

# Web-Programmierung II (6100220)

<b>Englischer Titel</b>	Web Programming II					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Tristan Wimmer		
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tristan Wimmer					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>	2		
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>	Seminaristischer Unterricht, Übung		
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>	Portfolio		
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>	Sommersemester		
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>	E-Commerce		
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	bZv					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Konzepte der objektorientierten Programmierung darzustellen</li> <li>- diese Konzepte in PHP umzusetzen</li> <li>- den Aufbau von Datenstrukturen zu analysieren</li> <li>- Kontrollstrukturen performant in PHP einzusetzen</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Inhalte des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objektorientierte Programmierung</li> <li>- Datenstrukturen (abstrakte Konzepte, konkrete Implementierungen wie Listen, Arrays, ...)</li> <li>- Kontrollstrukturen</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.					

# Mathematik II (6100320)

<b>Englischer Titel</b>	Mathematics II					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Achim Wübker	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Achim Wübker					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		2	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Math.-naturwiss. Grundlagen:          Aufbauend auf den in Mathematik I erworbenen mathematischen Fähigkeiten lernen die Studierenden weitere Begriffe und Techniken aus den mathematischen Gebieten der Finanzmathematik, der Graphentheorie und der Analysis kennen. Die dabei erworbenen Kenntnisse der Differentiation, Integration und Graphentheorie sind wichtige Fähigkeiten für Fächer wie z.B. Statistik, insbesondere der Teil Wahrscheinlichkeitsrechnung inkl. Normalverteilung, sowie Operations Research.</p> <p>Fertigkeit zur Entwicklung und zum Umsetzen von Lösungsstrategien:          Ein wichtiger Bestandteil der Mathematik-II-Ausbildung ist das Lösen von Übungsaufgaben aus den Bereichen Finanzmathematik, Graphentheorie und Analysis. Durch die Analyse und das konkrete Lösen dieser Aufgaben wird die Fertigkeit zur Entwicklung und zum Umsetzen von Lösungsstrategien aufbauend auf den in Mathematik I erworbenen Fertigkeiten weiter geschult.</p> <p>Fertigkeit zum logischen, analytischen und konzeptionellen Denken:          Durch das Verstehen von mathematischen Texten und die Bearbeitung von mathematischen Aufgaben wird die Fähigkeit zum abstrakten und logischen Denken aufbauend auf den in Mathematik I erworbenen Fähigkeiten weiter geschult.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Differential- und Integralrechnung: Differentialrechnung in einer und mehreren Variablen, Integralrechnung in einer Variablen.</p> <p>Finanzmathematik: Prozentrechnung, Zinsrechnung, Rentenrechnung.</p> <p>Graphentheorie: Einführung, kürzeste Wege.</p>					
<b>Literatur</b>	<p>Brill, Manfred: Mathematik für Informatiker; Hanser Verlag; München/Wien</p> <p>Ihrig, Holger; Pflaumer, Peter: Finanzmathematik – Intensivkurs; Oldenbourg Verlag; München;</p> <p>Hartmann, Peter: Mathematik für Informatiker; Vieweg + Teubner, Wiesbaden</p> <p>Papula, Lothar: Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler 1 und 2; Vieweg + Teubner; Wiesbaden</p> <p>Schubert, Matthias: Mathematik für Informatiker, Vieweg + Teubner, Wiesbaden</p> <p>Tietze, Jürgen: Einführung in die Finanzmathematik, Vieweg + Teubner, Wiesbaden</p>					

# Digitale Zeichensysteme (6100400)

<b>Englischer Titel</b>	Digital Notations					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Christina Völkl-Wolf	
<b>Dozent(in)</b>	Verena Stürmer, Alexandra Kuntz					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		2	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht, Übung	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fertigkeit zur Analyse und Kritik ästhetischer Aspekte der visuellen Kommunikation in realen Projekten.</li> <li>- Verständnis und Sensibilität für Bildschirmmedien und deren gestalterische Besonderheiten.</li> <li>- Gefühl für Form, Farbe, Kontrast und Komposition.</li> <li>- Analyse und differenzierte Bewertung von Entwurf, Wirkungsabsicht und tatsächlicher Wirkung.</li> <li>- Verfeinertes Verständnis und somit optimierte Kommunikation zwischen Projektbeteiligten wie z.B. Programmierer, Gestalter und Auftraggeber.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Begriffe, Theorien und Methoden zur Beschreibung, Analyse und Kritik der Wirkungsweise visueller Darstellungen- und Kommunikation.</li> <li>- Vermittlung von Wahrnehmungs- und Gestaltungsgrundlagen sowie der gestalterischen Terminologie zur Konzeption digitaler Medien.</li> <li>- Basisfachwissen Morphologie, Farbe, Typografische Grundlagen, Semiotik, Schrift- und Zeichensysteme.</li> <li>- Vermittlung von Beurteilungskriterien für die Wirkungsweisen von Schrift- und Zeichensystemen.</li> </ul> <p>Anhand von exemplarischen Bildanalysen, Teamübungen, sowie der Einführung in manuelle und digitale Entwurfstechniken wird der Einsatz von Gestaltungsparametern vermittelt.</p>					
<b>Literatur</b>	wird in Vorlesung bekanntgegeben					

# Einführung in Web-Technologien mit Web-Projekt (6100710)

<b>Englischer Titel</b>	Basics of Web Technologies with Web Project					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Rolf Schillinger	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Rolf Schillinger, undefined Christine Zilker					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		2	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht, Übung	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Komponenten eines TCP/IP Netzwerks zu identifizieren und ihr Zusammenspiel zu erklären</li> <li>- vorgegebene TCP/IP Netzwerke auf korrekte Funktionalität zu prüfen</li> <li>- typische Anwendungsszenarien des HTTP Protokolls zu analysieren</li> <li>- bekannte und neue Webtechnologien zu identifizieren und in einen Gesamtkontext einzuordnen</li> <li>- aktuelle Webtechnologien zu bewerten</li> <li>- XML und JSON zu nutzen um Daten zu speichern und auszutauschen</li> <li>- Cloud Produkte zu vergleichen und deren Einsatz im Webhosting Umfeld zu planen</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Netzwerkgrundlagen: Grundbegriffe, ISO-OSI Referenzmodell, Netztopologien und Netzwerktypen, Beispielaufbau eines aktuellen LAN auf der Basis von Ethernet</li> <li>- TCP/IP Stack: Adressierung / Subnetworking, Routing, Multiplexing, TCP und UDP, Beispieldienste (z.B. DNS)</li> <li>- World Wide Web: Entstehungsgeschichte, HTTP Protokoll</li> <li>- Dynamische Web-Inhalte: Grenzen des statischen WWW, clientseitige Erweiterungen (Hilfsprogramme, Plug-Ins, Skripte, Applets, ActiveX), serverseitige Erweiterungen (externe Programme, Server API, Skripte: SSI, PHP, JSP), Session Management</li> <li>- Datenaustausch in XML und JSON</li> <li>- Aktuelle Cloud Computing Varianten</li> <li>- Durchführung eines übergreifenden Web Projekt</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.					

# Statistik (6101810)

<b>Englischer Titel</b>	Statistics					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Patrik Stilgenbauer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Patrik Stilgenbauer					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		2	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht, Übung	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden kennen grundlegende Verfahren der deskriptiven Statistik, der Wahrscheinlichkeitsrechnung und der induktiven Statistik. Sie sind in der Lage statistische Methoden zur Datenanalyse, zur Datenaufbereitung und zum Testen im Anwendungsfeld E-Commerce sicher anzuwenden. Die Studierenden sind sensibilisiert für die Bedeutung von Statistiken im unternehmerischen Kontext und die korrekte Interpretation der Ergebnisse.</p> <p>Statistik trägt zu den Gesamtzielen von EC wie folgt bei:</p> <p>Math.-naturwiss. Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden lernen für die Statistik notwendige Grundlagen der Mathematik kennen.</li> </ul> <p>Problemlösungskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fertigkeit zur Entwicklung u. zum Umsetzen von Lösungsstrategien: Auf Basis fachlichen Bedarfs für analytische Information werden statistische Lösungsansätze entwickelt.</li> </ul> <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fertigkeit zum logischen, analytischen und konzeptionellen Denken: Durch Lösen von Aufgaben aus der Statistik wird die Fähigkeit zum logischen Denken geschult.</li> <li>- Auswahl und sichere Anwendung geeigneter Methoden: An Beispielen und Aufgaben aus dem Bereich eCommerce lernen die Studierenden die Auswahl und sichere Anwendung geeigneter Methoden und Verfahren der Statistik.</li> </ul> <p>Praxiserfahrung und Berufsbefähigung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse von praxisrelevanten Aufgabenstellungen: Statistische Auswertungen gehören zum Tagesgeschäft im eCommerce. Die sichere Beherrschung grundlegender Verfahren ist Voraussetzung für einen erfolgreichen Berufseinstieg.</li> </ul>					

<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Deskriptive Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe</li> <li>- Häufigkeitsverteilungen</li> <li>- Lageparameter, Streuungsparameter</li> <li>- Konzentrationsrechnung</li> <li>- Zeitreihenanalyse</li> <li>- Korrelations- und Regressionsrechnung</li> <li>- Vorbereitung und Präsentation statistischer Ergebnisse mit Excel</li> </ul> <p>Wahrscheinlichkeitstheorie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ergebnismenge, Ereignisse</li> <li>- Wahrscheinlichkeitsbegriff, bedingte Wahrscheinlichkeit und Unabhängigkeit</li> </ul> <p>Induktive Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stichproben</li> <li>- Schätzverfahren</li> <li>- AB-Tests und multivariate Testverfahren</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Bourier, Günther: Beschreibende Statistik, 9. Aufl., Gabler, 2011</p> <p>Bourier, Günther: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, 7. Aufl., Gabler, 2011</p>

# Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul (99xxxxx)

<b>Englischer Titel</b>	General Compulsory Elective Module					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Jochen Seufert	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Jochen Seufert					
<b>Sprache</b>	Deutsch/Englisch		<b>Studiensemester</b>		2	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	i. d. R. keine; Ausnahmen werden durch die Fakultät Angewandte Natur- und Geisteswissenschaften festgelegt und bekanntgegeben.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die fachspezifischen Lernziele sind abhängig von den jeweils ausgewählten AWPf. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erwerben zudem Wissen und Kompetenzen, die nicht fachspezifisch sind, aber für das angestrebte Berufsziel bedeutsam sein können wie beispielsweise spezielle Kenntnisse bei Fremdsprachen, in naturwissenschaftlichen oder auch in sozialwissenschaftlichen Gebieten</li> <li>• analysieren unterschiedlichste Fragestellungen</li> <li>• ordnen das fachspezifische Wissen in einen interdisziplinären Zusammenhang ein</li> <li>• übertragen das Gelernte auf die aktuelle Ausbildung</li> <li>• haben ihre Schlüsselkompetenzen und ggf. Fremdsprachenkompetenzen erweitert, wodurch die Persönlichkeitsbildung unterstützt wird, auch in interkultureller Hinsicht</li> <li>• sind sich ihrer Verantwortung in persönlicher, gesellschaftlicher und ethischer Hinsicht bewusst.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Fächerangebot der FANG aus den Bereichen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sprachen</li> <li>• Kulturwissenschaften</li> <li>• Naturwissenschaften und Technik</li> <li>• Politik, Recht und Wirtschaft</li> <li>• Pädagogik, Psychologie und Sozialwissenschaften</li> <li>• Soft Skills</li> <li>• Kreativität und Kunst.</li> </ul> <p>Ausgeschlossen aus dem Angebotskatalog der FANG sind Veranstaltungen, deren Inhalte bereits Bestandteile oder fachlich verwandt mit Teilen anderer Module des Studiengangs sind. Die entsprechenden Veranstaltungen sind im Fächerkatalog der FANG mit einem Sperrvermerk versehen. Die Inhalte der einzelnen AWPfs sind auf der fakultätseigenen Homepage der FANG veröffentlicht. <a href="https://fang.thws.de/fakultaet/awpf/">https://fang.thws.de/fakultaet/awpf/</a></p>					
<b>Literatur</b>	je nach gewählten AWPfs					

# IT-Projektmanagement (5103220,6101510)

<b>Englischer Titel</b>	IT Project Management					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Kristin Weber		
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Isabel John, Prof. Dr. Eva Wedlich					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>	4		
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>	Seminaristischer Unterricht		
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>	Schriftliche Prüfung (90 Min.)		
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>	Sommersemester		
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>	E-Commerce, Informatik		
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden lernen Projektmanagement-Kompetenzen kennen, insbesondere die notwendigen Kenntnisse für Projektleiter:innen. Sie kennen Projektmanagement-Methoden, -Prozesse und -Hilfsmittel in den verschiedenen IT-Projekt-Phasen und können diese situationsbedingt auswählen und anwenden.</p> <p>Die Studierenden kennen die Aktivitäten der Softwareentwicklung im IT-Projekt und können Teilaktivitäten zuordnen und beschreiben.</p> <p>Sie können verschiedene Vorgehensmodelle (Wasserfall, V-Modell, Agil,...) beschreiben und Aktivitäten in den Vorgehensmodellen zuordnen.</p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Aktivitäten, Rollen etc. von agilen Projekten und können sich als Team-Mitglied in einem agilen Projekt, insbesondere mit Scrum zurechtfinden.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Die Studierenden erlernen Projektmanagement-Kompetenzen, insbesondere die notwendigen Kenntnisse für Projektleiter:innen. Hierzu werden Projektmanagement-Methoden, -Prozesse und -Hilfsmittel behandelt.</p> <p>Die Studierenden sollen verschiedene Vorgehensmodelle für IT-Projekte kennen und einordnen können, sowie agiles Projektmanagement kennen und durchführen. Dazu werden auch Planspiele und Übungen verwendet.</p> <p><b>Inhalte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung Projekt und Projektmanagement</li> <li>- Projektorganisation</li> <li>- Projektplanungsprozess</li> <li>- Projektkalkulation</li> <li>- Projektsteuerung und -überwachung</li> <li>- Projektabschluss</li> <li>- Vorgehensmodelle</li> <li>- Aktivitäten von IT-Projekten</li> <li>- Klassische Vorgehensmodelle</li> <li>- Agile Vorgehensmodelle (insbesondere Scrum)</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p>Johannsen, A. und Kramer, A.: Basiswissen für Softwareprojektmanager, dpunkt.verlag, 2017.</p> <p>Olfert, K.: Projektmanagement, NWB Verlag, 10. Auflage 2016.</p> <p>Sterrer, C. und Winkler, G.: setting milestones. Projektmanagement (Methoden, Prozesse, Hilfsmittel), Goldegg Verlag, 2010.</p> <p>Sterrer, C.: pm k.i.s.s.: Keep it short and simple, Goldegg Verlag, 2011.</p> <p>Tiemeyer, E.: Handbuch IT-Projektmanagement, Hanser 2018</p> <p>Ziegler, Michael : Agiles Projektmanagement mit Scrum für Einsteiger, ISBN-13: 978-1729408353 , 2019</p>					

# English Communication (6100830)

<b>Module name english</b>	English Communication					
<b>Type of module</b>	Pflichtmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Graeme Dunphy	
<b>Lecturer</b>	Prof. Dr. Graeme Dunphy, Andrea Kreiner-Wegener, Frauke Hellerich					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		4	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Präsentation	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	ME/OE		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Conditions for participation</b>	keine					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	In diesem Kurs werden vor allem die mündlichen Sprachfertigkeiten im Hinblick auf für den Beruf relevante Themen und Situationen vertieft.					
<b>Module content</b>	Knüpfen von Kontakten und Small Talk; Präsentationen; Telefongespräche; Besprechungen und Meetings; Verhandlungen; Projekte					
<b>Literature</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben					

# Innovationsmanagement und Unternehmensgründung (6100930)

<b>Englischer Titel</b>	Innovation Management and Entrepreneurship					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Michael Müßig	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Michael Müßig					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		4	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Begrifflichkeiten im Umfeld Innovationsmanagement und auch der Unternehmensgründung und -führung darstellen und erklären zu können</li> <li>• Aussagen zu regionalen und unternehmensinternen Ökosystemen für Innovation und Intra- und Entrepreneurship zu beurteilen</li> <li>• Die Bedeutung von Teams, Teamprozessen im Bereich der Innovationsentwicklung und der Unternehmensgründung zu verstehen und teambildende Methoden anwenden zu können</li> <li>• Die Studierenden lernen die Grundlagen eines Businessplanes in seiner Struktur und seiner Entstehung kennen und können eigenständig einen solchen entwickeln und erstellen</li> <li>• Die wesentlichen steuerlichen, rechtlichen und wirtschaftlichen Bausteine einer erfolgreichen Unternehmensgründung benennen und in ihrer Bedeutung analysieren</li> <li>• Mit Hilfe der methodischen Herangehensweisen an Design Thinking, Value Proposition und Business Model können eigene Geschäftsmodellideen dargestellt und entworfen werden</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Intro: Motivation, Innovation, Unternehmen, Unternehmensgründung, Startup und ein Blick in die Wirtschaftsgeschichte  Definitionen: Management, .. und alle Begriffe rund um Innovation und Innovationsarten  Prozesse und Zusammenhänge: Adoption und Diffusion, Akzeptanz  Vorhersage: Gartner's Hypecycle und die three horizons  Innovation im Unternehmen, Schumpeter and the innovator's dilemma, Disruption  Startup Ökosysteme  End-to-End: Design Thinking, Personas und Value Proposition, Business Model Canvas, Lean Startup und Customer Development, MVP und Prototyping  Der Business Plan, Gründerteam  Wachsen und Wandel, Growth Hacking  Unternehmen gründen, finanzieren, gestalten und bewerten  Open und Crowd Innovation, Jugaad, Frugal und Nachhaltigkeit beim Gründen und bei Innovationen</p> <p>CASE-Studies (wechselnd): Tesla, Kodak und die Digitalfotografie, Fashion and TEC, Scoutbee, Vogel Communications</p>					
<b>Literatur</b>	<p>Verpflichtend:  Hess, Thomas: Digitale Transformation strategisch steuern. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2019  Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves u.a.: Business Model Generation, campus Verlag, 2011 (und neuere Auflagen)  Ries, Eric: Lean Startup, 4. Aufl. Reline-Verlag München 2015  Kotsemir, M.; Abroskin, A.; Meissner, D.: Innovation Concepts and Typology - an evolutionary Discussion. Basic Research Program, Working papers, SERIES: SCIENCE, TECHNOLOGY AND INNOVATION WP BRP 05/STI/2013</p> <p>Ergänzend:  Christensen, Clayton M.: The Innovators Dilemma, Harvard Business Review Press (1997 und aktuelle Auflagen, auch in deutsch erhältlich)  Burkhardt, Christoph: Denkfehler Innovation; SpringerGabler 2017</p>					

# Web-Anwendungs- und Entwicklungssysteme (6101400)

<b>Englischer Titel</b>	Web Application and Development Systems					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Rolf Schillinger	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Rolf Schillinger, Fabian Hagen					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		4	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MVC Architekturen zu beschreiben und Varianten und Abwandlungen davon zu erkennen und einzuordnen</li> <li>- Arten der Umsetzung von Objekt-relationalem Mapping zu kennen</li> <li>- Moderne Toolchains zu nutzen</li> <li>- Das Konzept der Dependency Injection zu diskutieren und in Laravel anzuwenden</li> <li>- Projektanforderungen zu analysieren und zu strukturieren</li> <li>- Websites unter Zuhilfenahme von Ruby on Rails und Laravel zu planen und zu implementieren</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MVC Architekturen</li> <li>- Convention over configuration, don't repeat yourself Paradigmas</li> <li>- Objekt-relationales Mapping</li> <li>- Ruby on Rails: Implementierung von Models, Views und Controllern, Active Record Pattern, Asset Chain</li> <li>- Laravel: Implementierung von Models, Views und Controllern, Active Record Pattern, Asset Chain, Dependency Injection</li> <li>- Static Site Generators (Gatsby)</li> <li>- Moderne Webentwicklungstoolchain (composer, npm, grunt, ...)</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.					

# EC-Hauptseminar (6101710)

<b>Englischer Titel</b>	Senior Seminar					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Mario Fischer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Mario Fischer, Prof. Dr. Christina Völkl-Wolf, Prof. Dr. Rolf Schillinger					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		4	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	50	<b>Selbststudium</b>	100
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Aneignen der Fähigkeit, komplexe Fachthemen i. w. S. aufzuarbeiten, zu bewerten und zu einer verständlichen Darstellung und Dokumentation der erarbeiteten Ergebnisse zusammen zu stellen. Die Studierenden präsentieren und dokumentieren ihre Ergebnisse im Seminar.</p> <p>Fähigkeit, vorhandenes Wissen selbständig zu erweitern: Die Studierenden lernen, sich in neue Inhalte selbstständig einzuarbeiten, sie zu verstehen und ggf. anzuwenden und eigenverantwortlich zu vertiefen und/oder zu erweitern.</p> <p>Kompetenz zum Erkennen von bedeutenden techn. Entwicklungen: Durch die ausführlichen Besprechungen der vorgetragenen Themen und die gemeinsame Einsortierung in ein größeres fachliches Umfeld, lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu differenzieren und zu beurteilen, welches Potenzial neue Technologien, Methodiken oder Tools für das spätere Arbeitsgebiet beinhalten. Dabei wird u. a. insbesondere ein kritischer Blick auf Daten, Umfragen, Statistiken etc. geworfen und gemeinsam überprüft, ob diese den Anforderungen wissenschaftlicher Güte entsprechen.</p> <p>Die Seminarthemen behandeln jeweils aktuelle und zukunftsweisende Technologien und Methoden und werden zu jeder Veranstaltung neu ausgegeben.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	Verständnis über aktuelle Anforderungen, Lösungen, Tools und Trends im E-Commerce zu entwickeln. Fähigkeit zur problemorientierten Analyse, Erarbeitung und Bewertung eines abgeschlossenen und komplexeren Themas, Aufbau und Abhalten einer Präsentation und Anfertigung einer schriftlichen Ausarbeitung, Diskussion und Verteidigung der Inhalte vor dem Plenum.					
<b>Literatur</b>	Wird fallweise je nach Seminarthema ausgegeben					

# Content Engineering (6102110)

<b>Englischer Titel</b>	Content Engineering					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Tobias Aubele	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tobias Aubele, M. Sc. Andreas Schütz					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		4	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht, Übung	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden kennen Prozesse und Technologien für die Erstellung, Verwaltung, Transformation, Auslieferung und Analyse von Content im Internet.          Die Studierenden kennen die für das Management und die Transformation von Content relevanten Technologien und sind in der Lage sie praktisch einzusetzen.          Auf der fachlichen Ebene wissen die Studierenden, was relevanter Content in Bezug auf Suchmaschinenoptimierung und –Marketing ausmacht und wie ein relevanter Content erstellt bzw. generiert werden kann. Weiterhin kennen sie die Wirkung von Content auf den Nutzer.          Content Engineering trägt zu den Gesamtlehrzielen von EC wie folgt bei:          Fundierte fachliche Kenntnisse          - Fachspezifische Vertiefungen: Auf den Bedarf des Studiengangs zugeschnittene Vorstellung von Methoden und Technologien für das Engineering von Content.          - Fachübergreifende Kenntnisse: Einbindung bzw. Wiederauffrischung von Kenntnissen aus den Veranstaltungen zu Usability und Oberflächengestaltung, Online Marketing, Datenbanken, Web- und Skriptsprachen sowie Web-Technologien.          Methodenkompetenz          - Fertigkeit zum logischen, analytischen und konzeptionellen Denken: Die Veranstaltung deckt ein breites Spektrum sowohl an eher fachlichen als auch an technischen Themen ab. Die Verknüpfung von beidem erfordert in hohem Maße analytisches und konzeptionelles Denken.          - Auswahl und sichere Anwendung geeigneter Methoden: Für konkrete Anwendungsfälle werden Vorgehensweisen und Technologien beschrieben und die Einsatzmöglichkeiten diskutiert.          Praxiserfahrung und Berufsbefähigung          - Kenntnisse von praxisrelevanten Aufgabenstellungen: Die Erzeugung, Aufbereitung und Verarbeitung von Content sind Kernaufgaben im Bereich eCommerce.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Einführung          - Begriffsklärung Content und Content Engineering          - Herausforderungen in Bezug auf Content im Internet          Web Content Management          - Content Lifecycle          - praktische Erstellung und Optimierung einer eigenen Website / Shop          Semantische Analyse von Content          - Grundlagen des Information Retrieval / Semantic Web          - Arbeitsweise von Suchmaschinen bei der Indizierung und Bewertung von Web-Seiten          Suchmaschinen-optimierter Content          - Arten von Content und ihre Bedeutung für die Suchmaschinen-Optimierung          - Techniken für die Erstellung relevanten Contents          - Techniken und Technologien zur Erzeugung eindeutigen Contents          Contentmarketing          Quantifizierung von Content unter dem Aspekt UX</p>					
<b>Literatur</b>	<p>Abiteboul, S., u.a.: Web Data Management, Cambridge University Press, 2012          Kirnapci, S.: Erfolgreiche Webtexte, mitp, 2011          Manning, C.; Raghavan, P.; Schütze, H.: Introduction to Information Retrieval, Cambridge University Press, 2008          Rorig, D.: Texten können, Rheinwerk Verlag, 2020          Löffler, M.: Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web, Rheinwerk Verlag, 2014</p>					

# Soft und Professional Skills (5002350, 5102350, 6101110)

<b>Englischer Titel</b>	Soft and Professional Skills					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Mario Fischer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Mario Fischer, Prof. Dr. Michael Müßig, Prof. Dr. Christina Völkl-Wolf, Aylin Heilsberg, Kerstin Betzel, Julia Holleber, Stefanie Seitz, Christian Genheimer					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		5	
<b>SWS</b>	6		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Jedes Semester	
<b>Art der Note</b>	ME/OE		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Projekterfahrung - Teamarbeit</p> <p>Die Studierenden haben grundlegende theoretische und praktische Kenntnisse über Teambildung, Moderationstechnik, Körpersprache (insb. Mimik, Gestik, Haltung sowie äußere Erscheinung), über die Entstehung von Konflikten und dessen Lösung, über die Grundsätze des sachbezogenen Verhandeln.</p> <p>Die Studierenden übernehmen anspruchsvolle Praxisaufgaben innerhalb einer Gruppe oder eines Teams und können die jeweils passenden Techniken und Lösungsstrategien anwenden. Sie lernen anhand von praktischen Beispielen und selbst durchgeführten Übungen die Wichtigkeit des methodisch sauberen Einsatzes der Methoden unterschiedlicher Soft- und Professional Skills und deren (beeinflussende) Wirkung auf andere.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderationstechnik mittels der Metaplan Methode</li> <li>• Verhandlungstechnik (Harvard Methode)</li> <li>• Körpersprache</li> <li>• Teammanagement</li> <li>• Konfliktmanagement</li> <li>• Grundlagen des Anfertigen wissenschaftlicher und praxisbezogener Arbeiten.</li> <li>• Erlernen verschiedener Präsentationsmethoden und praktische Anwendung</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	Keine allgemeine Literaturempfehlung möglich, wird fallweise vertiefend von den unterschiedlichen Dozenten ausgegeben.					

# Praxismodul (6102410)

<b>Englischer Titel</b>	Supervised Internship					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Tobias Aubele	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tobias Aubele					
<b>Sprache</b>	Deutsch/Englisch		<b>Studiensemester</b>		5	
<b>SWS</b>	1		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Praxis	
<b>ECTS-Punkte</b>	25		<b>Art der Prüfung</b>		Dokumentation, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	750	<b>Präsenzzeit</b>	15	<b>Selbststudium</b>	735
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Jedes Semester	
<b>Art der Note</b>	ME/OE		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	> 90 ECTS-Punkte					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Praktikantin/der Praktikant soll</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- einschlägige, praxisorientierte Kenntnisse betrieblicher Abläufe erwerben</li> <li>- (durch Anleitung) lernen, selbständig und eigenverantwortlich in IT-Projekten zu arbeiten.</li> <li>- im Studium erworbene Kompetenzen mit den Erfahrungen der Praxis verknüpfen.</li> <li>- lernen, Probleme und Anforderungen (bspw. Kundenwünsche) zu verstehen.</li> <li>- lernen, Problemlösungen (bspw. für Unternehmensprozesse und/oder IT-Projekte) zu konzipieren und zu implementieren.</li> <li>- die Arbeit im Team erleben.</li> <li>- die Einbettung in das Unternehmen, dessen Prozesse und organisatorische Abläufe kennen und erleben lernen.</li> <li>- das Berufsfeld des Informatikers kennen und erleben lernen.</li> <li>- lernen, bei Problemen auf die richtigen Ansprechpartner zuzugehen.</li> <li>- den unbedingten Willen zur erfolgreichen und professionellen Umsetzung von Projekten vorgelebt bekommen.</li> <li>- Exzellenz und Professionalität erleben.</li> <li>- erleben, wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit in den Bann gezogen werden.</li> <li>- den Sinn ihrer/seiner Tätigkeit erkennen und fühlen.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Im Rahmen eines größeren IT-Projektes ist die eigenverantwortliche Mitarbeit in möglichst allen Projektphasen (Systemanalyse, Systemplanung, Implementierung, Systemeinführung und Test) sicherzustellen. Dieses Projekt soll einen zeitlichen Umfang von mind. 12 Wochen haben.</li> <li>- Optimalerweise lernt die Praktikantin/der Praktikant vor dem Projekt verschiedene Abteilungen und Bereiche des Unternehmens kennen, um ein grobes Verständnis für andere Abteilungen sowie das Unternehmen als Ganzes zu erlangen.</li> </ul> <p>Ansprechpartner/Betreuer an der FHWS ist der Beauftragte für die begleitete Praxisphase, Prof. Dr. Tobias Aubele</p>					
<b>Literatur</b>	keine allgemeine Literaturempfehlung möglich					

# Business Intelligence und Reporting (100000)

<b>Englischer Titel</b>	Business Intelligence and Reporting					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Frank-Michael Schleif		
<b>Dozent(in)</b>						
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>	6		
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>	Vorlesung		
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>	Schriftliche Prüfung (90 Min.)		
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	0	<b>Selbststudium</b>	150
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>	Sommersemester		
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>	E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik		
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	Hierbei handelt es sich um ein Angebot der Virtuellen Hochschule Bayern. Weitere Informationen: <a href="https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1">https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1</a>					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	Hierbei handelt es sich um ein Angebot der Virtuellen Hochschule Bayern. Weitere Informationen: <a href="https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1">https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1</a>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	Hierbei handelt es sich um ein Angebot der Virtuellen Hochschule Bayern. Weitere Informationen: <a href="https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1">https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1</a>  Der Kurs kann auch von Studierenden der Vertiefung BI/BT belegt werden, die ab SoSe 23 in die Vertiefung starten!					
<b>Literatur</b>	Hierbei handelt es sich um ein Angebot der Virtuellen Hochschule Bayern. Weitere Informationen: <a href="https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1">https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true&amp;COURSEID=16538,77,1508,1</a>					

# ABAP/4: Die Development Workbench der SAP (5003028)

<b>Englischer Titel</b>	ABAP/4 Development Workbench					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Karl Liebstückel		
<b>Dozent(in)</b>	Martin Espenschied					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>	6		
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>	Seminar		
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>	Schriftliche Prüfung (90 Min.)		
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>	Jedes Semester		
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>	E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik		
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	Die Studierenden kennen die Architektur und den Umgang mit der ABAP/4 Development Workbench. Sie können einfache Programme erstellen und dabei die SAP-spezifischen Anweisungen anwenden. Sie können Fehler analysieren und beheben. Sie können Funktionsbausteine und Klassen anlegen und Oberflächen gestalten					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Grundlagen der Programmierung mit ABAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Übersicht über die Programmiersprache ABAP</li> <li>• Anlegen und Testen eines ABAP-Reports</li> <li>• Ausgabeanweisungen</li> <li>• Daten eines Programms - Typen und Variablen</li> <li>• Mehrsprachigkeit - Textelemente</li> <li>• Datenbanktabellen lesen</li> <li>• Steueranweisungen</li> <li>• Daten eines Programms - Feldleisten und interne Tabellen</li> <li>• Modularisierung durch Funktionsbausteine und Klassen</li> </ul> <p>Dialogprogrammierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dialogprogramme aus der Sicht des Entwicklers</li> <li>• Entwickeln eines einfachen Dialogprogramms</li> <li>• Die grafischen Elemente eines Dynpros</li> <li>• Definitionen aus dem Data Dictionary übernehmen</li> <li>• Der Menu-Painter</li> <li>• Dynamische Bildfolge</li> <li>• Feldeingabeprüfungen/Nachrichten</li> <li>• Dynamische Bildmodifikationen</li> <li>• Datenbankänderungen und Sperren</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p>ABAP-Entwicklung für SAP S/4HANA von Constantin-Catalin Chiuaru, Sebastian Freilinger-Huber, Timo Stark, Tobias Trapp, Rheinwerk-Verlag, Bonn 2., aktualisierte und erweiterte Auflage 2021.</p> <p>ABAP Objects - Das umfassende Handbuch von Felix Roth, Rheinwerk-Verlag, Bonn 2., aktualisierte und erweiterte Auflage 2020.</p> <p>Agile ABAP-Entwicklung von Winfried Schwarzmann, Rheinwerk-Verlag, Bonn 2018.</p> <p>BOPF – Business Objects mit ABAP entwickeln von Felix Roth, Stefan Stöhr, Rheinwerk-Verlag, Bonn 2017.</p>					

# Advanced Web Applications (5003057)

<b>Module name english</b>	Advanced Web Applications					
<b>Type of module</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Rolf Schillinger	
<b>Lecturer</b>	Mo Rezai					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Präsentation	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Conditions for participation</b>	keine					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	<p>Aims of this module:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Develop advanced and practical understanding of selected enterprise level APPLICATION development environment</li> <li>- Appreciate multi-layered Web architecture and software engineering patterns</li> <li>- Investigate the potential of innovative software and hardware platforms in the developing of leading[1]edge Web applications</li> </ul> <p>By engaging successfully with this module the student will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Use an industry-standard integrated software development kit for implementing applications</li> <li>- Implement two multi-tiered web applications using well-established software engineering techniques and methods</li> <li>- Develop an understanding of the technology landscape and appreciate how solutions are build through selecting from the landscape</li> </ul>					
<b>Module content</b>	<p>Web Development tools:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visual Studio</li> </ul> <p>Programming:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• http://ASP.net</li> <li>• C#</li> <li>• Razor</li> <li>• Http-Centric programming for RESTful Api</li> </ul> <p>Data Access:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SQL Server</li> <li>• SQL</li> <li>• JSON</li> </ul> <p>Frameworks:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• .NET</li> <li>• Entity Framework</li> <li>• MVC</li> <li>• Identity</li> <li>• Web Api</li> </ul>					
<b>Literature</b>	Will be defined in lecture					

# IT-Risikomanagement (5003095)

<b>Englischer Titel</b>	IT Risk Management					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Kristin Weber		
<b>Dozent(in)</b>	Thomas Lohre					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>	6		
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>	Seminar		
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>	Kolloquium		
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>	Sommersemester		
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>	E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik		
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung IT-Risikomanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Studierenden regulatorische Anforderungen an das IT-Risikomanagement,</li> <li>- strukturieren sie den Prozess der IT-Risikoanalyse und identifizieren IT-Risiken erfolgreich,</li> <li>- können sie quantitative und qualitative Methoden zur Risikoidentifizierung und -analyse situationsbedingt auswählen und anwenden,</li> <li>- wissen sie wie sich IT-Risiken bewerten lassen,</li> <li>- verstehen sie wie durch Standardsoftware ein effizientes IT-Risikomanagement umgesetzt werden kann.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Das FWPM IT-Risikomanagement betrachtet die folgenden Themengebiete</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Risikomanagement versus IT-Risikomanagement</li> <li>- Standards, Normen und Best Practice für IT-Risikomanagement</li> <li>- Aufbauorganisationen für IT-Risikomanagement</li> <li>- IT-Risikomanagement-Prozess</li> <li>- Methoden und Werkzeuge für das IT-Risikomanagement</li> <li>- Risikomanagement im IT-Betrieb, IT-Projekten und IT-Outsourcing</li> <li>- Einführung des IT-Risikomanagements</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p>Literatur wird in der ersten Sitzung bekannt gegeben.</p> <p>Einstiegsquelle: BITKOM: Leitfaden IT-Risiko- und Chancenmanagement für kleine und mittlere Unternehmen</p>					

# Social Media-Einsatz in Unternehmen (5003098)

<b>Englischer Titel</b>	Social Media in the business world					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Christina Vökl-Wolf	
<b>Dozent(in)</b>	Tobias Tellers, Philipp Oberkalkofen					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	40	<b>Selbststudium</b>	110
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social Media-Kanäle professionell im Unternehmenskontext einsetzen können, verschiedene Strategien verstehen und nutzen, praktischen Umgang und Tricks kennen</li> <li>• Verständnis darüber, wie der Social Media Dialog erfolgreich umgesetzt werden kann</li> <li>• Solides Grundwissen über das breite Themenfeld Community Management</li> <li>• Beispiele und Best Practices, die auf die eigene Situation übertragen können</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau und Elemente von Social Media Strategien</li> <li>• Ziele und Zielgruppen definieren und analysieren</li> <li>• Social Media-Kanäle</li> <li>• Einsatz der verschiedenen Kanäle</li> <li>• Insb. Blogs, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, XING/LinkedIn</li> <li>• Verknüpfung und Kombination der Kanäle, Einbau in Marketing-Strategien</li> <li>• Monitoring, Erfolgsmessung und Controlling</li> </ul> <p>Community Management als zentraler Erfolgsfaktor der Kommunikation in den sozialen Medien.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Community Managements</li> <li>• Community Strategie</li> <li>• Der Online Dialog – Prinzipien und Herausforderungen</li> <li>• Krisenkommunikation in den soziale Medien</li> <li>• Trolle und andere Zeitgenossen</li> <li>• Community Engagement – wie aktiviere ich meine Community?</li> <li>• Psychologische Faktoren des Community Managements</li> <li>• Content Strategie</li> <li>• Social Customer Service</li> <li>• Erfolgsmessung</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beilharz: Social Media Marketing im B2B, 2014.</li> <li>• Grabs/Bannour: Follow Me, 2014.</li> <li>• Online Marketing Manager (<a href="https://www.amazon.de/Online-Marketing-Manager-Handbuch-für-die-Praxis/dp/396009048X">https://www.amazon.de/Online-Marketing-Manager-Handbuch-für-die-Praxis/dp/396009048X</a>)</li> <li>• Pein: Der Social Media Manager, 2013.</li> <li>• Amy Joe Kim, Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities;</li> <li>• Jono Bacon, The Art of Community: Building the New Age of Participation</li> </ul>					

# Digitalisierungsstrategie - Dokumenten-Management im SAP Umfeld (5003)

<b>Englischer Titel</b>	Digitization Strategy – Document Management in the SAP Environment					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Karl Liebstückel	
<b>Dozent(in)</b>	Christian Fink					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden kennen den Zusammenhang zwischen SAP-Prozessen und Dokumenten (unstrukturierter Content).</p> <p>Die Studierenden können die Möglichkeiten der Integration von Dokumenten in den Geschäftsprozessen im SAP-Standard darlegen.</p> <p>Die Studierenden sind mit den Compliance-Anforderungen an unstrukturierten Content wie Dokumenten vertraut.</p> <p>Die Studierenden können verschiedenen Szenarien für das Management von Dokumenten in S/4HANA und in der SAP Business Technology Platform einrichten.</p> <p>Die Studierenden lernen die Strategie und die neuen Technologien der SAP im Dokument Management für On-Premise und Cloud kenne und können diese einrichten.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) SAP-Prozesse und Dokumente - wie spielen diese zusammen?</li> <li>2) Grundlegende Aspekte zu einer Digitalisierungsstrategie von Dokumenten mit SAP-Technologie.</li> <li>3) Die Strategie der SAP zur Digitalisierung der dokumentenbasierten Prozesse mit SAP.</li> <li>4) Verschiedenen Praxiseinheiten, um die erlernte Theorie im SAP-System und der SAP Business Technology Platform anzuwenden.</li> </ol>					
<b>Literatur</b>	<p>Enterprise Content Management mit SAP; Christian Fink; 2019, SAP PRESS, ISBN 978-3-8362-6524-9</p> <p>Geschäftsprozessorientiertes Dokumentenmanagement mit SAP; Heck, Rinaldo, ISBN: 978-3-8362-1316-5, Galileo Press</p> <p>Handelsgesetzbuch – HGB</p> <p>Aufbewahrungspflichten; Dauen, Sabine; ISBN: 978-3-448-08042-1; Haufe-Mediengruppe, 2007</p>					

# Agile Enterprise - Agile Methoden in der Praxis (5003123)

<b>Englischer Titel</b>	Agile Enterprise - Agile Methods in Practice					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Isabel John		
<b>Dozent(in)</b>	Christoph Schüll, Christian Bäuerlein					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>	6		
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>	Seminar		
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>	Portfolio		
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>	Unregelmäßig		
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>	E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik		
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden lernen anhand unterschiedlicher Unternehmensmodelle die Voraussetzungen und Auswirkungen aktueller agiler Konzepte in der Praxis kennen.</p> <p>Ziel ist es, Begriffe und Methoden dieser Konzepte sicher verwenden und differenzieren zu können. Die Studierenden verstehen die agilen Werte und Prinzipien. Sie können Scrum und andere Agile Methoden im Projekt anwenden. Sie können mit DevOps entwickeln und können Continuous Integration, Delivery und Deployment im Projekt anwenden.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agile Werte &amp; Prinzipien</li> <li>• Scrum, Kanban und XP</li> <li>• Agil Schätzen, Planen, Reporten</li> <li>• Setup agiler IT-Projekte</li> <li>• Continuous Integration, Delivery und Deployment</li> <li>• Grundlagen "DevOps"</li> <li>• Scaling Agile</li> <li>• Kommunikation &amp; Führung</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p>Auszug aus empfehlenswerter Literatur zu den Themengebieten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mike Cohn: Agile Estimating and Planning.2005, Prentice Hall</li> <li>• Ken Schwaber: Agile Project Management with Scrum.2004, Microsoft Professional</li> <li>• Mike Cohn: User Stories applied.2010, MITP</li> <li>• Boris Gloger: Scrum. 2016, Hanser</li> <li>• Fritz B. Simons: Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus.</li> <li>• Paul Watzlawick, Janet H Beavin: Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien.</li> <li>• Friedemann Schulz von Thun: Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation.</li> <li>• T. Groth, G.P.Krejci. S.Günther: New Organizing</li> </ul>					

# Logistikmanagement im E-Commerce (5003133)

<b>Englischer Titel</b>	Logistics Management in E-Commerce					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Tobias Aubele	
<b>Dozent(in)</b>	Oliver Dahms					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	40	<b>Selbststudium</b>	110
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Einführung in den Aufbau und Wirkungsweise logistischer Systeme und deren Bewertung, Vermittlung der Vorgehensweise und der Grundlagen zur Systemauslegung, Kennenlernen unterschiedlicher Ansätze und Modelle, Datenanalyse und was man daraus ableiten kann.</p> <p>Die Studierenden kennen praxisrelevante Aufgabenstellungen, die Abläufe und Prozesse im E-Commerce Umfeld. Anhand von Fallstudien aus dem E-Commerce Umfeld werden logistische Fragestellungen aufgegriffen, analysiert und gelöst werden. Die Studierenden haben Kenntnisse über die Ziele der Logistik, Grundlagen zur Systemauslegung und erwerben die Fähigkeit zur Planung bzw. Outsourcing von logistischen Prozesse.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Supply Chain im E-Commerce          Fulfillmentstrategien / Make or buy          Retourenmanagement          Technik, IT in der Logistik          Performancesteuerung (SLA, KPI)          Personalkonzept (Einsatzplanung, Arbeitszeitmodelle)          ReCommerce          Aufbau und Funktionsweise eines Intralogistiksystems:          • Systeme, Subsysteme, Produkte          • Vorgehensweise und Phasen bei der Planung und Realisierung von Logistiksystemen          • Datenanalysen (Auftragsstrukturen, Artikelstrukturen)          CEP Branche (Lösungen, Trends, Spezialisierung der Mengenströme, Grundnetzwerke)</p>					

**Literatur**

Aggtelekey, B. – Fabrikplanung , Band 1-3  
Jünemann, R. – Materialfluß und Logistik  
Pfohl H.-C. – Logistiksysteme  
Gudehus, T. – Logistik: Grundlagen Strategien Anwendungen  
Arnold, D.; Isermann, H. – Handbuch Logistik  
Fischer, M.; Dittrich, L. – Materialfluß und Logistik  
Goldratt, E. M.; Cox, J. – Das Ziel  
Packard, D. – Die Hewlett Packard Story  
Peters, T. – Auf der Suche nach Spitzenleistungen  
Womack, J. P. – Die zweite Revolution in der Automobilindustrie  
Masaaki, I. – Kaizen  
Michael Pulverich, Jörg Schietinger – Handbuch Kommissionierung  
Jay R. Galbraith – Disigning Oganizations  
Helmut Baumgarten – Das Beste der Logistik  
Willibald A. Günthner – Technische Innovationen für die Logistik  
Detlef Spee – Lean Warehousing erfolgreich umsetzen  
Detlef Spee – Lagerprozesse effizient gestalten

# Design Thinking & Innovation (5003135)

<b>Englischer Titel</b>	Design Thinking & Innovation					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Michael Müßig	
<b>Dozent(in)</b>	Lisa Straub					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	Vertiefend wird den Studierenden der Design Thinking Prozess nähergebracht, den sie in einem Workshop an einem realen Beispiel durchlaufen. Sie können anschließend die Bestandteile eines DT-Durchlaufs nennen und identifizieren und diese in andere Innovationsmodelle & Prozesse einordnen. Sie haben Methoden der effektiven Problemdefinition kennengelernt und können die Grundlagen der Nutzerstudien (im Design Thinking Prozess) verstehen und anwenden. Innovationsrelevante Annahmen und Hypothesen können sie effektiv (de)konstruieren. Sie können Brainstormings organisieren und durchführen sowie Prototyping-Prozesse konzeptionell beschreiben und praktisch erklären.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>In diesem Kurs werden die Grundzüge und Hintergründe des Innovationsmanagements und speziell des Design Thinkings erläutert sowie mit anschaulichen Beispielen hinterlegt. Dabei ist vor allem wichtig, den Teilnehmern zu vermitteln, dass heutige Innovationsprozess den Menschen in den Mittelpunkt stellen und versuchen, dessen Kundenbedürfnis mit technischer Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit in Einklang zu bringen. Die Studenten bekommen erste Werkzeuge an die Hand, um selbst einfache Design Thinking Innovationsprozesse eigenständig zu organisieren und zu durchlaufen.</p> <p>Sie müssen verstehen, welche Basiselemente einem Innovations- bzw. Design-Thinking-Prozess zu Grunde liegen und wie diese durch Übungen geschickt durchlaufen werden können. Dadurch wird praxisnah deutlich, welche Unterschiede es hierbei zum klassischen Entwicklungsprozess gibt und welche Vorteile ein kundenzentrierter Ansatz bietet, aber auch welche Nachteile mit dem DT-Ansatz einhergehen.</p> <p>Der Kurs ist in zwei wesentliche Bausteine untergliedert:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eine kurze Einführung in Innovationsmanagement Die Teilnehmer erhalten Einblick in gängige Innovationsmodelle und Prozesse, sowie die Hintergründe und Basisbegriffe der Innovationsforschung.</li> <li>2. Design Thinking selbst erlernen und durchlaufen Design Thinking beruht auf einem iterativen, kundenzentrierten und spielerischen Problemlösungsprozess, durch den es möglich wird abseits bekannter Lösungswege zu denken, um bisher Unberücksichtigtes, scheinbar Unmögliches, eventuell Unlogisches und Unerreichbares zu realisieren bzw. anzustreben. Im Zuge dieses Kurses werden die Teilnehmer einen Design Thinking Prozess durchlaufen und im Zuge dessen eigene Ideen als Projekt ausarbeiten. Der Kurs ist daher interaktiv gestaltet, weshalb ein hohes Maß an proaktiver Mitarbeit erwartet wird. Im Gegenzug erwartet die Teilnehmer ein Kurs voller Kreativität, interessanten Diskussionen und verrückten Ideen.</li> </ol>					
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wobser, Gunther (2022): Agiles Innovationsmanagement: Dilemmata überwinden, Ambidextrie beherrschen und mit Innovationen langfristig erfolgreich sein. Springer Gabler. 978-3662645147</li> <li>- Hasso-Plattner-Institute (A): What is Design Thinking. <a href="https://hpi-academy.de/en/design-thinking/what-is-design-thinking.html">https://hpi-academy.de/en/design-thinking/what-is-design-thinking.html</a>.</li> <li>- Hasso-Plattner-Institute (B): Die sechs Schritte im Design Thinking Innovationsprozess. <a href="https://hpi.de/school-of-design-thinking/design-thinking/hintergrund/design-thinking-prozess.html">https://hpi.de/school-of-design-thinking/design-thinking/hintergrund/design-thinking-prozess.html</a>.</li> <li>- Ideo: Design Thinking. <a href="https://designthinking.ideo.com/?page_id=1542">https://designthinking.ideo.com/?page_id=1542</a>.</li> <li>- d.School: An Introduction to Design Thinking. PROCESS GUIDE. Institute of Design at Stanford. <a href="https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf">https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf</a>.</li> <li>- Brown, Tim (2009): Change by Design. How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Motivation. 1. Auflage. Harper Business. 978-006176608-4.</li> <li>- Lewrick, Michael; Link, Patrick; Larry, Leifer (2017): Das Design Thinking Playbook. Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. Verlag Franz Vahlen GmbH. 978-3039097050.</li> <li>- Uebernickel, Falk; Brenner, Walter; Pukall, Britta; Naef, Therese; Schindholzer, Bernhard (2015): Design Thinking. Das Handbuch. 1. Auflage. Frankfurter Allgemeine Buch. 978-3956010651.</li> <li>- Wobser, Gunther: Neu erfinden: Was der Mittelstand vom Silicon Valley lernen kann. BESHU BOOKS. 978-3982195025</li> </ul>					

# Introduction in Machine Learning (5003139)

<b>Module name english</b>	Introduction in Machine Learning					
<b>Type of module</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Frank-Michael Schleif	
<b>Lecturer</b>	Dana Simian					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Kolloquium	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Conditions for participation</b>	keine					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	<p>Students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• develop a basic understanding of the field of machine learning and theory behind it.</li> <li>• acquire theoretical knowledge about the most effective machine learning techniques.</li> <li>• identify basic theoretical principles, algorithms, and applications of machine learning.</li> <li>• identify and compare different solutions based on machine learning techniques.</li> <li>• apply different techniques to improve the results.</li> <li>• learn how to evaluate the performance of machine learning algorithms.</li> <li>• gain the practical know-how needed to apply machine learning techniques to practical problems.</li> <li>• know how to code a machine learning algorithm in python using machine learning library scikit-learn.</li> <li>• apply machine learning techniques in developing practical projects.</li> </ul>					
<b>Module content</b>	<p>This module introduces the core ideas and the basis techniques of machine learning. It covers theory, algorithms and applications, focusing on real understanding of the principles of inductive learning theory and of several machine learning techniques.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concept Learning</li> <li>• Decision Tree Learning</li> <li>• Bayesian Learning</li> <li>• Artificial Neural Networks</li> <li>• Support Vector Machines</li> </ul> <p>Python is the programming language used in this module but prior knowledge of Python programming is not required. Students will gain all required knowledge in a step-by-step fashion, through examples.</p> <p>The modul complements courses on data management and data processing by teaching machine learning algorithms to analyze data.</p>					
<b>Literature</b>	<p>Tom M. Mitchel, Machine Learning, McGraw-Hill, 1997, <a href="http://www.cs.cmu.edu/~tom/">http://www.cs.cmu.edu/~tom/</a>            Jake VanderPlas - Python Data Science Handbook, <a href="https://jakevdp.github.io/PythonDataScienceHandbook/">https://jakevdp.github.io/PythonDataScienceHandbook/</a>            scikit-learn user guide, <a href="http://scikit-learn.org/stable/_downloads/scikit-learn-docs.pdf">http://scikit-learn.org/stable/_downloads/scikit-learn-docs.pdf</a></p>					

# Video-Produktion & Video-Marketing (5003154)

<b>Englischer Titel</b>	Video-Production & Video-Marketing					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Christina Vökl-Wolf	
<b>Dozent(in)</b>	Alexander Gillich, Christian Huller					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	50	<b>Selbststudium</b>	100
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Lernziele Video-Produktion: Grundlagen, Stilmittel und Aufwandseinschätzung in der Videoproduktion            Video-Marketing: Die Studierenden sind nach dem Abschluss der Veranstaltung in der Lage, 'YouTube' als Online-Marketing-Kanal optimal einzusetzen.            Hierzu zählen mitunter:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- das Arbeiten mit dem 'YouTube Creator Studio' und des neuen 'YouTube Studios' (aktuell in der Beta-Phase).</li> <li>- die bestmögliche Optimierung von Videos auf YouTube.</li> <li>- der strategische Aufbau eines YouTube-Kanals und einer starken Community.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Teil 1: Video-Produktion</b>            Im ersten Teil des Moduls werden den Studierenden die einzelnen Schritte einer Videoproduktion näher gebracht. Dabei werden alle Ausprägungsgrade, vom Handyvideo bis hin zur Kinoproduktion, abgedeckt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung und historische Entwicklung von Bild &amp; Bewegtbild</li> <li>• Technologie &amp; Technik - im Spannungsverhältnis zwischen LowBudget- und HighEnd-Produktionen</li> <li>• Begriffsabgrenzung: Datenformat &amp; Bewegtbildformat</li> <li>• Content &amp; Context</li> <li>• Aktuelle Entwicklungen der Videovermarktung</li> <li>• Produktion &amp; Postproduktion - von der Idee zum fertigen Film</li> <li>• Transfer:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Analyse &amp; Kategorisierung aktueller Videoformate (anhand einer erarbeiteten Matrix)</li> <li>o Ableitung eines Best-Practice Ansatzes</li> </ul> </li> <li>• Praktischer Teil - Videoproduktion</li> </ul> <p><b>Teil 2: Video-Marketing</b>            Im zweiten Teil geht es um die richtige Online-Vermarktung von Videos mit dem Schwerpunkt YouTube-Marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Video-Marketing - Einführung &amp; Überblick</li> <li>• Video-Portale - Status Quo von YouTube, Vimeo, Facebook, Snapchat &amp; Co.</li> <li>• YouTube-Kanalaufbau: Account-Erstellung, Administrationsebenen und Funktionen</li> <li>• Video-SEO:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Rankingfaktoren und Optimierungs-möglichkeiten für YouTube-Videos</li> <li>o Kanal-Optimierung</li> <li>o CTAs: strategischer Einsatz von Infokarten, Abspann, Wasserzeichen und Links als Handlungsaufforderung</li> </ul> </li> <li>• Community-Management: aktive &amp; passive Möglichkeiten zur Steigerung von Kanalabonnenten und -trust</li> <li>• Video-Monetarisierung - Möglichkeiten, Chancen &amp; Risiken</li> <li>• Video-Advertising - Werbestrategien und Targeting-Optionen bei Videoanzeigen</li> <li>• YouTube-Analytics - Erfolgsmessung von Video-Inhalten</li> <li>• Markenkommunikation, PR, Produktkommunikation mit Videos</li> <li>• Praktischer Teil - Video-Optimierung des in Teil 1 produzierten Videos</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	Wird in der Vorlesung bekannt gegeben					

# Interactive Stories & Playable Narratives - An der Grenze zwischen Film und

<b>Englischer Titel</b>	Interactive Stories & Playable Narratives					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Nicholas Müller	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Nicholas Müller					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Praktische Studienleistung	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Unregelmäßig	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Zusammen mit Studierenden der Fakultät Design sowie Studierenden des Studiengangs Games-Engineering der Uni Würzburg ein spielbares Softwareprodukt mit narrativen Inhalten zu erstellen.</p> <p>Nach der erfolgreichen Teilnahme am Modul verfügen die Studierenden über Wissen um die grundlegenden Fähigkeiten zur interaktiven Erzählweise anzuwenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verstehen, analysieren, entwickeln von eigenen Storylines</li> <li>- Verstehen, inwiefern sich interaktive Erzählungen von statischen unterscheiden</li> <li>- Verstehen von narrativer Erzählweise</li> <li>- Bewerten, wie Heldenreisen und Aktstrukturen anzuwenden sind</li> <li>- Analysieren, wie andere Computerspiele hinsichtlich der Narration einzuschätzen sind.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	Im Rahmen des FWPMs werden in Kooperation mit der Fakultät Design sowie Studierenden des Studiengangs Games-Engineering der Uni Würzburg ein spielbares Softwareprodukt mit narrativen Inhalten erstellt. Dabei werden in gemischten Teams grundlegende Techniken zur filmischen Erzählung mit Aspekten des Game-Designs untersucht und auf ein eigenes narratives Konstrukt angewendet.					
<b>Literatur</b>	Wird im Seminar bekanntgegeben.					

# SEO in der Praxis (5003167)

<b>Englischer Titel</b>	SEO in practice					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Mario Fischer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Mario Fischer, Wolf Leonard Metzner					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	40	<b>Selbststudium</b>	110
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Lernenden haben die grundlegende Funktionsweise von Web-Suchmaschinen wie Google, sowie die Prinzipien der Suchmaschinenoptimierung verstanden und können diese beschreiben. Das Modul "SEO in der Praxis" zeigt darüber hinaus, wie man Google als Instrument der Marktforschung nutzen kann, um ein Webprojekt zu planen und für die Steigerung des organischen Traffics über Suchmaschinen zu sorgen. Die Studenten lernen so pragmatisch Nutzerbedürfnisse zu ermitteln und Websites und deren Inhalte für eben diese Bedürfnisse hin zu untersuchen und zu planen. Mittels Webanalyse kann später überprüft werden, ob die entwickelten Hypothesen und Inhalte zu den tatsächlichen Nutzerbedürfnissen passen.</p> <p>Mit den vermittelten Techniken zur Analyse von Websites und Suchbegriffen sind die Lernenden in der Lage Optimierungspotenziale zu erkennen, diese zu bewerten und daraus konkrete Maßnahmen zur Steigerung des SEO-Erfolgs abzuleiten.</p>					

<p><b>Inhalte des Moduls</b></p>	<p>Teil 1: Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keywords finden und analysieren <ul style="list-style-type: none"> <li>o Methoden und Tools zur Recherche</li> <li>o Keyword-Arten</li> <li>o Suchintention</li> <li>o Keyword-Daten aufbereiten und verdichten</li> </ul> </li> <li>• Content erstellen und optimieren <ul style="list-style-type: none"> <li>o Qualitätsanforderungen</li> <li>o Textoptimierung mit WDF*IDF</li> <li>o Ganzheitlicher Content</li> <li>o Bildoptimierung</li> <li>o Content-Formate</li> <li>o Duplicate-Content und Content-Kannibalismus</li> </ul> </li> <li>• Offpage-Optimierung <ul style="list-style-type: none"> <li>o Wirkung von Backlinks</li> <li>o Linkbuilding VS. Content-Marketing</li> <li>o Google und Marken</li> </ul> </li> <li>• Monitoring und Reporting <ul style="list-style-type: none"> <li>o Sichtbarkeit und Traffic</li> <li>o Keyword-Positionsüberwachung</li> <li>o ROI in der SEO?</li> <li>o Google Data Studio</li> <li>o Wettbewerbsbeobachtung</li> </ul> </li> <li>• SEO im E-Commerce / Online-Shop</li> <li>• SEO Möglichkeit VS. SEO Wirklichkeit</li> <li>• Alles Google oder was?</li> </ul> <p>Teil 2: Information Retrieval und Technical SEO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suchmaschinen verstehen <ul style="list-style-type: none"> <li>o Die Geschichte der Suchmaschinen</li> <li>o Crawling</li> <li>o Indexierung</li> <li>o Ranking-Algorithmen</li> </ul> </li> <li>• Grundlagen der Webtechnologien <ul style="list-style-type: none"> <li>o Kommunikation im Internet</li> <li>o Das HTTP-Protokoll im Web</li> <li>o Content-Encoding, SSL &amp; Co.</li> <li>o HTML, CSS und JavaScript im Web</li> <li>o Browser Rendering (DOM)</li> <li>o Serverseitige Programmierung</li> </ul> </li> <li>• Quellcode-Optimierung <ul style="list-style-type: none"> <li>o Semantik</li> <li>o Snippets Optimierung</li> <li>o Rich Snippets und strukturierte Daten</li> </ul> </li> <li>• Interne Verlinkung als SEO-Hebel</li> <li>• JavaScript &amp; SEO</li> <li>• Mobile Web &amp; SEO</li> <li>• PageSpeed-Optimierung</li> <li>• Neues aus der Welt von Google <ul style="list-style-type: none"> <li>o Accelerated Mobile Pages (AMP)</li> <li>o Progressive Web Apps (PWA)</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinen-Optimierung: Über 1.000 Seiten Praxiswissen und Profitipps zu Google &amp; Co. Rheinwerk Computing; Auflage: 9 (22. Juni 2018)</p> <p>Dziki, Julian: Suchmaschinenoptimierung für Dummies. Wiley – VCH Verlag GmbH &amp; Co. KGaA; Auflage: 1 (2018)</p> <p>Rosenfeld, Louis: Information Architecture for the World Wide Web: For the Web and Beyond. O'Reilly Media, Inc, USA (16. Oktober 2015)</p> <p>Czysch, Stephan, Illner, Benedikt, Wojcik, Dominik: Technisches SEO. O'Reilly Verlag GmbH &amp; Co. KG; Auflage: 1 (Februar 2015)</p> <p>Fachzeitschrift „Website Boosting“ Zusätzliche projektbegleitende Unterlagen</p>

# Videocontent im E-Commerce (5003189)

<b>Englischer Titel</b>	Videocontent in E-Commerce					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Christina Vökl-Wolf	
<b>Dozent(in)</b>	Katharina Krimmer					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Dokumentation, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Unregelmäßig	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Wissen: Die Studierenden wissen, warum Werbung funktioniert anhand von Grundlagen aus dem Konsumentenverhalten, sie unterscheiden zwischen verschiedenen Kanälen für Videocontent und können unterschiedliche Videoformaten mit ihren jeweiligen Voraussetzungen unterscheiden. Sie differenzieren zwischen klassischen Werbefilmen und Video-Content für den E-Commerce. Zudem kennen Sie den Nutzen, den man aus dem Einsatz von Video-Content ziehen kann und wissen, wie man diesen Nutzen auch erzielt durch Strategien in der Machart des Videos und den eingesetzten Kanälen.</p> <p>Können: die Studierenden bekommen Mittel erklärt, mit denen sie schon mit kleinen Mitteln gute Videos produzieren können.</p> <p>Verstehen und Anwenden: Die Studierenden sind in der Lage von der ersten Idee über das Storyboard bis hin zur Abnahme ein Video zu begleiten</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Den Studierenden werden zunächst Grundlagen des Konsumentenverhaltens kennenlernen. Auf dieser Basis werden die unterschiedlichen Kanäle erarbeitet, immer mit dem Fokus auf Bewegtbildcontent. Sie sollen die verschiedenen Möglichkeiten für den Einsatz von Videocontent kennenlernen. Wir diskutieren anhand von Beispielen den Nutzen von Viralität oder warum auch schlechte Videos funktionieren. Zudem soll anhand von Beispielen erklärt werden, wie ein Werbevideo entsteht. Gegen Ende wird gemeinsam ein Video erstellt.</p> <p>Einführung. Konsumentenverhalten als Basis für die Erstellung jeglichen Contents</p> <p>Unterschiedliche Kanäle für Werbung</p> <p>Erfolgsfaktoren starker Videos</p> <p>Virale Videos und die Dynamik dahinter</p> <p>Was kann der E-Commerce von der klassischen TV Werbung lernen (Uhrzeit, Unterhaltungsfaktor, Emotionen ansprechen,...)</p> <p>negative und positive Verstärkung</p> <p>Markenidentität im Videocontent</p> <p>Kanäle für Videocontent (Social Media, Augmented reality, Digital Signage) und ihre Vor- und Nachteile</p> <p>Animationen und ihre Einsatzmöglichkeiten</p> <p>Länge eines Videos und warum die ersten 3 Sekunden entscheidend sind</p> <p>aus der Praxis: wie entsteht ein Video</p> <p>Praxis: wir erstellen gemeinsam in Gruppen ein Video zu einem vorher festgelegten Thema</p>					

## Literatur

- Pattiss, J. (2018): Praxisratgeber Video-Marketing : Strategie, Produktion, Tools, Verbreitung. Wiesbaden: Springer Gabler
- Seehaus, C. (2016): Video-Marketing mit YouTube : Video-Kampagnen strategisch planen und erfolgreich managen. Springer Fachmedien Wiesbaden
- Wirtz, B. W. (2011): Medien- und Internetmanagement. Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Pieters, R./Wedel, M./Batra, R. (2010): The Stopping Power of Advertising: Measures and Effects of Visual Complexity. In: Journal of Marketing, 74. Jg., Heft 5
- O' Donnell, E./Brown, S. (2011): The Effect of Memory Structure and Function on Consumers' Perception and Recall of Marketing Messages. A Review of the Memory Research in Marketing. In: Academy of Marketing Studies Journal, 15. Jg., Heft 1,
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2015): Strategie und Technik der Werbung. 8. Auflage, Kohlhammer Verlag, Mu?nchen,
- Fugate, D. (2007): Neuromarketing. A layman's look at neuroscience and its potential application to marketing practice. In: Journal of Consumer Marketing, 24. Jg., Heft 7
- Foscht, T./Swoboda, B. (2017): Ka?ufverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen. 6. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden
- Schwarz, T. (2012): 30 Minuten Online-Marketing. GABAL Verlag, Offenbach
- Lammenet, E. (2014): Praxiswissen Online-Marketing. A liate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinen-marketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kreutzer, R. (2014): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. Gabler, Wiesbaden.
- Bakopoulos, V./Baronello, J./Briggs, R. (2017): How Brands Can Make Smarter Decisions in Mobile Marketing. Strategies for Improved Media-Mix Effectiveness And Questions for Future Research. In: Journal of Advertising Research, 57. Jg., Heft 4, S. 447–461
- Haufe Online Redaktion (2016): SEO vs. Content Marketing. In: acquisa, 63. Jg., Heft 9
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Gescha?ftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

# Data Mining mit Python (5003197)

<b>Englischer Titel</b>	Data Mining with Python					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Tristan Wimmer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tristan Wimmer					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Unregelmäßig	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegendes Verständnis von gängigen Kontroll- und Datenstrukturen</li> <li>- Grundlegendes Verständnis der objektorientierten Programmierung</li> <li>- Einrichten und Aufsetzen von Python Projekten</li> <li>- Idealerweise Erfahrungen mit Pycharm (oder der Wille sich dies selbstständig zu erarbeiten)</li> <li>- Grundlegende Erfahrung in der Programmierung mit Python</li> </ul>					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung, sind die Teilnehmer in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Rolle von Python im Kontext des KDD Prozesses zu verstehen</li> <li>- Python zur Extraktion und Anreicherung von Daten aus verschiedenen Quellen einzusetzen</li> <li>- Die Bedeutung der korrekten Datenspeicherung zu verstehen</li> <li>- Verschiedene Formen der Datenvisualisierung in Python anzuwenden</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>In diesem Modul erweitern die Studierenden ihr Wissen in Python. Python als Interpreter-basierte Sprache findet in vielen Bereichen Anwendung. Zu den bekanntesten Gebieten zählen neben der Entwicklung von Webanwendungen, die Gebiete Data Science, Machine Learning sowie Visualisierung. Diese Veranstaltung behandelt aus den genannten Teilbereichen die wichtigsten Grundlagen mit Fokus E-Commerce. Dabei orientiert sich die Veranstaltung am Knowledge Discovery in Database-Prozess. Die Teilnehmer/innen lernen die Anbindung an Datenbanken, wie man Daten mittels Python aus Webseiten sammeln und für die spätere Analyse aufbereitet sowie strukturiert ablegen kann. Des Weiteren wird der Datenimport und Export mittels Python behandelt und Möglichkeiten gezeigt, Daten mittels Python zu visualisieren.</p>					
<b>Literatur</b>	Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben					

# Defensive Security (5003802)

<b>Englischer Titel</b>	Defensive Security					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sebastian Biedermann		
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Sebastian Biedermann					
<b>Sprache</b>	Deutsch/Englisch		<b>Studiensemester</b>	6		
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>	Seminar		
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>	Schriftliche Prüfung (90 Min.)		
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>	Unregelmäßig		
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>	E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik		
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende verstehen grundlegende technische Mechanismen zur Verbesserung der IT-Sicherheit und können diese einsetzen</li> <li>- Studierende verstehen, wie eine Analyse von Schadssoftware durchgeführt werden kann und auch die damit verbundenen Strategien und Motivationen der Entwickler (z.B. dynamische Analyse &amp; Forensik)</li> <li>- Studierende können Open Source Tools zum Erkennen, zur Vermeidung oder zur Analyse von Angriffen einsetzen (z.B. Firewalls, Proxies, IDS/IPS, Honeybots, ...)</li> <li>- Studierende kennen grundlegende Konzepte zur Entwicklung von sicheren Web-Anwendungen und können diese umsetzen</li> <li>- Studierende können konzeptionelle Security-Analysen durchführen (z.B. Security Profiling, Risikoanalysen, Audits)</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Studierende lernen technische Mechanismen und operative Vorgehensweisen zur Analyse und zur Vermeidung von digitalen Angriffen und Risiken kennen (z.B. Analyse von Schadssoftware) und setzen diese ein. Der Fokus liegt auf dem Identifizieren und Verstehen von Angriffsszenarien, den verwendeten (Open-Source-) Werkzeugen zur Verteidigung und dem technischen Implementieren von entsprechenden Gegenmaßnahmen (z. B. Firewalls oder Intrusion-Detection-Systeme).</p> <p>Auch das Thema sichere Softwareentwicklung, Informationsbeschaffung und entsprechende Einordnung von Angriffen sowie konzeptionelle Security-Analysen werden miteinbezogen.</p>					
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Applied Network Security Monitoring - Collection, Detection and Analysis, Chris Sanders, Jason Smith</li> <li>- Practical Malware Analyses - The Hands-On Guide to Dissecting Malicious Software, Michael Sikorski and Andrew Honig</li> <li>- The Art of Memory Forensics - Detecting Malware and Threats in Windows, Linux and Mac Memory, Michle Hale Ligh, Andrew Case, Jamie Levy, Aaron Walters</li> <li>- Honeybots - Tracking hackers, Lance Spitzner</li> </ul>					

# ABCD - New Foundation of Technologies (5003805)

<b>Module name english</b>	ABCD - New Foundation of Technologies					
<b>Type of module</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Peter Braun	
<b>Lecturer</b>	Sundaresan Krishnan Iyer					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Portfolio	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Conditions for participation</b>	None					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Students collect the big picture of digital enterprise solutions and trending technologies</li> <li>2. Students explain the importance and application of AI and technologies used to develop AI solutions</li> <li>3. Students examine Big data and Business Intelligence (BI) technologies</li> <li>4. Students analyze the importance of Cyber Security</li> <li>5. Students deliberate on Cloud technologies</li> <li>6. Students evaluate the convergence of AI, Big Data, Cyber and Cloud technologies in providing an enterprise solution</li> <li>7. Students assess how software projects are developed following Agile and DevOps processes</li> </ol>					
<b>Module content</b>	<p>Today's Business aims at saving cost, to improve margin or to reinvest. Or maybe your enterprise is still trying to grow. Perhaps this is the time for a pivot — to reinvent the business model. Some of the Businesses may even need to do all of these at once.</p> <p>Business leaders and technologists must assess the potential impact of these technology trends on their specific strategies, such as growing revenue, accelerating digital, maximizing value from data, or protecting and building your brand. Client centric digital offerings have become the primary focus of Solution providers.</p> <p>This course aims to introduce to some of the emerging digital technologies which are the new foundations of a Live Enterprise.</p> <p>The following are the 4 main aspects of an IT Project.  (1) People (2) Process (3) Technology (4) Domain  The scope covers few trending technologies and processes widely practiced in the industry:  A: Technology: AI &amp; ML, Process: Agile  B: Technology: Big data and BI  C: Technology: Cyber Security &amp; Cloud  D: Process: DevOps</p>					
<b>Literature</b>	Will be provided during class.					

# Data Science with R (5003806)

<b>Module name english</b>	Data Science with R					
<b>Type of module</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Achim Wübker	
<b>Lecturer</b>	Prof. Dr. Achim Wübker					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Conditions for participation</b>	None					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	<p>Students learn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>to use R as a calculator,</li> <li>to perform basic programming tasks with R,</li> <li>to read data into R and display it graphically,</li> <li>to recognize patterns in data – visually and analytically</li> <li>to set up simple statistical models and evaluate their quality,</li> <li>to simulate data, verify regularities experimentally or even determine them themselves (Monte Carlo simulation),</li> <li>a procedure for face recognition based on the principal component analysis: Eigenfaces</li> </ul>					
<b>Module content</b>	<p>R</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduction to R (R Studio, packages,...)</li> <li>2. R Basics (Names and values, Vectors, Control structures, functions,...)</li> </ol> <p>Data Analysis</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Read in Data with R</li> <li>2. Data visualisation with R (packages ggplot2, tidy, dplyr), histograms, boxplots,...</li> </ol> <p>Labs: (Practical computer exercises): Read in Example Data-Files and graphical representation</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Basic data analysis with R             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Visual Correlation Analysis</li> <li>b. Effect measurements and parameter identification – Linear and Multiple Regression</li> </ol> </li> </ol> <p>Labs: Write your own book-recommendation engine in R</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Stochastic Simulation             <ul style="list-style-type: none"> <li>Monte Carlo Method in R with application to Measuring deviations from random pattern, Newcomb-Benford Law</li> </ul> </li> </ol> <p>Labs: Fraud detection: Read in manipulated data-file Writing your own fraud detection programme and apply this program to the data</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Advanced data analysis with R             <ul style="list-style-type: none"> <li>Face recognition with „eigenfaces“ based on principal component analysis with R</li> </ul> </li> </ol> <p>Labs: Writing a program to recognize you own face</p>					
<b>Literature</b>	<p>Efron, B; Tibshirani, R.: An Introduction to the bootstrap            Faraway, J.: Linear Models with R            Freedman, M.; Ross, J.: Programming skills for Data Science            Matloff, M.: The Art of R Programming            Strang, G.: An introduction to Linear Algebra            Wickham, H.: Advanced R</p>					

# Holistic E-Business Setup (5003807)

<b>Module name english</b>	Holistic E-Business Setup					
<b>Type of module</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Tobias Aubele	
<b>Lecturer</b>	Jaani Väisänen					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Portfolio	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Conditions for participation</b>	None					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	<p>After the course, student will learn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• the basic UX principles regarding electronic business, and evaluate them by using different heuristics</li> <li>• to perform Search Engine Optimization audit and for a credible SEO strategy for mid-sized business</li> <li>• to implement Google Analytics GA4 tool and configure websites events, conversions, and audiences</li> <li>• to implement Google Tag Manager and integrate it to the GA4 tool</li> <li>• the basics of keyword analysis and implement the results in search campaigns</li> <li>• to report relevant e-business -related KPIs</li> </ul>					
<b>Module content</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basic e-business UX operations</li> <li>• Website analytics and audience building</li> <li>• Additional analytics and conversion measurement</li> <li>• Keyword analysis and paid placement strategies</li> <li>• Performance measurement and reporting</li> </ul>					
<b>Literature</b>	<p>Dave Chaffey (2019): Digital Business and Ecommerce Management            Jon Yablonski (2020): Laws of UX : Using Psychology to Design Better Products &amp; Services</p>					

# Principles of Autonomous Drones (5003809)

<b>Module name english</b>	Principles of Autonomous Drones					
<b>Type of module</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Frank Deinzer	
<b>Lecturer</b>	Marcel Kyas					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Kolloquium	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Conditions for participation</b>	keine					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explain the principles of motion control.</li> <li>- Explain basic concepts of perception, from classic to deep learning approaches.</li> <li>- Explain principles of localisation and SLAM.</li> <li>- Explain navigation algorithms, planning, decision making.</li> </ul>					
<b>Module content</b>	<p>This course will cover the basic principles for endowing aerial autonomous drones with perception, planning, and decision-making capabilities. You will learn algorithmic approaches for robot perception, localisation, and simultaneous localisation and mapping, as well as the control of non-linear systems, learning-based control, and aerial drone motion planning. The course will introduce methodologies for reasoning under uncertainty. It will include use of the Robot Operating System (ROS) for demonstrations and hands-on activities.</p>					
<b>Literature</b>	<p>Roland Siegwart, Illah Reza Nourbakhsh, and Davide Scaramuzza. Introduction to Autonomous Mobile Robots, second edition. 2011, The MIT Press            Sebastian Thrun, Wolfram Burgard, and Dieter Fox. Probabilistic Robotics. 2005, The MIT Press</p>					

# Teampsychologie im Unternehmen – Datengetriebene Performance (50038)

<b>Englischer Titel</b>	Team Psychometrics in Organizations – Data-Driven Performance					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Christina Vökl-Wolf	
<b>Dozent(in)</b>	Urs Merkel					
<b>Sprache</b>	Deutsch/Englisch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Lernziel 1: Die Studierenden lernen die Datenerhebung von psychologischen und soziologischen Dimensionen und Facetten</p> <p>Lernziel 2: Die Studierenden lernen die datengetriebene Soziale-Netzwerkanalyse zum Verständnis von Gruppen mit Open-Source Software anzuwenden.</p> <p>Lernziel 3: Die Studierenden lernen psychometrische Gruppendynamiken zu analysieren, zu verstehen und Interventionen zum steuern von datengetriebener Leistungssteigerung, anzuwenden.</p> <p>Lernziel 4: Die Studierenden lernen bedürfnisorientierte Führung von Gruppen anhand von Soft Facts</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>80% unserer Arbeit findet in Gruppen statt und doch sind nur 10% der Personen für 100% der Gruppen-Ergebnisse verantwortlich. Um diesen Zusammenhang zu verstehen, und auch nachhaltig ändern zu können steigen wir in die datengetriebene Psychologie von Einzelpersonen, Teams und Organisationen ein. Wir analysieren Gruppen anhand der Netzwerk- und Systemtheorie. Lernen den Einfluss von Individuen auf Gruppendynamiken kennen und wie wir diese Dynamiken verstehen, lenken und ändern können. Dafür bedienen wir uns an 113 Soft Facts wie Persönlichkeitscharakteristiken, Motivstrukturen, Wertesystemen und mehr. Damit die zukünftige Arbeit in Gruppen effizienter und zufriedener wird und bessere Ergebnisse liefert.</p>					
<b>Literatur</b>						

# Vertiefungsseminar: Mobile and Ubiquitous Solutions (5007110)

<b>Englischer Titel</b>	Seminar Mobile and Ubiquitous Solutions					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Karsten Huffstadt	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Karsten Huffstadt, Prof. Dr. Isabel John					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	120 ECTS-Punkte, Lehrveranstaltung 5X02530					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende des Vertiefungsseminars werden in die Lage versetzt, eine wissenschaftliche Untersuchung durchzuführen.</li> <li>- Sie analysieren dabei den derzeitigen Stand der Forschung und bewerten das eigene Untersuchungsergebnis.</li> <li>- Sie sollen dabei auch mit englischsprachiger Literatur umgehen, sie analysieren und einordnen können.</li> <li>- Zuletzt werden sie eigene Ableitungen aus den Ergebnissen entwickeln, Fragestellungen von anderen Studierenden verstehen und einordnen können sowie den weiteren Forschungsbedarf dokumentieren.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	- Im Vertiefungsseminar werden im Kontext übergeordneter Themenstellungen aus den Bereichen Mobility, AR, VR und Ubiquitous Computing wissenschaftliche Fragestellungen identifiziert und empirisch bearbeitet.					
<b>Literatur</b>	Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben					

# Vertiefung I: Mobile und Ubiquitäre Anwendungen (5007211)

<b>Englischer Titel</b>	Mobile and Ubiquitous Concepts and Development					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Karsten Huffstadt	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Karsten Huffstadt, Prof. Dr. Isabel John					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	120 ECTS-Punkte,, Lehrveranstaltung 5X02530					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende können mobile Lösungen und deren Entwicklungsplattformen beschreiben, implementieren und analysieren.</li> <li>- Sie sind in der Lage, Investitionsentscheidungen auf Grund von Geschäftsmodellentwicklungen einzuschätzen.</li> <li>- Studierende werden Integrationskonzepte mobiler Lösungen entwickeln können.</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>In diesem Modul erhalten Studierende vertiefenden Einblick über Mobile Anwendungsszenarien und Geschäftsmodelle.          Sie erhalten die dafür notwendigen Kenntnisse über Betriebsplattformen und Architekturkonzepte für mobile Business-Anwendungen.          Weiterführend werden Integrationsaspekte (ERP-Integration) mobiler Lösungen und Kommunikationsparadigmen (SOA, REST, SOCKETS) behandelt.          Als weiterer wichtiger Punkt wird die Entwicklung mittels Cross-Platform-Development (HTML5) vermittelt.</p>					
<b>Literatur</b>	Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben					

# Vertiefungsseminar: Information Security (5104110)

<b>Englischer Titel</b>	Seminar Information Security					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Kristin Weber	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Kristin Weber, Prof. Dr. Sebastian Biedermann					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Hausarbeit, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	40	<b>Selbststudium</b>	110
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	120 ECTS-Punkte, Lehrveranstaltung 5002530 bzw. 5102530 bzw. 6102410					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden vertiefen Kenntnisse über aktuelle Fragestellungen zu Informationssicherheit und angrenzender Themengebiete, z B. Datenschutz.</p> <p>Die Studierenden präsentieren und dokumentieren ihre Ergebnisse im Seminar.</p> <p>Die Studierenden lernen, selbstständig Themen der Informationssicherheit zu vertiefen und zu erweitern.</p> <p>Die Studierenden erlernen und erproben Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens.</p> <p>Sie sind in der Lage, eine schriftliche Ausarbeitung zu erstellen, die wissenschaftlichen Maßstäben gerecht wird.</p> <p>Die Studierenden können zielgruppengerechte Präsentationen erarbeiten.</p> <p>Sie lernen Schreib- und Kreativitätstechniken kennen und können diese situationsbedingt anwenden.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Im Vertiefungsmodul beschäftigen sich die Studierenden selbstständig mit aktuellen Themen aus allen Bereichen der Informationssicherheit und angrenzender Themengebiete, wie dem Datenschutz. Die Dozierenden geben eine Auswahl an Themenstellungen vor, aus denen die Studierenden sich ein Thema auswählen oder sie schlagen ein anderes Thema vor. Das gewählte Thema wird umfassend und nach wissenschaftlichen Grundsätzen eigenständig durch die Studierenden bearbeitet und in einer Hausarbeit dokumentiert. Das begleitende Seminar vermittelt Schreib- und Kreativitätstechniken sowie Grundlagen wissenschaftlicher Recherche und Arbeit. Am Ende des Semesters stellen die Studierenden ihre Themen in einer Präsentation vor, als Grundlage für eine fachliche Diskussion des Themas. Das Vertiefungsseminar bereitet die Studierenden auf die Bachelorarbeit vor.</p>					
<b>Literatur</b>	wird von den Studierenden in Abhängigkeit des Themas recherchiert					

# Vertiefung I: IT-Sicherheit (5104211)

<b>Module name english</b>	IT Security					
<b>Type of module</b>	Vertiefungsmodul		<b>Responsible for module</b>		Prof. Dr. Sebastian Biedermann	
<b>Lecturer</b>	Prof. Alexander Schinner, Prof. Dr. Sebastian Biedermann					
<b>Language of instruction, L. of examination</b>	Englisch		<b>Semester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Teaching and learning formats</b>		Seminar	
<b>ECTS-Credits</b>	5		<b>Type of examination</b>		Kolloquium	
<b>Bonus benefits</b>						
<b>Workload</b>	<b>Workload (Total)</b>	150	<b>Attendance time</b>	60	<b>Self-Study time (incl. exam preparation)</b>	90
<b>Duration of module</b>	1 Semester		<b>Frequency</b>		Sommersemester	
<b>Type of grading</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Conditions for participation</b>	120 ECTS, courses 5002530 or 5102530 or 6102410					
<b>Recommended prerequisites</b>						
<b>Module's learning outcomes</b>	The students understand different concepts and protocols used to develop secure software architectures and to deploy secure systems. The students understand various vulnerabilities that can cause information security issues and they learn how to exploit and to prevent them. The students get to know procedures for analyzing information security incidents.					
<b>Module content</b>	In this lecture you will see different technical perspectives and strategies from the field of IT security. We learn how to use cryptographic schemes in order to develop secure applications also considering privacy. We get to know various vulnerabilities in web applications and classic applications and see how to exploit and how to prevent them. Finally, we learn about technical defense strategies which also includes digital forensics.					
<b>Literature</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Serious Cryptography – A Practical Introduction to Modern Encryption", Jean-Philippe Aumasson</li> <li>• "Applied Cryptography", Bruce Schneier</li> <li>• "The Web Application Hacker's Handbook", Dafydd Stuttard, Marcus Pinto</li> <li>• "Penetration Testing – A Hands-On Introduction to Hacking", Georgia Weidman</li> <li>• "Buffer Overflow Attacks – Detect, Exploit, Prevent", James C. Foster, Jason Deckard</li> <li>• "The Art of Memory Forensics", Michael Hale Ligh, Andrew Case, Jamie Levy, Aaron Walters</li> <li>• "File System Forensic Analysis", Brian Carrier</li> </ul>					

# Projektarbeit (6102800)

<b>Englischer Titel</b>	Project Work					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Mario Fischer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tobias Aubele, Prof. Dr. Mario Fischer, Prof. Dr. Christina Völkl-Wolf, Prof. Dr. Rolf Schillinger					
<b>Sprache</b>	Deutsch/Englisch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Projekt	
<b>ECTS-Punkte</b>	10		<b>Art der Prüfung</b>		Projektarbeit	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	300	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	240
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Jedes Semester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	100 ECTS-Punkte					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Studierende können umfassende Aufgabenstellungen methodisch bearbeiten und lösen.</p> <p>Die Studierenden können im Team, geeignete Lösungsstrategien entwickeln und umsetzen. Sie wissen wie Teamprozesse funktionieren und wie sie ihre eigene Persönlichkeit dabei einbringen können.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Die Projektarbeit ist im Regelfall eine Teamarbeit (mindestens drei Studierende). Sie beinhaltet entweder eine durchgängige Software-Entwicklung nach den Regeln des Software-Engineering oder eine andere Aufgabenstellung aus dem IT-Bereich (z.B. Softwarevergleich, Softwareauswahl, Softwareeinführung). Jedes Projekt wird von einem Professor der Fakultät Informatik und Wirtschaftsinformatik betreut. Im Rahmen der Projektarbeit werden erlernte Techniken und Methoden der Wirtschaftsinformatik in einem berufspraktischen Kontext (Teamarbeit; Projektorganisation; praktische Aufgabenstellung) eingeübt.</p> <p>Mindestinhalte der schriftlichen Ausarbeitung der Projektarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bei einer Softwareentwicklung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pflichtenheft, in dem die Anforderungen an die Projektarbeit zusammengestellt sind (mit Meilensteinen/Terminplan)</li> <li>- Fachlicher Entwurf unter Anwendung entsprechender Methoden</li> <li>- IT-Entwurf</li> <li>- Listing</li> <li>- Benutzerhandbuch</li> <li>- Anhang (benutzte Literatur; Abkürzungsverzeichnis, Glossar, etc.)</li> </ul> </li> <li>• Bei einer anderen Aufgabenstellung: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektbeschreibung, in dem die Anforderungen an die Projektarbeit zusammengestellt sind (mit Meilensteinen/Terminplan)</li> <li>- weitere vom betreuenden Professor vorzugebende Inhalte, die sich aus dem individuellen Charakter der jeweiligen Aufgabenstellung ergeben</li> <li>- Anhang (benutzte Literatur; Abkürzungsverzeichnis, Glossar, etc.)</li> </ul> </li> </ul>					
<b>Literatur</b>	in Abhängigkeit der jeweiligen Projektarbeit					

# Vertiefungsseminar: Web-Management (6104100)

<b>Englischer Titel</b>	Seminar Web-Management					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Mario Fischer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Mario Fischer, Prof. Dr. Christina Völkl-Wolf					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Hausarbeit, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	40	<b>Selbststudium</b>	110
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	Lehrveranstaltung Praxismodul; 120 ECTS-Punkte					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden lernen aktuelle Themen, Entwicklungen, Methoden und Tools rund um das Thema Webmanagement kennen.</p> <p>Durch die Mischung einer breiten und tiefen Themenausrichtung bekommen die Studenten den notwendigen Überblick über die Themenvielfalt im Bereich E-Commerce und erwerben damit auch fachübergreifende Kenntnisse und Fertigkeiten. Dabei lernen sie auch, wie man den Einsatz neuer Anwendungen und Methoden im Unternehmen plant und effizient integriert.</p> <p>Neben dem fachlichen Überblick, den die Studenten durch die Themenvielfalt erhalten, lernen sie ihr erworbenes Wissen in dem ihnen Themengebiet eigenständig anzuwenden und fallweise zu erweitern.</p> <p>Durch die Erstellung einer Ausarbeitung lernen die Studierenden die Recherche nach passender Literatur zu ihrem Themengebiet und die überzeugende, verständliche Darstellung von Konzepten und Ideen. Dabei geht es vor allem auch um das Beurteilen der Vertrauenswürdigkeit von Quellen zur späteren Entscheidungsfindung im Unternehmen. Weiterhin lernen die Studierenden, wie Entscheidungen auf Daten gestützt werden können.</p> <p>Durch die Präsentation ihrer Seminararbeit verbessern die Studenten ihr überzeugendes Auftreten und die persönliche Selbstsicherheit.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse, Aufarbeitung, Präsentation und kritische Diskussion von aktuellen und tiefgehenden Themen rund um das Management von Webauftritten</li> <li>- Anfertigung einer Ausarbeitung zu einem vorgegebenen Themengebiet</li> <li>- Das Seminar findet in der Regel in Kooperation mit einem Unternehmen (z. B. Google, Otto, Baur, Pro7Sat1, Disney, Würth) statt. Die Präsentationen werden vor Ort beim Unternehmen auch vor (Fach-)Vertreterinnen und Vertretern des Unternehmens abgehalten und an den Erfordernissen der Praxis gespiegelt.</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	suchen die Studenten selbstständig					

# Vertiefung I: Web-Intelligence (6104203)

<b>Englischer Titel</b>	Web-Intelligence					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Mario Fischer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Mario Fischer, Karl Kratz					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	Lehrveranstaltung Praxismodul; 120 ECTS-Punkte					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Vorgehen bei der systematischen Analyse (Sammlung, Auswertung und Darstellung) von Unternehmensdaten aus Online-Aktivitäten (Web Intelligence)  Die Studierenden lernen theoretische Grundlagen der Web Analyse.  Sie erhalten Fertigkeit zur Entwicklung und zum Umsetzen von Lösungsstrategien und Kompetenz zur Vernetzung unterschiedlicher Fachgebiete.  Sie erwerben Kenntnisse über die Funktionsweisen marktüblicher Web-Analyse-Tools, auch spezieller und neuer Tools.  Sie erhalten aktuelles Praxiswissen zur Datenbeschaffung über das Web und sind nach der Veranstaltung in der Lage, dies für Unternehmen auch praktisch und effizient einzusetzen.  Die Studierenden sind in der Lage neue Themenfelder durch die Integration von Kenntnissen, Fertigkeiten und sozialen sowie methodischen Fähigkeiten in Arbeits- oder Lernsituationen selbständig zu erarbeiten bzw. das Gelernte auf ein geändertes Umfeld zu adaptieren .  Die Studierenden werden befähigt konkrete praktische Problemstellungen kritisch zu diskutieren. Gemeinsam werden Lösungsansätze auf Basis methodischer Herangehensweisen eingeübt.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Grundlagen von Web Intelligence (Web Controlling, Web Analytics)  Möglichkeiten der Datenerhebung in der Web Analyse;  Messmethoden im Online Marketing (im Vgl. zu Methoden im traditionellen Marketing)  Zielsetzungen im Online Marketing  Analyse von Besuchern, Besucherquellen, Werbung, Content &amp; Conversions  Web Analytics am Beispiel gängiger Tools am Markt (z. B. Google Analytics)  Visualisierung von Daten  Herausforderungen der Integration von Daten aus unterschiedlichen Quellen  Direkte Extraktion von Daten aus unterschiedlichen Webseiten für unternehmerischen Kennzahlensysteme  Das Modul enthält eine Arbeitsexkursion zu einem Unternehmen des E-Commerce. Dort bekommen sie ohne vorherige Kenntnis spontan Analyseaufgaben von Vertreterinnen und Vertretern des Unternehmens gestellt.  Nach einer Gruppenbildung analysiert jede Gruppe ihre individuelle Aufgabe, macht sich mit den eigens überlassenen Daten vertraut oder beschafft sich diese mit Hilfe entsprechender Tools (Kenntnis aus der Veranstaltung), strukturiert die erarbeiteten Ergebnisse und entwirft eine Lösungsstrategie. Diese wird anschließend vor Ort durch die Gruppe präsentiert und kritisch diskutiert.</p>					
<b>Literatur</b>	<p>Aktuelle Artikel aus Website Boosting, Internet World Business, Suchradar, etc.  Haberich, Ralf (Hrsg.): Future Digital Business. 1. Auflage, mitp; 2013.  Düweke, Esther; Rabsch, Stefan: Erfolgreiche Webseiten, SEO, SEM, Online-Marketing, Usability. 2. Auflage, Galileo Press Bonn, 2012.  Aden, Timo: Google Analytics: Implementieren. Interpretieren. Profitieren, 3. Auflage, Carl Hanser Verlag, 2012.  Hassler, Marco: Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren, 1. Auflage, mitp, 2008.  Meier Andrea; Zumstein, Darius: Web Analytics &amp; Webcontrolling, Webbasierte Business Intelligence zur Erfolgssicherung. 1. Auflage, dpunkt Verlag, 2012.</p>					

# Vertiefungsseminar: Conversion Optimierung (6106100)

<b>Englischer Titel</b>	Seminar Conversion Optimization					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Tobias Aubele	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tobias Aubele, Prof. Dr. Rolf Schillinger, M. Sc. Andreas Schütz					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Hausarbeit, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	120 ECTS-Punkte, Lehrveranstaltung 6102410					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich Conversion Optimierungen und bewerten aktuelle Themen. Durch eine breite Ausrichtung der Themen wird ein praxisorientiertes Aufgabenspektrum abgebildet, welches die Querverbindungen von Conversion Optimierung zu angrenzenden Wissenschaftsbereichen aufzeigt (insb. Technik, Wirtschaftswissenschaften, Psychologie). Gleichzeitig lernen die Studierenden, ihr Wissen im Themengebiet Conversion Optimierung / Oberflächengestaltung &amp; Usability eigenständig zu erweitern bzw. zu vertiefen.</p> <p>Die Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung unterstützt die Studierenden, ihre Konzepte und Ideen mit wissenschaftlichen Erkenntnissen und korrespondierender aktueller Fachliteratur zu unterlegen. Durch die Präsentation der schriftlichen Arbeit verbessern die Studenten ihr überzeugendes Auftreten.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	Die Inhalte des Seminars behandeln verschiedene aktuelle Themen aus dem Bereich „Conversion Optimierung“, vor allem aus den Themenschwerpunkten Usability, User-Experience, Verhaltensökonomie im E-Commerce Umfeld, Emotionsmessung und Websitetracking. Anfertigung einer Ausarbeitung zum Themengebiet sowie Präsentation, Diskussion und Aufarbeitung des Themen.					
<b>Literatur</b>	eigene Recherche der Studierenden basierend auf dem Thema					

# Vertiefung I: Prozess- und Landing-Page-Optimierung (6106201)

<b>Englischer Titel</b>	Process and Landing Page Optimization					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Tobias Aubele	
<b>Dozent(in)</b>	André Morys, Matthias Schloßareck					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	120 ECTS-Punkte,, Lehrveranstaltung 6102410					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden vertiefen die Kenntnisse über Oberflächengestaltung &amp; Usability. Sie analysieren und optimieren eine Website in Bezug auf Gestaltung, Prozesse und das Zusammenspiel mit vorgelagerter Online-Marketing-Maßnahmen. Sie erlernen, wie Webseitenbesucher zielgerichtet die Nutzungsintention abschließen können. Dabei werden sowohl notwendige technische Aspekte als auch konsumpsychologische Prinzipien erlernt und vertieft.</p> <p>Neben einer technischen und heuristischen Analyse der bestehenden Website werden, basierend auf den Kenntnissen der Theorie der Oberflächengestaltung, benutzerfreundliche und konversionsstarke Webseiten konzipiert, erstellt und weiterentwickelt. Prozessuale Schwachstellen werden mittels Webanalyse sowie Eyetrackingstudien aufgedeckt, analysiert und individuell behoben. Aufgrund der Besonderheiten der Geschäftsmodelle der Websites wird von den Studierenden eine Entwicklung von individuellen Lösungsstrategien gefordert.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Conversion Optimierung Framework</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Technische Analyse einer Website</li> <li>- Heuristische Analyse von Landing Pages, Webseiten und Prozessen</li> <li>- Einsatz von Persona und deren Entwicklung</li> <li>- Quantitative Webanalyse</li> <li>- Interviewtechniken (qualitative Webanalyse)</li> <li>- User Testing mit Eyetracking</li> </ul> <p>Design und Realisation von (mobilen) Landing Pages im Zusammenspiel mit Online-Marketing-Kampagnen</p> <p>Techniken der Verhaltensökonomie</p> <p>Website-Testing (A/B; Multivariat)</p>					
<b>Literatur</b>	<p>Ariely, Dan: Predictably Irrational</p> <p>Ash, Tim.: Landing Pages</p> <p>Beck, Alexander.: Google Adwords</p> <p>Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken</p> <p>Morys, André: Conversion Optimierung</p> <p>Vollmert, Markus; Lück, Heike: Google Analytics</p> <p>Diverse aktuelle (Online-)Fach-Artikel, die jeweils thematisch passend vom Dozenten ausgegeben werden</p>					

## Vertiefungsseminar: Shop-Systeme (6108100)

<b>Englischer Titel</b>	Seminar Shop Systems					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Rolf Schillinger	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Rolf Schillinger, Dr. Tristan Wimmer					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Hausarbeit, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	40	<b>Selbststudium</b>	110
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	120 ECTS-Punkte, Lehrveranstaltung 6102410					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Die Studierenden vertiefen Ihre Kenntnisse im Bereich Shop-Systeme und lernen, aktuelle Themen einzuordnen und aufzuarbeiten.</p> <p>Die schriftliche Ausarbeitung und mündliche Präsentation der Themen bereiten die Studierenden dabei auf die entsprechenden Tätigkeiten in ihrer weiteren beruflichen oder wissenschaftlichen Karriere vor.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	In diesem Seminar bearbeiten die Studierenden aktuelle Themenstellung aus allen Bereichen der Planung und Umsetzung von Online Shop-Systemen.					
<b>Literatur</b>	Wird themenbezogen im Seminar bekannt gegeben					

# Vertiefung I: Shop-Systeme (6108201)

<b>Englischer Titel</b>	Shop Systems					
<b>Art des Moduls</b>	Vertiefungsmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Rolf Schillinger	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Rolf Schillinger, Dr. Tristan Wimmer					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	4		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Portfolio	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	150	<b>Präsenzzeit</b>	60	<b>Selbststudium</b>	90
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Sommersemester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	120 ECTS-Punkte,, Lehrveranstaltung 6102410					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wichtigsten Arten von Shop-Systemen voneinander zu unterscheiden</li> <li>- ausgehend von Projektanforderungen eine optimale Shop Plattform zu planen</li> <li>- Shop-Systeme selbst aufzusetzen bzw. zu buchen und zu konfigurieren</li> <li>- die Anbindung von Shop-Systemen an Preissuchmaschinen zu planen und umzusetzen</li> <li>- Shop-Systeme über Multichannel Plattformen an mehrere Verkaufskanäle anzubinden</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>In dieser Veranstaltung beschäftigen sich die Studierenden mit den folgenden Themenfeldern:</p> <p>Taxonomie aktueller Shop-System Varianten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cloud / on premise Systeme</li> <li>- Open Source / proprietäre Systeme</li> <li>- Standalone Systeme / Teil von (ERP) Plattformen</li> </ul> <p>Daten und Datenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ERP</li> <li>- PIM</li> </ul> <p>Hands-on deployments</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- On premise Shop-System</li> <li>- Cloud-only Shop-System</li> <li>- Anbindung eines Shop-Systems an ein ERP System mittels Konnektoren</li> </ul> <p>Anbindung von Marktplätzen und externen Services</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amazon</li> <li>- Ebay</li> <li>- Preissuchmaschinen</li> </ul> <p>Multichannel Plattformen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generelle Funktionsweise</li> <li>- Beispielprojekt auf einer Multichannel Plattform</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.					

# Augmented und Virtual Reality (6317160)

<b>Englischer Titel</b>	Augmented and Virtual Reality					
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Daniela Wenzel	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Daniela Wenzel					
<b>Sprache</b>	Deutsch		<b>Studiensemester</b>		6	
<b>SWS</b>	5		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminaristischer Unterricht, Übung, Praktikum	
<b>ECTS-Punkte</b>	5		<b>Art der Prüfung</b>		Schriftliche Prüfung (90 Min.)	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	180	<b>Präsenzzeit</b>	75	<b>Selbststudium</b>	105
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Unregelmäßig	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce, Informatik, Wirtschaftsinformatik	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	Nach der Teilnahme an dem Modul können die Studierenden selbstständig AR- und VR-Anwendungen planen, realisieren und serverseitig einrichten bzw. unter Nutzung entsprechender Dienste veröffentlichen. Bei den AR-Anwendungen kann der Content positionsbezogen, relativ zu vorhandenen räumlichen Objekten oder unter Bezug auf einen oder mehrere Marker visualisiert werden. Die VR-Anwendungen konzentrieren sich auf die Vermittlung visueller Wahrnehmungen.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Die Veranstaltung ist ein Angebot der Fakultät Kunststofftechnik und Vermessung (FKV). Abweichend von der Moduldefinition bei FKV können bei Teilnahme von FIW-Studierenden nur 5 ECTS angerechnet werden.</p> <p>Abgrenzung von AR, MR und VR sowie die Anwendungsfelder  VR:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung von Panoramen auf der Basis von Bildreihen</li> <li>• Erstellung von Panoramen aus 3D-Modellen</li> <li>• Realisierung virtueller Touren</li> <li>• Realisierung multimedialer Panoramen</li> <li>• Verortung von Panoramen</li> </ul> AR:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realisierung von markerbasierten Anwendungen</li> <li>• Realisierung von bildbasierten Anwendungen</li> <li>• Realisierung von LBS-Anwendungen</li> </ul> </p>					
<b>Literatur</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben					

# Bachelorarbeitsmodul (6103700)

<b>Englischer Titel</b>	Bachelor Thesis / Bachelor Seminar					
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul		<b>Modulverantwortliche(r)</b>		Prof. Dr. Mario Fischer	
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tobias Aubele, Prof. Dr. Mario Fischer, Prof. Dr. Christina Völkl-Wolf, Prof. Dr. Rolf Schillinger					
<b>Sprache</b>	Deutsch/Englisch		<b>Studiensemester</b>		7	
<b>SWS</b>	1		<b>Lehr- und Lernformen</b>		Seminar	
<b>ECTS-Punkte</b>	15		<b>Art der Prüfung</b>		Bachelorarbeit, Präsentation	
<b>Bonusleistungen</b>						
<b>Arbeitsaufwand</b>	<b>Gesamt</b>	450	<b>Präsenzzeit</b>	40	<b>Selbststudium</b>	410
<b>Dauer</b>	1 Semester		<b>Angeboten</b>		Jedes Semester	
<b>Art der Note</b>	Differenzierte Note		<b>Verwendbarkeit</b>		E-Commerce	
<b>Voraussetzungen nach SPO</b>	150 ECTS, Lehrveranstaltungen Soft und Professional Skills, Praxismodul, Projektarbeit, English Communication					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>						
<b>Lernergebnis des Moduls</b>	Mit der Bachelorarbeit / dem Bachelorseminar erbringt der Bearbeiter/die Bearbeiterin den Nachweis, dass er/sie fähig ist zur selbständigen Lösung einer anspruchsvollen Aufgabenstellung aus der Informatik (ggf. fachübergreifend), dass er/sie dabei die methodischen und wissenschaftlichen Grundlagen des Faches beherrscht und das Ergebnis adäquat darstellen kann.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p>Das Bachelorarbeitsmodul setzt sich zusammen aus der Bachelorarbeit (12 CP) sowie dem Bachelorseminar (3 CP).</p> <p>Die Bachelorarbeit umfasst unter anderem eigene Studien und Recherchen über den Stand der Technik des jeweiligen Themengebiets. Insbesondere muss die Arbeit von Randbedingungen abstrahieren, die ihrer Natur nach nicht technisch begründet sind, sondern aus den spezifischen Gegebenheiten der Firma/des Betriebs resultieren. Soweit softwaretechnische Lösungen als Teil der Aufgabe gefordert sind, heißt das in der Regel, dass im Rahmen der Bachelorarbeit Prototypen implementiert werden, nicht aber die Sicherstellung von Produkteigenschaften (inkl. begleitender Handbücher, etc.) eingeschlossen ist.</p> <p>Das Bachelorseminar umfasst unter anderem eigene Studien und Recherchen über den Stand der Technik des jeweiligen Themengebiets. Insbesondere muss die Arbeit von Randbedingungen abstrahieren, die ihrer Natur nach nicht technisch begründet sind, sondern aus den spezifischen Gegebenheiten der Firma/des Betriebs resultieren. Soweit softwaretechnische Lösungen als Teil der Aufgabe gefordert sind, heißt das in der Regel, dass im Rahmen der Bachelorarbeit Prototypen implementiert werden, nicht aber die Sicherstellung von Produkteigenschaften (inkl. begleitender Handbücher, etc.) eingeschlossen ist.</p>					
<b>Literatur</b>	in Abhängigkeit des gestellten Themas; Die Bachelorarbeit soll wissenschaftlich angefertigt werden, d. h. Literatur ist entsprechend des Themas intensiv zu sichten, verwenden und zitieren.					