

MODULHANDBUCH

Master of Arts

Master Digital Entrepreneurship (FS-MADBM-60)

60 CP

Fernstudium

Klassifizierung: weiterbildend

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DLMDBMDBM: Digital Business Management

Modulbeschreibung	7
Kurs DLMDBMDBM01: Digital Business Management	9

Modul DLMIDBM: Digitale Business-Modelle

Modulbeschreibung	13
Kurs DLMIDBM01: Digitale Business-Modelle	15

Modul DLMIEELSU_D: Lean Start Up

Modulbeschreibung	18
Kurs DLMIEELSU01_D: Lean Start Up	20

Modul DLMBIED-01 : Innovation und Entrepreneurship

Modulbeschreibung	24
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship	26

Modul DLMAF: Angewandte Forschung

Modulbeschreibung	31
Kurs DLMAF01: Angewandte Forschung	33

Modul DLMWPWUOE1: Projekt: Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung

Modulbeschreibung	37
Kurs DLMWPWUOE01: Projekt: Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung	39

2. Semester

Modul DLMWPWNW2: Seminar: New Work

Modulbeschreibung	44
Kurs DLMWPWNW02: Seminar: New Work	46

Modul DLGHECBGH: Consumer Behavior and Growth Hacks

Modulbeschreibung	49
Kurs DLMBCBR01: International Consumer Behavior	52
Kurs DLMGHSPCGH01: Seminar: Previous and Current Growth Hacks	55

Modul DLMITEBDA: Big Data Applications

Modulbeschreibung	58
-------------------------	----

Kurs DLMDSBDT01: Big Data Technologies	60
Kurs DLMBBD01: Data Utilization	64
Modul DLMBDSA: Data Science and Analytics	
Modulbeschreibung	68
Kurs DLMBDSA01: Data Science	71
Kurs DLMBDSA02: Analytical Software and Frameworks	76
Modul DLMIEESUL: Start Up Lab	
Modulbeschreibung	81
Kurs DLMIEESUL01: Start Up Lab	83
Modul DLMPREPMO: Project Management within Operations	
Modulbeschreibung	86
Kurs DLMBAE0IM01: Operations and Information Management	89
Kurs DLMPREPMO02: Project: Operations Projects	94
Modul DLMPREPMO: Process Management with Scrum	
Modulbeschreibung	97
Kurs DLMPREPMO01: Process Management with Scrum	99
Kurs DLMPREPMO02: Project: Corporate Project with Scrum	103
Modul DLMBAEES: Entrepreneurial Ecosystems	
Modulbeschreibung	106
Kurs DLMIEEIEE01: Innovation and Entrepreneurial Ecosystems	109
Kurs DLMIEEIEE01: Entre- and Intrapreneurship	113
Modul DLMBMEDIDT: Disruptive Innovation and Design Thinking	
Modulbeschreibung	118
Kurs DLMIEEEDT01: Disruptive Innovation	120
Kurs DLMBPDDT02: Design Thinking	124
Modul DLMBMWMNU: Management nachhaltiger Unternehmen	
Modulbeschreibung	128
Kurs DLMNMGHNE01: Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung	130
Kurs DLMNMGINU01: Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum	133
Modul DLMCOWNUE: Nachhaltige Unternehmensentwicklung	
Modulbeschreibung	137
Kurs DLMNMZGM01: Zukunftsfähige Geschäftsmodelle	139
Kurs DLMNMPEGM01: Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells	142
Modul DLMIMWKI_D: Künstliche Intelligenz	
Modulbeschreibung	145
Kurs DLMAIAI01_D: Künstliche Intelligenz	148

Kurs DLMAISAI01_D: Seminar: Künstliche Intelligenz und Gesellschaft	151
Modul DLMBAEAI01: AI in Practice	
Modulbeschreibung	154
Kurs DLMSUCE01: Use Case and Evaluation	156
Kurs DLMAISCTAI01: Seminar: Current Topics in AI	160
Modul DLMMAWITCS: IT-Recht und Cyber Security	
Modulbeschreibung	164
Kurs DLMCSITSDS01: IT-Sicherheit und Datenschutz	167
Kurs DLMIMWITR01: Nationales und internationales IT-Recht	171
Modul MWEC-01: E-Commerce	
Modulbeschreibung	175
Kurs MWEC01-01: E-Commerce I	178
Kurs MWEC02-01: E-Commerce II	182
Modul DLMBCFIE: Corporate Finance and Investment	
Modulbeschreibung	186
Kurs DLMBCFIE01: Advanced Corporate Finance	189
Kurs DLMBCFIE02: Investment Analysis & Portfolio Management	193
Modul DLMMANE-01: Management	
Modulbeschreibung	198
Kurs DLMBLSE01-01: Leadership	201
Kurs DLMB SME01: Strategic Management	206
Modul DLMEAIMAIP: AI and Mastering AI Prompting	
Modulbeschreibung	211
Kurs DLMAIAI01: Artificial Intelligence	213
Kurs DLMPAIECPT01: Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques	217
Modul DLMMAB: Masterarbeit	
Modulbeschreibung	220
Kurs DLMMAB01: Masterarbeit	222
Kurs DLMMAB02: Kolloquium	225

1. Semester

Digital Business Management

Modulcode: DLMDBMDBM

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Tamara Wehrstein (Digital Business Management)

Kurse im Modul

- Digital Business Management (DLMDBMDBM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung <u>Studienformat: Fernstudium</u> Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten	Teilmodulprüfung
---	-------------------------

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Digital Business
- Digitalökonomie
- Digitale Geschäftsmodelle
- Digital Business Management

Qualifikationsziele des Moduls**Digital Business Management**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Relevanz des Digital Business im Kontext der technologischen Entwicklung hin zur Internetwirtschaft, der Entwicklung der Plattformökonomie und dem anhaltenden Trend von Web 2.0 einzuordnen.
- verschiedene Entwicklungsstufen eines Digital Business zu identifizieren.
- unterschiedliche Formen der Digitalökonomie und damit verbundene Vor- und Nachteile zu benennen und zu bewerten.
- beispielhafte digitale Geschäftsmodelle zu identifizieren und zu beschreiben.
- das Management eines Digital Business zu beschreiben und durchzuführen - vom Design bis zur Weiterentwicklung des digitalen Geschäftsmodells, um langfristig Profitabilität sicherzustellen.
- die Entwicklung von digitalen Geschäftsmodellen zu analysieren und zu beurteilen.
- relevante Managementkonzepte des digitalen Zeitalters zu identifizieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

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

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Digital Business Management

Kurscode: DLMDBMDBM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Durch eine zunehmende Digitalisierung haben sich Gesellschaft und Wirtschaft grundlegend gewandelt. Vor allem das Internet erweitert dabei die Handlungsfähigkeit von Personen und Organisationen. Der daraus resultierende Zuwachs an Dynamik und Komplexität und die Veränderung der Wettbewerbsbedingungen sind Gegenstand dieses Kurses. Die Studierenden erhalten einen Überblick darüber, wie darauf mit veränderten Denkweisen und Managementansätzen reagiert werden kann und inwiefern digitale Geschäftsmodelle an Bedeutung gewonnen haben. Der Kurs soll Studierende damit vertraut machen, wie Geschäftsmodelle in vereinfachter Form abbilden, wie ein Unternehmen Werte schafft und erfasst und so einen Ansatz bieten, die Komplexität und Dynamik der Digitalökonomie zu vereinfachen. Ziel dieses Kurses ist es, den Studierenden einen Einblick in das Management von digitalen Geschäftsmodellen zu geben. So wird das Digital Business Model Management vom Design bis zur Weiterentwicklung vorgestellt. Damit wird der Kurs der in der Praxis notwendigen Adaption von Geschäftsmodellen im Lebenszyklus gerecht. Zusätzlich wird durch Fallstudien der Praxisbezug hergestellt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Relevanz des Digital Business im Kontext der technologischen Entwicklung hin zur Internetwirtschaft, der Entwicklung der Plattformökonomie und dem anhaltenden Trend von Web 2.0 einzuordnen.
- verschiedene Entwicklungsstufen eines Digital Business zu identifizieren.
- unterschiedliche Formen der Digitalökonomie und damit verbundene Vor- und Nachteile zu benennen und zu bewerten.
- beispielhafte digitale Geschäftsmodelle zu identifizieren und zu beschreiben.
- das Management eines Digital Business zu beschreiben und durchzuführen - vom Design bis zur Weiterentwicklung des digitalen Geschäftsmodells, um langfristig Profitabilität sicherzustellen.
- die Entwicklung von digitalen Geschäftsmodellen zu analysieren und zu beurteilen.
- relevante Managementkonzepte des digitalen Zeitalters zu identifizieren.

Kursinhalt

1. Die Digitalökonomie
 - 1.1 Wirtschaft und Gesellschaft im digitalen Zeitalter

- 1.2 Treiber der Digitalökonomie
- 1.3 Agierende und Interaktionsmuster der Digitalökonomie
2. Das Digital Business
 - 2.1 Formen und Komponenten des Digital Business
 - 2.2 Entwicklungsstufen des Digital Business
 - 2.3 Erfolgsfaktoren des Digital Business
3. Digitale Geschäftsmodelle
 - 3.1 Digitalisierung und digitale Geschäftsmodelle
 - 3.2 Definition von digitalen Geschäftsmodellen
 - 3.3 Charakteristika digitaler Geschäftsmodelle
 - 3.4 Typen digitaler Geschäftsmodelle oder Geschäftsmodellmuster
 - 3.5 Geschäftsmodellinnovation
4. Paradigmenwechsel im Management
 - 4.1 Herausforderungen des digitalen Zeitalters
 - 4.2 Führungsstrategien zwischen Komplexität, Unsicherheit und Risiko
 - 4.3 Managementansätze im digitalen Zeitalter
5. Digital Business Model Management
 - 5.1 Design-Phase
 - 5.2 Phase der Implementierung
 - 5.3 Phase der operativen Umsetzung
 - 5.4 Phase der Adaption und Modifikation
 - 5.5 Controlling-Phase
6. Theorie trifft Praxis
 - 6.1 Individuelle Business Challenge
 - 6.2 Alphabet (Google) Case Study

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

- Abegglen, C. & Bleicher, K. (2021). Das Konzept Integriertes Management: Visionen – Missionen – Programme (10., aktualisierte und erweiterte Auflage des Standardwerks). Campus Verlag.
- Au, C. von. (2017). Führung im Zeitalter von Veränderung und Diversity. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Liening, A. (2017). Komplexität und Entrepreneurship: Komplexitätsforschung sowie Implikationen auf Entrepreneurship-Prozesse. Springer Gabler.
- Ulf Brandes, Pascal Gemmer, Holger Koschek & Lydia Schültken. (2014). Management Y : Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation. Campus Verlag.
- Wirtz, B. W. (2020). Business Model Management: Design - Process - Instruments. Springer International Publishing AG.
- Wirtz, B. W. (2019). Digital Business Models: Concepts, Models, and the Alphabet Case Study. Springer International Publishing AG.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Digitale Business-Modelle

Modulcode: DLMIDBM

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

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

Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

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 Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLMIDBM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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

- Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Carl Hanser, München.
- Hoffmeister, C. (2013): Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen. Carl Hanser, München.
- Hoffmeister, C. (2015): Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern. Carl Hanser, München.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus, Frankfurt/M.
- Stähler, P. (2002): Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie. Josef Eul, Lohmar.
- Stähler, P. (2019): Das Richtige gründen. Werkzeugkasten für Unternehmer. 4. Auflage, Murmann Publishers, Hamburg.
- Wirtz, B. W. (2020): Electronic Business. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Lean Start Up

Modulcode: DLMIEELSU_D

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mirko Bendig (Lean Start Up)

Kurse im Modul

- Lean Start Up (DLMIEELSU01_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Lean Start Up
- Lean Start Up: Das Kernkonzept
- Die "Bauen"-Phase
- Die „Messen“-Phase
- Die „Lernen“-Phase
- Lean Start Up: Fallbeispiele

Qualifikationsziele des Moduls

Lean Start Up

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Lean Start Up-Methode und ihre Entstehung zu definieren und ihre Vorläuferansätze - Lean Management und Customer Development – zu beschreiben.
- das Konzept des Lean Start Up als neue unternehmerische Managementmethode zu analysieren und zu beschreiben, insbesondere das experimentelle Design sowie den Steuerungsprozess der Bauen-Messen-Lernen Feedbackschleife und seine Bedeutung für den Aufbau eines Start Ups in einem unsicheren Marktumfeld.
- den experimentellen Rahmen und die Rolle der Verwendung von Hypothesen und Annahmen für die Validierung einer neuen Geschäftsidee sowie den Aufbau eines Minimum Viable Products zu erklären.
- die systematischen Verfahren zur Prüfung der zugrundeliegenden Annahmen erläutern und anwenden zu können, um eine Problemlösung und folgend eine Marktanpassung zu erreichen.
- die Phase des Lernens auf der Grundlage der systematisch gemessenen Ergebnisse anzuwenden, um Geschäftsmodelle anzupassen oder zu wechseln, Wachstum zu schaffen und das Start Up-als anpassungsfähige Einrichtung aufzubauen.
- typische Anwendungsfälle aus dem Start-Up-Umfeld abzuleiten und auch als Innovationsrahmen für bereits etablierte Unternehmen anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

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

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Lean Start Up

Kurscode: DLMIEELSU01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In den letzten Jahren haben Unternehmer und insbesondere Start Ups große Aufmerksamkeit für ihre Arbeit und ihr Potenzial zur Umgestaltung von Wirtschaft und Gesellschaft durch den Ausbau von Innovation und digitalen Fähigkeiten erhalten. Lean Start Up wurde aus den Erfahrungen der Produktentwicklung von erfolgreichen Start Ups entwickelt und wird als neue unternehmerische Managementmethode angesehen. Inspiriert durch die beiden Konzepte Lean Management und Customer Development wird durch die Anwendung der Lean Start Up-Methode schneller ein marktfähiges Produkt und Geschäftsmodell entwickelt. Hierzu wird ein kundenorientierter Produkt- und Geschäftsmodellentwicklungsprozess genutzt, der sich durch eine Kombination aus hypothesengesteuerten Experimenten, iterativen Produktreleases, systematischen Tests und validiertem Lernen auszeichnet. Im Kern wird jede Annahme eines Produkts als Experiment behandelt, das in einer stetigen Feedbackschleife aus Bauen eines Minimum Viable Product (MVP), Messen des Kundenfeedbacks und des daraus Lernens systematisch getestet wird. Ziel ist es, damit möglichst schnell einen Produkt-Markt-Fit zu erreichen. Dieser Kurs führt die Teilnehmenden in die Lean Start Up-Methode, ihre Definition und ihre wichtigsten Merkmale ein. Der Kurs ist so konzipiert, dass die Studierenden das Vorgehen und die einzelnen Phasen der Feedbackschleife von Lean Start Up verstehen und anwenden können. Ziel ist es, die Studierenden zu befähigen, Lean Start Up als unternehmerischen Prozess für zukünftige Produkt- und Geschäftsmodellentwicklungen zu nutzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Lean Start Up-Methode und ihre Entstehung zu definieren und ihre Vorläuferansätze - Lean Management und Customer Development – zu beschreiben.
- das Konzept des Lean Start Up als neue unternehmerische Managementmethode zu analysieren und zu beschreiben, insbesondere das experimentelle Design sowie den Steuerungsprozess der Bauen-Messen-Lernen Feedbackschleife und seine Bedeutung für den Aufbau eines Start Ups in einem unsicheren Marktumfeld.
- den experimentellen Rahmen und die Rolle der Verwendung von Hypothesen und Annahmen für die Validierung einer neuen Geschäftsidee sowie den Aufbau eines Minimum Viable Products zu erklären.
- die systematischen Verfahren zur Prüfung der zugrundeliegenden Annahmen erläutern und anwenden zu können, um eine Problemlösung und folgend eine Marktanpassung zu erreichen.
- die Phase des Lernens auf der Grundlage der systematisch gemessenen Ergebnisse anzuwenden, um Geschäftsmodelle anzupassen oder zu wechseln, Wachstum zu schaffen und das Start Up-als anpassungsfähige Einrichtung aufzubauen.
- typische Anwendungsfälle aus dem Start-Up-Umfeld abzuleiten und auch als Innovationsrahmen für bereits etablierte Unternehmen anzuwenden.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Lean Start Up
 - 1.1 Die Entstehung und Definition von Lean Start Up
 - 1.2 Lean Management
 - 1.3 Customer Development
2. Lean Start-up: Das Kernkonzept
 - 2.1 Unternehmerisches Management
 - 2.2 Validiertes Lernen
 - 2.3 „Bauen“-„Messen“-„Lernen“ Feedbackschleife als Steuerungsprozess
3. Die "Bauen"-Phase
 - 3.1 Ein Experiment ist ein Produkt
 - 3.2 Geschäftshypothesen und die "Leap of Faith Assumptions"
 - 3.3 Das Minimum Viable Product (MVP)
4. Die "Messen"-Phase
 - 4.1 Das Problem verstehen
 - 4.2 Die Lösung definieren
 - 4.3 Qualitative und quantitative Validierung

5. Die "Lernen"-Phase
 - 5.1 Pivot – Kurswechsel oder Kurs halten?
 - 5.2 Wachstumsmotoren
 - 5.3 Der Aufbau einer adaptiven Organisation

6. Lean Start Up: Fallbeispiele
 - 6.1 Lean Start Up Fallbeispiel 1: Das Problem, die Lösung und die MVP-Interviews
 - 6.2 Lean Start Up Fallbeispiel 2: Lean Analytics für zweiseitige Märkte
 - 6.3 Lean Start Up Fallbeispiel 3: Innovationsrahmen in etablierten Unternehmen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Blank, S. G. (2007): The Four Steps to the Epiphany. Successful Strategies for Products that Win. 3rd Edition, Quad/Graphics.
- Maurya, A. (2012): Running Lean. Iterate from Plan A to a Plan That Works. 2nd Edition, O'Reilly, Sebastopol.
- Dorf, B./Blank, S. (2014): Das Handbuch für Startups: Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen. O'Reilly Verlag, Köln.
- Ries, E. (2015): Lean Startup. Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen. 4. Auflage, Redline-Verlag, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Innovation und Entrepreneurship

Modulcode: DLMBIED-01

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Georg Berkel (Innovation und Entrepreneurship)

Kurse im Modul

- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

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 Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press.
- Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK).
- Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96.
- Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK).
- Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J):. Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks. 3. Auflage, Oxford University Press.
- Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success. Springer, Berlin.
- Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2nd Edition Pearson, Harlow (UK).
- Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69–74.
- 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, Berlin.
- Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.
- Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg. Hanser, München.
- Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München.
- Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. 2., überarbeitete Auflage, Springer, Berlin.
- Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work.
- Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17–47.
- Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship. 2nd Edition, Cambridge University Press.
- Zellweger, T. (2017): Managing the Family Business. Elgar.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Angewandte Forschung

Modulcode: DLMAF

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Annette Strauß (Angewandte Forschung)

Kurse im Modul

- Angewandte Forschung (DLMAF01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen empirischer Forschung
- Der Prozess empirischer Forschung
- Qualitative Befragungsforschung
- Standardisierte Befragungsforschung
- Experimentelle Forschung
- Besonderheiten der Forschung mit Sekundär- und Beobachtungsdaten

Qualifikationsziele des Moduls**Angewandte Forschung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Art und Qualität empirischer Forschung und konkreter empirischer Forschungsergebnisse anhand relevanter Kriterien zu bewerten.
- geeignete Daten und Forschungsmethoden zu identifizieren, um eine konkrete Problemstellung oder Forschungsfrage empirisch zu adressieren.
- die Prozessschritte sowie die Potenziale, Ziele und Grenzen unterschiedlicher quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden zu benennen und kritisch gegenüberzustellen.
- grundlegende ethische und rechtliche Aspekte bei der Durchführung von empirischen Untersuchungen zu erkennen und berücksichtigen.
- eine empirische Untersuchung selbständig und theoriegeleitet zu konzipieren, um ein spezifisches anwendungsorientiertes Forschungsproblem adäquat zu adressieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Angewandte Forschung

Kurscode: DLMAF01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt zentrale Konzepte und Methoden der angewandten empirischen Forschung. Die Studierenden erwerben profunde Kenntnisse zur Bewertung der Qualität sowie der Grenzen unterschiedlicher empirischer Forschungsansätze. Zunächst lernen die Studierenden die zentralen theoretischen Grundlagen empirischer Forschung und die zentralen Prozessschritte empirischer Forschungsprojekte kennen. Hierbei werden die Studierenden auch für die ethischen und rechtlichen Herausforderungen sensibilisiert. Vertiefend behandelt der Kurs die Anwendung zentraler qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden, für die jeweils die zentralen Ziele und Entscheidungsfelder, deren Stärken und Schwächen sowie praktische Anwendungsempfehlungen diskutiert werden. Der Kurs versetzt die Studierenden in ihrem Fachgebiet oder beruflichen Umfeld in die Lage, eine empirische Studie für eine angewandte Problemstellung zu entwickeln und die Qualität empirischer Erkenntnisse sowie deren Aussagekraft kritisch zu evaluieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Art und Qualität empirischer Forschung und konkreter empirischer Forschungsergebnisse anhand relevanter Kriterien zu bewerten.
- geeignete Daten und Forschungsmethoden zu identifizieren, um eine konkrete Problemstellung oder Forschungsfrage empirisch zu adressieren.
- die Prozessschritte sowie die Potenziale, Ziele und Grenzen unterschiedlicher quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden zu benennen und kritisch gegenüberzustellen.
- grundlegende ethische und rechtliche Aspekte bei der Durchführung von empirischen Untersuchungen zu erkennen und berücksichtigen.
- eine empirische Untersuchung selbständig und theoriegeleitet zu konzipieren, um ein spezifisches anwendungsorientiertes Forschungsproblem adäquat zu adressieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen empirischer Forschung
 - 1.1 Ziele und grundlegende Ansätze empirischer Forschung
 - 1.2 Objektivität, Reliabilität und Validität empirischer Forschung
 - 1.3 Kausalität
2. Der Prozess empirischer Forschung

- 2.1 Festlegung des Untersuchungsziels
- 2.2 Wahl des Untersuchungsdesigns
- 2.3 Datenerhebung und Datenanalyse
- 2.4 Interpretation und Ergebnispräsentation
- 2.5 Ethische und rechtliche Aspekte empirischer Forschung

3. Qualitative Befragungsforschung
 - 3.1 Grundlagen, Ziele und Prozessschritte
 - 3.2 Zentrale Formen der Datenerhebung
 - 3.3 Methoden der qualitativen Inhaltsanalyse
 - 3.4 Bewertung der Qualität

4. Standardisierte Befragungsforschung
 - 4.1 Grundlagen, Ziele und Prozessschritte
 - 4.2 Zentrale Formen der Datenerhebung
 - 4.3 Fragebogengestaltung, Messung und Operationalisierung
 - 4.4 Stichprobenziehung und -bewertung
 - 4.5 Bewertung der Qualität

5. Experimentelle Forschung
 - 5.1 Grundlagen und Ziele
 - 5.2 Arten und Untersuchungsdesigns
 - 5.3 Messung und Manipulation der Variablen
 - 5.4 Prozessschritte in der experimentellen Forschung
 - 5.5 Bewertung der Qualität

6. Besonderheiten der Forschung mit Sekundär- und Beobachtungsdaten
 - 6.1 Grundlagen, Ziele und Besonderheiten
 - 6.2 Ausgewählte Ansätze zur Analyse von Sekundärdaten
 - 6.3 Ausgewählte Ansätze zur Analyse von Beobachtungsdaten

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

- Döring, N., & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften (5. Auflage). Springer.
- Mayring, P. (2016). Einführung in die Qualitative Sozialforschung (6. Auflage). Beltz.
- Quinlan, C., Babin, B., Carr, J. Griffin, M., & Zikmund, W. G. (2019), Business Research Methods (2. Auflage). Cengage.
- Schnell, R., Hill, P. B., & Esser, E. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung (11. Auflage). De Gruyter Oldenbourg.
- Vomberg, A., & Klarmann, M. (2021). Crafting Survey Research: A Systematic Process for Conducting Survey Research. In: C. Homburg, M. Klarmann, & A. E. (Hg.), Handbook of Market Research (S. 1–53). Springer.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Projekt: Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung

Modulcode: DLMWPWUOE1

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

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Sarstedt (Projekt: Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung)

Kurse im Modul

- Projekt: Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung (DLMWPWUOE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Der Kurs vermittelt den Studierenden Wissen über die gesamte Bandbreite der Einsatzmöglichkeiten einer unternehmensorientierten Organisationsentwicklung. Er zeigt Methoden und Instrumente der Organisationsentwicklung für verschiedene Bereiche und unterschiedliche betriebliche Fragestellungen auf. Er bezieht ein breites Spektrum von Anwendungsfällen mit ein. Damit erhalten die Studierenden einen weit gefächerten Einblick über die Anwendungsfelder der Organisationsentwicklung.

Qualifikationsziele des Moduls

Projekt: Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten der Organisationsentwicklung aufzuzeigen.
- Konzepte zur Gestaltung und Entwicklung von Organisationen aufzusetzen und anzuwenden.
- Methoden und Instrumente vor dem Hintergrund der jeweiligen Aufgabenstellung auszuwählen und einzusetzen.
- Organisationsentwicklung vor dem Hintergrund einer sozial verantwortlichen und gesellschaftsorientierten Haltung zu gestalten.
- relevante und ausgewählte Anwendungsfelder der Organisationsentwicklung zu benennen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Projekte zu übertragen.
- aktuelle Probleme der Organisationsentwicklung kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Herangehensweisen sowie Lösungen zu Fragestellungen der Entwicklung und Gestaltung von Organisationen selbstständig zu erarbeiten und dabei die Instrumentarien der Organisationsentwicklung anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Projektmanagement auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich
Wirtschaft & Management

Projekt: Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung

Kurscode: DLMWPWUOE01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Das Projekt „Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung“ beschäftigt sich mit der Bandbreite der Gestaltung und Entwicklung von Unternehmen und Organisationen. Organisationsentwicklung wird immer öfter genutzt, um Organisationen zu verändern und nachhaltige Lösungen zu finden. Der Kurs zeigt auf, wie Konzepte und Instrumente praktisch eingesetzt und angewendet werden. Er stellt Methoden und Instrumente der Organisationsentwicklung vor dem Hintergrund aktueller wirtschaftlicher Entwicklungen vor. Dabei werden erprobte Vorgehensweisen betrachtet, die den Erfordernissen einer praxisorientierten Organisationsentwicklung gerecht werden. Interventionsmöglichkeiten und Designideen werden in Verbindung mit einer praxisgerechten Reflexion dargestellt. Anhand von Fallbeispielen aus unterschiedlichen Branchen und Institutionen wie Medienunternehmen, Krankenkassen, öffentliche Verwaltung, Gesundheitswesen, Stiftungen, Forschung und Theaterbetrieb werden für die Studierenden verschiedene Arten von Organisationsentwicklungsprojekten und deren Umsetzung eindrucksvoll ersichtlich. Die Studierenden erhalten Wissen und Impulse wie Organisationen lebendig gestaltet und entwickelt werden können. Sie erlernen dabei selbstständig, ausgewählte Themen und Fallstudien zu analysieren und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen, sowie diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren. Darüber hinaus erwerben sie Wissen darüber, welche Bedingungen, Haltungen und Handlungen erfolgreiche Veränderung in Organisationen unterstützen und wie die Konzepte und Instrumente praktisch angewendet werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten der Organisationsentwicklung aufzuzeigen.
- Konzepte zur Gestaltung und Entwicklung von Organisationen aufzusetzen und anzuwenden.
- Methoden und Instrumente vor dem Hintergrund der jeweiligen Aufgabenstellung auszuwählen und einzusetzen.
- Organisationsentwicklung vor dem Hintergrund einer sozial verantwortlichen und gesellschaftsorientierten Haltung zu gestalten.
- relevante und ausgewählte Anwendungsfelder der Organisationsentwicklung zu benennen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Projekte zu übertragen.
- aktuelle Probleme der Organisationsentwicklung kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Herangehensweisen sowie Lösungen zu Fragestellungen der Entwicklung und Gestaltung von Organisationen selbstständig zu erarbeiten und dabei die Instrumentarien der Organisationsentwicklung anzuwenden.

Kursinhalt

- Im Zuge der Digitalisierung, der zunehmenden Bedeutung von künstlicher Intelligenz und Virtual Reality entstehen neue Geschäftsfelder und -modelle. Bestehende Unternehmen und Organisationen müssen sich mit den damit einhergehenden Fragestellungen hinsichtlich ihres Angebots und der damit verbundenen Services auseinandersetzen. Dies hat erhebliche Auswirkungen auf die Struktur und die Prozesse in den betrieblichen Organisationen. Sie müssen sich weiter entwickeln, um den neuen Anforderungen von Kunden gerecht zu werden. Das Projekt „Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung“ vermittelt den Studierenden Wissen über die gesamte Bandbreite der Einsatzmöglichkeiten einer erforderlichen unternehmensorientierten Organisationsentwicklung. Es zeigt Methoden und Instrumente der Organisationsentwicklung für verschiedene Bereiche und unterschiedliche betriebliche Fragestellungen auf und bezieht ein breites Spektrum von Anwendungsfällen mit ein. Damit erhalten die Studierenden einen weit gefächerten Einblick über die Anwendungsfelder der Organisationsentwicklung. Das Projekt behandelt aktuelle Themen der Organisationsentwicklung. Jeder Teilnehmer muss zu einem von ihm ausgewählten Thema ein Projekt durchführen und die Ergebnisse in einem Projektbericht schriftlich präsentieren.

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

- Anderl, M./Reineck, U. (2018): Mini-Handbuch Organisationsentwicklung. Konzepte, Methoden, Praxistipps. BELTZ, Weinheim/Basel.
- Becker, M./Labucay, I. (2012): Organisationsentwicklung. Konzepte, Methoden und Instrumente für ein modernes Change Management. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Engelhardt, H. D./ Graf, P./ Schwarz, G. (2016): Organisationsentwicklung. Konzept einer systemischen Sichtweise sozialer Organisationen. 2. Auflage, WALHALLA FACHVERLAG, Regensburg.
- Gairing, F. (2007): Organisationsentwicklung als Lernprozess von Menschen und Systemen. 4. Auflage, BELTZ Verlag, Weinheim/Basel.
- Grossmann, R./Lobnig, H. (2013): Organisationsentwicklung im Krankenhaus. MWV Medizinisch Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, Berlin.
- Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (2013): Schriften zur Gruppen- und Organisationsdynamik. Organisationsentwicklung konkret. Springer, Wiesbaden.
- Kieser, A./Walgenbach, P. (2010): Organisation. 6. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Schiersmann, C./ Thiel, H.-U. (2013): Organisationsentwicklung, Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. Springer Wiesbaden.
- Schifferer, S./von Reitzenstein, B. (2017): Tools und Instrumente der Organisationsentwicklung. Erfolgreiche Umsetzung von Organisationsprojekten. Springer, Berlin.
- Schmid, B. (2014): Systemische Organisationsentwicklung. Change und Organisationskultur gemeinsam gestalten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Schram, B./Schmidpeter, R. (2016): CSR und Organisationsentwicklung. Die Rolle des Qualitäts- und Changemanagers. Springer, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Projekt
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

2. Semester

Seminar: New Work

Modulcode: DLMWPWNW2

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefanie Rödel (Seminar: New Work)

Kurse im Modul

- Seminar: New Work (DLMWPWNW02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Das Seminar vermittelt den Studierenden wichtiges Hintergrundwissen für die Notwendigkeit der neuen Art des Arbeitens in Unternehmen und Organisationen. Es vermittelt Wissen über die Möglichkeiten der neuen Art der Zusammenarbeit und der damit einhergehenden Methoden. Es bezieht spezielle wichtige Themen wie neue Wege bei der Suche nach Mitarbeitern, deren Bindung und deren Befähigung mit ein. Als besonderen weiteren Punkt geht es auf das Thema der Arbeitswelten in Anhängigkeit der jeweils zu bewältigenden Aufgaben ein. Es wird ein breites Spektrum von Anwendungsfällen mit einbezogen. Damit erhalten die Studierenden einen weit gefächerten Einblick über die Anwendungsfelder von „New Work“. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Qualifikationsziele des Moduls**Seminar: New Work**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Themen des „New Work“ zu benennen.
- im Kurs „New Work“ behandelte Konzepte anzuwenden.
- die Auswirkungen einer veränderten Arbeitswelt darzustellen.
- die Anforderungen an eine betrieblich neu ausgerichtete Arbeitswelt zu erläutern.
- die Beeinflussung und Auswirkungen von „New Work“ durch die gegenwärtige Entwicklung anhand von Beispielen aufzuzeigen.
- die gelernten Methoden und neuen Formen der Zusammenarbeit in die unternehmerische Praxis zu übertragen.
- ein ausgewähltes Thema wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Einführung und nachhaltigen Verankerung von „New Work“ kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen des „New Work“ mit Hilfe der vermittelten Konzepte selbstständig zu erarbeiten und dabei die Methoden von „New Work“ anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Human Resources

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Human Resources

Seminar: New Work

Kurscode: DLMWPWNW02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs beschäftigt sich mit den zentralen Themen der Neugestaltung der Art von unternehmerischer und organisationaler Zusammenarbeit. Dabei wird auf die Notwendigkeit der erforderlichen Veränderungen ebenso eingegangen wie auf die neuen Formen der Zusammenarbeit, der Gewinnung, Bindung und Motivation von Mitarbeitern. Darüber hinaus setzen sich die Studierenden mit neuen Arbeitsmethoden und der Ausgestaltung von Arbeitswelten für verschiedene Arten des Arbeitens auseinander. Der Kurs setzt sich mit speziellen Themen von „New Work“ auseinander. Es beleuchtet die Herangehensweise an die Einführung des Konzeptes. Der Kurs wird ergänzt durch zusätzliche Artikel und Fallstudien von mittelständischen und großen Unternehmen, die die neue Form des Arbeitens bereits erfolgreich eingeführt haben. Er sensibilisiert darüber hinaus für die „Do's and Dont's“ hinsichtlich der erfolgreichen Einführung. Die Studierenden erlernen dabei selbstständig, ausgewählte Themen und Fallstudien zu analysieren und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen, sowie diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Themen des „New Work“ zu benennen.
- im Kurs „New Work“ behandelte Konzepte anzuwenden.
- die Auswirkungen einer veränderten Arbeitswelt darzustellen.
- die Anforderungen an eine betrieblich neu ausgerichtete Arbeitswelt zu erläutern.
- die Beeinflussung und Auswirkungen von „New Work“ durch die gegenwärtige Entwicklung anhand von Beispielen aufzuzeigen.
- die gelernten Methoden und neuen Formen der Zusammenarbeit in die unternehmerische Praxis zu übertragen.
- ein ausgewähltes Thema wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Einführung und nachhaltigen Verankerung von „New Work“ kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen des „New Work“ mit Hilfe der vermittelten Konzepte selbstständig zu erarbeiten und dabei die Methoden von „New Work“ anzuwenden.

Kursinhalt

- In einer neuen Businesswelt haben Prinzipien des „Befehls und Gehorsams“ von Mitarbeitern ebenso ausgedient wie starre Hierarchien, Einzelbüros und festgezurrte Arbeitszeiten und -formen. Derzeit entstehen durch die Digitalisierung ganzer Branchen und Bereiche vorangetrieben durch die Start-Up-Ökonomie neue Formen der Arbeitsorganisation, der Zusammenarbeit, der Unternehmenskultur und der Arbeitsplatzarchitektur. Immer mehr Menschen fragen darüber hinaus nach dem Sinn dessen, wofür sie ihre Arbeits- und damit Lebenszeit einsetzen und wünschen sich eine Zusammenarbeit aller Akteure in Unternehmen und Organisationen auf Augenhöhe. Der Kurs behandelt aktuelle und in der Zukunft bedeutsame Aspekte des „New Work“ hinsichtlich neuer Formen der Arbeitsorganisation und Arbeitsmethoden.

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

- Bartz, M./Schmutzer, T. (2014): New World of Work. Warum kein Stein auf dem anderen bleibt. Trends – Erfahrungen – Lösungen. Linde, Wien.
- Hackl, B. et al. (2017): New Work. Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt. Springer, Berlin.
- Hurst, A. (2016): The Purpose Economy. Elevate Publishing, Boise/Idaho.
- Jenewein, W./Heidbrink, M./Heuschele, F. (2014): Begeisterte Mitarbeiter. Wie Unternehmen ihre Mitarbeiter zu Fans machen. Schaeffer Poeschel, Stuttgart.
- Oestereich, B./Schröder, C. (2017): Das kollegial geführte Unternehmen. Ideen und Praktiken für die agile Organisation von morgen. Vahlen.
- Borges, S./Ehmann, S./Klanten, R. (2013): Workscape. New Spaces for New Work. Neue Innenräume für neue Arbeitsformen. Die Gestalten Verlag, Berlin.
- Schültken, L. (2017): Workhacks. Sechs Angriffe auf eingefahrene Arbeitsabläufe. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Väth, M. (2016): Arbeit. die schönste Nebensache der Welt. Wie New Work unsere Arbeitswelt revolutioniert. Gabal, Offenbach.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Consumer Behavior and Growth Hacks

Module Code: DLGHECBGH

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction and Examination
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

Module Coordinator

Caterina Fox (International Consumer Behavior) / Caterina Fox (Seminar: Previous and Current Growth Hacks)

Contributing Courses to Module

- International Consumer Behavior (DLMBCBR01)
- Seminar: Previous and Current Growth Hacks (DLMGHSPCGH01)

Module Exam Type

Module Exam	Split Exam
	<p><u>International Consumer Behavior</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes <p><u>Seminar: Previous and Current Growth Hacks</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Research Essay

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**International Consumer Behavior**

- Consumer Behavior
- The Consumer Decision-Making Process
- Internal Influences on Consumer Behavior
- External Influences on Consumer Behavior
- International Consumer Behavior
- International Marketing Strategy and Consumer Behavior

Seminar: Previous and Current Growth Hacks

Companies like Dropbox, Hotmail, Tinder, Square and many more serve as examples of how Growth Hacking has been successfully put into practice. Global players like Amazon or LinkedIn continuously develop Growth Hacking techniques to outperform the market. Their tricks and hacks are useful for future growth hackers.

Learning Outcomes**International Consumer Behavior**

On successful completion, students will be able to

- outline the purchase decision-making process undertaken by the consumer.
- describe the internal and external influences on the consumer decision-making processes.
- identify the different research methods available to companies to collect relevant data regarding their consumers and their behavior
- develop a plan to generate required market research data regarding consumer behavior and decision-making.
- be able to generate, analyze, interpret and report relevant data regarding consumers.
- present the key concepts characterizing international consumer behavior and discuss their impact on global marketing strategies.

Seminar: Previous and Current Growth Hacks

On successful completion, students will be able to

- broaden their knowledge about the origins of the first Growth Hacks applied.
- get to know current trends and methods of Growth Hacking.
- get deep insights into the following companies which serve as excellent examples: Dropbox, Hotmail, Tinder, Square, Airbnb, LinkedIn, Amazon etc.
- comprehend marketing and IT perspective on Growth Hacking.
- used and transfer growth hacks due to case studies that perfectly serve as a great basis.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Marketing & Sales and Online & Social Media Marketing.

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the Marketing & Communication field.

International Consumer Behavior

Course Code: DLMBCBR01

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

Course Description

In a global economy characterized by greater competition, companies operating internationally need comprehensive market-driven strategies to survive in the market place. The course provides students with the relevant concepts for understanding the international environment of the company with focus on the demand side/the consumer. Students learn how differences in culture, economic systems, and political environments impact consumers' behavior in terms of decision-making in the fields of acquisition, consumption, and disposal of products, services, experiences, and ideas.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- outline the purchase decision-making process undertaken by the consumer.
- describe the internal and external influences on the consumer decision-making processes.
- identify the different research methods available to companies to collect relevant data regarding their consumers and their behavior
- develop a plan to generate required market research data regarding consumer behavior and decision-making.
- be able to generate, analyze, interpret and report relevant data regarding consumers.
- present the key concepts characterizing international consumer behavior and discuss their impact on global marketing strategies.

Contents

1. Consumer Behavior
 - 1.1 Consumer Behavior and International Marketing
 - 1.2 Consumer Decision-Making in the Marketplace
2. The Consumer Decision-Making Process
 - 2.1 The Pre-Purchase Stage
 - 2.2 The Purchase Stage
 - 2.3 The Post-Purchase Stage
3. Internal Influences on Consumer Behavior
 - 3.1 Motives and Motivation

- 3.2 Perception
- 3.3 Attitude
4. External Influences on Consumer Behavior
 - 4.1 Culture
 - 4.2 Subculture
 - 4.3 Groups and Families
5. International Consumer Behavior
 - 5.1 Cultural Dimensions
 - 5.2 The Influence of Social Media on Consumer Decision-Making
6. International Marketing Strategy and Consumer Behavior
 - 6.1 International Market Segmentation and Product Positioning
 - 6.2 Consumer Behavior and Product Strategy
 - 6.3 Consumer Behavior and Communication Strategy
 - 6.4 Consumer Behavior and Pricing Strategy
 - 6.5 Consumer Behavior and Distribution Strategy

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

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). Consumer behavior. Frenchs Forest.: Pearson Education Australia.
- Solomon, M. (2016). Consumer behavior: Buying, having, and being (12th ed.). New York City, NY: Pearson.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Previous and Current Growth Hacks

Course Code: DLMGHSPCGH01

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

Course Description

Companies like Dropbox, Hotmail, Tinder, Square and many more serve as examples of how Growth hacking has been successfully used and carried out. This course shows how these companies used growth hacking many years ago and how companies such as Amazon or LinkedIn are successfully using Growth Hacking techniques even today.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- broaden their knowledge about the origins of the first Growth Hacks applied.
- get to know current trends and methods of Growth Hacking.
- get deep insights into the following companies which serve as excellent examples: Dropbox, Hotmail, Tinder, Square, Airbnb, LinkedIn, Amazon etc.
- comprehend marketing and IT perspective on Growth Hacking.
- used and transfer growth hacks due to case studies that perfectly serve as a great basis.

Contents

- The aim of the course is to learn Growth Hacking from well-known companies, such as global players but also startups. The methods and techniques of Growth Hacking which have been applied by companies like Dropbox, Tinder, Hotmail, but also One-Dollar-Shave or the airline JetBlue serve as perfect examples of previous Growth Hacks. What do these companies do to increase their brand awareness and their sales turnover without having to rely on conventional advertising? LinkedIn and Amazon help to understand, how some growth hacks can be quite simple and also sophisticated at the same time. The students will research typical Growth Hacks.

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

- Agrawal, P. & Chaubey, R. (2019). *The Growth Hacking Book: Most Guarded Growth Marketing Secrets the Silicon Valley Giants Don't Want You To Know*. Growth Media AI.
- Agrawal, P., Chaubey, R. & Goval, S. (2021). *The Growth Hacking Book 2: 100 Proven Hacks for Business and Startup Success in the New Decade*. Growth Media AI.
- Ellis, S. & Brown, M. (2017). *Hacking Growth, How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success*. Crown Business, New York.
- Holiday, R. (2014). *Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising*. Penguin Group, New York.
- Sabry, N. (2020) *Ready Set Growth Hack – A Beginner's Guide to Growth Hacking Success*. Printed by Sabry, N.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Seminar
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Research Essay

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Big Data Applications

Module Code: DLMITEBDA

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction and Examination
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

Module Coordinator

Prof. Dr. Christian Müller-Kett (Big Data Technologies) / Radiah Rivu (Data Utilization)

Contributing Courses to Module

- Big Data Technologies (DLMDSBDT01)
- Data Utilization (DLMBBD01)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Big Data Technologies

- Study Format "myStudies": Oral Assignment
- Study Format "Distance Learning": Oral Assignment

Data Utilization

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

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Big Data Technologies

- Data types and data sources
- Databases
- Modern storage frameworks
- Data formats
- Distributed computing

Data Utilization

- Pattern recognition
- Natural language processing
- Image recognition
- Detection and sensing
- Problem-solving
- Decision-making

Learning Outcomes

Big Data Technologies

On successful completion, students will be able to

- identify different types and sources of data.
- understand different database concepts.
- learn to build new database structures.
- evaluate various data storage frameworks w.r.t. project requirements.
- analyze which data format to use for a given project.
- understand what roles you could take in such projects.
- create a distributed computing environment for a given project.
- understand the ethical impact of big data technology choices.

Data Utilization

On successful completion, students will be able to

- understand how identity, similarity, and diversity of data can be utilized in problem-solving approaches.
- differentiate between complicated and complex systems of investigation.
- identify the variability of a problem under investigation.
- distinguish between invariant and dynamic features of an investigated system.
- synthesize gained insights to propose a reliable data analytics solution.
- apply different approaches for acquiring and using a knowledge management system.

Links to other Modules within the Study Program

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

Links to other Study Programs of the University

All Master Programmes in the IT & Technology field

Big Data Technologies

Course Code: DLMDSBDT01

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

Course Description

Data are often considered the “new oil”, the raw material from which value is created. To harness the power of data, the data need to be stored and processed on a technical level. This course introduces the four “Vs” of data, as well as typical data sources and types. This course then discusses how data are stored in databases. Particular focus is given to database structures and different types of databases, e.g., relational, noSQL, NewSQL, and time-series. Beyond classical and modern databases, this course covers a wide range of storage frameworks such as distributed filesystems, streaming, and query frameworks. This is complemented by a detailed discussion of data storage formats ranging from classical approaches such as CSV and HDF5 to more modern approaches like Apache Arrow and Parquet. Finally, this course gives an overview of distributed computing environments based on local clusters, cloud computing facilities, and container-based approaches.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify different types and sources of data.
- understand different database concepts.
- learn to build new database structures.
- evaluate various data storage frameworks w.r.t. project requirements.
- analyze which data format to use for a given project.
- understand what roles you could take in such projects.
- create a distributed computing environment for a given project.
- understand the ethical impact of big data technology choices.

Contents

1. Data Types and Data Sources
 - 1.1 The 4Vs of data: volume, velocity, variety, veracity
 - 1.2 Data sources
 - 1.3 Data types
2. Databases
 - 2.1 Database structures
 - 2.2 Introduction to SQL

- 2.3 Relational databases
- 2.4 nonSQL, NewSQL databases
- 2.5 Timeseries DB
3. Modern data storage frameworks
 - 3.1 Distributed Filesystems
 - 3.2 Streaming frameworks
 - 3.3 Query frameworks
4. Data formats
 - 4.1 Traditional data exchange formats
 - 4.2 Apache Arrow
 - 4.3 Apache Parquet
5. Distributed Computing
 - 5.1 Cluster-based approaches
 - 5.2 Containers
 - 5.3 Cloud-based approaches

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

- Date, C. J. (2003). An introduction to database systems. Pearson.
- Kleppmann, M. (2017). Designing data-intensive applications. O'Reilly.
- Wiese, L. (2015). Advanced data management. De Gruyter.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Oral Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Oral Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Creative Lab	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Video	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Data Utilization

Course Code: DLMBBD01

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

Course Description

The course Data Utilization introduces case-based applications that take advantage of regularities and patterns found within continuously generated texts, images, or sensor data. The cases solve issues of pattern recognition, natural language processing, image recognition, detection and sensing, problem-solving, and decision support. The cases are related to the application fields of cybersecurity, linguistics, augmented reality, intelligent transportation, problem-solving, and decision support.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand how identity, similarity, and diversity of data can be utilized in problem-solving approaches.
- differentiate between complicated and complex systems of investigation.
- identify the variability of a problem under investigation.
- distinguish between invariant and dynamic features of an investigated system.
- synthesize gained insights to propose a reliable data analytics solution.
- apply different approaches for acquiring and using a knowledge management system.

Contents

1. Introduction
 - 1.1 The Meaning of Identity, Similarity, and Diversity
 - 1.2 Data Patterns and Ontologies
2. Pattern Recognition
 - 2.1 Analysis of User Interaction, Attitude, and Behavior
 - 2.2 Predictive Analytics
 - 2.3 Preventing the Unknown: User Behavior Analytics in Cybersecurity
3. Natural Language Processing
 - 3.1 Concepts of Natural Language
 - 3.2 Speech Recognition and Acoustic Modeling
 - 3.3 Discerning the Meaning: Linguistics and Social Media

4. Image Recognition
 - 4.1 Basics of Image Representation
 - 4.2 Integral Transforms and Compression
 - 4.3 Exploiting the Visual: Image Recognition for Augmented Reality
5. Detection and Sensing
 - 5.1 Sensor Construction and Techniques
 - 5.2 Intelligent Agents and Surveillance
 - 5.3 Managing the Complex: Sensor Networks in Intelligent Transportation Systems
6. Problem-solving
 - 6.1 Knowledge Sharing and the Cloud
 - 6.2 Rule-based Systems
 - 6.3 Learning from Nature: Expert Systems in Business
7. Decision Support
 - 7.1 Invariants, Determinants, and Alternatives in Decision-making
 - 7.2 Correlation and Causality in Strategic Decision-making
 - 7.3 Approaching the Crossroads: Dashboards and Visualization
8. Data Security and Data Protection
 - 8.1 Securing Data Storage and Processing Infrastructure Against Unauthorized Access
 - 8.2 Compliance and Regulations, GDPR

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Bajcsy, P., Chalfoun, J., & Simon, M. (2017). Web microanalysis of big image data. Berlin:Springer. (Database: ProQuest).
- Delen, D. (2015). Real-world data mining: Applied business analytics and decision making. NewYork, NY: Pearson.
- Farzindar, A., Inkpen, D., & Hirst, G. (2017). Natural language processing for social media (2nd ed.).San Rafael, CA: Morgan & Claypool Publishers. (Database: ProQuest).
- Hsu, H., Chang, C., & Hsu, C. (Eds.). (2017). Big data analytics for sensor-network collectedintelligence. Cambridge, MA: Academic Press. (Database: ProQuest).
- Pearl, J., & Mackenzie, D. (2018). The book of why: The new science of cause and effect. New York,NY: Basic Books.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Data Science and Analytics

Module Code: DLMBDSA

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Ulrich Kerzel (Data Science) / Prof. Dr. Andrew Adjah Sai (Analytical Software and Frameworks)

Contributing Courses to Module

- Data Science (DLMBDSA01)
- Analytical Software and Frameworks (DLMBDSA02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Data Science

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

Analytical Software and Frameworks

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Written Assignment
- Study Format "myStudies": Written Assessment: Written Assignment

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Data Science**

- Introduction to data science
- Use cases and performance evaluation
- Pre-processing of data
- Processing of data
- Selected mathematical techniques
- Selected artificial intelligence techniques

Analytical Software and Frameworks

- Introduction to analytical software and frameworks
- Data storage
- Statistical modeling
- Machine learning
- Cloud computing platforms
- Distributed computing
- Database technologies

Learning Outcomes**Data Science**

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches.
- understand how domain specific knowledge for a particular application context is required to identify objectives and value propositions for data science use cases.
- appreciate the role and necessity for business-centric model evaluation apposite to the respective area of application.
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

Analytical Software and Frameworks

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.
- understand how to identify the right technological solution for a specific application domain.

Links to other Modules within the Study Program

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

Links to other Study Programs of the University

All Master Programmes in the IT & Technology field

Data Science

Course Code: DLMBDSA01

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

Course Description

The course provides the framework to create value from data. After an introduction the course covers how to identify suitable use cases and evaluate the performance of data-driven methods. In an interdisciplinary approach, the requirements from a specific application domain need to be understood and transferred to the technological understanding to identify the objectives and value proposition of a Data Science project. The course covers techniques for the technical processing of data and then introduces advanced mathematical techniques and selected methods from artificial intelligence that are used to analyze data and make predictions.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches.
- understand how domain specific knowledge for a particular application context is required to identify objectives and value propositions for data science use cases.
- appreciate the role and necessity for business-centric model evaluation apposite to the respective area of application.
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

Contents

1. Introduction to Data Science
 - 1.1 Overview of Data Science
 - 1.2 Terms and Definitions
 - 1.3 Applications & Notable Examples
 - 1.4 Sources of Data
 - 1.5 Structured, Unstructured, Streaming
 - 1.6 Typical Data Sources and their Data Type
 - 1.7 The 4 V's of Data: Volume, Variety, Velocity, Veracity
 - 1.8 Introduction to Probability Theory
 - 1.9 What Are Probabilities and Probability Distributions

- 1.10 Introduction to Bayesian Statistics
- 1.11 Relation to Data Science: Prediction as a Probability
- 2. Use Cases and Performance Evaluation
 - 2.1 Identification of Use Cases for Data Science
 - 2.2 Identifying Data Science Use Cases
 - 2.3 From Prediction to Decision: Generating Value from Data Science
 - 2.4 Evaluation of Predictions
 - 2.5 Overview of Relevant Metrics
 - 2.6 Business-centric Evaluation: the Role of KPIs
 - 2.7 Cognitive Biases and Decision-making Fallacies
- 3. Pre-Processing of Data
 - 3.1 Transmission of Data
 - 3.2 Data Quality and Cleansing of Data
 - 3.3 Transformation of Data (Normalization, Aggregation)
 - 3.4 Reduction of Data Dimensionality
 - 3.5 Data Visualisation
- 4. Processing of Data
 - 4.1 Stages of Data Processing
 - 4.2 Methods and Types of Data Processing
 - 4.3 Output Formats of Processed Data
- 5. Selected Mathematical Techniques
 - 5.1 Linear Regression
 - 5.2 Principal Component Analysis
 - 5.3 Clustering
 - 5.4 Time-series Forecasting
 - 5.5 Overview of Further Approaches
- 6. Selected Artificial Intelligence Techniques
 - 6.1 Support Vector Machines
 - 6.2 Neural Networks and Deep Learning
 - 6.3 Feed-forward Networks
 - 6.4 Recurrent Networks and Memory Cells
 - 6.5 Convolutional Networks
 - 6.6 Reinforcement Learning

6.7 Overview of Further Approaches

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Akerar, R., & Sajja, P.S. (2016). Intelligent techniques for data science. Cham: Springer.
- Bruce, A., & Bruce, P. (2017). Practical statistics for data scientists: 50 essential concepts. Newton, MA: O'Reilly Publishers.
- Fawcett, T. & Provost, F. (2013). Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. Newton, MA: O'Reilly Media.
- Hodeghatta, U. R., & Nayak, U. (2017). Business analytics using R – A practical approach. Berkeley, CA: Apress Publishing. (Database: ProQuest).
- Liebowitz, J. (2014). Business analytics: An introduction. Boca Raton, FL: Auerbach Publications. (Available online).
- Runkler, T. A. (2012). Data analytics: Models and algorithms for intelligent data analysis. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Skiena, S. S. (2017). The data science design manual. Cham: Springer.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Analytical Software and Frameworks

Course Code: DLMBDSA02

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

Course Description

Analytical Software and Frameworks provides insight into contemporary software and platforms solutions for data analytics in business. The course introduces relevant frameworks and software used in modern data science projects. Commercial and open-source for cloud computing, distributed computing and machine learning, as well as a commercial development platform for in-memory database analytics, are covered. Additional software solutions may be covered by the lecturer as convenient. In particular in the written assignment, students are required to apply their technological knowledge to a specific scenario which requires interdisciplinary thinking of how to merge the particularities of a given application domain with the technological options.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.
- understand how to identify the right technological solution for a specific application domain.

Contents

1. Introduction
 - 1.1 Software Systems
 - 1.2 Frameworks
 - 1.3 Distributed Computing
 - 1.4 Databases and Data Warehousing
2. Data Storage
 - 2.1 Data Clustering
 - 2.2 Data Replication
 - 2.3 Data Indexing
 - 2.4 Data Warehousing
3. Statistical Modeling Frameworks

- 3.1 The R Project for Statistical Computing
- 3.2 The Python Ecosystem
4. Machine Learning & Artificial Intelligence
 - 4.1 Overview of Modern Machine Learning Frameworks
 - 4.2 Introduction to TensorFlow & Keras
5. Cloud Computing Platforms & On-Premise Solutions
 - 5.1 Advantages and Disadvantages of Cloud, On-premise, and Edge Solutions
 - 5.2 Overview of Cloud Computing Solutions
6. Distributed Computing
 - 6.1 Overview of Distributed Computing Approaches
 - 6.2 Overview of Streaming Approaches
 - 6.3 Other Solutions
7. Database Technologies
 - 7.1 Overview of Database Approaches
 - 7.1.1 Row-based versus Column-based
 - 7.1.2 In Memory DB
 - 7.1.3 Relational DB versus noSQL
 - 7.1.4 Timeseries DB
 - 7.2 Overview of Database Implementations

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Konstantinos Domdouzis, Peter Lake, & Paul Crowther. (2021). Concise Guide to Databases: A Practical Introduction: Vol. Second edition Konstantinos Domdouzis, Peter Lake, Paul Crowther. Springer.
- Perkins, L., Redmond, E., & Wilson, J. R. (2018). Seven Databases in Seven Weeks: A Guide to Modern Databases and the NoSQL Movement: Vol. Second edition. Pragmatic Bookshelf.
- Keith Gordon. (2022). Principles of Data Management: Facilitating Information Sharing: Vol. Third edition. BCS, The Chartered Institute for IT.
- Mahanti, R. (2019). Data quality: dimensions, measurement, strategy, management, and governance /. ASQ Quality Press.
- Avinash Navlani, Armando Fandango, & Ivan Idris. (2021). Python Data Analysis: Perform Data Collection, Data Processing, Wrangling, Visualization, and Model Building Using Python: Vol. Third edition. Packt Publishing.
- Gayathri Rajagopalan. (2021). A Python Data Analyst's Toolkit: Learn Python and Python-based Libraries with Applications in Data Analysis and Statistics. Apress.
- Latifian, A. (2022). How does cloud computing help businesses to manage big data issues. *Kybernetes*, 51(6), 1917–1948.
- Wolfram Wingerath, Norbert Ritter, & Felix Gessert. (2019). Real-Time & Stream Data Management: Push-Based Data in Research & Practice. Springer.
- Alka Jarvis, Jose Johnson, & Prakash Ananad. (2022). Successful Management of Cloud Computing and DevOps. ASQ Quality Press.
- Golightly, L., Chang, V., Xu, Q. A., Gao, X., & Liu, B. S. (2022). Adoption of cloud computing as innovation in the organization. *International Journal of Engineering Business Management*, 14, 1–17.
- J. Dinesh Peter, Amir H. Alavi, & Bahman Javadi. (2018). Advances in Big Data and Cloud Computing: Proceedings of ICBDC18 (Vol. 1st ed. 2019). Springer.
- Sharma, S., Chang, V., Tim, U. S., Wong, J., & Gadia, S. (2019). Cloud and IoT-based emerging services systems. *Cluster Computing*, 22(1), 71–91.
- Alejandro Vaisman, & Esteban Zimányi. (2022). Data Warehouse Systems: Design and Implementation: Vol. Second edition. Springer.
- Harsh Chawla, & Pankaj Khattar. (2020). Data Lake Analytics on Microsoft Azure: A Practitioner's Guide to Big Data Engineering: Vol. 1st ed. Apress.
- Andreas Meier, & Michael Kaufmann. (2019). SQL & NoSQL Databases: Models, Languages, Consistency Options and Architectures for Big Data Management. Springer Vieweg.
- Lindsay, D., Gill, S. S., Smirnova, D., & Garraghan, P. (2021). The evolution of distributed computing systems: from fundamental to new frontiers. *Computing*, 103(8), 1859–1878.
- Rashmi Ranjan Rout, Soumya Kanti Ghosh, Prasanta K. Jana, Asis Kumar Tripathy, Jyoti Prakash Sahoo, & Kuan-Ching Li. (2022). Advances in Distributed Computing and Machine Learning: Proceedings of ICADCML 2022. Springer.
- Rehman, T. B. (2018). Cloud computing basics. Sterling, VA: Stylus Publishing, LLC.
- M. Tamer Özsu, & Patrick Valduriez. (2019). Principles of Distributed Database Systems. Springer.
- Cloud networking and storage. (2020). *CompTIA Cloud Essentials+ Study Guide*; Page 35-76.
- Robert Johansson. (2018). Numerical Python: Scientific Computing and Data Science Applications with Numpy, SciPy and Matplotlib. Apress.
- Ashwin Pajankar, & Aditya Joshi. (2022). Hands-on Machine Learning with Python: Implement Neural Network Solutions with Scikit-learn and PyTorch. Apress.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Written Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Written Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Start Up Lab

Module Code: DLMIEESUL

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Lena Bernhofer (Start Up Lab)

Contributing Courses to Module

- Start Up Lab (DLMIEESUL01)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Portfolio

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Becoming one's own boss might be the dream of many people. Having an own business idea and bring it to market realization has been the starting point of many successful businesses. The Start Up Lab supports ambitious entrepreneurs and founders in identifying market opportunities as the basis for innovative business ideas and business models. The writing of a business plan allows the students to systematically describe and structure the business idea along the various criteria to be covered in the business plan. This way, the students can experience and expand their own start up skills.

Learning Outcomes**Start Up Lab**

On successful completion, students will be able to

- develop an own business idea and design a business model as the foundation for writing a business plan.
- describe the reasons for creating a business plan for different business projects as well as explain the structure, form and content of a business plan.
- formulate the vision, the strategic goals and the value proposition for their business project on the basis of a comprehensive business analysis.
- prepare a detailed financial and capital requirement plan for their business project and assess the medium- and long-term advantages and disadvantages of the selected financing.
- evaluate the main risks for their business project and assess them with regard to implementation.
- identify the different types of growth and growth strategies for the development of a business project.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the Business & Management field

Start Up Lab

Course Code: DLMIEESUL01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		10	none

Course Description

In this course, students learn how to present and realize a business idea systematically and in a structured manner with a business plan. A business plan is usually created when a company is founded, but is also used for other business projects such as succession planning in a company, the new development of a product, the takeover of a company or expansion abroad. In this module, the focus is on starting an own business to implement the business idea as well as possible growth strategies to expand the business. The preparation of a business plan allows students to apply business management knowledge in a systematic, integrated and practice-oriented manner. This way, the students can experience and expand their own start up skills. They are systematically guided to address all elements of a business plan in order to increase the success for the realization of a business idea. Special emphasis is placed on identifying potential risks for later implementation.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- develop an own business idea and design a business model as the foundation for writing a business plan.
- describe the reasons for creating a business plan for different business projects as well as explain the structure, form and content of a business plan.
- formulate the vision, the strategic goals and the value proposition for their business project on the basis of a comprehensive business analysis.
- prepare a detailed financial and capital requirement plan for their business project and assess the medium- and long-term advantages and disadvantages of the selected financing.
- evaluate the main risks for their business project and assess them with regard to implementation.
- identify the different types of growth and growth strategies for the development of a business project.

Contents

- Becoming one's own boss might be the dream of many people. Having an own business idea and bring it to market realization has been the starting point of many successful companies. It is however not self-evident that a business idea reaches the level of implementation and growth. It requires goal-setting, planning, persistence, commitment, determination and calculated risk-taking to bring an idea to success. The Start Up Lab supports ambitious

entrepreneurs and founders in identifying market opportunities as the basis for innovative business ideas and business models. The writing of a business plan allows the students to systematically describe and structure the business idea along the various criteria to be covered in the business plan such as strategy, market, product/service, value proposition, target customers, marketing, production, finances and risk evaluation. By doing so, the students can experience and expand their own start up skills.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Bessant, J. & Tidd, J. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. 3rd edition, John Wiley & Sons, Hoboken.
- Grant, A. (2016). *Originals: How Non-Conformists Move the World*. Viking, New York.
- Grant, W. (2020). *How to Write a Winning Business Plan: A Step-by-Step Guide to Build a Solid Foundation, Attract Investors & Achieve Success*. Walter Grant, Grand Rapids.
- Hoffman, S. (2021). *Surviving a Startup: Practical Strategies for Starting a Business, Overcoming Obstacles, and Coming Out on Top*. Harper Collins, New York.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. & Smith, A. (2010). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons, Hoboken.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Project
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Portfolio

Student Workload					
Self Study 240 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 60 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 300 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Project Management within Operations

Module Code: DLMPREEMO

Module Type see curriculum	Admission Requirements None	Study Level MBA MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	------------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Sebastian Stütz (Operations and Information Management) / Prof. Dr. Margit Sarstedt (Project: Operations Projects)

Contributing Courses to Module

- Operations and Information Management (DLMBAEOIM01)
- Project: Operations Projects (DLMPREEMO02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Operations and Information Management

- Study Format "myStudies": Written
Assessment: Case Study
- Study Format "Distance Learning": Written
Assessment: Case Study

Project: Operations Projects

- Study Format "Distance Learning": Written
Assessment: Project Report

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Operations and Information Management**

- Preparation of Reliable Demand Forecasts
- Site Planning
- Process Design and Process Planning
- Inventory Management and Production Control
- Information Systems in the Supply Chain
- Behavioral Operations Management

Project: Operations Projects

The course is building on the basic knowledge of operations and information management as well as on general project management know-how. The students apply a selection of the learned methods in a project for improvement or change within the Operations unit of a company. The special challenges of running a project in the context of existing day-to-day routines is experienced.

Learning Outcomes**Operations and Information Management**

On successful completion, students will be able to

- apply selected and practice-oriented concepts of operations management in various tasks and draw appropriate conclusions for verifiable performance improvements.
- critically evaluate the benefits and limitations of modern and process-oriented software solutions in operations management.
- consider current and future developments in connection with the megatrends of digitization and climate protection in operations management.
- support the analysis, planning, and design of value-adding processes in supply chains through modern information systems.
- understand and anticipate the behavior of decision-makers and their individual preferences in order to better predict the actual behavior of the supply chain partners and optimize the achievement of own objectives.

Project: Operations Projects

On successful completion, students will be able to

- describe and explain the real-life operational work of a company.
- understand the implications of information management.
- analyze needs and opportunities for improvement of specific operational processes.
- define and set up a project within the operational environment.
- implement an improvement or change in operational processes.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the Business & Management field

Operations and Information Management

Course Code: DLMBAEOIM01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MBA	English		5	None

Course Description

Operations management comprises the planning, control, execution, and monitoring of all internal company resources and capacities for the manufacture of products and services. This course provides students with the knowledge and skills to apply theoretically-sound and practice-relevant concepts of operations management in the context of different problems and tasks (taking into account central megatrends) and draw process-relevant conclusions for verifiable performance improvements. The consideration of powerful software solutions plays an important role here. Starting from the creation of reliable demand forecasts, different scenarios for the optimal location decisions of companies are considered. The process design defines the basic framework for processes, decision rules, and process performance analyses. This then shows in the subsequent process planning how optimal sequences for orders are calculated under certain priority rules. In inventory management, various models for inventory optimization are considered in order to apply practice-relevant methods for calculating capacities and production plans, taking into account various restrictions. Supply chain management investigates how independent companies can optimally coordinate their activities and promote cross-company communication through the use of sustainable information systems. Concluding the course is an examination of human decision heuristics and preferences and their anticipation of decision behavior within the framework of behavioral operations management.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- apply selected and practice-oriented concepts of operations management in various tasks and draw appropriate conclusions for verifiable performance improvements.
- critically evaluate the benefits and limitations of modern and process-oriented software solutions in operations management.
- consider current and future developments in connection with the megatrends of digitization and climate protection in operations management.
- support the analysis, planning, and design of value-adding processes in supply chains through modern information systems.
- understand and anticipate the behavior of decision-makers and their individual preferences in order to better predict the actual behavior of the supply chain partners and optimize the achievement of own objectives.

Contents

1. Introduction to operations management
 - 1.1 Definition, subjects, and tools of operations management
 - 1.2 Operations management under circumstances of conflicting demands
2. Preparation of reliable demand forecasts
 - 2.1 The Forecast Problem
 - 2.2 Qualitative forecasting methods
 - 2.3 Causal and time series forecasts
 - 2.4 Assessment of forecast quality
3. Site planning
 - 3.1 Central problem aspects
 - 3.2 Arbitrary locations and transport costs
 - 3.3 Optimization with pre-determined locations
 - 3.4 Site selection and response times
4. Process design and process planning
 - 4.1 Process types
 - 4.2 Process structure
 - 4.3 Process performance
 - 4.4 Priority rules for planning and controlling processes
5. Inventory management and production control
 - 5.1 Models for optimizing stocks
 - 5.2 Continuous inventory management
 - 5.3 Function and application areas of MRP II and Just in Time
 - 5.4 Methods for optimal planning of capacities and production plans
6. Information systems in the supply chain
 - 6.1 Increased performance through product and process design
 - 6.2 Order policy, demand forecasts, and demand planning
 - 6.3 Hellingrath and Kuhn's three-pillar approach
 - 6.4 Requirements for supply chain information systems
 - 6.5 Market analysis of selected IT systems
7. Behavioral operations management
 - 7.1 Decision heuristics for solving complex problems
 - 7.2 Decision behavior and decision prognosis

7.3 Decision influencing

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

- Bozarth, C. C. & Handfield, R. B. (2019). Introduction to operations and supply chain management (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Das, A. (2015). An introduction to operations management: The joy of operations. Routledge.
- Hill, A., & Hill, T. (2018). Essential operations management (2nd ed.). Red Globe Press.
- Slack, N. & Brandon-Jones, A. (2018). Operations and process management: Principles and practice for strategic impact. Pearson.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Case Study

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Case Study

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Project: Operations Projects

Course Code: DLMPREPMO02

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

Course Description

Operational processes have the characteristics of running an operation in steady state, without allowing changes to the work processes in place. Any project in the Operations arena must therefore be either an improvement or a change project. After analyzing needs for improvement in specific operational processes using methods of operations and information management, project management can be applied to initiate changes. The project definition and execution must consider the specifics of daily business in an operational environment.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- describe and explain the real-life operational work of a company.
- understand the implications of information management.
- analyze needs and opportunities for improvement of specific operational processes.
- define and set up a project within the operational environment.
- implement an improvement or change in operational processes.

Contents

- The course is building on the basic knowledge of operations and information management and on general project management know-how. As operational processes have the characteristics of running an operation in steady state, any project within Operations must address either an improvement or a change to the existing processes. After analyzing possible needs for improvement in specific operational processes – applying the structured analytical methodologies commonly used in operations management – appropriate project management methods can be applied to initiate the identified changes. The project definition and execution must consider the specifics of daily business in an operational environment. The students can gain practical experience in setting up and running a project without noticeably interrupting the ongoing operational processes.
- During their work, the students will have the opportunity to compare their real-life experience with the theoretical concepts. The students will reflect critically on the similarities and differences they observed. To meet scientific criteria, a literature search and a thorough comparison of the scientific and methodological foundation to the practical aspects experienced in the project is strongly encouraged and supported. The business aspect (costs, gain, time, quality, strategic relevance, etc.) as outcome of the analysis and as

project result should be recognized and discussed based on scientific methods. The students will demonstrate their ability to combine specialist knowledge and transfer of this knowledge to a specific project in a professional environment

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Bozarth, C. C./Handfield, R. B. (2019): Introduction to operations and supply chain management. Pearson, Harlow, England.
- Carvalho, A. M./Sampaio, P./Rebentisch, E. (2019): On Agile Metrics for Operations Management: Measuring and Aligning Agility with Operational Excellence. In: 2019 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), 1601–1605.
- Project Management Institute (2017): PMBOK Guide. A guide to the project management body of knowledge. Sixth edition, PA: Project Management Institute, Newtown Square.
- Slack, N./Brandon-Jones, A. (2018): Operations and process management. Principles and practice for strategic impact. Harlow, England Pearson Education Limited, 2018.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Project
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Process Management with Scrum

Module Code: DLMPREEPMS

Module Type see curriculum	Admission Requirements <ul style="list-style-type: none"> ▪ none ▪ DLMPREEPMS01 	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	--	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Nebojsa Radojevic (Process Management with Scrum) / Prof. Dr. Nebojsa Radojevic (Project: Corporate Project with Scrum)

Contributing Courses to Module

- Process Management with Scrum (DLMPREEPMS01)
- Project: Corporate Project with Scrum (DLMPREEPMS02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Process Management with Scrum

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Case Study

Project: Corporate Project with Scrum

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Process Management with Scrum

- Scrum Origin, Basic Idea and Fields of Application
- Scrum Roles
- Product Backlog and Sprint Planning
- Executing the Scrum Process
- Helpful Tools
- Implementation and Scaling of Scrum

Project: Corporate Project with Scrum

After studying the methods of Scrum and learning about the systematic development approach, this course offers the opportunity to transfer the learned contents to practice. Choosing a real project or task within an organization, the method can be experienced and compared to the theoretical concept.

Learning Outcomes

Process Management with Scrum

On successful completion, students will be able to

- understand and explain the contents of the agile manifest.
- understand Scrum as a framework for developing, delivering, and sustaining products in a complex environment.
- describe each of the roles within a Scrum team and explain each item and each step within the Scrum process.
- handle the refinement process of the product backlog and discuss the interaction within the team and to the outside world during and after a sprint.
- understand the concept of user stories and apply the method to simple cases.
- understand and describe possibilities for the scaling of Scrum.

Project: Corporate Project with Scrum

On successful completion, students will be able to

- understand Scrum and its roles within the context of a corporate organization.
- explain the elements and processes of Scrum in detail and out of practical experience.
- create user stories, refine the product backlog and select items for a sprint.
- collaborate in the daily scrum and apply the little tools within the development team.
- discuss critically the benefits and limitations of the Scrum framework.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other moduls in the field of Project Management

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the Business & Management field

Process Management with Scrum

Course Code: DLMPREEPMS01

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

Course Description

Within the broad field of project management, Scrum falls into the category of agile methods. As such, Scrum is more of a process management framework than a project management method. In this course the Scrum framework will be described and discussed in detail. The Agile Manifesto will be introduced, and the basic idea of iterative and incremental development will be discussed, leading up to the methodology of Scrum. A thorough review will be done on the different roles within the Scrum team. The terms product backlog, refinement and increment are defined and explained. As core feature of Scrum, the execution of sprints and daily scrums will be detailed. For the practical application of Scrum, the handling of requirements and creation of user stories will be introduced. The student also gets to know the little tools for communication and task-tracking used within development teams. Furthermore, the student will learn when and how a Scrum process should be implemented and what kind of benefits and risks can be expected from it.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand and explain the contents of the agile manifest.
- understand Scrum as a framework for developing, delivering, and sustaining products in a complex environment.
- describe each of the roles within a Scrum team and explain each item and each step within the Scrum process.
- handle the refinement process of the product backlog and discuss the interaction within the team and to the outside world during and after a sprint.
- understand the concept of user stories and apply the method to simple cases.
- understand and describe possibilities for the scaling of Scrum.

Contents

1. Scrum Origin, Basic Idea and Fields of Application
 - 1.1 The Birth of Scrum – How and Why it All Began
 - 1.2 The Agile Manifesto and a Change in Perspective
 - 1.3 The Approach of Iterative and Incremental Development
 - 1.4 Defining Fields for Scrum and Fields for Not Scrum
2. Scrum Roles

- 2.1 The Development Team
- 2.2 The Product Owner
- 2.3 The Scrum Master
- 2.4 The Customer Involvement
- 2.5 The Organization

- 3. Product Backlog and Sprint Planning
 - 3.1 Principles of a Product Backlog
 - 3.2 Refinement Process
 - 3.3 Definition of Ready
 - 3.4 Determining Capacity
 - 3.5 Selecting Items and Defining the Sprint Goal

- 4. Executing the Scrum Process
 - 4.1 The Scrum Process
 - 4.2 Sprint Cycle
 - 4.3 Daily Scrum
 - 4.4 Sprint Review
 - 4.5 Sprint Retrospective

- 5. Helpful Tools
 - 5.1 Requirements and User Stories
 - 5.2 Planning Poker
 - 5.3 Communication Tools (e. g. Task Board)
 - 5.4 Tracking Tools (e. g. Burn-down Chart)
 - 5.5 Available Software Tools

- 6. Implementation and Scaling of Scrum
 - 6.1 Implementation of Scrum in a Company
 - 6.2 Chances, Risks, and Limitations of Scrum
 - 6.3 Scrum of Scrums
 - 6.4 The Nexus Framework for Scaling Scrum
 - 6.5 Other Approaches

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

- Highsmith, J. (2002). Agile software development ecosystems. Addison-Wesley Professional.
- Schwaber, K. (2004). Agile project management with Scrum. Microsoft Press.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Case Study

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Project: Corporate Project with Scrum

Course Code: DLMPREEPMS02

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	DLMPREEPMS01

Course Description

The course „Project: Corporate Project with Scrum” is building on the basic knowledge of the Scrum Framework acquired in the previous course. The theoretical foundations of Scrum can be applied within a real company environment. The student experiences the advantages of agile work and can reflect on the Scrum roles in practice. The student is also confronted with the hurdles that arise in applying the methodology in a real situation and can experiment with own approaches to solutions.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand Scrum and its roles within the context of a corporate organization.
- explain the elements and processes of Scrum in detail and out of practical experience.
- create user stories, refine the product backlog and select items for a sprint.
- collaborate in the daily scrum and apply the little tools within the development team.
- discuss critically the benefits and limitations of the Scrum framework.

Contents

- The course „Project: Corporate Project with Scrum” is building on the basic knowledge of the Scrum Framework acquired in the previous course and on the general knowledge of management know-how and classical project management acquired during the previous semesters. Based on a real task to be resolved within an organization (commercial enterprise, public administration, or the like), the students can gain practical experience working with agile methods utilizing the Scrum Framework.
- The students will reflect critically on the similarities and differences they observed and, if applicable, also compare the experienced agile methods with classical methods of project management. To meet scientific criteria, a literature search and a thorough comparison of the scientific and methodological foundation to the practical aspects experienced in the project is strongly encouraged and supported. The business aspect (costs, gain, time, quality, strategic relevance, etc.) of the project should be recognized and analyzed based on scientific methods. The students will demonstrate their ability to combine specialist knowledge and transfer of this knowledge to a specific project in a professional environment. They will also critically reflect on the experienced own work with Scrum, as well as on the theoretical concept of the Scrum Framework itself.

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

- Anon. (2001): Manifesto for Agile Software Development. (URL: <https://agilemanifesto.org> [Retrieved: 20.03.2021]).
- Ockerman, S./ Reindl, S. (2019): Mastering Professional Scrum: Coaches' Notes for Busting Myths, Solving Challenges, and Growing Agility. Addison Wesley Longman, Boston.
- Rubin, K. S. (2013): Essential Scrum: A Practical Guide to the Most Popular Agile Process. Addison-Wesley Professional, Boston.
- Schwaber, K. / Sutherland, J. V. (2012): Software in 30 days: How Agile Managers Beat the Odds, Delight their Customers and Leave Competitors in the Dust. Wiley, New Jersey.
- Sutherland, J. (2015): Scrum: The art of Doing Twice the Work in Half the Time. Random House UK, London.
- Verheyen, G. (2019): Scrum: A Pocket Guide: a Smart Travel Companion. 2nd edition, Van Haren Publishing, VW 's-Hertogenbosch.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Project
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Entrepreneurial Ecosystems

Module Code: DLMBAEES

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction and Examination
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

Module Coordinator

Prof. Dr. Lena Bernhofer (Innovation and Entrepreneurial Ecosystems) / Prof. Dr. Esin Bozyazi (Entre- and Intrapreneurship)

Contributing Courses to Module

- Innovation and Entrepreneurial Ecosystems (DLMIEEIEE01)
- Entre- and Intrapreneurship (DLMIEEIEIS01)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Innovation and Entrepreneurial Ecosystems

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes (100)
- Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes

Entre- and Intrapreneurship

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes (100)
- Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Innovation and Entrepreneurial Ecosystems**

- Fundamentals of Innovation and Entrepreneurship
- Significance of Innovation for Growth and Prosperity
- Significance of Entrepreneurship for Growth and Prosperity
- Fundamentals of Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
- Sectoral Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
- Geographical Innovation and Entrepreneurship Ecosystems

Entre- and Intrapreneurship

- Fundamentals of Entrepreneurship
- Fundamentals of Intrapreneurship
- Entrepreneurs and Intrapreneurs
- Corporate Innovation Management
- Methods of Innovation Management
- Innovation Management in Practice

Learning Outcomes

Innovation and Entrepreneurial Ecosystems

On successful completion, students will be able to

- define and explain the main characteristics, functions and drivers of innovation and entrepreneurship.
- determine the significance and role of innovation and entrepreneurship for the growth and prosperity of a society and of businesses.
- explain the goals, characteristics and actors of innovation and entrepreneurship ecosystems as a driver to generate new ideas and bring these to commercial reality.
- illustrate the functions and potentials of innovation and entrepreneurship ecosystems in the industry and service sector as well as in the digital economy.
- analyze the historical background and the characteristics of main geographical innovation and entrepreneurship ecosystems.

Entre- and Intrapreneurship

On successful completion, students will be able to

- define the motives, goals and relevance of entrepreneurship as a driver for economic wealth and social prosperity.
- determine the motives, goals and relevance of intrapreneurship as a driver for creating a competitive advantage for an organization.
- analyze the preconditions and determinants that shape an entre- and intrapreneurial mindset.
- explain the types, drivers and success factors of corporate innovation as well as the management practices to foster innovation.
- apply main management methods to create, discover and realize business opportunities.
- derive best-practice learnings from the innovation management of existing companies for own business ventures and innovation activities.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the Business & Management field

Innovation and Entrepreneurial Ecosystems

Course Code: DLMIEEIEE01

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

Course Description

Innovation and entrepreneurship are main drivers for economic growth and prosperity. Both are closely interrelated to one another. It is the entrepreneurial mindset that builds the foundation for the continued creation of all forms and dimensions of innovation. Innovation and entrepreneurship ecosystems have proven to be a powerful catalyst for both innovation and entrepreneurship. An ecosystem is like a complex multi-actor network where the dynamic interaction of human capital, financial resources, physical and non-physical infrastructure and regulatory policies play a vital role to generate new ideas and bring these to commercial reality. This course provides the students with an in-depth view on the significance and role of innovation and entrepreneurship for the growth and prosperity of a society. The course highlights the general characteristics and functionalities of innovation and entrepreneurship ecosystems and illustrates the concept of ecosystems on a sectoral and geographical level. Upon completion of this course the students will be able to make use of ecosystems for their own entrepreneurial ventures or the innovation activities of the organizations where they are active.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- define and explain the main characteristics, functions and drivers of innovation and entrepreneurship.
- determine the significance and role of innovation and entrepreneurship for the growth and prosperity of a society and of businesses.
- explain the goals, characteristics and actors of innovation and entrepreneurship ecosystems as a driver to generate new ideas and bring these to commercial reality.
- illustrate the functions and potentials of innovation and entrepreneurship ecosystems in the industry and service sector as well as in the digital economy.
- analyze the historical background and the characteristics of main geographical innovation and entrepreneurship ecosystems.

Contents

1. Fundamentals of Innovation and Entrepreneurship
 - 1.1 Definition, Functions and Characteristics of Innovation
 - 1.2 Definition, Functions and Characteristics of Entrepreneurship
 - 1.3 Economic, Technological and Social Drivers of Innovation and Entrepreneurship

2.	Significance of Innovation for Growth and Prosperity
2.1	Macro Perspective: Significance and Role of Innovation for Society
2.2	Micro Perspective: Significance and Role of Innovation for Businesses
2.3	Assessment and Measurement of Innovation
3.	Significance of Entrepreneurship for Growth and Prosperity
3.1	Macro Perspective: Significance and Role of Entrepreneurship for Society
3.2	Micro Perspective: Significance and Role of Entrepreneurship for Businesses
3.3	Assessment and Measurement of Entrepreneurship
4.	Fundamentals of Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
4.1	Goals and Objectives of Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
4.2	Characteristics of Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
4.3	Actors in Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
5.	Sectoral Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
5.1	Industry Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
5.2	Service Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
5.3	Digital Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
6.	Geographical Innovation and Entrepreneurship Ecosystems
6.1	Silicon Valley (USA)
6.2	Greater Bay Area (China)
6.3	Tel Aviv (Israel)

Literature
Compulsory Reading
Further Reading
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Guerrero, M., & Schott, T. (2021). 2020/2021 Global report. Global Entrepreneurship Research Association. Pages 13–27. ▪ Dutta, S., Lanvin, B., Rivera León, L., & Wunsch-Vincent, S. (Eds.). (2021). Global Innovation Index2021: Tracking innovation through the COVID-19 crisis (14th ed.). World Intellectual Property Organization. Pages 1–42 ▪ Mazzarol, T., & Reboud, S. (2020). Entrepreneurship and innovation: Theory, practice and context. Springer. ▪ Startup Genome. (2021). The global startup ecosystem report. Startup Genome. Pages 13–29, 85–86, 156–157, 192–193.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Entre- and Intrapreneurship

Course Code: DLMIEEEIS01

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

Course Description

Entre- and intrapreneurship are the engine for economic wealth and social progress and a core element of the innovation capacity of a company. Whereas entrepreneurship refers to entrepreneurs who design and build up an own business, intrapreneurship is related to individuals who work on developing new ideas and products within the confines of the business that they already work at. Intrapreneurs include any person within the company that applies entrepreneurial skills, vision, and forward thinking into the role that they have in the company. Both entrepreneurs and intrapreneurs have a drive to foster innovation whenever possible, which is why they share many traits between them, such as persistence, determination, goal orientation, opportunity seeking and hard working. A main difference lies in the risk involved in being an entrepreneur or intrapreneur. Entrepreneurs are required to take on all of the risk that comes along with developing a business, which means that the losses can be significant if failure occurs. However, the rewards can also be practically incalculable. As for intrapreneurs, the risks are minimal, which is also true of the rewards. This course introduces the students to these commonalities and differences of entre- and intrapreneurship. The course is designed to support the students in finding and determining their own motives and goals of becoming an entre- or intrapreneur. The main characteristics of entre- and intrapreneurship are discussed and related to the methods and practices of innovation management. An insight into the innovation management of well-known companies fosters the transfer of the theoretical concepts of entre- and intrapreneurship to a practical context.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- define the motives, goals and relevance of entrepreneurship as a driver for economic wealth and social prosperity.
- determine the motives, goals and relevance of intrapreneurship as a driver for creating a competitive advantage for an organization.
- analyze the preconditions and determinants that shape an entre- and intrapreneurial mindset.
- explain the types, drivers and success factors of corporate innovation as well as the management practices to foster innovation.
- apply main management methods to create, discover and realize business opportunities.
- derive best-practice learnings from the innovation management of existing companies for own business ventures and innovation activities.

Contents

1. Fundamentals of Entrepreneurship
 - 1.1 Definition of Entrepreneurship
 - 1.2 The Importance of Entrepreneurship
 - 1.3 The Relationship Between Entrepreneurship and Innovation
2. Fundamentals of Intrapreneurship
 - 2.1 Definition of Intrapreneurship
 - 2.2 The Importance of Intrapreneurship
 - 2.3 The Relationship Between Intrapreneurship and Innovation
3. Entrepreneurs and Intrapreneurs
 - 3.1 Characteristics of Entrepreneurs
 - 3.2 Characteristics of Intrapreneurs
 - 3.3 Types of Entrepreneurs and Intrapreneurs
4. Corporate Innovation Management
 - 4.1 Types of Corporate Innovations
 - 4.2 Drivers and Success Factors of Corporate Innovations
 - 4.3 Management of Corporate Innovation
5. Methods of Innovation Management
 - 5.1 Methods of Innovation Management
 - 5.2 Design Thinking
 - 5.3 Design Thinking Process
6. Innovation Management in Practice
 - 6.1 Google: Building an Infrastructure for Innovation
 - 6.2 SAP: A Customer-Centric Approach to Innovation
 - 6.3 Spinnova: Sustainable Innovation

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

- Brown, T. (2019). Change by design, revised and updated: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. Harper Business.
- Kuratko, D. F. (2020). Entrepreneurship: Theory, process, and practice (11th ed.). Cengage Learning.
- Lewrick, M. (2022). Design thinking for business growth: How to design and scale business models and business ecosystems. Wiley.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Disruptive Innovation and Design Thinking

Module Code: DLMDBMEDIDT

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Sabine Pur (Disruptive Innovation) / Prof. Dr. Dorian Mora (Design Thinking)

Contributing Courses to Module

- Disruptive Innovation (DLMIEEEDT01)
- Design Thinking (DLMBPDDT02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Disruptive Innovation

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

Design Thinking

- Study Format "myStudies": Written Assessment: Project Report
- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Disruptive Innovation

- Major Areas of Innovation
- Introduction to Disruptive Innovation
- The Process of Disruption
- Significance of Disruptive Innovation
- Management of Disruptive Innovation
- Examples of Disruptive Innovation

Design Thinking

This course will put students in the mindset of Design Thinking. Students will be introduced to phases and distinct methods for inspiration, as well as the ideation and implementation of products. A current list of topics is located in the Learning Management System.

Learning Outcomes

Disruptive Innovation

On successful completion, students will be able to

- explain the definitions and basic theory dealing with disruptive innovation.
- distinguish disruptive innovation from other forms of innovation.
- assess major areas in which disruptive innovation may occur.
- understand the essential elements of the process of disruption.
- determine and evaluate the significance of disruptive innovation.
- comprehend and evaluate examples of disruptive innovation.

Design Thinking

On successful completion, students will be able to

- comprehend, critically reflect on, and adopt the Design Thinking mindset.
- understand the inspiration, ideation, and implementation phases.
- evaluate and identify appropriate methods from the toolbox of human-centered design for given design tasks and challenges.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Business Administration & Management and Design

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the Business & Management and Design, Architecture & Construction fields

Disruptive Innovation

Course Code: DLMIEEEDT01

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

Course Description

The term “Disruptive Innovation” was defined by the American scholar Clayton M. Christensen. A disruptive innovation is an innovative product, service, or business model that eventually overturns the existing dominant businesses in the market. It is therefore also about the failure of incumbent companies to stay on top of their industries when they encounter disruptive types of market and technological changes. Disruptive innovations tend to be produced by small teams, outsiders, or entrepreneurs in start-ups, rather than existing market-leading companies. This module focusses on the process of disruption and the significance of disruptive innovation. It highlights approaches for its management and concludes with examples of disruptive innovations from recent years.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- explain the definitions and basic theory dealing with disruptive innovation.
- distinguish disruptive innovation from other forms of innovation.
- assess major areas in which disruptive innovation may occur.
- understand the essential elements of the process of disruption.
- determine and evaluate the significance of disruptive innovation.
- comprehend and evaluate examples of disruptive innovation.

Contents

1. Major Areas of Innovation
 - 1.1 Invention Versus Innovation
 - 1.2 Product and Service Innovation
 - 1.3 Business Model Innovation
 - 1.4 Process and Technology Innovation
 - 1.5 Social and Environmental Innovation
2. Introduction to Disruptive Innovation
 - 2.1 Theory of Disruptive Innovation
 - 2.2 Definition and Classification of Disruptive Innovation
 - 2.3 Types of Disruptive Innovation

- 2.4 Characteristics of Disruptive Innovation
- 3. The Process of Disruption
 - 3.1 Modelling Theory of Disruptive Innovation
 - 3.2 Performance Oversupply
 - 3.3 Asymmetry of Motivation
 - 3.4 New-Market-, and Low-End Disruption Process
 - 3.5 Performance Trajectories
- 4. Significance of Disruptive Innovation
 - 4.1 Characteristics of Disruptor Companies
 - 4.2 Implication for Incumbent Companies
 - 4.3 Possible Responses to Disruptive Innovations
- 5. Management of Disruptive Innovation
 - 5.1 Triggers of Disruptive Innovation
 - 5.2 “Designing” Disruptive Innovation
 - 5.3 Implementing Disruptive Innovation
- 6. Examples of Disruptive Innovation
 - 6.1 Retail Versus Amazon
 - 6.2 Physical Media Versus Music/Video Streaming Services
 - 6.3 Hotels Versus Airbnb/Taxis Versus Uber
 - 6.4 In-Classroom Teaching Versus Distance Learning
 - 6.5 Traditional Manufacturing Versus 3D Printing

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

- Christensen, C. M. (1997): *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Gutsche, J., & Gladwell, M. (2020). *Create the future: Tactics for disruptive thinking ; The innovation handbook*. Fast Company Press.
- Silberzahn, P. (DL 2018). *A manager's guide to disruptive innovation: Why great companies fail in the face of disruption and how to make sure your company doesn't* ((B. Alger, Trans.)). Diateino.
- Tidd, J. (2020). *Digital disruptive innovation*. Series on technology management. World Scientific.
- Le Merle, M. C., & Davis, A (2017). *Corporate innovation in the fifth era: Lessons from Alphabet/Google, Amazon, Apple, Facebook, and Microsoft*.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Design Thinking

Course Code: DLMBPDDT02

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

Course Description

In this course, students will receive a hands-on introduction to human-centered design via the Design Thinking method. Beyond conveying the individual basic principles, the procedures in Design Thinking are examined in detail. In order to fully understand Design Thinking in terms of important aspects in practice, selected methods for the individual process steps are presented in theory and application. Students will learn to improve their design process by reflecting on and adapting their activities.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend, critically reflect on, and adopt the Design Thinking mindset.
- understand the inspiration, ideation, and implementation phases.
- evaluate and identify appropriate methods from the toolbox of human-centered design for given design tasks and challenges.

Contents

- The course covers current topics and trends in Design Thinking, illustrating some methods and techniques as well as case studies. Each participant must create a project report on a chosen project, where he/she describes the application of the Design Thinking approach to a real product development scenario.

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

- IDEO.org. (2015). The Field Guide to Human-Centered Design. A step-by-step guide that will get you solving problems like a designer. Retrieved from <http://www.designkit.org/resources/1>
- Pressman, Andy (2019): Design Thinking. A Guide to Creative Problem Solving for Everyone, New York : Routledge.
- Lockwood, T., & Papke, E. (n.d.). Innovation by design : how any organization can leverage design thinking to produce change, drive new ideas, and deliver meaningful solutions.
- Lewrick, M., Link, P., Leifer, L. J., & Langensand, N. (2018). The design thinking playbook : mindful digital transformation of teams, products, services, businesses and ecosystems. John Wiley & Sons.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Project
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Project
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Management nachhaltiger Unternehmen

Modulcode: DLMDBMWNU

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Christian Kroll (Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum)

Kurse im Modul

- Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung (DLMNMGHNE01)
- Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum (DLMNMGINU01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung

- Gesellschaftliche Herausforderungen und Entwicklungen des 21ten Jahrhunderts
- Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung
- Best Practise in der Implementierung der Sustainable Development Goals
- Wandel und Entwicklung von Regierungen und Politik
- Internationale Regularien und Vorgaben
- Implementierung internationaler Standards in Unternehmen

Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum

- Sustainable Innovation in unterschiedlichen Industrien und deren gesellschaftlicher Impact
- Gesellschaftliche Innovationen und nachhaltiges Unternehmertum in der Praxis
- Finanzierung von nachhaltigen Innovationen
- Policy Framework

Qualifikationsziele des Moduls

Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die gesellschaftlichen Herausforderungen in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung und deren unternehmerischen Auswirkungen zu verstehen.
- gängige Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- soziale, ökonomische und ökologische Entwicklungen sowie Herausforderungen für ihr Unternehmen zu erkennen.
- globale und internationale Regularien sowie nationale Entwicklungen im Bereich der nachhaltigen Entwicklungen zu kennen und betriebswirtschaftlich zu nutzen.

Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- neue Konzepte und Entwicklungen gesellschaftlicher Innovationen und Social Entrepreneurship zu verstehen.
- den gesellschaftlichen Impact von branchenunabhängigen Innovationen zu verstehen.
- nachhaltige Innovationen und Unternehmen kritisch zu reflektieren.
- nationale und internationale Regularien zu kennen und diese nutzen zu können.
- Finanzierungsmöglichkeiten für eigene nachhaltige Innovationen zu kennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Qualitäts- & Nachhaltigkeitsmanagement und Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus den Bereichen Transport & Logistik und Wirtschaft & Management

Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung

Kurscode: DLMNMGHNE01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklungen gibt Überblick der aktuellen globalen Herausforderungen für die Unternehmen im Kontext der nachhaltigen Entwicklung. Für Manager, die ihr Unternehmen fit für die Zukunft gestalten möchten, gilt es die gesellschaftlichen Diskussionen und deren unternehmerischen Herausforderungen zu kennen und einschätzen zu können. Das Modul gibt neben dem globalen Überblick auch spezifische Einblicke in die nachhaltigen Entwicklungen in unterschiedlichen Ländern, Märkten und Wertschöpfungsketten. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse, sowie nationale und internationale Regularien und Vorschriften werden erörtert, um den Kontext unternehmerischer Herausforderungen besser zu verstehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die gesellschaftlichen Herausforderungen in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung und deren unternehmerischen Auswirkungen zu verstehen.
- gängige Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- soziale, ökonomische und ökologische Entwicklungen sowie Herausforderungen für ihr Unternehmen zu erkennen.
- globale und internationale Regularien sowie nationale Entwicklungen im Bereich der nachhaltigen Entwicklungen zu kennen und betriebswirtschaftlich zu nutzen.

Kursinhalt

1. Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung
 - 1.1 Historie der Nachhaltigen Entwicklung
 - 1.2 Planetary Boundaries
 - 1.3 Limits of Growth
 - 1.4 Donut Economy
 - 1.5 Sustainable Development Goals
2. Gesellschaftliche Herausforderungen und Entwicklungen des 21ten Jahrhunderts

- 2.1 Soziale Herausforderungen & Entwicklungen
- 2.2 Ökonomische Herausforderungen & Entwicklungen
- 2.3 Ökologische Herausforderungen & Entwicklungen
- 2.4 Neuere Perspektiven auf das Wechselspiel Wirtschaft-Gesellschaft

3. Good Practise in der Implementierung der SDGs
 - 3.1 Social SDGs - People
 - 3.2 Environmental SDGs – Planet
 - 3.3 Economic SDGs – Prosperity
 - 3.4 Collaboration and Development SDGs – Partnership

4. Wandel und Entwicklung von Gesellschaft und Politik
 - 4.1 Europa
 - 4.2 Nord- und Südamerika
 - 4.3 Asien
 - 4.4 Afrika

5. Internationale Regularien und Vorgaben
 - 5.1 Nationale und internationale Organisationen der nachhaltigen Entwicklung
 - 5.2 Nationale und internationale Vorgaben
 - 5.3 Aktuelle Nachhaltigkeits-Kodizes und Standards
 - 5.4 Umsetzung der Standards, Gesetze und Kodizes in der Unternehmens Governance

6. Implementierung internationaler Standards in Unternehmen
 - 6.1 Global Reporting Initiative (GRI)
 - 6.2 United Nation Frameworks (UN)
 - 6.3 ISO 26000
 - 6.4 Internationale Supply Chain Standards
 - 6.5 Internationale Finance Standards

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Blättel-Mink, B., Hickler, T., Küster, S. & Becker, H. (Hrsg.) (2021). Nachhaltige Entwicklung in einer Gesellschaft des Umbruchs. Springer VS.
- Grunwald, A. & Kopfmüller, J. (2022). Nachhaltigkeit (3. Aufl.). Campus Verlag.
- Holzbaur, U. (2020). Nachhaltige Entwicklung. Der Weg in eine lebenswerte Zukunft. Springer.
- Sachs, J. D. (2015). The age of sustainable development. Columbia University Press.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Gesellschaftliche Innovation und Nachhaltiges Unternehmertum

Kurscode: DLMNMGINU01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Beim Kurs gesellschaftliche Innovation und nachhaltiges Unternehmertum sollen Studierende einen nationalen sowie internationalen Überblick über nachhaltige Entwicklung bekommen. So bietet der Kurs mithilfe von neuen Konzepten und Modellen die Grundlage, Chancen und Herausforderungen von nachhaltigen Innovationen zu verstehen und diese Reflektionen in die Praxis zu projizieren. Dadurch entsteht die Möglichkeit branchenübergreifend nachhaltige Unternehmen und Innovationen kritisch zu hinterfragen und mögliche Potenziale und Risiken zu erkennen. Darüber hinaus werden die Studierenden dadurch befähigt eigene Innovationen voranzutreiben und zu wissen, wie diese finanziert werden können und einen unternehmerischen Erfolg ausmachen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- neue Konzepte und Entwicklungen gesellschaftlicher Innovationen und Social Entrepreneurship zu verstehen.
- den gesellschaftlichen Impact von branchenunabhängigen Innovationen zu verstehen.
- nachhaltige Innovationen und Unternehmen kritisch zu reflektieren.
- nationale und internationale Regulierungen zu kennen und diese nutzen zu können.
- Finanzierungsmöglichkeiten für eigene nachhaltige Innovationen zu kennen.

Kursinhalt

1. Neue Konzepte und Entwicklungen gesellschaftlicher Innovationen und Social Entrepreneurship
 - 1.1 Konzepte, Grundlagen und Impulse sowie Chancen und Gestaltungsmöglichkeiten
 - 1.2 Konsumforschung und die Rolle der Stakeholder im Innovationsprozess
2. Sustainable Innovation in unterschiedlichen Industrien und deren gesellschaftlicher Impact
 - 2.1 Mobilität und Energie
 - 2.2 Städteplanung und Energie
 - 2.3 Hochschulmanagement
 - 2.4 Tourismus

- 2.5 Digitalisierung
- 3. Gesellschaftliche Innovationen und nachhaltiges Unternehmertum in der Praxis
 - 3.1 Rolle von sozialen Innovationen und Entrepreneurship im Arbeitsumfeld der nachhaltigen Entwicklung
 - 3.2 Social-Entrepreneurship-Businessplan
 - 3.3 Fallstudien und Best-Practice-Beispiele
- 4. Finanzierung von nachhaltigen Innovationen
 - 4.1 Innovative Finanzierungsformen nachhaltiger Innovationen
 - 4.2 Aktivierung und Crowdmanagement
 - 4.3 Impact Investing in Deutschland und Europa
- 5. Policy Framework
 - 5.1 European Green Deal
 - 5.2 Green Finance Initiatives
 - 5.3 UN Global Compact
 - 5.4 Deutscher Nachhaltigkeitskodex

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

- Albers, H./ Hartenstein, F. (2017): CSR und Stadtentwicklung. Unternehmen als Partner für eine nachhaltige Stadtentwicklung. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Hildebrandt, A./Landhäuser, W. (2021): CSR und Digitalisierung. Der digitale Wandel als Chance und Herausforderung für Wirtschaft und Gesellschaft. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Karlshaus, A./ Mochmann, I. (2019): CSR und Interkulturelles Management. Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung international bewältigen. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Keller, K./ Lorenz, F. (2018): CSR im Gesundheitswesen. Dynamik im Spannungsfeld von individuellem und organisationalem Anspruch und deren Auswirkungen auf die Unternehmensstrategie. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Lund-Durlacher, D.;/ifka, M./ Reiser, D. (2017): CSR und Tourismus. Handlungs- und branchenspezifische Felder. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Raueiser, M./ Kolb, M. (2018): CSR und Hochschulmanagement. Sustainable Education als neues Paradigma in Forschung und Lehre. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schneider, A./ Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Steinkellner, V. (2015): CSR und Kultur. Corporate Cultural Responsibility als Erfolgsfaktor in ihrem Unternehmen. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Nachhaltige Unternehmensentwicklung

Modulcode: DLMCOWNUE

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Sabine Pur (Zukunftsfähige Geschäftsmodelle) / Prof. Dr. Esin Bozyazi (Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells)

Kurse im Modul

- Zukunftsfähige Geschäftsmodelle (DLMNMZGM01)
- Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells (DLMNMPEGM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

- Studienformat "Fernstudium": Projektpräsentation

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>Zukunftsfähige Geschäftsmodelle</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle ▪ Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle ▪ Wirkungsorientierte Unternehmensführung ▪ Kennzahlen und Messung ▪ Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis ▪ Praxisbeispiele <p>Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells</p> <p>Im Kurs Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells wird das Wissen der Studierenden in der Praxis angewandt. So sollen sie ein nachhaltiges Geschäftsmodell selbst entwickeln und können so eigene Interessen und Spezialisierungen in den Kurs einfließen lassen.</p>	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Zukunftsfähige Geschäftsmodelle</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden. ▪ Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten. ▪ Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen. ▪ wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren. <p>Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltiges Management in ein bestehendes Geschäftsmodell zu integrieren. ▪ ein Geschäftsmodell mithilfe von nachhaltigem Management zu entwickeln und aufzubauen. ▪ die eigenen Spezialisierungen und Interessen in ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu integrieren. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Baut auf Modulen aus den Bereichen Methoden und Betriebswirtschaftslehre & Management auf</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management</p>

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

Kurscode: DLMNMZGM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs zukunftsfähige Geschäftsmodelle bereitet die Studierenden auf nachhaltige Geschäftsmodelle vor. Dabei steht der Fokus auf neu gegründeten Unternehmen, die Nachhaltigkeit von Anfang an in die Unternehmensstrategie integrieren, aber auch auf die nachhaltige Transformation von bereits bestehenden Geschäftsmodellen. Dabei sollen den Studierenden adäquate Modelle und Instrumente zur Hand gegeben werden, um das Wissen zu nachhaltigen Geschäftsmodellen in der Praxis anzuwenden, sowie Herausforderungen und Potenziale dieser Unternehmen zu erkennen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden.
- Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.
- Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen.
- wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.1 Konzeptionelle Grundlagen
 - 1.2 Betriebswirtschaftliche und gesellschaftliche Potenziale nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.3 Typen nachhaltiger Geschäftsmodelle
2. Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle
 - 2.1 Vorgehensweisen
 - 2.2 Rechtsformen
 - 2.3 Rahmenbedingungen
 - 2.4 Rolle der Stakeholder
3. Wirkungsorientierte Geschäftsmodelle
 - 3.1 Einführung Impactorientierung
 - 3.2 Übersicht konzeptioneller Grundlagen

3.3	Methoden Impact-orientierter Geschäftsmodelle
4.	Kennzahlen und Messung
4.1	Übersicht der wichtigsten Ansätze
4.2	Wirkung und Impact Measurement
5.	Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis
5.1	Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle im Rahmen der „Nachhaltigen Entwicklung“
5.2	Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle für KMUs
5.3	Integration von Geschäftsmodellen in bestehende Unternehmensstrukturen
6.	Praxisbeispiele
6.1	Case Studies
6.2	Best Practise Beispiele

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur
<ul style="list-style-type: none">▪ Bungard, P. (Hrsg.) (2018). CSR und Geschäftsmodelle. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg.▪ Wellbrock, W., Ludin, D. & Krauter, S. (2020). Nachhaltigkeitscontrolling. essentials. Springer VS.▪ Wunder, T. (Hrsg.) (2017). CSR und Strategisches Management. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

Kurscode: DLMNMPEGM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Aufgrund des wesentlichen Wandels bei Stakeholdergruppen und insgesamt der Gesellschaft, werden nachhaltige Geschäftsmodelle die neue Basis der Wirtschaft von morgen ausmachen. So sollen diese Chancen und Potentiale bereits in diesem Kurs genutzt werden. Im Kurs Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells wird das bereits gesammelte Wissen in der Praxis angewandt. So sollen die Studierenden ein nachhaltiges Geschäftsmodell selbst entwickeln und können so eigene Interessen und Spezialisierungen in den Kurs einfließen lassen. Auf diese Weise wird das theoretische Wissen in der Praxis angewandt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Nachhaltiges Management in ein bestehendes Geschäftsmodell zu integrieren.
- ein Geschäftsmodell mithilfe von nachhaltigem Management zu entwickeln und aufzubauen.
- die eigenen Spezialisierungen und Interessen in ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu integrieren.

Kursinhalt

- Unternehmen befinden sich im Wandel. Dies zeigen die steigenden Ansprüche von Stakeholdergruppen (Investoren, Gesellschaft, Mitarbeiter, Kunden, Politik, etc.) in Bezug auf Nachhaltigkeit. Dahingehend reflektierend, müssen auch bestehende sowie noch nicht gegründete Unternehmen diesen Wandel mitgehen und ihre Geschäftsmodelle dementsprechend anpassen. Dies ist der Ausgangspunkt dieses Kurses. Um die enormen unternehmerischen Chancen (Investorenattraktivität, Employer Branding, Kundenloyalität, erhöhte Umsätze, Mitarbeiteridentifikation, etc.) zu nutzen, müssen Studierende in der Lage sein, diese Denkansätze eines nachhaltigen Geschäftsmodelles zu verinnerlichen. Auf diese Weise entsteht ein späterer Wettbewerbsvorteil am Arbeitsmarkt.
- Die Herausforderung des Kurses besteht darin, Nachhaltigkeit integrativ zu denken und nicht nur als Add-On eines Geschäftsmodelles. So soll Nachhaltigkeit im Kerngeschäft integriert und dadurch nachhaltiges Management in die DNA des Unternehmens verankert werden. So sollen Geschäftsmodelle entstehen, die nicht nur negativen Impact reduzieren, sondern auch einen positiven gesellschaftlichen Impact generieren.

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

- Altenburger, R. (2013): CSR und Innovationsmanagement. Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Bungard, P. (2018): CSR und Geschäftsmodelle. Auf dem Weg zum zeitgemäßen Wirtschaften. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Gordon, G.; Nelke, A. (2017): CSR und nachhaltige Innovation. Zukunftsfähigkeit durch soziale, ökonomische und ökologische Innovationen. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Kraemer, A./Edinger-Schons, L. (2019): CSR und Social Enterprise. Beeinflussungskonzepte und effektives Schnittstellenmanagement. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schram, B./Schmidpeter, R. (2016): CSR und Organisationsentwicklung. Die Rolle des Qualitäts- und Changemanagers. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Wunder, T. (2017): CSR und Strategisches Management. Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb gewinnt. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Projekt
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Künstliche Intelligenz

Modulcode: DLMIMWKI_D

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Schaaff (Künstliche Intelligenz) / Tabea Hein (Seminar: Künstliche Intelligenz und Gesellschaft)

Kurse im Modul

- Künstliche Intelligenz (DLMAIAI01_D)
- Seminar: Künstliche Intelligenz und Gesellschaft (DLMAISAI01_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Künstliche Intelligenz</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Seminar: Künstliche Intelligenz und Gesellschaft</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Künstliche Intelligenz**

- Geschichte der KI
- KI-Anwendungsbereiche
- Expertensysteme
- Neurowissenschaften
- Moderne KI-Systeme

Seminar: Künstliche Intelligenz und Gesellschaft

In diesem Seminar werden die Studierenden über die aktuellen gesellschaftlichen und politischen Implikationen der künstlichen Intelligenz nachdenken. Zu diesem Zweck werden relevante Themen in Form von Artikeln vorgestellt, die von den Studierenden in einem schriftlichen Aufsatz kritisch bewertet werden.

Qualifikationsziele des Moduls**Künstliche Intelligenz**

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.

Seminar: Künstliche Intelligenz und Gesellschaft

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte aktuelle gesellschaftliche Themen und Fragestellungen der künstlichen Intelligenz zu nennen.
- den Einfluss und die Auswirkungen der künstlichen Intelligenz auf gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Themen zu erklären.
- theoretisch erworbenes Wissen auf reale Fälle zu übertragen.
- ein ausgewähltes Thema in Form eines schriftlichen Aufsatzes wissenschaftlich zu behandeln.
- aktuelle gesellschaftliche und politische Fragen, die sich aus den jüngsten Fortschritten in der Methodik der künstlichen Intelligenz ergeben, kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsfähigkeiten und -prozesse durch Reflexion über die möglichen Auswirkungen ihrer zukünftigen Tätigkeit im Bereich der künstlichen Intelligenz zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Data
Science & Artificial Intelligence auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der
Hochschule**

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

Künstliche Intelligenz

Kurscode: DLMAIAI01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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

- Ertel, W. (2021): Grundkurs Künstliche Intelligenz. Eine praxisorientierte Einführung. 5. Aufl., Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Russell, S. & Norvig, P. (2022). Artificial intelligence. A modern approach (4. Aufl.). Pearson Education.
- Lucas, P.J.F & Van der Gaag, L. (1991). Principles of expert systems. Amsterdam: Addison Wesley (copyright returned to author).
- Ward, J. (2019). The student's guide to cognitive neuroscience. (4. Aufl.). Taylor & Francis Group, Milton, United Kingdom.
- Frankish, K & Ramsey, W.M. (Hg.) (2012). The Cambridge handbook of cognitive science. Cambridge: Cambridge University Press.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Künstliche Intelligenz und Gesellschaft

Kurscode: DLMAISAI01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im laufenden Jahrzehnt wurden auf dem Gebiet der künstlichen Intelligenz beeindruckende Fortschritte erzielt. Verschiedene kognitive Aufgaben wie die Objekterkennung in Bild und Video, die Verarbeitung natürlicher Sprache, die Spielstrategie und das autonome Fahren und die Robotik werden heute von Maschinen auf einem noch nie dagewesenen Niveau ausgeführt. In diesem Kurs werden einige der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Auswirkungen dieser Entwicklungen untersucht.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte aktuelle gesellschaftliche Themen und Fragestellungen der künstlichen Intelligenz zu nennen.
- den Einfluss und die Auswirkungen der künstlichen Intelligenz auf gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Themen zu erklären.
- theoretisch erworbenes Wissen auf reale Fälle zu übertragen.
- ein ausgewähltes Thema in Form eines schriftlichen Aufsatzes wissenschaftlich zu behandeln.
- aktuelle gesellschaftliche und politische Fragen, die sich aus den jüngsten Fortschritten in der Methodik der künstlichen Intelligenz ergeben, kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsfähigkeiten und -prozesse durch Reflexion über die möglichen Auswirkungen ihrer zukünftigen Tätigkeit im Bereich der künstlichen Intelligenz zu entwickeln.

Kursinhalt

- Das Seminar behandelt aktuelle Themen zu den gesellschaftlichen Auswirkungen der künstlichen Intelligenz. Alle Teilnehmenden erstellen eine Seminararbeit zu einem zugewiesenen Thema.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Boddington, P. (2017): Towards a code of ethics for artificial intelligence. 1st ed., Springer International Publishing, New York, NY.
- Bostrom, N. (2016): Superintelligence: Paths, dangers, strategies. Oxford University Press, Oxford.
- Tegmark, M. (2018): Life 3.0: Being human in the age of artificial intelligence. Penguin, New York, NY.
- Wachter-Boettcher, S. (2017): Technically wrong: Sexist apps, biased algorithms, and other threats of toxic tech. W. W. Norton & Company, New York, NY.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

AI in Practice
Module Code: DLMBAEAIP

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator Prof. Dr. Claudia Heß (Use Case and Evaluation) / Prof. Dr. Tim Schlippe (Seminar: Current Topics in AI)

Contributing Courses to Module
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Use Case and Evaluation (DLMDSUCE01) ▪ Seminar: Current Topics in AI (DLMAISCTAI01)

Module Exam Type	
Module Exam	<p>Split Exam</p> <p><u>Use Case and Evaluation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "myStudies": Oral Assignment • Study Format "Distance Learning": Oral Assignment <p><u>Seminar: Current Topics in AI</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "myStudies": Written Assessment: Research Essay • Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Research Essay
Weight of Module see curriculum	

Module Contents

Use Case and Evaluation

- Use case evaluation
- Model-centric evaluation
- Business-centric evaluation
- Monitoring
- Avoiding common fallacies
- Change management

Seminar: Current Topics in AI

In this module, students will reflect on current developments in AI. To this end, pertinent topics will be introduced via articles that are then critically evaluated by the students in the form of a written essay.

Learning Outcomes

Use Case and Evaluation

On successful completion, students will be able to

- analyze use cases and their requirements regarding the project objectives.
- apply common metrics to evaluate predictions.
- evaluate key performance indicators to assess projects from a business perspective.
- create monitoring tools that can be used to constantly evaluate the status quo of a project.
- understand common fallacies and how to avoid them.

Seminar: Current Topics in AI

On successful completion, students will be able to

- discuss current research trends and topics in AI.
- compose a theoretical essay exploring a selected topic in AI.
- expound upon apposite assumptions and design choices pertaining to the topic of choice.
- link the chosen topic to analogous approaches.
- identify and delineate potential uses for the chosen topic's concepts.

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 the University

All Master Programmes in the IT & Technology fields

Use Case and Evaluation

Course Code: DLMDSUCE01

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

Course Description

The evaluation and definition of use cases is the fundamental groundwork from which the projects can be defined. This does not only include the scope and technical requirements of a project but also how value can be derived from the project. A crucial aspect is the definition of what makes a project successful, both in terms of a technical evaluation as well as a business centric perspective and how the status quo can be monitored effectively during the progress of a project. The course also discusses how to avoid common fallacies and understand the implications of introducing data-driven decisions into traditional management structures.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- analyze use cases and their requirements regarding the project objectives.
- apply common metrics to evaluate predictions.
- evaluate key performance indicators to assess projects from a business perspective.
- create monitoring tools that can be used to constantly evaluate the status quo of a project.
- understand common fallacies and how to avoid them.

Contents

1. Use Case Evaluation
 - 1.1 Identification of Use Cases
 - 1.2 Specifying Use Case Requirements
 - 1.3 Data Sources and Data Handling Classification
2. Model-centric Evaluation
 - 2.1 Common Metrics for Regression and Classification
 - 2.2 Visual Aides
3. Business-centric Evaluation
 - 3.1 Cost Function and Optimal Point Estimators
 - 3.2 Evaluation Using KPIs
 - 3.3 A/B Test
4. Monitoring

- 4.1 Visual Monitoring Using Dashboards
- 4.2 Automated Reporting and Alerting
5. Avoiding Common Fallacies
 - 5.1 Cognitive Biases
 - 5.2 Statistical Effects
 - 5.3 Change Management: Transformation to a Data-driven Company

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Few, S. (2013). Information dashboard design: Displaying data for at-a-glance monitoring (2nd ed.). Burlingame, CA: Analytics Press.
- Gilliland, M., Tashman, L., & Sglavo, U. (2016). Business forecasting: Practical problems and solutions. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Hyndman, R. (2018). Forecasting: Principles and practices (2nd ed.). Melbourne: OTexts.
- Kahneman, D. (2012). Thinking, fast and slow. New York, NY: Penguin Books.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. Hoboken, NJ: Wiley.
- Parmenter, D. (2015). Key performance indicators: Developing, implementing, and using winning KPIs. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Oral Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Oral Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Seminar: Current Topics in AI

Course Code: DLMAISCTAI01

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

Course Description

The topic of artificial Intelligence (AI) has been addressed in computer science and cognitive science research since the 1950s; however, the meaning associated with the term has changed considerably over time. Having once been predominantly associated with logical calculus, reasoning, and planning, AI is now primarily interpreted in the context of deep networks of computational units. Despite these changes in approach, the important characteristic of AI continues to be the understanding and reproduction of cognitive abilities and functions by machines. This seminar strives to elucidate current research trends in AI. The students learn to independently analyze selected topics and case studies and link them with well-known concepts, as well as critically question and discuss them.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- discuss current research trends and topics in AI.
- compose a theoretical essay exploring a selected topic in AI.
- expound upon apposite assumptions and design choices pertaining to the topic of choice.
- link the chosen topic to analogous approaches.
- identify and delineate potential uses for the chosen topic's concepts.

Contents

- The seminar covers current topics in artificial intelligence. Each participant must write a seminar paper on a topic assigned to him/her.

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

- Bailey, S. J. (2020). Academic writing for international students of business and economics (Third edition). Routledge.
- Day, T. (2018). Success in academic writing. (Second edition)
- Fang, Z. (2021). Demystifying academic writing: genres, moves, skills, and strategies. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Silvia, P. J. (2019). How to write a lot: a practical guide to productive academic writing (Second edition). American Psychological Association.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Seminar
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Research Essay

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Seminar
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Research Essay

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

IT-Recht und Cyber Security

Modulcode: DLMMAWITCS

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Ralf Kneuper (IT-Sicherheit und Datenschutz) / Prof. Dr. Sascha Stiegler (Nationales und internationales IT-Recht)

Kurse im Modul

- IT-Sicherheit und Datenschutz (DLMCSITSDS01)
- Nationales und internationales IT-Recht (DLMIMWITR01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

IT-Sicherheit und Datenschutz

- Studienformat "Fernstudium":
Fachpräsentation

Nationales und internationales IT-Recht

- Studienformat "Fernstudium": Klausur,

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**IT-Sicherheit und Datenschutz**

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

Nationales und internationales IT-Recht

- Abgrenzung des IT-Rechts
- Grundlegende Rechtsauffassungen
- Relevante Rechtsbereiche
- Europäisches IT-Recht
- Transnationales IT-Recht
- Das Seminar führt in die rechtlichen Anforderungen der Vertragsgestaltung und Patentierung von Software ein. Es behandelt Lizenzmodelle, Spezifikation, Risikoabschätzung und Qualitätskriterien
- von Dienstleistungen sowie die Voraussetzungen der Patentfähigkeit einer computerimplementierten Erfindung. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

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.

Nationales und internationales IT-Recht

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unterschiede nationaler, transnationaler und internationaler Rechtssysteme zu benennen und zu erläutern.
- Schnittstellen zwischen allgemeinen Rechtsauffassungen und IT-relevantem Recht zu identifizieren.
- Rechtliche Voraussetzungen zur IT-Vertragsgestaltung zu benennen und deren Auswirkung auf die (elektronische) Kommerzialisierung von IT-Produkten oder -Dienstleistungen zu bewerten.
- Die Auswirkung der Europäischen Datenschutzgrundverordnung auf Geschäftsprozesse zu beurteilen und Empfehlungen zur Implementierung zu geben.
- Rechtsauffassungen ausgewählter transnationaler Institutionen zu benennen und deren Auswirkungen auf die internationale IT-Rechtsprechung einzuschätzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Informatik & Software-Entwicklung und Recht auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme in den Bereichen IT & Technik und Wirtschaft & Management

IT-Sicherheit und Datenschutz

Kurscode: DLMCSITSDS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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 [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/atca/documentos/OWASPGuide2.0.1.pdf> [Retrieved: 11.3.2020]).

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Nationales und internationales IT-Recht

Kurscode: DLMIMWITR01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs stellt vertiefend nationale und internationale rechtliche Rahmenbedingungen der Informationsverarbeitung für Unternehmen vor. Nach einer Betrachtung der Unterschiede internationaler Rechtssysteme erfolgt eine Einführung in solche rechtlichen Konstrukte, die als Basis für die Entwicklung der IT-relevanten Gesetzgebung dienen. In der Folge werden Rechtsbereiche aus der Sicht konkreter anwendungsorientierter Geschäftsszenarien, wie Vertragsrecht, Lizenzierung und Patentierung, behandelt. Einer Einführung in das EU-Rechtssystem folgt eine ausführliche Auseinandersetzung mit der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung, die als wichtigstes Rahmenwerk des IT-Rechts in Europa zunehmend an internationaler Bedeutung gewinnt. Dies leitet in eine Betrachtung transnationaler Rechtssysteme über und schließt mit Empfehlungen überstaatlicher Organisationen ab.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unterschiede nationaler, transnationaler und internationaler Rechtssysteme zu benennen und zu erläutern.
- Schnittstellen zwischen allgemeinen Rechtsauffassungen und IT-relevantem Recht zu identifizieren.
- Rechtliche Voraussetzungen zur IT-Vertragsgestaltung zu benennen und deren Auswirkung auf die (elektronische) Kommerzialisierung von IT-Produkten oder -Dienstleistungen zu bewerten.
- Die Auswirkung der Europäischen Datenschutzgrundverordnung auf Geschäftsprozesse zu beurteilen und Empfehlungen zur Implementierung zu geben.
- Rechtsauffassungen ausgewählter transnationaler Institutionen zu benennen und deren Auswirkungen auf die internationale IT-Rechtsprechung einzuschätzen.

Kursinhalt

1. Einführung
 - 1.1 Fallbasiertes (Common Law) vs. kodifiziertes Recht (Civil Law)
 - 1.2 Internationales, Transnationales und Europäisches Recht
 - 1.3 Abgrenzung des IT-Rechts von anderen Rechtsgebieten
2. Grundlegende Rechtsauffassungen

- 2.1 Geistiges Eigentum und Urheberrecht
- 2.2 Informations- und Nachweispflichten nach bürgerlichem Recht
- 2.3 Grundlagen des Telemedienrechts
- 2.4 Grundlagen des Telekommunikationsrechts
- 2.5 Rechtsauffassungen zu Datenschutz und Informationssicherheit

3. Relevante Rechtsbereiche
 - 3.1 Allgemeine Geschäftsbedingungen
 - 3.2 Vertragsrecht der IT und Vertragsgestaltung
 - 3.3 IT-Dienstleistungsverträge
 - 3.4 Softwareverträge, Lizenzmodelle und General Public License
 - 3.5 Elektronischer Geschäftsverkehr (E-Commerce)
 - 3.6 Signaturrecht
 - 3.7 Patentierung von Software

4. Europäisches IT-Recht
 - 4.1 EU-Regulierungen, -Direktiven, -Entscheidungen, und -Empfehlungen
 - 4.2 Verhältnis zur nationalen Rechtsordnung
 - 4.3 EU-Regularien mit Bezug zum IT-Recht
 - 4.4 Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)
 - 4.5 Implementierungsansätze der DSGVO
 - 4.6 Die DSGVO als Basis internationaler Rechtsprechung

5. Transnationales IT-Recht
 - 5.1 Internet-Recht
 - 5.2 Domainrecht
 - 5.3 Rechtliche Betrachtung sozialer Medien
 - 5.4 WTO Information Technology Agreement
 - 5.5 OECD-Richtlinien und Empfehlungen
 - 5.6 Empfehlungen der United Nations Information and Communication Technologies Task Force

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

- Auer-Reinsdorff, A. & Conrad, I. (2019). Handbuch IT- und Datenschutzrecht (3. Aufl.). C. H. Beck.
- Hetmank, S. (2016). Internetrecht. Springer.
- Leupold, A., Wiebe, A. & Glossner, S. (2021). IT-Recht (4. Aufl.). C. H. Beck.
- Redeker, H. (2020): IT-Recht (7. Aufl). C. H. Beck.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Min. Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

E-Commerce

Modulcode: MWEC-01

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

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Dr. Li Zeng (E-Commerce I) / Dr. Li Zeng (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": Schriftliche
Ausarbeitung: 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 Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

E-Commerce I

Kurscode: MWEC01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

E-Commerce II

Kurscode: MWEC02-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Corporate Finance and Investment

Module Code: DLMBCFIE

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Andreas Simon (Advanced Corporate Finance) / Prof. Dr. Andreas Simon (Investment Analysis & Portfolio Management)

Contributing Courses to Module

- Advanced Corporate Finance (DLMBCFIE01)
- Investment Analysis & Portfolio Management (DLMBCFIE02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Advanced Corporate Finance

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

Investment Analysis & Portfolio Management

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

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Advanced Corporate Finance

- Financing decisions and issuing securities
- Debt financing and leasing
- Options and futures
- Takeovers, corporate control, and governance
- Unsolved issues and the future of finance

Investment Analysis & Portfolio Management

- Introduction to investment analysis and portfolio management
- Portfolio selection and the optimum portfolio
- The equilibrium in capital markets and asset pricing models
- Analysis and management of securities
- Evaluation of the investment performance

Learning Outcomes

Advanced Corporate Finance

On successful completion, students will be able to

- identify methods of issuing corporate debt and equity securities, and understand the role of financial intermediaries.
- discuss dividend policy and corporate capital structure in perfect markets vis-à-vis imperfect markets.
- utilize a range of tools for valuing different kinds of debt.
- describe various financing options and their different forms of application in the context of corporate finance.
- discuss mergers and takeovers and the role of different parties involved in the transaction process.

Investment Analysis & Portfolio Management

On successful completion, students will be able to

- describe the theoretical constructs of investments and portfolio analysis.
- apply the modern portfolio theory and the theory of capital markets to practical questions of investment decisions.
- discuss the conflicting priorities between the normative theoretical approach of portfolio selection and equilibrium asset pricing on the one hand, and the practical application of investment decisions such as stock picking and technical analysis on the other hand.
- utilize various tools for researching and analyzing investment vehicles used in the context of asset pricing and asset allocation decisions.
- identify main features and practices of the global investment advisory industry.
- describe warrants and convertibles, options and futures and discuss the application of these vehicles in a portfolio investment context.

<p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Finance & Tax Accounting</p>	<p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Master Programmes in the Business & Management field</p>
---	---

Advanced Corporate Finance

Course Code: DLMBCFIE01

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

Course Description

The last decade has seen fundamental changes in financial markets and financial instruments. Both the theory and practice of corporate finance have been moving ahead with uncommon speed. Participants will be guided through the main areas of modern financial theory, including the pricing of assets and derivatives, corporate financial policy, and corporate control. The course emphasizes the modern fundamentals of the theory of finance and brings the theory to life with contemporary examples.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify methods of issuing corporate debt and equity securities, and understand the role of financial intermediaries.
- discuss dividend policy and corporate capital structure in perfect markets vis-à-vis imperfect markets.
- utilize a range of tools for valuing different kinds of debt.
- describe various financing options and their different forms of application in the context of corporate finance.
- discuss mergers and takeovers and the role of different parties involved in the transaction process.

Contents

1. Financing Decisions and Issuing Securities
 - 1.1 Types of Corporate Financing
 - 1.2 Corporations and Issuing Shares
 - 1.3 Corporations and Issuing Debt Securities
2. Dividend Policy and Capital Structure
 - 2.1 What's Your Dividend Policy?
 - 2.2 What's Your Debt Policy?
 - 2.3 Weighted Average Cost of Capital (WACC)
 - 2.4 Corporate and Personal Taxes
 - 2.5 Capital Structure and Related Theories

3. Debt Financing and Leasing
 - 3.1 Debt Valuation
 - 3.2 Rating Debt
 - 3.3 Different Kinds of Debt and Hybrid Securities
 - 3.4 Leasing as a Form of Corporate Finance
4. Options and Futures
 - 4.1 Derivative Financial Instruments, Options and Futures
 - 4.2 Valuing Options, the Binomial Model, the Black-Scholes Formula
 - 4.3 Real Options
5. Takeovers, Corporate Control, and Governance
 - 5.1 Mergers and Acquisitions
 - 5.2 LBOs, Management Buyouts, and Going Private
 - 5.3 Private Equity and the Venture Capitalist
 - 5.4 Empirical Testing of Takeover Success
 - 5.5 Corporate Governance and Corporate Control
6. Unsolved Issues and the Future of Finance
 - 6.1 What Do We Know and What Do We Not Know About Finance?
 - 6.2 The Future of Finance

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

- Brealey, R., Myers, S. C., & Allen, F. (2016). Principles of corporate finance (12th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Vernimmen, P., Quiry, P., Dallochio, M., Le Fur, Y., & Salvi, A. (2014). Corporate finance: Theory and practice (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. (Database: EBSCO).

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Investment Analysis & Portfolio Management

Course Code: DLMBCFIE02

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

Course Description

Security analysis, asset allocation strategies, and the optimal composition of portfolios of financial assets are some of the most important fields of advanced financial management. This course is designed to bring together investment analysis and portfolio theory and their implementation with regard to portfolio management. Topics to be covered are the theory of portfolio selection and the theory's application, the hypotheses of efficient capital markets and the capital market equilibrium, analysis of investments and the evaluation of portfolios (or mutual funds) of common stocks, bonds, international assets, and other asset classes. Students will be directed through a broad and critical evaluation of the various investment strategies for maximizing returns and minimizing risk on portfolios. Investment analysis and portfolio management is a truly global topic. As a consequence, the course will take an international perspective, provide an insight into the global investment advisory industry, and discuss best-practice approaches around the globe.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- describe the theoretical constructs of investments and portfolio analysis.
- apply the modern portfolio theory and the theory of capital markets to practical questions of investment decisions.
- discuss the conflicting priorities between the normative theoretical approach of portfolio selection and equilibrium asset pricing on the one hand, and the practical application of investment decisions such as stock picking and technical analysis on the other hand.
- utilize various tools for researching and analyzing investment vehicles used in the context of asset pricing and asset allocation decisions.
- identify main features and practices of the global investment advisory industry.
- describe warrants and convertibles, options and futures and discuss the application of these vehicles in a portfolio investment context.

Contents

1. Introduction to Investment Analysis and Portfolio Management
 - 1.1 The Asset Management and Investment Advisory Industry
 - 1.2 Financial Instruments, Derivatives, and Organization of Securities Markets
 - 1.3 The History of Investment Analysis
2. Portfolio Selection and the Optimum Portfolio

- 2.1 Mean Variance Portfolio Theory
- 2.2 The Calculation of Risk and Return
- 2.3 Efficient Portfolios and Techniques for Calculating the Efficient Frontier
- 2.4 Single-Index Models and Multi-Index Models
- 2.5 International Diversification
3. Equilibrium in Capital Markets and Asset Pricing Models
 - 3.1 Equilibrium in Capital Markets and the Standard Capital Asset Pricing Model
 - 3.2 Empirical Tests of Equilibrium Models
 - 3.3 Extensions to the Single-Factor Capital Asset Pricing Model
 - 3.4 Multifactor Asset Pricing Models: Arbitrage Pricing Theory and the Fama-French Model
4. Analysis of Securities
 - 4.1 Macro- and Microanalyses of Industries and Companies
 - 4.2 Stock Valuation, Intrinsic Value and Market Value Determinants, and Valuation Techniques
 - 4.3 The Analysis and Valuation of Bonds
 - 4.4 Technical Analysis and Behavioral Finance
5. Management of Securities
 - 5.1 The Efficient Market Hypothesis
 - 5.2 Stock and Bond Portfolio Management Strategies Using Active vs Passive Strategies
 - 5.3 Asset Allocation Strategies
6. Investment Vehicles
 - 6.1 Mutual Funds: Types, Industry, and Participants
 - 6.2 Hedge Funds
 - 6.3 Private Equity Funds
7. Evaluation of Investment Performance
 - 7.1 Globalization and International Investing
 - 7.2 Investment Process
 - 7.3 Evaluation of Portfolio Performance Using the Sharpe Ratio, Jensen Measure, Treynor Measure, and Other Measures
 - 7.4 Evaluation of Security Analysis

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

- Smart, S., Gitman, L. J., & Joehnk, M. D. (2017). *Fundamentals of investing* (13th ed.). Upper SaddleRiver, NJ: Pearson.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Management

Module Code: DLMMANE-01

Module Type see curriculum	Admission Requirements None	Study Level MBA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Maja Störmer (Leadership) / Prof. Dr. Josephine Zhou-Brock (Strategic Management)

Contributing Courses to Module

- Leadership (DLMBLSE01-01)
- Strategic Management (DLMBSME01)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Leadership

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

Strategic Management

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

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Leadership**

- Fundamentals and criteria of leadership success
- Leadership theories in changing times
- Stress, work-life balance and self-management
- Motivation, communication and assessment
- Teams and organization
- Current trends and debates
- Intercultural leadership

Strategic Management

- Foundations of professional leadership
- Leadership and motivation in the corporation
- Leadership and corporate culture
- Leadership and change management

Learning Outcomes

Leadership

On successful completion, students will be able to

- Answer the question of what good leadership is by drawing on key leadership theories and their empirical validation.
- Conceptualize leadership as a balance of values between the requirements of organization, people and performance.
- Understand current key findings on how to keep this balance (performance: self-management and work/life balance of the manager; people: motivation, communication and assessment of employees and teams; organization: organizational culture and change management).
- Understand the challenges of leadership in an intercultural context.
- Put to practice their acquired understanding of leadership and its facets in the corporate world.

Strategic Management

On successful completion, students will be able to

- understand the entire process of strategic planning from the organizational planning, the implementation to the evaluation and controlling.
- apply appropriate analysis tools in order to methodically address specific business decisions in the international business environment, taking intercultural aspects into account.
- analyze the capabilities of various organizations, that operate in different fields, from a functional and resource perspective by evaluating its strengths and weaknesses.
- develop a better understanding of the wider business environment by analyzing the opportunities and threats facing their organization.
- evaluate strategies by employing appropriate controlling tools.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Master Programmes in the Business & Management fields

Leadership

Course Code: DLMBLSE01-01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MBA	English		5	None

Course Description

A company's employees are some of its most important resources in today's knowledge society. The professional and systematic leadership of employees is critical to an organization's competitive success. And one of the fundamental competencies of a manager is to develop and promote, through leadership, the knowledge and skills of individuals in the organization. With this in mind, the course addresses the necessary competencies of a leader in modern, knowledge-based work organizations. Central topics of modern leadership theory and practice are discussed. The focus is on the fundamentals and tools of professional leadership, key aspects of situational leadership, motivation, communication and interaction in the context of strategic leadership and in change processes, as well as on leadership in an intercultural context. By providing both the conceptual basics of leadership and empirical examples of leadership behavior, the course prepares participants for the challenges of leadership, especially when dealing with change, conflict, and team development.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- Answer the question of what good leadership is by drawing on key leadership theories and their empirical validation.
- Conceptualize leadership as a balance of values between the requirements of organization, people and performance.
- Understand current key findings on how to keep this balance (performance: self-management and work/life balance of the manager; people: motivation, communication and assessment of employees and teams; organization: organizational culture and change management).
- Understand the challenges of leadership in an intercultural context.
- Put to practice their acquired understanding of leadership and its facets in the corporate world.

Contents

1. Leadership Overview
 - 1.1 Significance of Good Leadership
 - 1.2 Leadership: Conceptual Definitions
 - 1.3 Criteria for Leadership Success

2. Leadership Theories through Changing Times
 - 2.1 Trait Theory
 - 2.2 Leadership Style and Leadership Person
 - 2.3 Consideration of the Situation
 - 2.4 Systemic Leadership
 - 2.5 Symbolic Leadership
 - 2.6 Transactional and Transformational Leadership
 - 2.7 Leadership Theories through Changing Times – Leadership in a Field of Tension
3. New Leadership Approaches
 - 3.1 VUCA and Leadership
 - 3.2 Empowering Leadership
 - 3.3 Sociocracy and Holacracy
4. Stresses, Work-Life Balance and Self-Management
 - 4.1 Stresses
 - 4.2 Work-Life Balance
 - 4.3 Self-Management
5. Motivation, Communication, and Appraisal
 - 5.1 Motivation
 - 5.2 Communication
 - 5.3 Appraisals
6. Teams
 - 6.1 Team Leadership
 - 6.2 Organizational Culture
 - 6.3 Shared Leadership
 - 6.4 Change Management
7. Current Trends and Debates
 - 7.1 Personality and Leadership
 - 7.2 Leadership Derailment
 - 7.3 Toxic Workers
 - 7.4 Power in Organizations
 - 7.5 Generations X, Y, and Z
8. Intercultural Leadership
 - 8.1 Intercultural Leaders and Culture

- 8.2 Culture
- 8.3 Intercultural Leadership

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

- Ang, S., & van Dyne, L. (2015). Conceptualization of cultural intelligence – Definition, distinctiveness and nomological network. In Ang, S., & van Dyne, L. (Eds.), Handbook of cultural intelligence (pp. 3 –15). Routledge.
- Schein, E. H. (2017). Organizational culture and leadership (5th ed.). Wiley.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Strategic Management

Course Code: DLMB SME01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MBA	English		5	None

Course Description

Various methods of strategic market analysis are presented in this course so as to allow students to evaluate risks and opportunities in global markets, highlighting intercultural aspects, by looking at organizations operating in different countries. Students learn to analyze and understand strengths and weaknesses of organizations from various disciplines (products, services, NGOs etc.) that face specific market situations. Supported by new developments in the field of market research, the process for identifying and analyzing core competencies and competitive advantages in national and international environments is discussed at length. Students are supported to plan strategic alternatives and to implement and control these by taking on fictitious roles within various different organizations. Exercises and international case studies help students to identify with the role of management and participate in the strategic planning process as well as in operational management. This helps students understand the problems companies regularly face and comprehend how methods of modern management can be used in order to solve these.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand the entire process of strategic planning from the organizational planning, the implementation to the evaluation and controlling.
- apply appropriate analysis tools in order to methodically address specific business decisions in the international business environment, taking intercultural aspects into account.
- analyze the capabilities of various organizations, that operate in different fields, from a functional and resource perspective by evaluating its strengths and weaknesses.
- develop a better understanding of the wider business environment by analyzing the opportunities and threats facing their organization.
- evaluate strategies by employing appropriate controlling tools.

Contents

1. What is Strategy?
 - 1.1 What is a Corporate Strategy?
 - 1.2 What Has to be Taken into Consideration when Making Strategic Decisions?
 - 1.3 Who Takes Part in Developing a Strategy?
 - 1.4 What is Included in a Solid Strategic Plan?

2. The Strategic Environment
 - 2.1 Where Are We in the Market Place? The Macroenvironment
 - 2.2 Where Are We in the Market Place? The Microenvironment
 - 2.3 Analysis, Strategic Capabilities, and the Five Forces Model
3. The Position in the Market
 - 3.1 Why Do We Exist?
 - 3.2 What is Our Position in the Market?
 - 3.3 What Information Does the Company Need?
 - 3.4 What Capabilities Does the Company Have?
 - 3.5 What Capabilities Do Others Have?
4. What Strategic Options Are Available to the Strategic Business Unit (SBU)?
 - 4.1 What Strategic Options Does the SBU Have?
 - 4.2 Interactive Strategies
 - 4.3 Product Life Cycle
5. What Strategic Options Are Available to the Corporation?
 - 5.1 Areas to Consider When Formulating a Strategy
 - 5.2 Strategic Options
 - 5.3 Outsourcing
 - 5.4 Product Portfolio Analysis Using the BCG Matrix
 - 5.5 Product Portfolio Analysis Using the GE-McKinsey Matrix
6. What International Strategies Are Available?
 - 6.1 Why Do Companies Go International?
 - 6.2 What Factors Contribute to the Decision About Which Country to Invest In?
 - 6.3 How Can a Company Invest Internationally?
7. Do-It-Yourself, Buy, or Ally?
 - 7.1 Do-It-Yourself
 - 7.2 Mergers and Acquisitions (M&As)
 - 7.3 Strategic Alliances
 - 7.4 How to Decide Whether to Buy, Ally, or Do-It-Yourself?
8. How to Evaluate Strategies?
 - 8.1 How to Evaluate Strategy?
 - 8.2 Implementing Strategy

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Hooley, G. J., Piercy, N., Nicoulaud, B., & Rudd, J. M. (2017). *Marketing strategy and competitive positioning* (6th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2017). *Exploring strategy: Text and cases* (10th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson.
- Porter, M. (2004). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York, NY: Free Press.
- Porter, M. (2008). *On competition* (2nd ed.). Boston: Harvard Business Review Press.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

AI and Mastering AI Prompting

Module Code: DLMEAIMAIP

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction and Examination
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

Module Coordinator

Prof. Dr. Claudia Heß (Artificial Intelligence) / N.N. (Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques)

Contributing Courses to Module

- Artificial Intelligence (DLMAIAI01)
- Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques (DLMPAIECPT01)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Artificial Intelligence

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

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Artificial Intelligence**

- History of AI
- Expert Systems
- Neuroscience
- Modern AI Systems
- AI Application Areas

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

In this module, students delve into the world of generative AI applications, creating AI-generated content such as text, images, and videos. They learn to design, analyze, and evaluate different prompting techniques in these systems and apply them within their respective fields of study.

Learning Outcomes**Artificial Intelligence**

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Links to other Modules within the Study Program

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

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the IT & Technology field

Artificial Intelligence

Course Code: DLMAIAI01

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

Course Description

The quest for artificial intelligence has captured humanity's interest for many decades and has been an active research area since the 1960s. This course will give a detailed overview of the historical developments, successes, and set-backs in AI, as well as the development and use of expert systems in early AI systems. In order to understand cognitive processes, the course will give a brief overview of the biological brain and (human) cognitive processes and then focus on the development of modern AI systems fueled by recent developments in hard- and software. Particular focus will be given to discussion of the development of "narrow AI" systems for specific use cases vs. the creation of general artificial intelligence. The course will give an overview of a wide range of potential application areas in artificial intelligence, including industry sectors such as autonomous driving and mobility, medicine, finance, retail, and manufacturing.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Contents

1. History of AI
 - 1.1 Historical Developments
 - 1.2 AI Winter
 - 1.3 Notable Advances in AI
2. Expert Systems
 - 2.1 Overview Over Expert Systems
 - 2.2 Introduction to Prolog
3. Neuroscience
 - 3.1 The (Human) Brain

3.2	Cognitive Processes
4.	Modern AI Systems
4.1	Recent Developments in Hard- and Software
4.2	Narrow vs General AI
4.3	NLP and Computer Vision
5.	AI Application Areas
5.1	Autonomous Vehicles & Mobility
5.2	Personalized Medicine
5.3	FinTech
5.4	Retail & Industry

Literature
Compulsory Reading
Further Reading
<ul style="list-style-type: none">▪ Chowdhary, K. R. (2020). Fundamentals of Artificial Intelligence. Springer India.▪ Russell, S. & Norvig, P. (2022). Artificial intelligence. A modern approach (4th ed.). Pearson Education.▪ Ward, J. (2020). The student's guide to cognitive neuroscience. (4th ed.). Taylor & Francis Group.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

Course Code: DLMPAIECPT01

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

Course Description

In this course, students explore the exciting world of prompting in various generative AI applications. They involve themselves in hands-on exercises that combine various prompting techniques to create new AI-generated content, including text, images, and videos. Through these exercises, students learn how to effectively use, analyze, combine, and assess these systems within their specialized fields of study.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Contents

- In this course, students engage in a practical application of a generative AI use case by choosing from the options provided in the extensive supplementary guide. The course presents practical examples as study materials and exercises with both individual and combined prompting techniques for open-source text, image, and video generation use cases. The exercises are crafted to inspire and lead students in executing their distinct generative AI use case work and provide guidance on describing the use case and selecting a mixture of prompting techniques. Additionally, students are led to critically evaluate the design, implementation, and the outcomes from both technical and ethical perspectives.

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

- Dang, H., Mecke, L., Lehmann, F., Goller, S., & Buschek, D. (2022). How to prompt? Opportunities and challenges of zero- and few-shot learning for human-AI interaction in creative applications of generative models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2209.01390.pdf>
- Epstein, Z., Hertzmann, A., Herman, L., Mahari, R., Frank, M. R., Groh, M., Schroeder, H., Smith, A., Akten, M., Fjeld, J., Farid, H., Leach, N., Pentland, A. S., & Russakovsky, O. (2023). Art and the science of generative AI: A deeper dive. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2306.04141.pdf>
- Gozalo-Brizuela, R., & Garrido-Merchán, E. C. (2023). A survey of generative AI applications. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2306.02781.pdf>
- Wei, J., Wang, X., Schuurmans, D., Bosma, M., Ichter, B., Xia, F., Chi, E. H., Le, Q. V., & Zhou, D. (2023). Chain-of-thought prompting elicit reasoning in large language models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2201.11903.pdf>

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Project
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Masterarbeit

Modulcode: DLMMAB

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	Niveau MA	CP 15	Zeitaufwand Studierende 450 h
----------------------------------	---	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Studiengangsleiter:in (SGL) (Masterarbeit) / Studiengangsleiter:in (SGL) (Kolloquium)

Kurse im Modul

- Masterarbeit (DLMMAB01)
- Kolloquium (DLMMAB02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Masterarbeit</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit
	<u>Kolloquium</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Kolloquium

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>Masterarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masterarbeit <p>Kolloquium</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kolloquium zur Masterarbeit 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Masterarbeit</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <p>Kolloquium</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Alle Module im Masterprogramm</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Masterprogramme im Fernstudium</p>

Masterarbeit

Kurscode: DLMMAB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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

Studienform Fernstudium	Kursart Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 405 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 405 h

Lehrmethoden
Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eine akademischen Betreuers.

Kolloquium

Kurscode: DLMMAB02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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

Studienform Fernstudium	Kursart Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 45 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 45 h

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.