berlin.</li><li>▪ Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.</li><li>▪ Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.</li><li>▪ Werner, H. (2010): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.</li></ul> |
|---|



**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Kurscode: MWCH02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Globale Wertschöpfungsnetzwerke erweisen sich als überaus dynamische und teilweise auch fragile Konstruktionen. Diese Beobachtung lenkt den Blick auf zwei wichtige Aspekte des SCM: Einerseits auf das Erfordernis der Entwicklung eines effektiven und effizienten Controllings-Systems für solche Supply Chains. Die dort über Kennzahlensysteme generierten Steuerungsinformationen vermögen wichtige Beiträge zur Stabilisierung und Optimierung des Wertschöpfungsnetzwerks leisten. Andererseits auf die Notwendigkeit eines systematischen Risikomanagements, in dessen Mittelpunkt eine möglichst frühzeitige Identifikation, Prognose, Steuerung und Überwachung von „Sollbruchstellen“ im Wertschöpfungsnetzwerk steht.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

**Kursinhalt**

1. Grundsätzliches zum Controlling in und von Supply Chains
  - 1.1 Konzeptionierung des Controllings in Supply Chain Management-Systemen
  - 1.2 Die Bedeutung des Controllings in der Supply Chain
  - 1.3 Cost Tracking
  - 1.4 Verschiedene Arten des Supply Chain Controllings
2. Kennzahlensysteme in der Supply Chain
  - 2.1 Bedeutungen von Kennzahlen
  - 2.2 Arten von Kennzahlen in der Supply Chain
  - 2.3 Visualisierung von Kennzahlen
3. Instrumente im Supply Chain Controlling
  - 3.1 SCOR-Modelle als Steuerungsinstrumente
  - 3.2 Von den traditionellen zu den innovativen Instrumenten
4. Controlling der Supply Chain im Zusammenhang mit Informationstechnik
  - 4.1 ERP-Systeme
  - 4.2 CRM- und SCM-Systeme
  - 4.3 Fallbeispiel zur Implementierung eines SCM-Systems
  - 4.4 Erfolgsfaktoren für die Nutzung von SCM-Software
5. Hilfsmittel des Controllings in der Supply Chain
  - 5.1 Prozesskostenrechnung
  - 5.2 Benchmarking
6. Risikomanagement in der Supply Chain
  - 6.1 Risiken in der Supply Chain
  - 6.2 Risikoquellen in der Supply Chain
  - 6.3 Risiken und Unternehmenserfolg
7. Risikopolitische Strategien in der Supply Chain
  - 7.1 Risikomanagement innerhalb der Supply Chain
  - 7.2 Risikoanalyse
  - 7.3 Risikobewertung
  - 7.4 Risikovorsorge

8. Organisationsgestaltung durch Systemdenken und Simulationsansätze
  - 8.1 Grundlagen der Organisationsgestaltung
  - 8.2 System Dynamics: Systemdenken und -simulation
  - 8.3 Das Active Data Warehousing als technologischer Ansatz für Supply Chain Controlling und Risikomanagement

## Literatur

### Pflichtliteratur

#### Weiterführende Literatur

- Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.
- Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWCH02

# Strategisches Marketing und Branding

Modulcode: MWMA

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Cornelia Hattula (Global Branding) / Prof. Dr. Dirk Battenfeld (Customer Relationship Marketing)

## Kurse im Modul

- Global Branding (MWMA01)
- Customer Relationship Marketing (MWMA02)

## Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Global Branding</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten</li> </ul> <u>Customer Relationship Marketing</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten</li> </ul>

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Global Branding**

- Positionierung von Marken
- Branding von Produkten
- Internationale Markenführung
- Marken-Controlling
- Messung des Markenstatus und des Markenwertes (Brand Equity)

**Customer Relationship Marketing**

- Begriff und Grundlagen des Customer-Relationship-Management (CRM)
- Kundenbeziehungsstrategien
- Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenrückgewinnung
- Electronic Customer-Relationship-Management (eCRM)
- Operative und analytische CRM-Prozesse

**Qualifikationsziele des Moduls****Global Branding**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Herausforderungen für internationale Marken zu benennen und zu verstehen.
- die aktuelle Strategie einer Marke zu erkennen.
- den Markenwert einer Marke zu analysieren.
- die Faktoren, die zur Steigerung oder zum Verlust der konsumentenbasierten Markenwerte führen können, zu nennen.
- fundierte Ideen für zukünftige Optionen einer Markenstrategie zu entwickeln.

**Customer Relationship Marketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Verfahren der kundenwertorientierten Analyse strategischer Kundenportfolios zu erläutern.
- die darauf aufbauende Planung, Umsetzung und Kontrolle wertorientierter Kundenbeziehungsstrategien nachzuvollziehen.
- unter Berücksichtigung der Unternehmens-, Kunden- und Wettbewerbssituation zu entscheiden, ob Kundenbeziehungen systematisch entwickelt, vertieft oder aktiv beendet werden sollten.
- die hohe Bedeutung des Beziehungsnutzens (Relational Benefits), seine marken- und personenbezogenen Bestimmungsfaktoren sowie seinen wertsteigernden Charakter für das Unternehmen nachzuvollziehen.
- die Strukturen und Prozesse des Beziehungsmarketings mithilfe der modernen Unternehmensentwicklung so zu organisieren, dass der Wertschöpfungsbeitrag im Unternehmen maximal ist.



**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Marketing & Vertrieb auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

# Global Branding

Kurscode: MWMA01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Starke Marken erzeugen eine große Strahlkraft auf Kunden wie Kapitalgeber und erhöhen das Commitment der Mitarbeiter mit dem Unternehmen. Sie schaffen nachhaltig Wert. Die Führung von Marken steht daher im Zentrum der marktorientierten Unternehmensführung. In einer Zeit, in der Produkte, Preise und Distribution immer ähnlicher werden, kommt der Marke zur Bildung und dem Ausbau langfristiger, profitabler Kundenbeziehungen eine immer höhere Bedeutung zu. Globales Wachstum in internationalen Märkten stellt dabei besondere Herausforderungen an das Markenmanagement von Unternehmen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Herausforderungen für internationale Marken zu benennen und zu verstehen.
- die aktuelle Strategie einer Marke zu erkennen.
- den Markenwert einer Marke zu analysieren.
- die Faktoren, die zur Steigerung oder zum Verlust der konsumentenbasierten Markenwerte führen können, zu nennen.
- fundierte Ideen für zukünftige Optionen einer Markenstrategie zu entwickeln.

## Kursinhalt

1. Notwendigkeit und Bedeutung der Markenführung
  - 1.1 Was ist eigentlich eine Marke?
  - 1.2 Rahmenbedingungen auf den Märkten
  - 1.3 Relevanz von Marken für Kunden
  - 1.4 Relevanz von Marken für Unternehmen
2. Ziel der Markenführung
  - 2.1 Der Markenwert als Steuerungsgröße und das Festlegen der Markenziele
  - 2.2 Das Markensteuerrad zur Identitätsentwicklung von Marken
  - 2.3 Die Persönlichkeit einer Marke entwickeln

3. Positionierung von Marken
  - 3.1 Was ist eigentlich eine Markenpositionierung?
  - 3.2 Unterschiedliche Positionierungsziele für Marken
  - 3.3 Umpositionierung von Marken
  - 3.4 Umsetzung der gewünschten Markenpositionierung
  - 3.5 Die Besonderheiten bei einer Globalisierung von Marken
4. Branding von Produkten
  - 4.1 Den Markennamen festlegen
  - 4.2 Das Markenzeichen entwickeln
  - 4.3 Die Produkt- und Verpackungsgestaltung anpassen
  - 4.4 Das Markenhandbuch erstellen
  - 4.5 Die Markenschutzrechte kennen und anwenden
5. Anwendung der Markenelemente im Marketingmix
  - 5.1 Die Markenkommunikation gestalten
  - 5.2 Integrierte Kommunikation
  - 5.3 Den Marketingmix ausbalancieren
6. Strategisches Marken-Management und Markentypen
  - 6.1 Mono-, Familien- und Dachmarken schaffen
  - 6.2 Management von Markenportfolios und Markenarchitekturen
  - 6.3 Markenallianzen
7. Besonderheiten der Markenführung
  - 7.1 Markenführung in Produktionsgütermärkten
  - 7.2 Handelsmarken
  - 7.3 Personal Branding
  - 7.4 Employer Branding
8. Internationale Markenführung
  - 8.1 Markteintrittsstrategien
  - 8.2 Produktstandardisierung und Anpassung der Markenelemente
  - 8.3 Das Image des Herkunftslandes
9. Markencontrolling
  - 9.1 Systematik des Markencontrollings
  - 9.2 Messung zentraler Kontrollgrößen
  - 9.3 Qualitative Messverfahren

10. Messung des Markenstatus und des Markenwerts
  - 10.1 Anlässe der Markenwertmessung
  - 10.2 Diagnostische Messungen des Markenstatus
  - 10.3 Evaluative Messungen des Markenwertes

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bücher:
- Aaker, D./Joachimsthaler, E. (2000): Brand Leadership. Free Press, New York.
- Brandmeyer, K. et al. (2008): Marken stark machen. Techniken der Markenführung. Wiley-VCH, Weinheim.
- de Chernatony, L./McDonald, M. (1998): Creating powerful brands in consumer, service and industrial markets. Butterworth Heinemann, Oxford et al.
- Esch, F.-R. et al. (2014): Corporate Brand Management. Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Gad, T. (2001): 4-D Branding. Cracking the Corporate Code of the Network Economy. Financial Times/Prentice Hall, London.
- Gelder, S. v. (2003): Global Brand Strategy. Unlocking Brand Potential Across Countries, Cultures and Markets. Kogan Page, London.
- Gregory, J. R./Weichmann, J. G. (2001): Branding Across Borders. A Guide to Global Brand Marketing. McGraw-Hill, New York.
- Harvard Business School Press (Hrsg.) (1999): Harvard Business Review on Brand Management. Boston.
- Keller, K. L. (2003): Best Practice Cases in Branding. Lessons from the World's Strongest Brands. Pearson, Upper Saddle River (NJ).
- Keller, K. L. (2008): Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. 3. Auflage, Pearson, Upper Saddle River (NJ).
- Lindstrom, M. (2005): Brand Sense. Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound. Free Press, New York.
- Meffert, H./Burmam, C./Koers, M. (Hrsg.) (2013): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Roll, M.: (2005): Asian Brand Strategy. How Asia Builds Strong Brands. Palgrave Macmillan, Basingstoke (UK).
- Ausgewählte Artikel:
- Barron, J./Hollingshead, J. (2004): Brand Globally, Market Locally. In: Journal of Business Strategy, 25. Jg., Heft 1, S. 9–14.
- de Chernatony, L. (2002): Would a brand smell any sweeter by a corporate name? In: Corporate Reputation Review, 5. Jg., Heft 2/3, S. 114–132.
- de Chernatony, L./Dall'Olmo Riley, F. (1998): Defining a "Brand". Beyond the Literature with Experts' Interpretations. In: Journal of Marketing Management, 14. Jg., Heft 5, S. 417–443.
- Esch, F.-R. et al. (2006): Are brands forever? How brand knowledge and relationships affect current and future purchases. In: Journal of Product & Brand Management, 15. Jg., Heft 2, S. 98–105.
- Mudambi, S. (2002): Branding importance in business-to-business markets. Three buyer clusters. In: Industrial Marketing Management, 31. Jg., Heft 6, S. 525–533.
- Urde, M. (1999) Brand Orientation. A Mindset for Building Brands into Strategic Resources. In: Journal of Marketing Management, 15. Jg., Heft 1–3, S. 117–133.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Customer Relationship Marketing

Kurscode: MWMA02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Fähigkeit eines Unternehmens, durch ein systematisches Beziehungsmanagement Kunden dauerhaft an die Produkte- und/oder Serviceleistungen zu binden und dabei den Kundenlebenswert (Customer Lifetime Value) kontinuierlich zu steigern, gehört zu den am meisten wertschöpfenden Aktivitäten in der betrieblichen Praxis. Customer-Relationship-Management umfasst den Aufbau, die Intensivierung sowie die Sicherung dauerhafter und gewinnbringender Kundenbeziehungen. Mit diesem Verständnis vermittelt der Kurs grundlegendes Orientierungswissen, das für ein Verstehen des komplexen CRM-Ansatzes unabdingbar ist. Neben einer umfassenden Erläuterung der wesentlichen Begriffe und Zusammenhänge werden Managementkonzepte vorgestellt, anhand derer die einzelnen Phasen der Kundenbeziehung profitabel und kundengerecht ausgestaltet werden können.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Verfahren der kundenwertorientierten Analyse strategischer Kundenportfolios zu erläutern.
- die darauf aufbauende Planung, Umsetzung und Kontrolle wertorientierter Kundenbeziehungsstrategien nachzuvollziehen.
- unter Berücksichtigung der Unternehmens-, Kunden- und Wettbewerbssituation zu entscheiden, ob Kundenbeziehungen systematisch entwickelt, vertieft oder aktiv beendet werden sollten.
- die hohe Bedeutung des Beziehungsnutzens (Relational Benefits), seine marken- und personenbezogenen Bestimmungsfaktoren sowie seinen wertsteigernden Charakter für das Unternehmen nachzuvollziehen.
- die Strukturen und Prozesse des Beziehungsmarketings mithilfe der modernen Unternehmensentwicklung so zu organisieren, dass der Wertschöpfungsbeitrag im Unternehmen maximal ist.

## Kursinhalt

1. Begriff und Grundlagen des Customer-Relationship-Management (CRM)
  - 1.1 Konzept und Begriff des CRM
  - 1.2 Bedeutung des CRM für das Unternehmen
  - 1.3 Ziele und Strategien des CRMs
  - 1.4 Strukturen und Prozesse

2. Kundenbeziehungsstrategien
  - 2.1 Determinanten der Kundenbindung
  - 2.2 Verhaltenswirkungen beim Kunden
  - 2.3 Ermittlung des Kundenwerts
3. Kundengewinnung
  - 3.1 Strategien der Kundenakquisition
  - 3.2 Instrumente der Kundengewinnung
  - 3.3 Neukundenmanagement
4. Kundenbindung
  - 4.1 Kundenbindungsmanagement
  - 4.2 Kundenprogramme und andere Kundenbindungsinstrumente
  - 4.3 Beschwerdemanagement
5. Kundenrückgewinnung
  - 5.1 Rückgewinnungsmanagement
  - 5.2 Analyse der Abwanderung
  - 5.3 Instrumente der Kundenrückgewinnung
6. Electronic Customer-Relationship-Management (eCRM)
  - 6.1 Grundlagen des eCRMs
  - 6.2 Instrumente des eCRMs
  - 6.3 Social CRM
7. Operative CRM-Prozesse
  - 7.1 IT-Systeme im CRM
  - 7.2 Kampagnenmanagement
  - 7.3 Lead-Management
8. Analytische CRM-Prozesse
  - 8.1 Kundendaten als Basis
  - 8.2 Datenverarbeitung in Data Warehouses und OLAP
  - 8.3 Datenanalyse und Data Mining
9. CRM in ausgewählten Sektoren
  - 9.1 CRM im Konsumgüterbereich
  - 9.2 CRM im Investitionsgüterbereich
  - 9.3 CRM im Dienstleistungssektor



**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bruhn, M./Homburg, C. (Hrsg.) (2017): Handbuch Kundenbindungsmanagement. 9. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Conze, O. (2007): Kundenloyalität durch Kundenvorteile. Segmentspezifische Analyse und Implikationen für das Kundenbeziehungsmanagement. DUV/Gabler, Wiesbaden.
- Dowling, B. (2002): Customer Relationship Management: In B2C Markets, Often Less is More. In: California Management Review, 22. Jg., Heft 3, S. 113–125.
- Feistel, M. S. G. (2008): Strategisches Kundenbindungsmanagement. Modellrahmen und empirische Evidenz auf Basis einer kausalanalytischen Untersuchung in der Mineralölindustrie. Gabler, Wiesbaden.
- Grönroos, C. (2001): Service Management and Marketing. A Customer Relationship Management Approach. 2. Auflage, Wiley, Hoboken (NJ).
- Gummesson, E. (2015): Total Relationship Marketing. Rethinking Marketing Management. 32. Auflage, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Hennig-Thurau, T./Hansen, U. (Hrsg.) (2000): Relationship Marketing. Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction and Customer Retention. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Hippner, H./Hubrich, B./Wilde, K. D. (Hrsg.) (2011): Grundlagen des CRM. Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Jaeck, H. F. (2011): Wertorientiertes Management von Kundenbeziehungen. Berechnung des Customer Lifetime Value und Einsatz als Steuerungsgröße im CRM. Kovac, Hamburg.
- Kracklauer, A. H. (2005): Collaborative Customer Relationship Management. Taking CRM to the Next Level. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Prahalad, C. K. et al. (2002): Harvard Business Review on Customer Relationship Management. Harvard Business School Publishing, Boston.
- Rossmann, A. (2010): Vertrauen in Kundenbeziehungen. Gabler, Wiesbaden.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Cloud Computing

Modulcode: DLMWIWCC

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

N.N. (Einführung in Cloud Architekturen und Serverless Computing) / N.N. (Projekt: Cloud Computing)

## Kurse im Modul

- Einführung in Cloud Architekturen und Serverless Computing (DLMWIWCC01)
- Projekt: Cloud Computing (DLMWIWCC02)

## Art der Prüfung(en)

<b>Modulprüfung</b>	<b>Teilmodulprüfung</b>
	<p><u>Einführung in Cloud Architekturen und Serverless Computing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten</li> </ul> <p><u>Projekt: Cloud Computing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht</li> </ul>

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls**

**Einführung in Cloud Architekturen und Serverless Computing**

- Grundlage von Cloud Computing
- Service- und Bereitstellungsmodelle in der Cloud
- Cloud Sicherheit und Datenschutz
- Anbieter im Cloud Markt
- Typische Geschäftsanwendungen in der Cloud

**Projekt: Cloud Computing**

Identifizierung eines Use Cases, Ideation, Konzeption und Entwicklung einer eigenen Cloud-Anwendung am Beispiel eines typischen Cloud Anbieters wie Amazon AWS oder Microsoft Azure.

**Qualifikationsziele des Moduls**

**Einführung in Cloud Architekturen und Serverless Computing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Definitionen und Kategorisierungen von Cloud Computing zu kennen und zu verstehen.
- Technologie-Entwicklungen zur Ermöglichung von Cloud Computing auszuführen.
- Service Modelle der Cloud zu erläutern und zu bewerten.
- Sicherheitsrisiken von Cloud Lösungen zu verstehen und für Unternehmen zu beurteilen.
- marktübliche Cloud Anbieter zu unterscheiden und deren Services zu vergleichen.
- Geschäftsanwendungen in der Cloud zu bewerten.

**Projekt: Cloud Computing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein prototypisches Cloud Projekt auf Basis eines ausgewählten Cloud Anbieters zu planen, umzusetzen und zu dokumentieren.
- einen passenden Cloud Service Provider zu identifizieren und dessen verfügbare Services für den Einsatz einer rezeptbasierten Cloud Architektur zu beurteilen.
- typische Probleme in verschiedenen Projektphasen der Entwicklung von Cloud Lösungen durch den Einsatz von geeigneten Methoden zu erkennen und zu bewerten.
- geschäftsrelevante Fragestellung zur Bewertung einer Cloud Lösung zu beantworten und zu bewerten.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master Programme im Bereich IT & Technik

# Einführung in Cloud Architekturen und Serverless Computing

Kurscode: DLMWIWCC01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Cloud Computing steht für jederzeit abrufbare, dezentral über das Internet bereitgestellte technische Dienste, Softwareprodukte und Infrastrukturen, die die steigenden Anforderungen an die digitale Unternehmenswelt durch skalierbare und flexible Lösungen abdecken. Ziel dieses Kurses ist es daher, grundlegende Konzepte sowie Services- und Bereitstellungsmodelle von Cloud Computing zu vermitteln und Studierende in die Lage zu versetzen, passende Anwendungsfälle in der Geschäftswelt für Cloud Lösungen zu identifizieren und zu bewerten. Der Kurs geht zunächst auf grundlegende Begrifflichkeiten und Klassifizierungen des Cloud Computings ein und beschreibt notwendige Technologie-Entwicklungen, die Cloud Computing möglich gemacht haben. Dabei werden Chancen und Risiken der Nutzung von Cloud Lösungen reflektiert und bewertet. Darauf aufbauend werden typische Cloud Servicemodelle behandelt und wesentliche Sicherheitskonzepte für Cloud Lösungen diskutiert. Nach einer Vorstellung von zentralen Playern im Cloud Markt, wird auf typische Anwendungsfälle in der Geschäftswelt eingegangen. Vor diesem Hintergrund werden nicht nur die technologischen Grundlagen und Risiken von Cloud Computing behandelt, sondern es wird insbesondere darauf hingearbeitet, ein grundlegendes Verständnis über Einsatz und Nutzbarkeit von Cloud Lösungen im unternehmerischen Umfeld aufzubauen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Definitionen und Kategorisierungen von Cloud Computing zu kennen und zu verstehen.
- Technologie-Entwicklungen zur Ermöglichung von Cloud Computing auszuführen.
- Service Modelle der Cloud zu erläutern und zu bewerten.
- Sicherheitsrisiken von Cloud Lösungen zu verstehen und für Unternehmen zu beurteilen.
- marktübliche Cloud Anbieter zu unterscheiden und deren Services zu vergleichen.
- Geschäftsanwendungen in der Cloud zu bewerten.

## Kursinhalt

1. Grundlagen der Cloud Technologien
  - 1.1 Definition und Kategorisierung des Cloud Begriffs
  - 1.2 Historische Entwicklung und technische Evolution von Cloud Computing
  - 1.3 Abgrenzung zu anderen Themen (Grid-Computing, ASP u. a.)
  - 1.4 Chancen und Risiken der Nutzung

2. Ermöglichungstechnologien für Cloud Lösungen
  - 2.1 Internet/Web 2.0
  - 2.2 Data Center
  - 2.3 Virtualisierung
  - 2.4 Containerization
3. Service Modelle der Cloud
  - 3.1 Infrastructure as a Service (IaaS)
  - 3.2 Platform as a Service (PaaS)
  - 3.3 Software as a Service (SaaS)
  - 3.4 Function as a Service (FaaS).
4. Bereitstellungsmodelle der Cloud
  - 4.1 Public Cloud
  - 4.2 Private Cloud
  - 4.3 Community Cloud
  - 4.4 Hybrid Cloud
5. Cloud Sicherheit und Datenschutz
  - 5.1 Typische Sicherheitsrisiken von Anwendungen, Schnittstellen und Daten
  - 5.2 Best Practices (Cloud Verschlüsselung und Sicherheitsarchitektur)
  - 5.3 Datenschutzrechtliche Aspekte
6. Cloud Anbieter
  - 6.1 Übersicht des weltweiten Markts von Cloud Anbietern
  - 6.2 Anbieterbeispiel der „Big-4“ (AWS, IBM, Google und Microsoft)
7. Geschäftsvorfälle und Anwendungsbeispiele
  - 7.1 Business Treiber für Cloud Computing
  - 7.2 Typische Anwendungsbeispiele (Datenanalysen, ERP-Lösungen, IOT, Blockchain u. a.)

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Chang, V./Walters, R.J./Wills, G. (2015): Delivery and Adoption of Cloud Computing Services in Contemporary Organizations. IGI Global, Hershey PA.
- Frank, R./Schuhmacher, G./Tamm, A. (2019): Cloud-Transformation. Wie die Public Cloud Unternehmen verändert. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Longbottom, C. (2017): Evolution of Cloud Computing – How to Plan for Change. BCS The Chartered Institute for IT, Swindon UK.
- Metzger, C./Reitz, T./ Villar, J. (2011): Cloud Computing. Chancen und Risiken aus technischer und unternehmerischer Sicht. Carl Hansa Verlag, München.
- Ramachandran, M. (2016): Software security requirements management as an emerging cloud computing service. In: International Journal of Information Management, 36 (4), S. 580–590.
- Reinheimer, St. (Hrsg.) (2018): Cloud Computing. Die Infrastruktur der Digitalisierung. Springer, Wiesbaden.
- Selzer, A. (2019): Datenschutzrechtliche Zulässigkeit von Cloud-Computing-Services und deren teilautomatisierte Überprüfbarkeit. Eine Betrachtung unter Anwendung der Datenschutz-Grundverordnung. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Vacca, J. R. (2017): Cloud computing security: foundations and challenges. CRC Press, Boca Raton.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed



# Projekt: Cloud Computing

Kurscode: DLMWIWCC02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	DLMWIWCC01

## Beschreibung des Kurses

In der digitalen Unternehmenswelt spielt Cloud Computing eine zentrale Rolle bei der Gestaltung moderner, skalierbarer und flexibler Unternehmenslösungen. Die Einsatzmöglichkeiten reichen von Lösungen zur Verlagerung der unternehmenseigenen Infrastruktur in die Cloud, über das Hosting komplexer Plattform- und Softwarelösungen bis hin zur Bereitstellung einfacher und kostengünstiger Services mit Hilfe von Serverless Architekturen. Ziel dieses Kurses ist es, einen zweckmäßigen Anwendungsfall für die Digitalisierung im Unternehmen zu identifizieren und diesen unter Nutzung der verfügbaren Services eines typischen Cloud Anbieters prototypisch zur Realisierung zu bringen. Dabei sollen die Konzeption und technische Umsetzung, mit Hilfe der Services des ausgewählten Cloud Anbieters, im Fokus stehen. Wichtige geschäftskritische Fragestellungen, wie die Machbarkeit, Skalierbarkeit, Sicherheit und Kosten, sollen im Rahmen der Lösungsentwicklung ebenfalls bewertet und dokumentiert werden. Die gesammelten Erkenntnisse sollen im Rahmen eines Projektberichts zusammenfassend dargestellt werden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein prototypisches Cloud Projekt auf Basis eines ausgewählten Cloud Anbieters zu planen, umzusetzen und zu dokumentieren.
- einen passenden Cloud Service Provider zu identifizieren und dessen verfügbare Services für den Einsatz einer rezeptbasierten Cloud Architektur zu beurteilen.
- typische Probleme in verschiedenen Projektphasen der Entwicklung von Cloud Lösungen durch den Einsatz von geeigneten Methoden zu erkennen und zu bewerten.
- geschäftsrelevante Fragestellung zur Bewertung einer Cloud Lösung zu beantworten und zu bewerten.

## Kursinhalt

- Im Rahmen des Projekts Cloud Computing stellen die Studierenden das Wissen sowie die Fertigkeiten und Kompetenzen unter Beweis, um eine prototypische, cloudbasierte Lösung für ein virtuelles Unternehmen zu identifizieren, zu konzeptionieren und zu entwickeln. Die Studierenden sollen auf Basis einer vorgegebenen oder einer eigenständig identifizierten Problemstellung Ideen und Vorschläge zur Lösung entwickeln. Auf Basis der Auswahl eines passenden Anbieters, wie Amazon AWS, soll eine Spezifizierung und Konzeption für die Entwicklung einer prototypischen Cloud Lösung, im Sinne eines Proofs-of-Concept, erfolgen.

Die Dokumentation der erstellten Lösung sowie die Bewertung im Hinblick auf Aspekte wie Sicherheit, Skalierbarkeit und Kosten bilden für die Studierenden den Abschluss des Projekts.

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- o. V. (o. J.): AWS-Dokumentation. (URL: <https://docs.aws.amazon.com/index.html> [letzter Zugriff: 22.05.2020])
- Wadia, Y. et al. (2019): Implementing AWS: Design, Build, and Manage your Infrastructure. Packt Publishing Ltd., Birmingham UK.
- Zalazar A.S./Ballejos L./Rodriguez S. (2017): Analyzing Requirements Engineering for Cloud Computing. In: Ramachandran M./Mahmood Z. (Hrsg.): Requirements Engineering for Service and Cloud Computing. Springer, Cham.
- Zardari, S./Faniyi, F./Bahsoon R. (2013): Cloud-Based Goal Oriented Requirements Engineering. In: Mistrík, I. et. al. (Hrsg.): Aligning Enterprise, System, and Software Architectures. IGI Global, Hershey PA.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Projekt
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMWIWCC02

## Einführung in Data Science und AI

Modulcode: DLMWIWDSAI

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Ulrich Kerzel (Data Science) / Prof. Dr. Ulrich Kerzel (Künstliche Intelligenz)

### Kurse im Modul

- Data Science (DLMDWDS01)
- Künstliche Intelligenz (DLMAIAI01\_D)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

#### Teilmodulprüfung

##### Data Science

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

##### Künstliche Intelligenz

- Studienformat "Fernstudium": Klausur

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p><b>Lehrinhalt des Moduls</b></p> <p><b>Data Science</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung in die Data Science</li> <li>▪ Anwendungsfälle und Leistungsbewertung</li> <li>▪ Vorbehandlung von Daten</li> <li>▪ Verarbeitung von Daten</li> <li>▪ Ausgewählte mathematische Techniken</li> <li>▪ Ausgewählte Techniken künstlicher Intelligenz</li> </ul> <p><b>Künstliche Intelligenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geschichte der KI</li> <li>▪ KI-Anwendungsbereiche</li> <li>▪ Expertensysteme</li> <li>▪ Neurowissenschaften</li> <li>▪ Moderne KI-Systeme</li> </ul>	
<p><b>Qualifikationsziele des Moduls</b></p> <p><b>Data Science</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die Verwendung von Fällen zu bezeichnen und die Leistung von datengesteuerten Ansätzen zu bewerten.</li> <li>▪ zu verstehen, wie Daten zur der Analyse vorverarbeitet werden.</li> <li>▪ Typologien für Daten und Ontologien für die Wissensrepräsentation zu entwickeln.</li> <li>▪ sich für geeignete mathematische Algorithmen zu entscheiden, um die Datenanalyse für eine bestimmte Aufgabe zu nutzen.</li> <li>▪ den Wert, die Anwendbarkeit und die Grenzen der künstlichen Intelligenz für die Datenanalyse zu verstehen.</li> </ul> <p><b>Künstliche Intelligenz</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sich einen Überblick über die historischen Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz zu verschaffen.</li> <li>▪ die verschiedenen Anwendungsbereiche der künstlichen Intelligenz zu analysieren.</li> <li>▪ Expertensysteme zu verstehen.</li> <li>▪ Prolog auf einfache Expertensysteme anzuwenden.</li> <li>▪ das Gehirn und die kognitiven Prozesse aus neurowissenschaftlicher Sicht zu verstehen.</li> <li>▪ moderne Entwicklungen in der künstlichen Intelligenz zu verstehen.</li> </ul>	
<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Baut auf Modulen aus dem Bereich Data Science &amp; Artificial Intelligence auf</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich IT &amp; Technik</p>

# Data Science

Kurscode: DLMDWDS01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs Data Science bietet den Rahmen, um aus Daten Wert zu schaffen. Nach einer Einführung behandelt der Kurs, wie geeignete Anwendungsfälle identifiziert und die Leistung von datengesteuerten Methoden bewertet werden. Der Kurs behandelt Techniken für die technische Verarbeitung von Daten und stellt dann fortgeschrittene mathematische Techniken und ausgewählte Methoden der künstlichen Intelligenz vor, die zur Datenanalyse und für Vorhersagen verwendet werden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Verwendung von Fällen zu bezeichnen und die Leistung von datengesteuerten Ansätzen zu bewerten.
- zu verstehen, wie Daten zur der Analyse vorverarbeitet werden.
- Typologien für Daten und Ontologien für die Wissensrepräsentation zu entwickeln.
- sich für geeignete mathematische Algorithmen zu entscheiden, um die Datenanalyse für eine bestimmte Aufgabe zu nutzen.
- den Wert, die Anwendbarkeit und die Grenzen der künstlichen Intelligenz für die Datenanalyse zu verstehen.

## Kursinhalt

1. Einführung in die Data Science
  - 1.1 Übersicht über die Data Science
  - 1.2 Begriffe und Definitionen
  - 1.3 Anwendungen & Notable Beispiele
  - 1.4 Quellen von Daten
  - 1.5 Strukturiert, Unstrukturiert, Streaming
  - 1.6 Typische Daten Quellen und ihre Datentypen
  - 1.7 Die 4 V's von Data: Volume, Variety, Velocity, Veracity
  - 1.8 Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie
  - 1.9 Was sind Wahrscheinlichkeiten und Wahrscheinlichkeitsverteilungen
  - 1.10 Einführung in die Bayessche Statistik
  - 1.11 Beziehung zu Data Science: Vorhersage als Wahrscheinlichkeit

2. Use Cases und Leistungsbewertung
  - 2.1 Identifizierung von Use Cases für Data Science
  - 2.2 Identifizierung von Data Science Use Cases
  - 2.3 Von der Redaktion bis zur Entscheidung: Generierung von Werten aus Data Science
  - 2.4 Auswertung von Vorhersagen
  - 2.5 Übersicht über Relevant Metrics
  - 2.6 Geschäftszentrierte Bewertung die Rolle der KPIs
  - 2.7 Kognitive Biases und entscheidungsbildende Allianzen
3. Vorverarbeitung der Daten
  - 3.1 Übertragung von Daten
  - 3.2 Datenqualität und Datenbereinigung
  - 3.3 Transformation von Daten (Normalisierung, Aggregation)
  - 3.4 Reduzierung der Datendimensionalität
  - 3.5 Datenvisualisierung
4. Datenverarbeitung
  - 4.1 Stufen der Datenverarbeitung
  - 4.2 Methoden und Typen der Datenverarbeitung
  - 4.3 Ausgabeformate von verarbeiteten Daten
5. Ausgewählte mathematische Techniken
  - 5.1 Lineare Regression
  - 5.2 Hauptkomponentenanalyse
  - 5.3 Clustering
  - 5.4 Zeitreihenprognose
  - 5.5 Übersicht über weitere Ansätze
6. Ausgewählte Techniken der Künstlichen Intelligenz
  - 6.1 Unterstützung von Vektor Maschinen
  - 6.2 Neural Networks und Deep Learning
  - 6.3 Aufgeschaltete Netzwerke
  - 6.4 Wiederkehrende Netzwerke und Speicherzellen
  - 6.5 Convolutional Netzwerke
  - 6.6 Bestärkendes Lernen
  - 6.7 Übersicht über weitere Ansätze



**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Agrawal, A. (2018). Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence. Brighton, MA: Harvard Business Review.
- Hu, F. (2016). Big data: storage, sharing, and security. Boca Raton, FL: Auerbach Publications.
- Ciaburro, G., & Venkateswaran, B. (2017). Neural networks with R: Smart models using CNN, RNN, deep learning, and artificial intelligence principles. Birmingham: Packt Publishing.
- Kepner, J., & Jananathan, H. (2018). Mathematics of big data: Spreadsheets, databases, matrices, and graphs. Cambridge, MA: MIT Press.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2015). Artificial intelligence: A modern approach. New York, NY: Pearson Education.
- Géron, A. (2017). Hands-on machine learning with Scikit-Learn and TensorFlow. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Künstliche Intelligenz

Kurscode: DLMAIAI01\_D

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Suche nach künstlicher Intelligenz hat das Interesse der Menschheit seit vielen Jahrzehnten bewegt und wird seit den 1960er Jahren rege beforscht. Dieser Kurs gibt einen detaillierten Überblick über die historischen Entwicklungen, Erfolge und Rückschläge in der KI sowie die Entwicklung und den Einsatz von Expertensystemen in frühen KI-Systemen. Um kognitive Prozesse zu verstehen, wird der Kurs einen kurzen Überblick über das biologische Gehirn und (menschliche) kognitive Prozesse geben und sich dann auf die Entwicklung moderner KI-Systeme konzentrieren, die durch die jüngsten Entwicklungen im Bereich der Hard- und Software vorangetrieben werden. Besonderes Augenmerk liegt auf der Diskussion der Entwicklung "schmaler KI"-Systeme für spezifische Anwendungsfälle im Vergleich zur Schaffung allgemeiner künstlicher Intelligenz. Der Kurs gibt einen Überblick über ein breites Spektrum potenzieller Anwendungsbereiche der künstlichen Intelligenz, darunter Industriebereiche wie autonomes Fahren und Mobilität, Medizin, Finanzen, Einzelhandel und Produktion.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich einen Überblick über die historischen Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz zu verschaffen.
- die verschiedenen Anwendungsbereiche der künstlichen Intelligenz zu analysieren.
- Expertensysteme zu verstehen.
- Prolog auf einfache Expertensysteme anzuwenden.
- das Gehirn und die kognitiven Prozesse aus neurowissenschaftlicher Sicht zu verstehen.
- moderne Entwicklungen in der künstlichen Intelligenz zu verstehen.

## Kursinhalt

1. Geschichte der KI
  - 1.1 Historische Entwicklungen
  - 1.2 KI Winter
  - 1.3 Bemerkenswerte Fortschritte in der AI
2. Expertensysteme
  - 2.1 Überblick über Expertensysteme
  - 2.2 Einführung in Prolog

3. Neurowissenschaften
  - 3.1 Das (menschliche) Gehirn
  - 3.2 Kognitive Prozesse
4. Moderne KI-Systeme
  - 4.1 Jüngste Entwicklungen bei Hard- und Software
  - 4.2 Schmale vs. Allgemeine KI
  - 4.3 NLP und Computer Vision
5. AI Anwendungsbereiche
  - 5.1 Autonome Fahrzeuge & Mobilität
  - 5.2 Personalisierte Medizin
  - 5.3 FinTech
  - 5.4 Einzelhandel und Industrie

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bear, F./Barry, W./Paradiso, M. (2006): Neuroscience: Exploring the brain. 3rd ed., Lippincott Williams and Wilkins, Baltimore, MD.
- Bratko, I. (2011): Prolog programming for artificial intelligence. 4th ed., Pearson, Hoboken, NJ.
- Jackson, P. (1998): Introduction to expert systems. 3rd ed., Addison Wesley Longman, Chicago, IL.
- Nilsson, N. (2009): The quest for artificial intelligence. Cambridge University Press, Cambridge.
- Russel, S./Norvig, P. (2009): Artificial intelligence: A modern approach. 3rd ed., Pearson, Malaysia.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMAIAI01\_D

# Projektmanagement

Modulcode: MWPT

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Sarstedt (Methoden des Projektmanagements) / Prof. Dr. Margit Sarstedt (Projektmanagement mit dem PMBOK Guide)

## Kurse im Modul

- Methoden des Projektmanagements (MWPT01)
- Projektmanagement mit dem PMBOK Guide (MWPT02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

Methoden des Projektmanagements

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Projektmanagement mit dem PMBOK Guide

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p><b>Lehrinhalt des Moduls</b></p> <p><b>Methoden des Projektmanagements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aspekte der Projektwirtschaft</li> <li>▪ Projektmanagementsystem</li> <li>▪ Normen, Standards und Methoden des Projektmanagements</li> <li>▪ Projektorganisation und -portfoliomanagement</li> </ul> <p><b>Projektmanagement mit dem PMBOK Guide</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Initiierungsphase</li> <li>▪ Planungsphase</li> <li>▪ Projektmanagementprozesse in der Durchführungsphase</li> <li>▪ Projektmanagementprozesse der Überwachungs- und Steuerungsphase sowie der Abschlussphase</li> </ul>	
<p><b>Qualifikationsziele des Moduls</b></p> <p><b>Methoden des Projektmanagements</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die harten und weichen Erfolgsfaktoren des Projektmanagements voneinander abzugrenzen und zu erläutern.</li> <li>▪ die Methoden und Werkzeuge zu skizzieren und die situationsadäquate Auswahl derselben zu begründen.</li> <li>▪ die Steuerung von Projekten zu skizzieren.</li> <li>▪ kritische Erfolgsfaktoren zu klassifizieren.</li> </ul> <p><b>Projektmanagement mit dem PMBOK Guide</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ihre Erfahrung mit weichen und harten Erfolgsfaktoren des Projektmanagements im Rahmen des Praxisbeispiels vor dem Hintergrund ihrer theoretischen Kenntnisse zu reflektieren.</li> <li>▪ theoretisch fundierte und praktisch bewährte Methoden und Werkzeuge auf ihr Umfeld zu transferieren und zu entscheiden, welcher Detailgrad im Projektmanagement anzuwenden ist und welche Methoden in das jeweilige Umfeld passen.</li> <li>▪ internationalen Aspekte und die unterschiedlichen Kulturen, in denen Projekte stattfinden können, bei ihrer Projektplanung zu berücksichtigen.</li> <li>▪ sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert zum Erfolg führen können. Darüber hinaus sind sie befähigt, die weichen Erfolgsfaktoren zu erkennen und zu managen.</li> </ul>	
<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Baut auf Modulen aus dem Bereich Projektmanagement auf</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft &amp; Management</p>



# Methoden des Projektmanagements

Kurscode: MWPT01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Den Schwerpunkt des Kurses bilden die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements. Nach einer Definition des Projektmanagements und seiner Abgrenzung zum Linienmanagement werden die organisationstheoretischen Aspekte von Projekten und deren Auswirkungen auf das Management betrachtet. Danach werden den Teilnehmern die gängigen Methoden des Projektmanagements (DIN 69901, IPMA/GPM, PRINCE2, PMBOK Guide, V-Modell, Scrum) und ihre Einsatzmöglichkeiten vorgestellt. Nach dieser Einführung in die Grundlagen der Projektmanagementmethoden wird das in internationalen Unternehmen häufig anzutreffende Multiprojektmanagement mit seinen spezifischen Herausforderungen betrachtet. Eng verbunden mit dem Multiprojektmanagement ist das Projektportfoliomanagement. Die Teilnehmer erfahren, welche Instrumente und Prozesse zur Abstimmung und Steuerung eines Projektportfolios zum Einsatz kommen. Ergänzend zu den formalen Werkzeugen und Methoden, den sogenannten harten Faktoren, werden auch Methoden zum Einsatz der weichen Faktoren, die wesentlich zum Projekterfolg beitragen, kurz dargestellt. Dazu zählen z. B. Teamaufstellung für Workshops bzw. das Projektteam, Führung eines Projektteams, Management der Erwartungen von Führungskräften in Steuerkreisen, strukturiertes Aufbereiten von Entscheidungen, Konfliktlösungsstrategien und Projektkommunikation. Abschließend werden die kritischen Erfolgsfaktoren von Projekten zusammenfassend reflektiert.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die harten und weichen Erfolgsfaktoren des Projektmanagements voneinander abzugrenzen und zu erläutern.
- die Methoden und Werkzeuge zu skizzieren und die situationsadäquate Auswahl derselben zu begründen.
- die Steuerung von Projekten zu skizzieren.
- kritische Erfolgsfaktoren zu klassifizieren.

## Kursinhalt

1. Einführung in das Projektmanagement
  - 1.1 Das Projekt
  - 1.2 Das Projektmanagement

2. Gesamt- und einzelwirtschaftliche Aspekte der Projektwirtschaft
  - 2.1 Entwicklung und Stand der Projektwirtschaft
  - 2.2 Grundfragen der Projektwirtschaft im Unternehmen
3. Das Projektmanagementsystem
  - 3.1 Modelle für Projektmanagementsysteme
  - 3.2 Die Beurteilung von Projektmanagementsystemen
4. Normen, Standards und Methoden
  - 4.1 Normen und Standards
  - 4.2 Projektmanagementmethoden
5. Projektorganisation
  - 5.1 Beteiligte und Instanzen
  - 5.2 Grundformen der Projektorganisation
6. Projektportfoliomanagement
  - 6.1 Multiprojekt-/Projektportfoliomanagement
  - 6.2 Phasenmodell des Projektportfolios

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement. Physica, Heidelberg.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer, Berlin.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. Vdf Hochschulverlag, Zürich.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): Social Competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg, Wien.
- Project Management Institute (PMI) (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 5. Auflage, PMI, Newton (PA).
- Spitzczok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Projektmanagement mit dem PMBOK Guide

Kurscode: MWPT02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Den Schwerpunkt dieses Kurses bildet das Management eines länderübergreifenden Projektes mit verteilten multinationalen Projektteams im Rahmen einer Case Study. Auf Basis einer kurzen Auffrischung der Inhalte des Kurses „Methoden des Projektmanagements“ werden die Studierenden alle Phasen eines Projektes in Theorie und Praxis durchlaufen. Alle bedeutenden Prozesse der vier Phasen eines Projektes (Vorbereitung, Planung, Durchführung, Abschluss) werden in einer Prozesslandkarte visualisiert, Schritt für Schritt theoretisch beleuchtet und mit praktischen Beispielen unterlegt. So werden die Prozesse praktisch nachvollziehbar und Best Practices der Anwendung von Methoden und Werkzeugen evaluiert. In jeder Projektphase wird ein Bezug der jeweiligen Prozesse zu den Knowledge Areas und den Prozessen des PMBOK Guide hergestellt. Praxisbewährte Eingangsartefakte und die Ergebnisartefakte zu den Prozessen werden erarbeitet. Ergänzend zu den formalen Werkzeugen und Methoden werden in der Case Study auch die weichen Faktoren, die wesentlich zum Projekterfolg beitragen, vermittelt. Dazu zählen z. B. Management der Erwartungen von Führungskräften in Steuerkreisen, Teamaufstellung für Workshops bzw. das Projektteam, Führung eines Projektteams, strukturiertes Aufbereiten von Entscheidungen, Konfliktlösungsstrategien und Projektkommunikation. Zu diesem Projekt ist abschließend ein Bericht zu schreiben.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihre Erfahrung mit weichen und harten Erfolgsfaktoren des Projektmanagements im Rahmen des Praxisbeispiels vor dem Hintergrund ihrer theoretischen Kenntnisse zu reflektieren.
- theoretisch fundierte und praktisch bewährte Methoden und Werkzeuge auf ihr Umfeld zu transferieren und zu entscheiden, welcher Detailgrad im Projektmanagement anzuwenden ist und welche Methoden in das jeweilige Umfeld passen.
- internationalen Aspekte und die unterschiedlichen Kulturen, in denen Projekte stattfinden können, bei ihrer Projektplanung zu berücksichtigen.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert zum Erfolg führen können. Darüber hinaus sind sie befähigt, die weichen Erfolgsfaktoren zu erkennen und zu managen.

**Kursinhalt**

1. Projektmanagement mit dem PMBOK
  - 1.1 Die Nomenklatur des PMBOK
  - 1.2 Grundstrukturen von Projekten nach dem PMBOK
  - 1.3 Der Aufbau des PMBOK
2. Die Initiierungsphase
  - 2.1 Projektauftrag entwickeln
  - 2.2 Stakeholder identifizieren
3. Die Planung von Inhalt und Umfang
  - 3.1 Integrationsmanagement in der Planungsphase
  - 3.2 Inhalts- und Umfangsmanagement in der Planungsphase
  - 3.3 Projektstrukturplan erstellen
4. Terminmanagement in der Planungsphase
  - 4.1 Terminmanagement planen
  - 4.2 Vorgänge definieren und Folgen festlegen
  - 4.3 Ressourcen und Vorgangsdauer schätzen
  - 4.4 Terminplan entwickeln
5. Kostenmanagement in der Planungsphase
  - 5.1 Kostenmanagement planen
  - 5.2 Kosten schätzen
  - 5.3 Budget festlegen
6. Risiko-, Qualitäts-, HR-, Kommunikations- und Beschaffungsmanagement in der Planungsphase
  - 6.1 Risikomanagement in der Planungsphase
  - 6.2 Qualitätsmanagement in der Planungsphase
  - 6.3 Die Planung von HR, Kommunikation und Beschaffung
7. Projektmanagementprozesse der Durchführungsphase
  - 7.1 HR- und Kommunikationsmanagement in der Durchführungsphase
  - 7.2 Weitere Projektprozesse in der Durchführungsphase

8. Projektmanagementprozesse der Überwachungs- und Steuerungsphase sowie der Abschlussphase
  - 8.1 Umfangs- und Inhalts- sowie Zeitmanagement in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.2 Kosten-, Qualitäts- und Kommunikationsmanagement in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.3 Risiko-, Beschaffungs- und Stakeholder Management in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.4 Prozesse der Abschlussphase

## Literatur

### Pflichtliteratur

#### Weiterführende Literatur

- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement. Physica, Heidelberg.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer, Berlin.
- DeMarco, T. (2007): Der Termin. Ein Roman über Projektmanagement. Hanser, München.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. Vdf Hochschulverlag, Zürich.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): Social Competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg, Wien.
- Project Management Institute (PMI) (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 5. Auflage, PMI, Newton (PA).
- Schelle, H. (2010): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 6. Auflage, dtv, München.
- Spitzcok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Projekt
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWPT02



## Masterarbeit

Modulcode: DLMMAB

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 15	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 450 h
----------------------------------	---	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Studiengangsleiter (SGL) (Masterarbeit) / Studiengangsleiter (SGL) (Kolloquium)

### Kurse im Modul

- Masterarbeit (DLMMAB01)
- Kolloquium (DLMMAB02)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

#### Teilmodulprüfung

##### Masterarbeit

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit (90)

##### Kolloquium

- Studienformat "Fernstudium": Kolloquium (10)

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Masterarbeit**

- Masterarbeit

**Kolloquium**

- Kolloquium zur Masterarbeit

**Qualifikationsziele des Moduls****Masterarbeit**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

**Kolloquium**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Alle Module im Masterprogramm

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Masterprogramme im Fernstudium

# Masterarbeit

Kurscode: DLMMAB01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		13.5	Gemäß Studien- und Prüfungsordnung

## Beschreibung des Kurses

Ziel und Zweck der Masterarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Masterarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnisse des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

## Kursinhalt

- Im Rahmen der Masterarbeit muss die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden Themas widerspiegeln. Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerten.

**Literatur**

**Pflichtliteratur**

**Weiterführende Literatur**

- Hunziker, A.W. (2010): Spass am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, SKV, Zürich.
- Wehrlin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
405 h	0 h	0 h	0 h	0 h	405 h

<b>Lehrmethoden</b>
Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eines akademischen Betreuers.

# Kolloquium

Kurscode: DLMMAB02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		1.5	Gemäß Studien- und Prüfungsordnung

## Beschreibung des Kurses

Das Kolloquium wird nach Einreichung der Masterarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben. Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden, und die Beantwortung von Fragen der Gutachter.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

## Kursinhalt

- Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Masterarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Kolloquium

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
45 h	0 h	0 h	0 h	0 h	45 h

<b>Lehrmethoden</b>
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.