

MODULHANDBUCH

für den Studiengang

DIGITAL BUSINESS MANAGEMENT (M.A.)

4 SEMESTER (VOLLZEIT)

**INU - INNOVATIVE UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES**

Fachbereich Management, Technology & Psychology

Inhaltsverzeichnis

1 Struktureller Aufbau des Studiengangs	2
2 Einführung zum selbstorganisierten Lernen	5
2.1 Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)	5
3 Foundations of Management	7
3.1 International Finance (2.0001.0.01)	7
3.2 Human Resource Management in the Digital Age (2.0002.0.01)	9
3.3 Accounting for Managers (2.0003.0.01)	11
3.4 Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)	13
3.5 Modern Management Approaches (2.0005.0.01)	15
3.6 Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)	17
4 Methods for Management & Research	18
4.1 Business Statistics (2.0007.0.01)	18
4.2 Research Methods for Business (2.0008.0.01)	20
4.3 Business Analytics (2.0009.0.01)	22
5 Business Development & Digitalization	24
5.1 Disruptive Technologies & Advanced Artificial Intelligence (2.0010.0.01)	24
5.2 Digital Consulting (2.0011.0.01)	26
5.3 Cyber Security & Risk Management (2.0012.0.01)	28
5.4 Digitalization Strategy & Internet of Things (2.0013.0.01)	30
6 Business Intelligence	32
6.1 Data Mining (2.0014.0.01)	32
6.2 Data Management for Business Intelligence (2.0015.0.01)	34
6.3 Customer-Focused Marketing Intelligence (2.0016.0.01)	36
6.4 Business Forecasting (2.0017.0.01)	38
6.5 Data Warehousing (2.0018.0.01)	40
7 International Experience & Master's Thesis	42
7.1 Internship (2.0019.0.01)	42
7.2 Master's Thesis (2.0020.0.01)	44

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht über die Verbundmodule	2
Tabelle 2: Übersicht über die spezifischen Module des Studiengangs	2
Tabelle 3: Studienverlaufsplan	4

1 Struktureller Aufbau des Studiengangs

Das Curriculum des Studiengangs Digital Business Management (M.A.), das modular aufgebaut ist, setzt sich aus verschiedenen wirtschaftswissenschaftlichen Modulen sowie aus Modulen aus den Bereichen Digitalisierung und Business Intelligence zusammen. Einige wirtschaftswissenschaftliche Module sind auch Bestandteil des Masterstudiengangs International Business Management (M.A.) und werden als sogenannte „Verbundmodule“ gemeinsam mit diesem Studiengang absolviert:

Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte	SWS	Verbund ^{*)}
2.0001.0.01	International Finance	5	4	DBM; IBM
2.0003.0.01	Accounting for Managers	5	4	DBM; IBM
2.0004.0.01	Strategic Management in the Global Environment	5	4	DBM; IBM
2.0006.0.01	Leadership & Business Ethics	5	4	DBM; IBM
2.0007.0.01	Business Statistics	5	4	DBM; IBM
2.0008.0.01	Research Methods for Business	5	4	DBM; IBM
2.0009.0.01	Business Analytics	5	4	DBM; IBM
2.0019.0.01	Internship	10	0	DBM; IBM
*) DBM = Digital Business Management (M.A.), IBM = International Business Management (M.A.)				

Tabelle 1: Übersicht über die Verbundmodule

Mit den Verbundmodulen wird erreicht, dass alle Studierenden vertieftes Wissen in relevanten betriebswirtschaftlichen Bereichen erlangen. Die Verbundmodule umfassen somit Themenbereiche, die nicht zum fachlichen Schwerpunkt der einzelnen Studiengänge gehören, aber dennoch relevante Kenntnisse und Kompetenzen als Basis für den fachlichen Schwerpunkt des jeweiligen Studiengangs vermitteln. Sie dienen zudem der Vermittlung von methodischen und überfachlichen Kernkompetenzen.

Die Verbundmodule werden ergänzt um studiengangsspezifische Module aus dem Bereich Digital Business Management, die der folgenden Übersicht zu entnehmen sind:

Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte	SWS
2.0002.0.01	Human Resource Management in the Digital Age	5	4
2.0005.0.01	Modern Management Approaches	5	4
2.0010.0.01	Disruptive Technologies & Advanced Artificial Intelligence	5	4
2.0011.0.01	Digital Consulting	5	4
2.0012.0.01	Cyber Security & Risk Management	5	4
2.0013.0.01	Digitalization Strategy & Internet of Things	5	4
2.0014.0.01	Data Mining	5	4
2.0015.0.01	Data Management for Business Intelligence	5	4
2.0016.0.01	Customer-Focused Marketing Intelligence	5	4
2.0017.0.01	Business Forecasting	5	4
2.0018.0.01	Data Warehousing	5	4
2.0020.0.01	Master's Thesis	20	0

Tabelle 2: Übersicht über die spezifischen Module des Studiengangs

Die Verbundmodule sowie die studiengangsspezifischen Module lassen sich im Rahmen des Modularisierungskonzepts in fünf Modulgruppen gliedern:

- **Themengebiet Foundations of Management**
 - International Finance (2.0001.0.01)
 - Human Resource Management in the Digital Age (2.0002.0.01)
 - Accounting for Managers (2.0003.0.01)
 - Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)
 - Modern Management Approaches (2.0005.0.01)
 - Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)
- **Themengebiet Methods of Management & Research**
 - Business Statistics (2.0007.0.01)
 - Research Methods for Business (2.0008.0.01)
 - Business Analytics (2.0009.0.01)
- **Themengebiet Business Development & Digitalization**
 - Disruptive Technologies & Advanced Artificial Intelligence (2.0010.0.01)
 - Digital Consulting (2.0011.0.01)
 - Cyber Security & Risk Management (2.0012.0.01)
 - Digitalization Strategy & Internet of Things (2.0013.0.01)
- **Themengebiet Business Intelligence**
 - Data Mining (2.0014.0.01)
 - Data Management for Business Intelligence (2.0015.0.01)
 - Customer-Focused Marketing Intelligence (2.0016.0.01)
 - Business Forecasting (2.0017.0.01)
 - Data Warehousing (2.0018.0.01)
- **Themengebiet International Experience & Master's Thesis**
 - Internship (2.0019.0.01)
 - Master's Thesis (2.0020.0.01)

Die Verteilung der Verbundmodule sowie der studiengangsspezifischen Module über den Studienverlauf kann dem folgenden Studienverlaufsplan entnommen werden.

Die in den Modulbeschreibungen genannten Prüfungsformen stellen Regelprüfungsformen dar. Zur Gewährleistung einer an den Lernzielen orientierten und kompetenzorientierten Prüfung kann die konkrete Prüfungsform semesterweise angepasst werden; sie wird zu Beginn der jeweiligen Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Studienverlaufsplan des Studiengangs Digital Business Management (M.A.)

Digital Business Management (M.A.)																
Verbund mit	Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester				SWS im Semester				Workload (In Zeitzstunden)			Modultyp ¹⁾	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits	
			1	2	3	4	1	2	3	4	synchrone Kontaktzeit Online	asynchrone Kontaktzeit-angeleitetes Selbststudium	Selbststudium		Prüfungsformen	
	Themengebiet:	Einführung zum selbstorganisierten Lernen ^{**)}														
IBW;WP;SMM;PSY;IBM	1.0001.0.01	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen					1								A	-
	Themengebiet:	Foundations of Management														
IBM	2.0001.0.01	International Finance	5				4				14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
-	2.0002.0.01	Human Resource Management in the Digital Age	5				4				14	42	69	P	Präsentation und Handout	
IBM	2.0003.0.01	Accounting for Managers		5				4			14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
IBM	2.0004.0.01	Strategic Management in the Global Environment		5				4			14	42	69	P	Hausarbeit	
-	2.0005.0.01	Modern Management Approaches			5				4		14	42	69	P	Hausarbeit	
IBM	2.0006.0.01	Leadership & Business Ethics			5				4		14	42	69	P	Hausarbeit	
	Themengebiet:	Methods for Management & Research														
IBM	2.0007.0.01	Business Statistics	5				4				14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
IBM	2.0008.0.01	Research Methods for Business	5				4				14	42	69	P	Hausarbeit	
IBM	2.0009.0.01	Business Analytics		5				4			14	42	69	P	Hausarbeit	
	Themengebiet:	Business Development & Digitalization														
-	2.0010.0.01	Disruptive Technologies & Advanced Artificial Intelligence			5				4		14	42	69	P	Posterpräsentation	
-	2.0011.0.01	Digital Consulting			5				4		14	42	69	P	Präsentation und Handout	
-	2.0012.0.01	Cyber Security & Risk Management			5				4		14	42	69	P	Case Study	
-	2.0013.0.01	Digitalization Strategy & Internet of Things			5				4		14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
	Themengebiet:	Business Intelligence														
-	2.0014.0.01	Data Mining	5				4				14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
-	2.0015.0.01	Data Management for Business Intelligence	5				4				14	42	69	P	Präsentation und Handout	
-	2.0016.0.01	Customer-Focused Marketing Intelligence		5				4			14	42	69	P	Präsentation und Handout	
-	2.0017.0.01	Business Forecasting		5				4			14	42	69	P	Case Study	
-	2.0018.0.01	Data Warehousing		5				4			14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
	Themengebiet:	International Experience & Master's Thesis														
IBM	2.0019.0.01	Internship				10					0	0	250	P	unbenoteter Nachweis	
-	2.0020.0.01	Master's Thesis				20					0	0	500	P	Abschlussarbeit	
Summe ECTS-Punkte / SWS Je Semester			30	30	30	30	24	24	24	0						
Summe ECTS-Punkte / SWS gesamt			120				72									
Summe Workload											252	756	1992			
											3000					

¹⁾ Legende	
Verbund-Studiengänge	
IBW	Internationale Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
PSY	Psychologie (B.Sc.)
WP	Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)
SMM	Social-Media-Management (B.A.)
DBM	Digital Business Management (M.A.)
IBM	International Business Management (M.A.)
Modultyp	
P	Pflichtmodul
A	Außercurriculares optionales Modul

^{**)} Hinweis:
Das Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen ist ein optionales, außercurriculares Modul, das sich vor Beginn des Vorlesungszeitraums an Studienanfängerinnen und -anfänger richtet und Kenntnisse über die im Studium zu verwendenden Online-Systeme sowie Methoden zur Selbstorganisation vermittelt.

Tabelle 2: Studienverlaufsplan

2 Einführung zum selbstorganisierten Lernen

2.1 Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
1.0001.0.01			1 Semester		1	1	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
- h	0	1	- h		- h		- h	
Detailinformationen:								
1	Lehrveranstaltungen: Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular) (1 SWS) Hinweis: Das Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular) findet vor Beginn der regulären Vorlesungszeiten der sonstigen curricularen Inhalte für Studierende, die das Studium beginnen, statt, um den Studierenden die vielfältigen Möglichkeiten der verwendeten Onlinesysteme zu präsentieren. Ferner sollen Sie einen Überblick über Kommunikationsinstrumente zu anderen Studierenden bzw. zu Dozierenden erhalten und mit Methoden des selbstorganisierten Lernens vertraut gemacht werden.							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ... sich auf den Online-Systemen der INU – Innovative University of Applied Sciences anzumelden und die Funktionalitäten zu verstehen und anzuwenden, ... für sich selbst ein adäquates Selbst- und Zeitmanagement zu entwickeln, ... verschiedene Lern- und Arbeitstechniken anzuwenden und die digitalen Medien zur Kommunikation, Kollaboration und Organisation anzuwenden, ... sich mit Kommilitonen und Kommilitoninnen zur Bildung von Lerngruppen zu vernetzen, ... digital mit Professoren und Professorinnen in Kontakt zu treten und verschiedene interaktive Kommunikationskanäle zu nutzen, ... ihre eigene Lernplanung für ihr Studium zu erstellen und Lernstrategien zu reflektieren und Anpassungen vorzunehmen, ... Tools der Lernplattform und digitale Werkzeuge zur Kommunikation und zur Zusammenarbeit untereinander zu nutzen und daraus ableitend Konzepte für die onlinebezogene Kommunikation im Berufsleben einzuschätzen und bewerten zu können, ... studienrelevante Verwaltungsvorgänge digital mit den Online-Systemen durchzuführen sowie ... an Online-Tests zur Erfolgskontrolle teilzunehmen.							
3	Studieninhalte • Virtuelle Lernprozesse - eine Einführung • Online-Systeme der INU • Online-Studium und Lernprojekte - Wissensmanagement • Fokussierung auf das Lernen • Kommunikation							
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch							
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.							
6	Prüfungsform(en) keine							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Es werden keine ECTS-Punkte vergeben.							

8	Stellenwert der Note für die Endnote Das Modul geht nicht in die Bewertung der Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Bensberg, G. (2014): Dein Weg zum Prüfungserfolg: Angstfrei durchs Studium: Auswahlverfahren, Referate, Prüfungen, Bewerbungen, 1. Aufl., Berlin. • Koeder, K. W. (2019): Studieren lernen: Selbstmanagement für Studienanfänger, 6. Aufl., München. • Metzsig, W./Schuster, M. (2016): Lernen zu lernen: Lernstrategien wirkungsvoll einsetzen, 9. Aufl., Heidelberg. • Seidl, T./Seidl, S. (2022): Selbstmanagement im Studium: Für Studierende der Geistes- und Sozialwissenschaften, 1. Aufl., Wiesbaden.

3 Foundations of Management

3.1 International Finance (2.0001.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0001.0.01		1 Semester		1	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: International Finance (2.0001.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... beherrschen die Studierenden Konzepte der Unternehmensfinanzierung, insbesondere im internationalen Kontext. ... besitzen die Studierenden ein umfassendes Wissen über die Bewertung von Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen und können die Instrumente praxisorientiert anwenden. ... können die Studierenden ihre Kenntnisse bekannter Kapitalmarktmodelle und -theorien bei Finanzierungsentscheidungen anwenden. ... sind die Studierenden befähigt, Konzepte und Theorien zur Finanzierung aus Sicht der Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung von Risikoaspekten, sowohl bei der Finanzierung am Kapitalmarkt als auch für Private Equity finanzierte Wachstumsunternehmen zu erklären und anzuwenden.						
3	Studieninhalte - Finanzwirtschaft der Unternehmung - Management der Vermögensstruktur - Wertpapiergeschäfte - Alternativen der Kapitalaufbringung - Technologien und Innovationen im Finanzwesen - Finanzplanung und Working Capital Management						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Online-Klausur (75 Minuten)						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.						
10	Pflichtliteratur Madura, J./Fox, R. (2023): International Financial Management, 6th edition Cengage Learning, London.						

- Eiteman, D./ Stonehill, A./ Moffett, M. 8. (2024): Multinational Business Finance, 16th edition, Pearson, Harlow.

Weiterführende Literatur

- Hull, J. (2023): Risk Management and Financial Institutions, 6th edition, Wiley, New Jersey.
- Brealey, R./Myers, S./Allen, F. (2023): Principles of Corporate Finance ISE, 14th edition, McGraw-Hill, New York.
- Baker, K./ Filbeck, G./ Barkley, T. (2023): Working Capital Management – Concepts and Strategies, World Scientific, Singapore.
- Coles, J. L./Li, Z. F. (2023): An Empirical Assessment of Empirical Corporate Finance. In: Journal of Financial & Quantitative Analysis. Jun2023, Vol. 58 Issue 4, p1391-1430.
- Dehejia, R./Gupta, N. (2022): Financial Development and Micro-Entrepreneurship. In: Journal of Financial & Quantitative Analysis. Aug 2022, Vol. 57 Issue 5, p1834-1861.
- Swain, K. R. (2022): Lessons in Corporate Finance -- A Case Studies Approach to Financial Tools, Financial Policies, and Valuation. In: South Asian Journal of Management. Oct-Dec2022, Vol. 29 Issue 4, p203-206.
- Gao, X./ Jia, Y./ Li, S. (2020): Does Mandatory Disclosure of Internal Control Weaknesses Affect Corporate Financing Decisions? In: Journal of Accounting, Auditing & Finance. Jul2020, Vol. 35 Issue 3, p581-606.
- Zusätzlich: Ausgewählte aktuelle Fallstudien.

3.2 Human Resource Management in the Digital Age (2.0002.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0002.0.01		1 Semester		1	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Human Resource Management in the Digital Age (2.0002.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden die Funktionen und die Besonderheiten der grundlegenden Prozesse im Personalmanagement. ... sind die Studierenden in der Lage, geeignete (digitale) Personalstrategien zu entwickeln und aktuelle Trends, Entwicklungen und Herausforderungen zu erkennen und notwendige Anpassungsmaßnahmen einzuleiten. ... verstehen die Studierenden den Einfluss der Organisations- und Leitungsstruktur sowie Mitarbeiterprofile auf den Erfolg von Personalpraktiken im Hinblick auf den Unternehmenserfolg und andere direkte und indirekte Treiber und können diese managen. ... sind die Studierenden vertraut mit aktuellen digitalen Personalpraktiken. ... können die Studierenden v. a. technologiegetriebene Veränderungen verfolgen und darauf reagieren.						
3	Studieninhalte - Funktionen des Personalmanagements - Notwendigkeit und Wettbewerbsvorteile durch digitales Personalmanagement: Organisationsstrukturen und Kommunikation im Zuge zunehmender Komplexität - Prozesse im Personalmanagement - Digitale Personalstrategien und -praktiken - Digitale Human Resource Tools und Plattformen - Einfluss (digitaler) Personalpraktiken auf den Unternehmenserfolg - Aktuelle Herausforderungen im Personalmanagement mit Fallbeispielen, z. B. - Neue Arbeitsmodelle: New Work, Arbeit 4.0						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Präsentation und Handout						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Präsentation und einem Handout ab. Die Präsentation hat einen Umfang von 10-20 Minuten, das Handout hat einen Umfang von 3 Seiten. Eine Durchführung als Gruppenarbeit ist möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Präsentation mit Handout mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.						

10	Pflichtliteratur • Noe, R./ Hollenbeck, J./ Gerhart, B./ Wright, P. (2021): Fundamentals of Human resource Management ISE, McGraw-Hill, New York. • Manuti, A.; de Palma, P. (2023): Digital HR. A Critical Management Approach to the Digitalization of Organizations in the New Normal, 2nd edition, Springer International, Cham. Weiterführende Literatur • Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn jedes Kurses bekanntgegeben.
----	--

3.3 Accounting for Managers (2.0003.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0003.0.01			1 Semester		2	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h		42 h		69 h	
Detailinformationen:								
1	Lehrveranstaltungen: Accounting for Managers (2.0003.0.01) (4 SWS)							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... verfügen die Studierenden über Kompetenzen in der Beurteilung der rechtlichen und institutionellen Aspekte der Jahresabschlussprüfung. ... verfügen die Studierenden über Methodenkompetenz für die Anwendung moderner Prüfungstechniken. ... können die Studierenden betriebswirtschaftliche Analysekonzepte im Rahmen der Jahresabschlussprüfung operationalisieren. ... verfügen die Studierenden über Kompetenzen zur Beurteilung und Gestaltung des ordnungsgemäßen Ablaufs von betriebswirtschaftlichen Prüfungen zu besonderen Anlässen. ... sind die Studierenden in der Lage, den Bezug zwischen den Buchhaltungsdaten und den Betriebs-, Investitions- und Finanzaktivitäten eines Unternehmens zu erfassen und anzuwenden, um die Produktivität des Unternehmens zu fördern. ... erkennen die Studierenden Einschränkungen der Rechnungslegungsdaten und wie sie zu Schwierigkeiten bei der effizienten Erhebung und Bewertung von Daten führen können. ... verfügen die Studierenden über das wissenschaftsgeprägte methodische und detaillierte berufliche Spezialwissen zur prozessorientierten Durchführung von wirtschaftlichen Prüfungen, insbesondere Abschlussprüfungen, nach dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen und berufsständischen Erkenntnisse (Vertiefung).							
3	Studieninhalte - Regulierung der Wirtschaftsprüfung - Systemprüfungen und analytische Prüfungen - Einzelfallprüfungen - Prüfungsplanung und Ablauf - Branchen- und anlassspezifische Prüfungen - Abschlussprüfungen - Fallstudien und praktische Anwendungen							
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch							
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.							
6	Prüfungsform(en) Online-Klausur (75 Minuten)							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.							
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.							

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Noreen, E./ Brewer, P./Garrison, R. (2023): Managerial Accounting for Managers, 6th edition, McGraw-Hill, New York. • Weil, R.L./Schipper, K./Francis, J. (2014): Financial Accounting: An Introduction to Concepts, Methods and Uses, South-Western Cengage Learning, Ohio. • Atrill, P./ McLaney, E. (2022): Financial Accounting for Decision Makers, 10th edition, Pearson, Harlow. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses veröffentlicht. Weiterführende Literatur • Blocher, E./ Juras, P./ Smith, S. (2022): Cost Management: A strategic emphasis, 9th edition, McGraw-Hill, New York. • Wahlen, J./ Baginski, S./Bradshaw, M. (2022): Financial Reporting, Financial Statement Analysis and Valuation, Cengage Learning, Boston. • Marr, B. (2016): Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results, Wiley, Chichester. • Chen, R./El Ghouli, S./Guedhami, O. (2024): Conducting Research in International Accounting and Finance: Opportunities, Challenges, and Recommendations. In: Journal of International Accounting Research. 2024, Vol. 23 Issue 1, p1-20. 20p. • Hajeb, H. R./Alipour, S./Moghadam, A. G. (2023): Scientific Revolution in Accounting: Paradigm Shift Towards the Use of Fair Values. • Zeff, Stephen A. (2024): Tracing Intellectual Origins in Accounting. In: Accounting Historians Journal. Jun2024, Vol. 51 Issue 1, p111-125. 15p

3.4 Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0004.0.01		1 Semester		2	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... erkennen die Studierenden verschiedene Perspektiven und Treiber der Unternehmensentwicklung. ... verstehen die Studierenden unterschiedliche Erklärungsansätze zur strategischen Positionierung. ... differenzieren die Studierenden unterschiedliche Formen der Strategieentwicklung. ... wenden die Studierenden die angeeigneten Werkzeuge und Konzepte auf konkrete Fallbeispiele aus der Praxis an. ... verfügen die Studierenden über ein vertieftes Verständnis der betriebswirtschaftlichen nachhaltigen Unternehmensführung und über die Grundlagen des Wettbewerbsprozesses sowie der Wettbewerbsdynamik. ... sind die Studierenden in der Lage, die Rolle und Bedeutung des strategischen Managements in den Kontext der internationalen Betriebswirtschaftslehre und der Unternehmensführung einzuordnen. ... wenden die Studierenden theoretische Erkenntnisse auf praktische Fallstudien und Branchenkontexte an.						
3	Studieninhalte - Strategisches Management - Modelle der Unternehmensentwicklung - Strategische Positionierung - Strategieprozesse - Fusionen und Akquisitionen (M&A) - Organisationaler Personalabbau (Downsizing) - Disruptive Innovation - Analyse von Fallstudien global tätiger Unternehmen						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Hausarbeit						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.						
10	Pflichtliteratur						

- Lasserre, P./Monteiro, F. (2023): Global Strategic Management, 5th edition, Bloomsbury Academic, London.
- David, F./David, F./David, M. (2023): Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, 17th edition, Pearson, Harlow.
- Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

Weiterführende Literatur

- Bromiley, P./Rau, D. (2022): Some Problems in using prospect theory to explain strategic management issues. In: Academy of Management Perspectives. Feb2022, Vol. 36 Issue 1, p125-141.
- Dess, G. C./Lumpkin, G. T./Eisner, A. B. (2013): Strategic Management: Creating Competitive Advantages, 7th edition, McGraw Hill Higher Education, New York.
- Taneja, S./Atinc, Y./Pryor, M. (2023): Redefining Strategic Management: The Alignment and Implementation Perspective. Journal of Accounting, Business & Management. Oct2023, Vol. 30 Issue 2, p19-26.
- Teece, D. J. (2023): Big Tech and Strategic Management: How Management Scholars Can Inform Competition Policy. In: Academy of Management Perspectives. Feb2023, Vol. 37 Issue 1, p1-15.
- Wan, J./Wang, L./Saade, R. (2022): Empirical Analysis of Strategic Management in Inter-Governmental Organization. In: Administrative Sciences (2076-3387). Sep2022, Vol. 12 Issue 3.
- Wunder, T. (2023): Essentials of Strategic Management: Effective Formulation and Execution of Strategy in the Era of Sustainability, 2nd edition, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.

3.5 Modern Management Approaches (2.0005.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0005.0.01			1 Semester	3	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Modern Management Approaches (2.0005.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... haben die Studierenden ihre Kenntnisse in traditionellen und modernen Managementtheorien vertieft. ... kennen die Studierenden Anwendungsszenarien für verschiedene Managementvorgehensweisen. ... können sich die Studierenden kritisch mit verschiedenen Managementansätzen auseinandersetzen. ... kennen die Studierenden Prinzipien und Methoden des agilen Managements (z. B. Scrum, Kanban, Selbstorganisation etc.) und können diese zielgerichtet anwenden. ... sind die Studierenden vertraut mit den Konzepten einer agilen Führung. ... nutzen die Studierenden begründet agile Organisationsstrukturen bei der Durchführung agiler Projekte. ... verstehen die Studierenden theoretische und praxisrelevante Aspekte des Komplexitätsmanagements und wissen, wo diese eingesetzt werden. ... sind die Studierenden mit den Herausforderungen der digitalen Transformation im Kontext des Managements vertraut und können Chancen und Risiken kritisch beurteilen. ... kennen die Studierenden Ansätze des nachhaltigen Managements und können gezielt Instrumente dieses Managementansatzes beurteilen und zur Anwendung bringen. ... beobachten die Studierenden aktuelle Forschungsthemen und führen einen kritischen Diskurs zu Managementtheorien.						
3	Studieninhalte - Traditionelle vs. moderne Managementansätze - Agiles Management - Komplexitätsmanagement - Digitale Transformation und Management - Change Management in der digitalen Transformation - Nachhaltiges Management - Shared und Distant Leadership - Aktuelle Themen und Forschungen zu Managementtheorien						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Hausarbeit						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						

8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Certo, S./ Certo, S.T. (2018): Modern Management: Concepts and Skills, Global edition, Pearson, Harlow. • Maximini, D. (2022): Agile leadership in Practice: Applying Management 3.0, 2nd edition, Springer, Cham. • Verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur • Wilkinson, N. (2022): Managerial Economics: Problem Solving in a Digital World. Cambridge University Press. • Siebel, T. (2019): Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction, Rodin, New York. • Maak, T./Pless, N./Orlitzky, M./Sandhu, S. (2021): The Routledge Companion to Corporate Social Responsibility Fehler! Linkreferenz ungültig., Routledge, Milton. • Denning, S. (2018): The Age of Agile: How Smart Companies Are Transforming the Way Work Gets Done Amazon, New York. • McChrystal, S./Collins, T./ Silverman, D./Fussell, C. (2015): Team of Teams: New Rules of Engagement for a Complex World, Random House, New York.

3.6 Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0006.0.01		1 Semester		3	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... können die Studierenden verschiedene Theorien über die Beziehungen zwischen Unternehmen und deren Stakeholdern analysieren und deren Auswirkungen auf unternehmerische Aktivitäten definieren. ... entwickeln und begründen die Studierenden wirksame Konzepte zur Stärkung ethischen Verhaltens in Unternehmen. ... identifizieren die Studierenden ihre gesellschaftliche und ökonomische Verantwortung als Akteure in Unternehmen und in anderen Bereichen der Wirtschaft. ... haben die Studierenden vertiefte Kenntnisse über philosophische Perspektiven und ethische Debatten zu wirtschaftlichem und unternehmerischem Handeln erworben. ... sind die Studierenden in der Lage, unternehmerisches Handeln und unternehmerische Verantwortung aus einer Außen- und Innensicht des Unternehmens zu erklären und mit Hilfe wissenschaftlicher Ansätze zu bewerten. ... identifizieren die Studierenden Bereiche, in denen die eigenen Führungskompetenzen erweitert werden können. ... sind die Studierenden befähigt, die Annahmen, Voraussetzungen und Werte, die jeder in komplexe Geschäfte einbringt, kritisch zu hinterfragen. ... erkennen die Studierenden wirtschaftsethische Probleme der Individual-, Unternehmens- und Ordnungsethik und analysieren sie anhand klassischer Theorien der Unternehmensethik. ... sind die Studierenden in der Lage, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen vor dem Hintergrund der Rolle als sozialpolitischer Träger zu diskutieren und kritisch zu hinterfragen. ... können die Studierenden über aktuelle wirtschaftsethische Themen (z. B. zu Globalisierung, Nachhaltigkeit, Verantwortung von Unternehmen, Vergütungssysteme) informiert diskutieren und Stellung nehmen. ... können die Studierenden den jeweiligen Stand der unternehmerischen ethischen Diskussion in die gesellschaftlichen Erwartungen einordnen und die daraus resultierenden Aufgaben eines unternehmerischen Wandels formulieren.						
3	Studieninhalte - Praktische Philosophie - Individuelethik in der Wirtschaft - Unternehmensethik - Ordnungsethik - Anwendungsbereiche der Wirtschaftsethik - Konfliktbereiche in Governance und Ethik - Führung und Führungspersönlichkeit - Praktische Anwendungen und Fallstudien						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						

6	Prüfungsform(en) Hausarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Ferrell, O./ Fraedrich, J. (2021): Business Ethics, Cengage Learning, Boston. • Ciulla, J.B. (2020): The Search for Ethics in Leadership, Business, and Beyond, Springer, Cham. • Rezaee, Z./ Fogarty, T. (2019): Business Sustainability, Corporate Governance, and Organizational Ethics Wiley, Hoboken. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur • Becker, C. (2024): Business Ethics: Methods, Theories, and Application, 2nd edition, Routledge, London. • Kotter, J.P. (2012): Leading Change – with a new preface by the author, Harvard Business School Press, Boston. • Pless, N./ Maak, T. (2021): Responsible Leadership, 2nd edition, Routledge, London. • Csikszentmihalyi, M. (2004): Good Business: Leadership, Flow, and the Making of Meaning, Penguin, New York. • Tricker, B. (2023): Corporate Governance: Principles, Policies and Practices, 4th. edition, Oxford University Press, Oxford.

4 Methods for Management & Research

4.1 Business Statistics (2.0007.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0007.0.01			1 Semester		1	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h		42 h		69 h	
Detailinformationen:								
1	Lehrveranstaltungen: • Business Statistics (2.0007.0.01) (4 SWS)							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... sind die Studierenden in der Lage, Wahrscheinlichkeiten von Ereignissen und prinzipielle Kenngrößen von Merkmalen zu bestimmen. ... sind die Studierenden mit dem Konzept von Parameterschätzungen vertraut und können es anwenden. ... können die Studierenden statistische Modelle durch Tests überprüfen und die Ergebnisse interpretieren. ... sind die Studierenden in der Lage, die Zeitreihen statistischer Daten grafisch aufzubereiten und zu interpretieren. ... sind die Studierenden befähigt, mit den erlernten Methoden empirische Analysen selbständig durchzuführen und deren Ergebnisse zielgerichtet zu interpretieren. ... wenden die Studierenden ihre erworbenen statistischen Analysefähigkeiten auf die aktuellen Wirtschaftsanforderungen an und berücksichtigen dabei die relevanten Rahmenbedingungen und Variablen, um Entscheidungsgrundlagen bereitzustellen. ... entwickeln die Studierenden auf Basis aktueller Fallbeispiele Handlungsempfehlungen zur Entscheidungsfindung.							

	... besitzen die Studierenden grundlegende Kenntnisse ökonomischer Methoden, die sie befähigen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung zu verstehen und empirische Studien zu ökonomischen Fragestellungen selbstständig durchzuführen. ... können die Studierenden Parameter von linearen und verallgemeinerten Regressionsmodellen, von Modellen für diskrete und begrenzt abhängige Variablen sowie von Zeitreihenmodellen mit geeigneten Inferenzmethoden schätzen und Hypothesentests durchführen. ... können die Studierenden Prognosen ökonomischer Variablen erstellen. ... kennen die Studierenden die Grundlagen statistischer Analysen und können statistische Methoden auf Forschungsfragen im globalen Kontext übertragen. ... sind die Studierenden in der Lage, Beziehungen zwischen Variablen aufzustellen und diese bzgl. der Repräsentativität der Daten beurteilen. ... kennen die Studierenden Datenerfassungsmethoden und verstehen, wie Daten kategorisiert werden.
3	Studieninhalte • Deskriptive Statistik zur Datenanalyse • Wahrscheinlichkeitsrechnung und Verteilungen, • Statistische Inferenz • Korrelations- und Regressionsanalyse • Zeitreihenanalyse • Anwendung statistischer Modelle • Entscheidungsunterstützung
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.
6	Prüfungsform(en) Online-Klausur (75 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Sharpe, N. R./De Veaux, R. D./Velleman, P. (2015): Business Statistics, 3rd global edition, Pearson, Harlow. Weiterführende Literatur • Anderson, D. R. (2018): Statistics for Business & Economics, 13 revised edition, Cengage Learning Boston. • Brockwell, P. J./Davis, R. A. (2016): Introduction to Time Series and Forecasting, 4th edition, Springer, Cham. • Groebner, D. F./Shannon, P. W./Fry, P. C. (2018): Business Statistics: A Decision-Making Approach, (student value edition), 10th edition, Pearson, Prentice Hall. • Journal of Econometric Methods, de Gruyter, Berlin. • Newbold, P./Carlson, W./Thorne, B. (2013): Statistics for Business and Economics, 8th edition, Pearson, Harlow. • Shumway, R. H./Stoffer, D. S. (2017): 4th edition, Time Series Analysis and Its Applications: With R Examples, Springer, Cham.

4.2 Research Methods for Business (2.0008.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0008.0.01		1 Semester		1	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Research Methods for Business (2.0008.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden die verschiedenen Vorgehensweisen ausgewählter, aktueller quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden und sind in der Lage, geeignete Verfahren zur Untersuchung verschiedener Forschungsfragen auszuwählen und anzuwenden. ... beherrschen die Studierenden die Konzeption und nachvollziehbare Beschreibung ausgewählter, aktueller quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden zur Untersuchung (wirtschafts-)wissenschaftlicher Fragestellungen. ... können die Studierenden Forschungsablauf und -bericht nachvollziehbar und strukturiert abbilden. ... sind die Studierenden in der Lage, einen empirischen Datensatz anhand deskriptiver Statistiken zu beschreiben und einfache Hypothesen zur Struktur der Daten zu testen. ... können die Studierenden zwischen unternehmerischen und wissenschaftlichen Fragestellungen differenzieren. ... kennen die Studierenden Erkenntnispotenziale und -grenzen empirischer Forschungsmethoden und können sie anhand von Gütekriterien bewerten. ... sind die Studierenden in der Lage, die Ergebnisse in einen allgemeinen funktionellen Zusammenhang zu stellen und Implikationen abzuleiten. ... sind die Studierenden befähigt, mit den erlernten Methoden empirische Analysen selbständig durchzuführen und deren Ergebnisse zielgerichtet zu interpretieren.						
3	Studieninhalte - Herkunft und Anwendungsgebiete verschiedener Forschungsansätze - Kriterien guter Forschungspraxis und ethische Richtlinien - Quantitative Methoden - Qualitative Methoden - Entwicklung eines Forschungsprojektes - Aktuelle Forschungsbeispiele im internationalen Kontext						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Hausarbeit						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						

8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Clow, K. E./James, K. E. (2014): Essentials of Marketing Research: Putting Research into Practice, Sage Publications, 2014. • Staddon, J. (2024): Scientific Method: How Science Works, Fails to Work, and Pretends to Work. Oxford: Routledge. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur • Mayring, Ph. (2015): Qualitative Content Analysis. Theoretical background and procedures, in: Bikner-Ahsbals, A./Knipping, C./Presmeg, N. (Eds.): Approaches to qualitative research in mathematics education. Examples of methodology and methods (pp. 365-380), Springer, New York. • Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A. (2016): Research Methods for Business Students, 7th edition, Pearson, Harlow. • Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

4.3 Business Analytics (2.0009.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0009.0.01			1 Semester		2	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h		42 h		69 h	
Detailinformationen:								
1	Lehrveranstaltungen: Business Analytics (2.0009.0.01) (4 SWS)							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden aktuelle und zukünftige Anwendungsbereiche, in denen Business Analytics eingesetzt werden können. ... können die Studierenden die Funktionen von Business Analytics beschreiben, dessen Prozess erklären und die Instrumente von Business Analytics einordnen. ... kennen die Studierenden Grenzen und Kriterien zur Gewährleistung und zum Schutz von Privatsphäre. ... sind die Studierenden in der Lage, die Ergebnisse in den Wirtschaftskontext zu übertragen, können diese effektiv kommunizieren und bei der unternehmerischen Entscheidung unterstützen. ... können die Studierenden entscheidungsrelevante Daten erheben und damit betriebswirtschaftliche Kenngrößen ableiten/bestimmen.							
3	Studieninhalte - Grundlagen und Notwendigkeit - Business Analytics Prozess - Analytics Typen - Anwendungsbereiche und Trends - Datenschutz und ethische Implikationen - Entscheidungsfindung und KPI - Effektive Kommunikation und Präsentation quantitativer analytischer Ergebnisse							
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch							
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.							
6	Prüfungsform(en) Hausarbeit							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.							
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.							
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.							
10	Pflichtliteratur Samaddar, S./Nargundkar, S. (2018): Data Analytics: Effective Methods for Presenting Results (Data Analytics Applications), Auerbach Publications.							

- Sharda, R./Delen, D./Turban, E. (2017): Business intelligence, analytics, and data science: a managerial perspective, 4th edition, Pearson, Boston.

Weiterführende Literatur

- Aggarwal, C.-C. (2015): Data Mining, Springer, Heidelberg/New York.
- Davenport, T.-H. (2014): Big Data at Work, Vahlen, München.
- Jackson, S. (2015): Cult of Analytics: Data analytics for marketing, 2nd edition, Routledge, Oxon/ New York.

5 Business Development & Digitalization

5.1 Disruptive Technologies & Advanced Artificial Intelligence (2.0010.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0010.0.01		1 Semester		3	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Disruptive Technologies & Advanced Artificial Intelligence (2.0010.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... entwickeln die Studierenden ein tiefes Verständnis für die aktuellen Herausforderungen des digitalen Wandels. ... verstehen und erklären die Studierenden die Unterschiede zwischen nachhaltigen und disruptiven Innovationen. ... erkennen und diskutieren die Studierenden gesellschaftspolitische Auswirkungen disruptiver Technologien. ... wissen die Studierenden um die Möglichkeiten disruptiver Technologien und um die Gefahren für bestehende Technologien. ... setzen sich die Studierenden kritisch mit ausgewählten Beispielen disruptiver Technologien auseinander, z.B. aus dem Transportwesen oder aus der Multimediabranche. ... reflektieren und erklären die Studierenden Zusammenhänge zwischen disruptiven Technologien und Künstlicher Intelligenz. ... verinnerlichen die Studierenden grundlegende und spezielle Aspekte Künstlicher Intelligenz. ... verstehen die Studierenden Entwurfsprinzipien für spezialisierte intelligente Agenten. ... diskutieren die Studierenden über die prinzipielle Möglichkeit der Schaffung einer Künstlichen Intelligenz und argumentieren fundiert über Vorteile und Gefahren. ... verstehen die Studierenden spezielle Techniken, die für künstliche Intelligenz verwendet werden, z.B. optimierende Suchverfahren, Ontologien, Umgang mit unsicherem Wissen, Lernprozesse sowie Entscheidungsprozesse, und können den Einsatz von diesen spezifizieren. ... beurteilen die Studierenden kritisch aktuelle Entwicklungen der Technologien der Künstlichen Intelligenz. ... können die Studierenden kritisch die Potentiale und Gefahren des Internets der Dinge reflektieren und unternehmensspezifisch beurteilen. ... sind die Studierenden in der Lage, Chancen und Risiken virtueller Realität zu beurteilen in Bezug auf verschiedene technologische Plattformen und Anwendungen.						
3	Studieninhalte - Disruptive Technologies - Advanced Artificial Intelligence - Internet der Dinge (IoT) - Erweiterte und virtuelle Realität (AR/VR)						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Posterpräsentation (1 DIN A0 Poster) mit Diskussion im Umfang von 10 Minuten.						

7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Posterpräsentation (1 DIN A0 Poster) und einer Diskussion im Umfang von 10 Minuten ab. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Posterpräsentation und der Diskussion mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Goodfellow, I./ Bengio, Y./ Courville, A. (2016): Deep learning, MIT Press, Cambridge. • Russell, S./Norvig, P. (2021): Artificial Intelligence: A Modern Approach, global 4th edition, Pearson Education, London. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur • Tegmark, M. (2017): Life 3.0: Being Human in the Age of Artificial Intelligence, Vintage, New York. • Gans, J. (2016): The other disruption in: Harvard Business Review, Vol. 94 Issue 3, pp. 78-84. • Sætra, H.S. (2023): Technology and Sustainable Development: The Promise and Pitfalls of Techno-Solutionism, Routledge, London.

5.2 Digital Consulting (2.0011.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ			
					VZ	TZ						
2.0011.0.01			1 Semester		3		-		jedes WS und SS		A	
Workload gesamt		ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium				Selbststudium		
125		5	4	14 h		42 h				69 h		
Detailinformationen:												
1 Lehrveranstaltungen: Digital Consulting (2.0011.0.01) (4 SWS)												
2 Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... verfügen die Studierenden über die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten, um in der digitalen Beratungsbranche und im Unternehmertum erfolgreich zu sein. ... bescherrschen die Studierenden Methoden und erarbeiten Strategien des Consultings im IT-Bereich. ... wenden die Studierenden betriebswirtschaftliche Konzepte auf Fragestellungen in digitalen Transformationsprojekten an. ... analysieren die Studierenden komplexe digitale Fragestellungen und verbinden diese mit Management-Fragestellungen. ... können die Studierenden Realisierungen von IT-Projekten begleiten und spezifische Projektmanagementmethoden anwenden.												
3 Studieninhalte - Consulting im digitalen Umfeld - Digitale Transformation - Spezielle Aspekte des IT-Projektmanagements - Digital Consulting als Geschäftsmodell - Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter												
4 Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch												
5 Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.												
6 Prüfungsform(en) Präsentation und Handout												
7 Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Präsentation und einem Handout ab. Die Präsentation hat einen Umfang von 10-20 Minuten, das Handout hat einen Umfang von 3 Seiten. Eine Durchführung als Gruppenarbeit ist möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Präsentation mit Handout mit einer Modulnote von mindestens 4,0.												
8 Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.												
9 Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.												
10 Pflichtliteratur Osterwalder, A./ Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Wiley, Hoboken.												

- Ries., E. (2011): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Crown Currency, New York.
- Rogers, D. (2016): The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age, Columbia Business School Publishing, New York.
- Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

Weiterführende Literatur

- McGinn, D. (2013): Inside Consulting's Black Box, Harvard Business Review, Vol. 91, Issue 9, pp. 126-127.
- Crişan, E./ Marincean, A. (2023): The digital transformation of management consulting companies: a review, in: Information Systems and e-Business Management, Vol 21, Issue 2, pp. 415-436.
- Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

5.3 Cyber Security & Risk Management (2.0012.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0012.0.01			1 Semester		3	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h		42 h		69 h	
Detailinformationen:								
1	Lehrveranstaltungen: Cyber Security & Risk Management (2.0012.0.01) (4 SWS)							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... sind die Studierenden in der Lage, die wichtigsten Konzepte und Prinzipien der Cyber-Sicherheit zu verstehen und zu erklären. ... begreifen die Studierenden die Abhängigkeit zwischen IT-Infrastruktur, eingesetzten Systemen und Werkzeugen sowie realisierten Diensten. ... sind die Studierenden in der Lage, Management-Methoden und -Instrumente zur Gewährleistung der Sicherheit und Beherrschung der Risiken auszuwählen und einzusetzen. ... können die Studierenden verschiedene Cyber-Risiken und Schwachstellen identifizieren und analysieren. ... sind die Studierenden in der Lage, Sicherheitsziele für ihr Unternehmen auch unter rechtlichen und regulatorischen Aspekten zu definieren und zu präsentieren. ... können die Studierenden Grundkonzepte der IT-Sicherheit erläutern sowie elementare Sicherheitsmechanismen auswählen und anwenden. ... sind die Studierenden in der Lage, die Grenzen dieser Systeme zu kennen und effektiv mit Sicherheitsspezialisten über Anforderungen und Lösungen zu kommunizieren. ... sind die Studierenden befähigt, informationstechnische Risiken verteilter Systeme systematisch zu analysieren und abzuschätzen. ... kennen die Studierenden rechtliche und regulatorische Anforderungen im Zusammenhang mit Cyber-Sicherheit. ... können die Studierenden ein bestehendes Sicherheitskonzept vervollständigen und zusätzliche Maßnahmen begründen. ... sind die Studierenden in der Lage, Reaktionsstrategien auf cyber-sicherheitsrelevante Ereignisse zu entwickeln. ... sind die Studierenden befähigt, eine Strategie zur Risikominimierung zu entwickeln. ... besitzen die Studierenden die grundlegende Fähigkeit, sich in die Perspektive eines Angreifers zu versetzen und aus diesem Blickwinkel heraus Schwachstellen in Protokollen und Systemen zu erkennen.							
3	Studieninhalte - Grundlagen der Cyber-Sicherheit - Grundlagen des Betriebs und Managements aktueller IT-Systemlandschaften - Cyber-Bedrohungen und Schwachstellen - Risikomanagement in der Cyber-Sicherheit - Technologien und Werkzeuge der Cyber-Sicherheit - Rechtliche, regulatorische und ethische Aspekte - Praxisbeispiele von Cyber-Sicherheitsverletzungen - Praktische Übungen im Risikomanagement							
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch							
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.							

6	Prüfungsform(en) Case Study
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Case Study inklusive Vortrag ab. Der Umfang der Case Study beträgt mindestens 10, maximal 15 Seiten. Die Vortragsdauer inklusive Diskussion beträgt mindestens 10, maximal 20 Minuten. Nach entsprechender Vorgabe des Dozenten können Case Studies auch als Gruppenarbeit erbracht werden. In diesem Fall gilt: • Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden. • Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten. • Der Umfang der Case Study beträgt in Abhängigkeit von dem zu bearbeitenden Thema pro Person mindestens 5, maximal 10 Textseiten. • Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss aufgrund von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen Kriterien deutlich abgrenzbar und gekennzeichnet sein. • Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss ebenfalls beim Vortrag deutlich abgrenzbar sein. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Case Study inklusive Vortrag mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Brooks, C./ Grow, C./ Craig, P./ Short, D. (2017): Cybersecurity Essentials, Wiley, Hoboken. • Brooks, C./ Craig, P. (2022): Practical Industrial Cybersecurity: ICS, Industry 4.0, and IoT, Wiley, Hoboken. • De Silva, B. (2023): Exploring the Relationship Between Cybersecurity Culture and Cyber-Crime Prevention: A Systematic Review in: International Journal of Information Security & Cybercrime, Vol. 12 (1), pp. 23-29. • Stallings, W. (2014): Network Security Essentials, 5th edition, Pearson, New York. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur • Chaput, B. (2024): Enterprise Cyber Risk Management as a Value Creator, Apress, New York. • Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

5.4 Digitalization Strategy & Internet of Things (2.0013.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0013.0.01			1 Semester	3	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Digitalization Strategy & Internet of Things (2.0013.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... verstehen die Studierenden konzeptionelle und technologische Grundlagen der Digitalisierung. ... können die Studierenden Auswirkungen strategischer Management-Entscheidungen hinsichtlich der Digitalisierungsstrategie einordnen. ... beherrschen die Studierenden Methoden zur Analyse, Spezifizierung und Abgrenzung von Anforderungen digitaler Transformationsprojekte. ... erweitern die Studierenden ihre Kompetenzen zur erfolgreichen Durchführung und Durchsetzung von Digitalisierungsprojekten. ... nutzen die Studierenden moderne Kommunikationsmethoden zur effizienten Unterstützung von Transformationsprojekten. ... verstehen die Studierenden das Konzept des Internet of Things (IoT) und können dieses in den Zusammenhang mit Industrie 4.0 bringen. ... kennen die Studierenden unterschiedliche Technologien und Strukturen von IoT-Geräten und ordnen diese ein. ... kennen die Studierenden wichtige Kommunikationsstandards und -technologien bei der Verwendung von IoT-Geräten. ... wissen die Studierenden um die Anwendung verschiedener Technologien und Systeme zur Datenverarbeitung und -speicherung für IoT-Geräte. ... wissen die Studierenden mit besonderen Datenschutz- bzw. Datensicherheitsanforderungen für den IoT-Einsatz umzugehen. ... können die Studierenden die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen des Einsatzes von IoT-Geräten einschätzen.						
3	Studieninhalte - Digitalization Strategy - Internet of Things (IoT)						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Online-Klausur (75 Minuten)						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur - Mishra, B./Salunkhe, A. (2023): Internet of Things: Technological Advances and New Applications, Apple Academic Press, Palm Bay. - Schallmo, D./ Baiyere, A./ Gertsen, F./ Rosenstand, C.A./ Williams, C. (2024): Digital Disruption and Transformation: Case Studies, Approaches, and Tools, Springer, Cham. Weiterführende Literatur - Heppelmann, M. E. P. E. (2014): How Smart, Connected Products Are Transforming Competition, Harvard Business Review, No. 92, 11–64, 2014. - Schröder, A./ Cuypers, M./ Götting, A. (2024): From Industry 4.0 to Industry 5.0: The Triple Transition Digital, Green and Social, Springer, Cham. Gilchrist, A. (2016): Industry 4.0. The industrial internet of things, Apress, New York. - Rogers, D.L. (2016): Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age, Columbia Business School Publishing, New York. - Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

6 Business Intelligence

6.1 Data Mining (2.0014.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0014.0.01			1 Semester	1	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Data Mining (2.0014.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... verfügen die Studierenden über einen Überblick über die komplexe Thematik des Data Mining. ... verstehen die Studierenden die Philosophie des Data-Mining-Ansatzes und kennen die Möglichkeiten und Grenzen dieser Verfahren. ... kennen die Studierenden abgewandelte Arten von Data Mining wie Web Mining, Text Mining, Opinion Mining, Blog Mining, Process Mining etc. ... beherrschen die Studierenden Methoden zur Extraktion und Transformation von Daten. ... beherrschen die Studierenden Methoden und Konzepte für Klassifikation, Clustering und Assoziationsregeln. ... haben die Studierenden ihre Kenntnisse über typische Data-Mining-Projekte und der verwendeten statistischen Modelle vertieft. ... verstehen die Studierenden die grundsätzliche Vorgehensweise bei der Entwicklung und Auswahl von Modellen. ... wenden die Studierenden erlangte Kenntnisse über Data Mining an, um (vereinfachte) Probleme zu lösen. ... Können die Studierenden einschätzen, welche Herausforderungen in Data-Mining-Projekten in konkreten Anwendungsszenarien zu erwarten sind. ... kennen die Studierenden professionelle Data-Mining-Werkzeuge und können ein ausgewähltes Tool anwenden.						
3	Studieninhalte - Einführung in Data Mining - Datenvorverarbeitung - Explorative Datenanalyse - Clustering-Methoden - Klassifikationsverfahren - Regressionsanalyse - Assoziationsanalyse - Anwendung und Implementierung - Prozesse und Verfahren zur Extraktion, Aufbereitung und Transformation von Daten - Das CRISP Vorgehens Modell zum Data Mining						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Online-Klausur (75 Minuten)						

7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Witten, I./ Frank, E./ Hall, M./ Pal, C. (2017): Data Mining : Practical Machine Learning Tools and Techniques, 4th edition, Morgan Kaufmann, Cambridge. • Tan, P./ Steinbach, M./ Kumar, V./ Karpatne, A. (2019): Introduction to Data Mining, Global Edition, Pearson, Harlow. Weiterführende Literatur • McKinney, W. (2018): Python for Data Analysis: Data Wrangling with Pandas, NumPy, and IPython, 2nd edition, O'Reilly, Sebastopol. • Liu, B. (2015): Sentiment Analysis: Mining Opinions, Sentiments, and Emotions, Cambridge University Press.

6.2 Data Management for Business Intelligence (2.0015.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ	
					VZ	TZ				
2.0015.0.01			1 Semester		1	-	jedes WS und SS		A	
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium			Selbststudium		
125	5	4	14 h		42 h			69 h		
Detailinformationen:										
1	Lehrveranstaltungen: Data Management for Business Intelligence (2.0015.0.01) (4 SWS)									
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... verfügen die Studierenden über ein Grundverständnis von Informationssystemen und Datenbanken. ... sind die Studierenden in der Lage, ein semantisches Datenbankmodell aus vorgegeben realen Strukturen zu erstellen. ... bauen die Studierenden methodisch ein konzeptuelles Datenbankschema auf. ... haben die Studierenden die Grundlagen der relationalen Abfragesprache SQL erlernt. ... wenden die Studierenden SQL gezielt zur Abfrage gewünschter Informationen aus Datenbanken an. ... verstehen die Studierenden den Aufbau und den Zusammenhang mehrschichtiger Datenbanksysteme und können die Konzepte anwenden. ... erweitern die Studierenden ihre Kenntnisse der klassischen Datenbankmanagementsysteme um In-Memory-Lösungen und NoSQL-Anwendungen.									
3	Studieninhalte - Grundlagen des Datenmanagements - Datenintegration und -speicherung - Datenbanken und Datenbankmanagementsysteme (DBMS) - Business Intelligence und Datenanalyse - Fortgeschrittene Datenanalysen und Big Data - Fallstudien									
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch									
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.									
6	Prüfungsform(en) Präsentation und Handout									
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Präsentation und einem Handout ab. Die Präsentation hat einen Umfang von 10-20 Minuten, das Handout hat einen Umfang von 3 Seiten. Eine Durchführung als Gruppenarbeit ist möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Präsentation mit Handout mit einer Modulnote von mindestens 4,0.									
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.									
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.									
10	Pflichtliteratur Elmasri R./Navathe S.B. (2015): Fundamentals of Database Systems, 7th edition, Pearson, London.									

- Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

Weiterführende Literatur

- Date, C. J. (2003): An Introduction to Database Systems, 8th edition, Pearson, London.
- Ramakrishnn R. (2018): Database Management Systems, 4th revised edition, McGraw Hill Higher Education.

6.3 Customer-Focused Marketing Intelligence (2.0016.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0016.0.01			1 Semester	2	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Customer-Focused Marketing Intelligence (2.0016.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden die Konzepte und Prinzipien der Marketing Intelligence und können diese anwenden. ... lernen die Studierenden unterschiedliche Methoden und Verfahren zur zielgerichteten Analyse von Märkten und Marktentscheidungen kennen und können diese Verfahren anwenden. ... wenden die Studierenden die Prinzipien einer 360°-Sicht auf Kunden auf konkrete Fallbeispiele an. ... können die Studierenden datengetriebene Marketingstrategien entwickeln und umsetzen. ... kennen die Studierenden die Bedeutung eines konstanten Monitorings von Markteffekten und können negative Effekte anhand von Analysen erkennen. ... Können die Studierenden Methoden und Vorgehensweisen zur Gegensteuerung adaptieren. ... nutzen die Studierenden Werkzeuge zur automatisierten Analyse von Kundendaten aus Customer-Relationship-Managementssystemen. ... sind die Studierenden in der Lage, die Effektivität von Marketingkampagnen zu messen und zu optimieren. ... setzen sich die Studierenden kritisch mit ethischen Fragestellungen des „gläsernen“ Kunden auseinander.						
3	Studieninhalte - Marketing Intelligence - Kundenanalyse und -segmentierung - Datengetriebene Marketingstrategien - Tools und Technologien der Marketing Intelligence - Messung und Optimierung von Marketingkampagnen - Soziale Medien und deren Bedeutung für die kundenspezifische Marktanalyse - Ethische Aspekte der Verhaltensanalyse und angepassten Marktstrategie - Spezielle Aspekte kultureller Unterschiede der Marktanalyse und -beeinflussung im globalen Kontext						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Präsentation und Handout						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Präsentation und einem Handout ab. Die Präsentation hat einen Umfang von 10-20 Minuten, das Handout hat einen Umfang von 3 Seiten. Eine Durchführung als Gruppenarbeit ist möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Präsentation mit Handout mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Prior, D./ Buttle F./Maklan S. (2024): Customer Relationship Management. Concepts, applications and technologies, 5th edition, Routledge, New York. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur • Grigsby, M. (2023): Marketing Analytics - A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques, Kogan, London. • Stein A./Smith M./Lancioni R. (2013): The development and diffusion of customer relationship management (CRM) intelligence in business-to-business environments, in: Industrial Marketing Management, Vol. 42, Issue 6, pp 855-861.

6.4 Business Forecasting (2.0017.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0017.0.01			1 Semester	2	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Business Forecasting (2.0017.0.01) (4 SWS)						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... können die Studierenden Methoden zur Berechnung und Evaluation von Prognosen eigenständig anwenden und die Ergebnisse korrekt interpretieren. ... kennen die Studierenden die Voraussetzungen und Limitationen der eingesetzten Modelle und können diese in ihrer Tragweite bewerten und empirisch untersuchen. ... besitzen die Studierenden ein ökonomisches Verständnis bezüglich der Eignung und Grenzen der verwendeten statistischen Methoden sowohl theoretisch als auch im Hinblick auf empirische Beispiele. ... sind die Studierenden in der Lage, quantitative Methoden und Modelle der Statistik und Ökonometrie zur Prognose und Prognosebewertung zu verstehen und selbstständig zu erstellen, z. B. multivariate Regression, Zerlegung einer Zeitreihe, Zeitreihenmodelle (AR, MA, ARMA, SARIMA, ARFIMA), Glättungsmethoden (Moving Averages, Holt-Winters, EWMA), Modelle für binäre, nominale und Zähldaten. ... können die Studierenden Ergebnisse interpretieren und die Güte von Prognosen mittels verschiedener statistischer Methoden testen und vergleichen. ... sind die Studierenden in der Lage, Datensituationen richtig einzustufen, passende Modellierungsverfahren auszuwählen und praktisch umzusetzen, die Ergebnisse aussagekräftig darzustellen und zu interpretieren, sowie die Güte der jeweiligen Prognosemethoden zu bewerten. ... sind die Studierenden in der Lage, ihr in der Veranstaltung erworbenes Wissen über die quantitative, empirische Modellierung und Prognose auch fachübergreifend und fachfremd – beispielsweise in anderen finanzwirtschaftlichen und ökonomischen Fragestellungen – anzuwenden.						
3	Studieninhalte - Grundlagen des Business Forecasting - Prognosemodelle und -techniken - Statistische und quantitative Methoden - Software und Tools für Business Forecasting - Anwendung und Interpretation von Prognosen						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) Case Study						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Case Study inklusive Vortrag ab. Der Umfang der Case Study beträgt mindestens 10, maximal 15 Seiten. Die Vortragsdauer inklusive Diskussion beträgt mindestens 10, maximal 20 Minuten. Nach entsprechender Vorgabe des Dozenten können Case Studies auch als Gruppenarbeit erbracht werden. In diesem Fall gilt: Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden.						

	• Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten. • Der Umfang der Case Study beträgt in Abhängigkeit von dem zu bearbeitenden Thema pro Person mindestens 5, maximal 10 Textseiten. • Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss aufgrund von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen Kriterien deutlich abgrenzbar und gekennzeichnet sein. • Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss ebenfalls beim Vortrag deutlich abgrenzbar sein. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Case Study inklusive Vortrag mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur • Hanke, J.E./Wichern, D.W. (2014): Business Forecasting, 9th edition, Pearson Education, Harlow. • Wooldridge, J.M. (2020): Introductory Econometrics: A Modern Approach, 7th edition, Cengage Learning, Victoria. Weiterführende Literatur • Kolassa, S./ Rostami-Tabar, B./Siemens, E. (2023): Demand Forecasting for Executives and Professionals, Chapman and Hall, Boca Raton.

6.5 Data Warehousing (2.0018.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0018.0.01			1 Semester		2	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h		42 h		69 h	
Detailinformationen:								
1	Lehrveranstaltungen: Data Warehousing (2.0018.0.01) (4 SWS)							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... haben die Studierenden eine Einführung in aktuelle Data-Warehouse-Ansätze erhalten. ... verstehen die Studierenden die Besonderheiten beim Einsatz von Datenbankmanagementsystemen für Data Warehouses. ... können die Studierenden spezifische DBMS-Funktionalitäten für Data Warehouse Systeme einsetzen. ... nutzen die Studierenden ETL-Strategien zur Informationsgewinnung. ... kennen und verstehen die Studierenden OLAP-Konzepte und wenden diese für gezielte Abfrage an. ... können die Studierenden ein Data Warehouse anhand vorgegebener Spezifikationen entwerfen. ... wenden die Studierenden grundlegenden Instrumente zum Betrieb und zur Anwendung eines Data Warehouse Systems an. ... nutzen die Studierenden erworbene Kenntnisse zur Spezifikation und Auswahl von Data Warehouse Systemen. ... können die Studierenden aktuelle Forschungen zu Data Warehouse Technologien kritisch bewerten.							
3	Studieninhalte - Einführung in Data Warehousing - Anwendungsbereiche und Nutzen von Data WarehousesData Warehouse-Architekturen - Datenmodellierung für Data Warehouses - ETL-Prozesse (Extract, Transform, Load) - Datenmanagement und -speicherung - Datenanalyse und Business Intelligence - Leistungsoptimierung und Skalierbarkeit - Monitoring und Wartung von Data WarehousesSicherheits- und Datenschutzaspekte - Praxisprojekte und Fallstudien							
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch							
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.							
6	Prüfungsform(en) Online-Klausur (75 Minuten)							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.							
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.							
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.							

10	Pflichtliteratur • Taniar, D./ Rahayu, W. (2021): Data Warehousing and Analytics: Fueling the Data Engine, Springer, Cham. • Vaisman, A./ Zimányi, E. (2022): Data Warehouse Systems: Design and Implementation, 2nd edition, Springer, Berlin. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur • Anjani, K./ Abhishek, M./ Sanjeev, K. (2024): Modern Data Warehouses, Springer Nature, Berkeley.
----	---

7 International Experience & Master's Thesis

7.1 Internship (2.0019.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0019.0.01			1 Semester		4	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
250	10	-	0 h		0 h		250 h	
Detailinformationen:								
1	Lehrveranstaltungen: -							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden verschiedene Handlungsfelder ihrer Wissenschaftsdisziplin und besitzen die Befähigung zu einer verantwortungsvollen Entscheidung zur Berufswahl und persönlichen Entwicklung. ... sind die Studierenden in der Lage, eigene Erfahrungen in den theoretischen und praktischen Kontext einzuordnen. ... können die Studierenden die im Studium erworbenen Methoden und Konzepte in der Praxis anwenden bzw. den dort eingesetzten Verfahren gegenüberstellen und um die neu erworbenen Erkenntnisse anreichern. ... entwickeln die Studierenden im Einklang mit den Bedürfnissen des Praktikumsgebers eine Auswahl aktueller Themen-/Fragestellungen zur weiteren Bearbeitung im Rahmen der Masterthesis.							
3	Studieninhalte Die Studierenden sind im Rahmen eines Praktikums in der beruflichen Praxis tätig. Ein Praktikumpartner kann gemäß den eigenen Interessen und den geltenden Bestimmungen der jeweils gültigen Prüfungsordnung Allgemeiner und Besonderer Teil sowie der entsprechenden Praktikumsordnung ausgewählt werden. Das Praktikum wird von einem Mentor der Hochschule begleitet. In Vorbereitung auf die Masterthesis werden hier bereits mögliche zu bearbeitende Fragestellungen erschlossen. Der Umfang des Praktikums entspricht mindestens einem Äquivalent von 30 Werktagen in Vollzeit.							
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Zu Studienbeginn des zweiten Fachsemesters wird in einer separaten Einführungsveranstaltung über Ziel, Zweck und Ablauf des Praktikums informiert. Asynchrone Kontaktzeit: - Selbststudium: Eigenständige Bearbeitung von berufspraktischen Fragestellungen. Lehrsprache: Deutsch							
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Zulassung zum Praktikum kann ab dem zweiten Fachsemester beantragt werden. Dem Antrag auf Zulassung zum Internship ist ein unterschriebener Nachweis der Stelle, an dem das Praktikum ausgeübt werden soll, über den Einsatzbereich und zeitlichen Umfang beizufügen. Die Zulassung zum Internship erfolgt nach Prüfung der Berufsfieldbezogenheit und des zeitlichen Umfangs durch das Prüfungsamt. Näheres regeln die Prüfungsordnung sowie die entsprechende Praktikumsordnung.							
6	Prüfungsform(en) keine							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul ab, indem sie die entsprechenden Nachweise über die Durchführung des Internships beim Prüfungsamt fristgerecht gemäß der jeweils gültigen Praktikumsordnung einreichen und das Prüfungsamt diese bestätigt.							
8	Stellenwert der Note für die Endnote Für das Modul wird keine Note vergeben. Bei erfolgreichem Nachweis des Internships werden 10/120 ECTS-Punkte vergeben.							
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.							

10	Pflichtliteratur Ggf. verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Praktikums gemeinsam mit dem Praktikums-partner bekanntgegeben
-----------	--



7.2 Master's Thesis (2.0020.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0020.0.01		1 Semester		4	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
500	20	-	0 h	0 h		500 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: -						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden den aktuellen Stand der methodischen Diskussionen des Faches. ... nutzen die Studierenden ihn für eigenständige wissenschaftliche und praxisrelevante Arbeit. ... identifizieren die Studierenden wissenschaftlich tragfähige Fragen und Problemstellungen und bearbeiten diese Fragen eigenständig anhand der maßgeblichen Primär- und Sekundärliteratur. ... formulieren die Studierenden theoretische und methodische Zugänge für eine wissenschaftliche Forschungsarbeit. ... erstellen die Studierenden einen Forschungsplan und setzen diesen selbständig um. ... organisieren und gestalten die Studierenden einen wissenschaftlichen Forschungsprozess. ... erheben die Studierenden eigenverantwortlich relevante Daten und werten diese methodisch kompetent aus. ... erörtern die Studierenden vertieft theoretische und methodische Problemstellungen im Austausch mit Lehrenden, anderen Studierenden und fachlich Interessierten. ... bewerten die Studierenden kritisch Forschungsergebnisse und entwickeln wissenschaftlich und gesellschaftlich relevante Schlussfolgerungen aus Forschungsergebnissen. ... können die Studierenden eine eigenständige Forschungsarbeit zu einem vorgegebenen Thema verfassen.						
3	Studieninhalte Die Studierenden entwickeln gemeinsam mit den Betreuenden das Thema der Masterarbeit. Das Thema kann sich aus einer Lehrveranstaltung oder aus dem Praktikum (Internship) ergeben, muss sich aber nicht zwingend darauf beziehen.						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: - Asynchrone Kontaktzeit: - Selbststudium: Eigenständige Erstellung der Masterarbeit. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Zulassung kann nur erfolgen, wenn die Antragstellerin bzw. der Antragsteller 1. für das laufende Semester immatrikuliert ist und 2. die für die Zulassung erforderlichen Modulprüfungen und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht und insgesamt mindestens 75 Credit Points zum Zeitpunkt der Antragsstellung erworben hat und 3. sich nicht in einem entsprechenden oder vergleichbaren Prüfungsverfahren befindet und eine entsprechende oder vergleichbare Prüfungsleistung nicht endgültig nicht bestanden hat.						
6	Prüfungsform(en) Master's Thesis						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses mit der Masterarbeit ab, deren Umfang mindestens 60 bis maximal 80 Seiten beträgt. Nach entsprechender Vorgabe des Betreuers und Genehmigung der Zulassung durch das Prüfungsamt und den zuständigen Studiendekan bzw. Studiengangsleiters kann die Master's Thesis auch als Gruppenarbeit erbracht werden. In diesem Fall gilt: • Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden. • Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten.						

	Der Umfang der Masterarbeit muss dem in der jeweils gültigen Prüfungsordnung festgelegten Umfang entsprechen. Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss aufgrund von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen Kriterien deutlich abgrenzbar und gekennzeichnet sein. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Master's Thesis mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 20/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur Ggf. verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn in Abstimmung mit den Betreuenden festgelegt.