

Modulhandbuch Bachelorstudiengang Internet & Online-Marketing B.Sc.

Das Modulhandbuch wurde in einer Arbeitsgruppe des Studiengangs Internet & Online-Marketing im LSF überarbeitet.

Die Ergebnisse wurden anschließend in diesem Dokument zusammengeführt.

Inhalt

OM - Grundstudium (1. - 3. Semester).....	7
OM - Hauptstudium (4. - 7. Semester).....	43

Die Lernziele der Module werden entsprechend dem **Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse** eingestuft.

Bachelorabschlüsse:

Wissen und Verstehen	Können (Wissenserschließung)	Formale Aspekte
<p>Wissensverbreiterung:</p> <p>Wissen und Verstehen von Absolventen bauen auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung auf und gehen über diese wesentlich hinaus.</p> <p>Absolventen haben ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wissenschaftlichen Grundlagen ihres Lerngebietes nachgewiesen.</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Sie verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden ihres Studienprogramms und sind in der Lage ihr Wissen vertikal, horizontal und lateral zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur, sollte aber zugleich einige vertiefte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung in ihrem Lerngebiet einschließen.</p>	<p>Absolventen haben folgende Kompetenzen erworben:</p> <p>Instrumentale Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf anzuwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. <p>Systemische Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - relevante Informationen, insbesondere in ihrem Studienprogramm zu sammeln, zu bewerten und zu interpretieren - daraus wissenschaftlich fundierte Urteile abzuleiten, die gesellschaftliche, wissenschaftliche, und ethische Erkenntnisse berücksichtigen; - selbständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten. <p>Kommunikative Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu formulieren und argumentativ zu verteidigen; - sich mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen: 	<p><u>Zugangsvoraussetzung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hochschulzugangsberechtigung (s. Anlage 2) - entsprechend den Länderregelungen zum Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung <p><u>Dauer:</u></p> <p>(einschl. Abschlussarbeit) 3, 3,5 oder 4 Jahre (180, 210 oder 240 ECTS Punkte)</p> <p>Abschlüsse auf der Bachelor-Ebene stellen den ersten berufsqualifizierenden Abschluss dar.</p> <p><u>Anschlussmöglichkeiten:</u></p> <p>Programme auf Master- (bei herausragender Qualifikation auch direkt auf Promotions-) Ebene, andere Weiterbildungsoptionen</p> <p><u>Übergänge aus der beruflichen Bildung:</u></p> <p>Außerhalb der Hochschule erworbene und durch Prüfung nachgewiesene Qualifikationen und Kompetenzen können bei Aufnahme eines Studiums von der jeweiligen Hochschule durch ein Äquivalenzprüfverfahren in einer Höhe</p>

- Verantwortung in einem Team übernehmen

Angerechnet werden, die den Leistungsanforderungen des jeweiligen Studiengangs entspricht.

Masterabschlüsse:

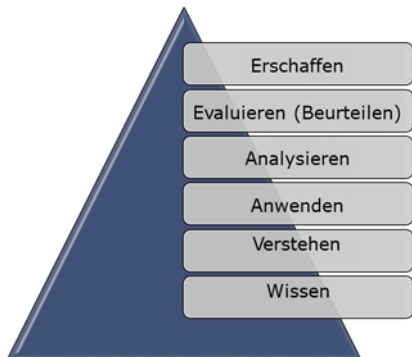
Wissen und Verstehen	Können (Wissenserschließung)	Formale Aspekte
<p>Wissensverbreiterung:</p> <p>Masterabsolventen haben Wissen und Verstehen nachgewiesen, das normalerweise auf der Bachelor-Ebene aufbaut und dieses wesentlich vertieft oder erweitert. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen ihres Lerngebiets zu definieren und zu interpretieren.:</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Ihr Wissen und Verstehen bildet die Grundlage für die Entwicklung und/oder Anwendung eigenständiger Ideen. Dies kann anwendungs- oder forschungsorientiert erfolgen. Sie verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens in einem oder mehreren Spezialbereichen.</p>	<p>Absolventen haben folgende Kompetenzen erworben:</p> <p>Instrumentale Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Studienfach stehen. <p>Systemische Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen zu integrieren und mit Komplexität umzugehen; - auch auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen, die sich aus der Anwendung ihres Wissens und aus ihren Entscheidungen ergeben; - selbständig sich neues Wissen und Können anzueignen - weitgehend selbstgesteuert und/oder autonom eigenständige for-schungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchzuführen. <p>Kommunikative Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - auf dem aktuellen Stand von Forschung und Anwendung Fachvertretern und Laien ihre Schlussfolgerungen und die diesen zugrunde 	<p><u>Zugangsvoraussetzungen:</u></p> <p>Für grundständige Studiengänge (Diplom, Magister, Staatsexamen):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hochschulzugangsberechtigung - entsprechend den Länderregelungen zum Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung <p>Für die Master-Ebene: Erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss mindestens auf Bachelor-Ebene, plus weitere, von der Hochschule zu definierende Zulassungsvoraussetzungen</p> <p><u>Dauer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - für Masterprogramme 1, 1,5 oder 2 Jahre (60, 90 oder 120 ECTS Punkte) - für grundständige Studiengänge mit Hochschulabschluss 4, 4,5 oder 5 Jahre, einschl. Abschlussarbeit (240, 270 oder 300 ECTS Punkte) - für Studiengänge mit Staatsexamen <p><u>Anschlussmöglichkeiten:</u></p> <p>Promotion, Weiterbildungsoptionen</p> <p><u>Übergänge aus der beruflichen Bildung:</u></p>

- liegenden Informationen und Beweggründe in klarer und eindeutiger Weise zu vermitteln.
- sich mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen
 - in einem Team herausgehobene Verantwortung zu übernehmen

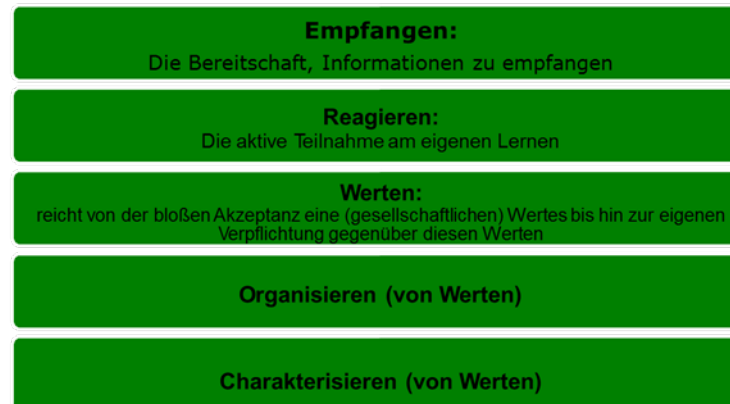
Unbeschadet des Erfordernisses eines ersten berufsqualifizierenden Abschlusses können außerhalb der Hochschule erworbene und durch Prüfung nachgewiesene Qualifikationen und Kompetenzen bei Aufnahme eines Studiums von der jeweiligen Hochschule durch ein Äquivalenzprüfverfahren in einer Höhe angerechnet werden, die den Leistungsanforderungen des jeweiligen Studiengangs entspricht.

Zusätzlich werden den Lernergebnissen Niveaustufen der kognitiven und affektiven Dimension zugeordnet:

Kognitive Dimension:



Affektive Dimension:



Erläuterung der Lehrformen und Prüfungsleistungen:

Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Lehrveranstaltungen sowie die zugehörigen Studien- und Prüfungsleistungen ergeben sich aus den nachfolgenden Tabellen. Dabei werden folgende Abkürzungen verwendet:

Art der Veranstaltung:

V	Vorlesung
Ü	Übung
S	Seminar
PR	Projekt
B	Bachelor-Prüfung

Art der Leistung:

BA	Bachelor-Arbeit
K(xx)	Klausur mit Dauer in Minuten
PF	Portfolio in Verbindung mit einer Präsentation
PA	Praktische Arbeit
R	Referat/Präsentation
D	Dokumentation
M	Mündliche Prüfung

Umfang der Leistung:

SWS	Zahl der Semesterwochenstunden
-----	--------------------------------

OM - Grundstudium (1. - 3. Semester)

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Einführung in das Marketing
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Unternehmen erbringen ihre Leistungen im Kontext dynamischer Umwelten mit rapidem gesellschaftlichem Wandel und veränderten Bedarfslagen. Deshalb gewinnt eine professionelle Durchführung von Marketingaktivitäten an Bedeutung. Die Planung, Umsetzung und Kontrolle von Marketingaktivitäten basiert auf Marktanforderungen. Unternehmensressourcen werden effizient koordiniert und instrumentelle Entscheidungen werden im Marketingmix systematisch getroffen, um Kunden-, Wettbewerbs- und Unternehmensvorteile zu erzielen. Erfolgswirkungen von Marketingmaßnahmen werden im Marketingcontrolling erfasst.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Marketings - Marketingplanung - Marketingforschung - Marketinginstrumente - Erstellung einer Marketingkonzeption - Marketingcontrolling - Aktuelle Entwicklung im Marketing

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die Grundkonzepte des Marketings als markt- und kundenorientierte Unternehmensführung beschreiben.
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden verfügen über ein kritisches Verständnis der Ziele, der Aufgaben, der Instrumente und der Methoden des modernen Marketingmanagements.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die fortgeschrittenen Kenntnisse der Studierenden von strategischen und operativen Gesichtspunkten der Marketingplanung sind zur Lösung von komplexen Problemen in der Marketingforschung, in der Planung von Marketingmaßnahmen sowie von Fragestellungen der Marketingorganisation und des Marketingcontrollings nötig. Sie können die Leitung und die Entscheidungsverantwortung bei beruflichen Projekten zur Aufstellung eines Marketingkonzepts, einer Pressemitteilung und zu Organisation einer Pressekonferenz übernehmen. Darüber hinaus können Sie die Grundzüge aktueller Entwicklungen des Online-Marketing, des Multi-Channel-Marketing und des Social Media Marketing erklären.
Kommunikative Kompetenzen		Organisieren	Individuelle Marketingkonzepte und beispielhafte Maßnahmen in der Öffentlichkeitsarbeit werden in Gruppen kooperativ und verantwortlich erarbeitet. Die komplexen und fachbezogenen Inhalte können von den Studierenden klar präsentiert und argumentativ vertreten werden.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Einführung in das Online-Marketing
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Online-Marketing umfasst alle Maßnahmen und Aktivitäten, die darauf abzielen, online die Aufmerksamkeit von Menschen auf ein Unternehmen, eine Marke, Produkte oder Leistungen zu lenken und den Verkauf von Produkten und Leistungen zu unterstützen.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Online-Marketing - Grundlagen der Customer Journey - Konversionsoptimierung - Suchmaschinenmarketing - Suchmaschinenwerbung - Suchmaschinenoptimierung - Display Advertising - Social Media Marketing - Web-Analyse - Newsletter-Marketing - Affiliate-Marketing - Neuromarketing

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können wesentliche Grundlagen des Online-Marketings nennen und beschreiben.
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können die wesentlichen Phasen und Zusammenhänge der Customer Journey erläutern.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Toolkompetenz für Online-Marketer
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Online-Marketing umfasst alle Maßnahmen und Aktivitäten, die darauf abzielen, online die Aufmerksamkeit von Menschen auf ein Unternehmen, eine Marke, Produkte oder Leistungen zu lenken und den Verkauf von Produkten und Leistungen zu unterstützen (vgl. Modul #Online-Marketing 1#). Im Kontext dieser Aufgabe werden von Online-Marketern heute vielfältige Werkzeuge eingesetzt. Ziel dieses Moduls ist es die Studierenden mit den wichtigsten dieser Werkzeuge vertraut zu machen.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <p>Tools im Online-Marketing (Überblick):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Excel (Schwerpunkt) - Google Analytics - Google AdWords - SISTRIX - onpage.org - Bing Ads - Facebook Ads - Twitter Ads

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können wesentliche Einsatzbereiche und Funktionen moderner Online-Marketing-Tools benennen und beschreiben.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Geschäftsprozesse
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Die zunehmende Globalisierung der Märkte führt zu einem massiven Kosten- und Wettbewerbsdruck für Unternehmen. In immer kürzeren Entwicklungszyklen müssen innovative Produkte und Dienstleistungen zur Marktreife gebracht sowie neue Formen der Kollaboration innerhalb von und zwischen Unternehmen realisiert werden. Infolge dieser steigenden Dynamik ist ein effektives Geschäftsprozessmanagement erfolgskritisches Instrument für Unternehmen. Im Mittelpunkt dieses Moduls steht die Modellierung von Prozessen, aber auch deren Analyse, Ausführung und Laufzeitkontrolle durch moderne Prozessmanagementsysteme.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozessverständnis in Unternehmen - Grundlagen des Prozessmanagements - Phasen des Business Process Lifecycle - Prozessmodellierung mit EPK - Prozessmodellierung mit BPMN - Prozessmanagementkonzepte & -technologien

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können wesentliche Grundlagen des Prozessmanagement nennen und beschreiben.
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können wesentliche Phasen des Business Process Lifecycle wie auch die Zusammenhänge dieser Phasen erläutern.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	E-Business & E-Commerce
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Electronic Business (E-Business) bezeichnet gemäß dem Gabler Wirtschaftslexikon #die wirtschaftlichen Möglichkeiten im Zusammenhang mit den globalen digitalen Netzen#. Im Fokus steht dabei die Nutzung von digitalen Informationstechnologien zur Unterstützung von Geschäftsprozessen bzw. geschäftlichen Transaktionen, insbesondere die Unterstützung der Vorbereitungs-, Verhandlungs- und Durchführungsphasen. Dazu werden Geschäftsprozesse bzw. geschäftliche Transaktionen zwischen den beteiligten ökonomischen Partnern über digitale Netzwerke transferiert bzw. abgewickelt. Im Mittelpunkt dieses Moduls stehen die fünf wesentlichen konzeptionellen Bestandteile des E-Business: 1. E-Procurement, 2. E-Marketplace, 3. E-Community, 4. E-Company und 5. E-Shops (auch als Onlineshops bezeichnet). Besonderer Schwerpunkt des Moduls ist das Thema #E-Shop# # die entsprechenden Aktivitäten rund um E-Shops werden auch als #E-Commerce# bezeichnet.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des E-Business - E-Procurement - E-Marketplace - E-Community - E-Company

- E-Shops (~ Onlineshops)
- Grundlagen des E-Commerce
- Architektur von Onlineshops
- Funktionen von Onlineshops

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die fünf konzeptionellen Bestandteile im E-Business nennen und beschreiben.
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können fachliche und technologische Grundlagen im E-Commerce nennen und beschreiben.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Webgestaltung 1
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt die technischen Grundlagen der Gestaltung von Webangeboten.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in HTML - Einführung in CSS - Einführung in das Programmieren mit JavaScript - Werkzeuge für Webgestaltung -- insbesondere Editoren, Browser und ihre Unterschiede, Entwicklungswerkzeuge im Webbrowser, Prüfprogramme

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		# Die Studierenden können Arten der Unterschiede zwischen Browsern nennen.
Wissensvertiefung	Verstehen		# Die Studierenden können die Prinzipien von HTML wie die Trennung von Inhalt und Darstellung erklären. # Die Studierenden können den Aufbau einer HTML-Seite mit allen Bestandteilen erklären.

Instrumentale Kompetenz	Anwenden		# Die Studierenden können Editoren anwenden # Die Studierenden können Browser einsetzen # Die Studierenden können die grundlegenden Elemente von Entwicklungswerkzeugen im Browser anwenden # Die Studierenden können sich anhand von Nachschlagewerken über Spezifika von Browsern informieren
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		# Die Studierenden können vollständige HTML-Seiten mit den wesentlichen HTML-Bestandteilen erstellen. # Die Studierenden können das Layout von HTML-Seiten mit den wesentlichen Elementen von CSS spezifizieren. # Die Studierenden können eine Webpräsenz mit serverseitig statischen Inhalten erstellen. # Die Studierenden können mit JavaScript einfache Programme für den Webbrowser schreiben.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Markus Rager
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul kennen die Studierenden grundlegende betriebs- und volkswirtschaftliche Konzepte und Methoden. Die Studierenden sind in der Lage, diese im Gesamtzusammenhang der Wirtschaftswissenschaften einzuordnen. Besonderer Fokus liegt hierbei auf einem informations- und entscheidungsorientierten Ansatz, der den Bezug zu modernen Informations- und Kommunikationssystemen herstellt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften - Grundzüge der Unternehmensführung - Unternehmensziele - Grundzüge der Produktions-, Kosten- und Preistheorie - Planung und Entscheidung - Information und Informationsmanagement - Organisation - Nachhaltigkeit im Unternehmen
Kompetenzen und Lernergebnisse	

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können wirtschaftswissenschaftliche Begriffe angeben und grundlegende Zusammenhänge hinsichtlich Unternehmensführung und Unternehmenszielen beschreiben.
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden sind in der Lage Modelle der Produktions-, Kosten- und Preistheorie zu skizzieren. Die Studierenden können die Grundmodelle des Informationsmanagements und der Unternehmensorganisation erläutern und den Zusammenhang zu modernen Informations- und Kommunikationssystemen darstellen.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können Entscheidungssituationen einordnen und entsprechende Entscheidungsmodelle hierauf anwenden.
Systemische Kompetenzen	Analysieren		Die Studierenden sind in der Lage die Anforderungen an ein Unternehmen durch die Einbeziehung von Aspekten der Nachhaltigkeit zu diskutieren.
Kommunikative Kompetenzen		Empfangen	Die Studierenden sind sich der Herausforderungen und Möglichkeiten der Erweiterung des ökonomischen Zielsystems durch ökologische und soziale Aspekte bewusst.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Architektur des Internet
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul führt in Netzwerke ein (Zeichenkodierung, Dienste, Protokolle, Schichtenarchitektur, Netzwerkkomponenten) und vermittelt auf dieser Grundlage Funktionsweise und Aufbau des Internet unter Berücksichtigung seiner wichtigsten Dienste und Protokolle.</p> <p>Ein Schwerpunkt als Dienst des Internet ist dabei das World Wide Web, seine Architektur und ergänzende Systeme (wie Caching, Proxies, Suchmaschinen, Content Delivery Networks).</p> <p>Die Verwendung und Bedeutung des Internet wird auch über spezielle Anwendungen und auf das Internet aufbauende Architekturen vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cloud Computing: Das Internet als weltweites Rechenzentrum und zentrale Service-Schnittstelle - Plattformen und Anwendungen, bei denen Anwender Inhalt erzeugen <p>Das Modul vermittelt am Rande die nötigsten Grundlagen zu Rechneraufbau und Virtualisierung</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		# Die Studierenden können die wichtigsten Arten der Zeichenkodierung angeben. # Die Studierenden können wichtige physikalische Netzwerkkomponenten benennen und ihre Aufgabe wiedergeben. # Die Studierenden können Grundbegriffe von Netzwerken wie

<p>Wissensvertiefung</p>	<p>Verstehen</p>		<p>Netzwerkprotokolle und Netzwerkdienste beschreiben. # Die Studierenden können wichtige Verwendungen des Internet und die zentralen Eigenschaften dieser Verwendungen beschreiben: Cloud Computing; Plattformen und Anwendungen, bei denen die Anwender Inhalt erzeugen</p> <p># Die Studierenden können die Notwendigkeit von Zeichenkodierungen darstellen. # Die Studierenden können die zum Verständnis des Internets wichtigsten Eigenschaften von Netzwerkprotokollen (Fehlerbehandlung, Routing, Adressierung, Flusskontrolle) erläutern. # Die Studierenden können die zum Verständnis des Internets wichtigsten Eigenschaften von Netzwerkdiensten (verbindungsorientiert / verbindungslos, Zuverlässigkeit, Client-Server-Schema) erläutern. # Die Studierenden können die Aufbau und Bestandteile mehrschichtiger Netzwerkarchitekturen erläutern. # Auf diesen Grundlagen können die Studierenden Aufgabe, wichtige Eigenschaften und Unterschiede der Netzwerkprotokolle UDP, TCP, IP und HTTP erläutern. # Die Studierenden können Struktur und Steuerung des Internet erläutern. # Die Studierenden können Struktur und Bestandteile des WWW erläutern. # Die Studierenden können Systeme (Caches, Proxies, Suchmaschinen), die das WWW ergänzen, benennen und in ihrer groben Funktionsweise skizzieren.</p>
<p>Instrumentale Kompetenz</p>	<p>Anwenden</p>		<p># Die Studierenden können die Notwendigkeit von Zeichenkodierungen darstellen. # Die Studierenden können die zum Verständnis des Internets wichtigsten Eigenschaften von Netzwerkprotokollen (Fehlerbehandlung, Routing, Adressierung, Flusskontrolle) erläutern. # Die Studierenden können die zum Verständnis des Internets wichtigsten Eigenschaften von Netzwerkdiensten (verbindungsorientiert / verbindungslos, Zuverlässigkeit, Client-Server-Schema) erläutern. # Die Studierenden können die Aufbau und Bestandteile mehrschichtiger Netzwerkarchitekturen erläutern. # Auf diesen Grundlagen können die Studierenden Aufgabe, wichtige Eigenschaften und Unterschiede der Netzwerkprotokolle UDP, TCP, IP und HTTP erläutern. # Die Studierenden können Struktur und Steuerung des Internet erläutern. # Die Studierenden können Struktur und Bestandteile des WWW erläutern. # Die Studierenden können Systeme (Caches, Proxies, Suchmaschinen), die das WWW ergänzen, benennen und in ihrer groben Funktionsweise skizzieren.</p>

Studiengang	Internet & Online-Marketing		
Modul	Erfolgreich studieren		
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler		
Semester	2		
Vorwissen			
Lehrmethode	Vorlesung und Übung		
Prüfungsform	Dokumentation		
Benotung			
ECTS	5		
Workload			
Inhalt	<p>Grundlagen der Informationsbeschaffung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissensmanagement - Techniken der Informationsbeschaffung - Wissenschaftliches Arbeiten - Informationsressourcen <p>Grundlagen der Problemlösungs- und Kreativitätstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestalten, organisieren und durchführen von Workshops und Meetings - Kommunikation und Störungen in Workshops - Kreativ-intuitive Techniken - Systematisch-logische Techniken 		
Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden kennen die verschiedenen Instrumente der Informationsbeschaffung und der Problemlösung
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden verstehen die Anwendungsgebiete der Problemlösungs- und Kreativitätstechniken
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können verschiedene Instrumente der Problemlösung situationsgerecht einsetzen und sind in der Lage Informationen strukturiert und zielorientiert zu beschaffen
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		Die Studierenden können die in der Vorlesung behandelten Instrumente in unterschiedlichen Unternehmenssituationen anpassen und weiterentwickeln
Kommunikative Kompetenzen		Reagieren	Die Studierenden können auf besondere Situationen in Problemlösungsworkshops reagieren und Gesprächsrunden situationsgerecht lenken
Kommunikative Kompetenzen		Werten	Die Studierenden können den Umgang mit verschiedenen Meinungen und Wertvorstellungen in der Informationsbeschaffung und in Problemlösungsworkshops zielorientiert steuern

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Usability Engineering & Nutzerinteraktion
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Methoden des Usability Engineering stellen nicht die Anwendungsfunktionalität einer Software, sondern deren Benutzer und deren Interaktionen mit der Software in den Vordergrund (~ Mensch-Maschine-Interaktion). Die Gestaltung der Benutzeroberfläche von Websites, Onlineshops, Webanwendungen ist entscheidend für deren Akzeptanz und Qualität. Benutzerschnittstellen haben deshalb, mit stetig steigender Tendenz, einen hohen Stellenwert im Internet. Daneben dient eine nutzerfreundliche und aufgabenorientierte Bedienoberfläche mehr und mehr auch als Differenzierungs-instrument im Wettbewerb der Produkte. Durch den Rückgriff auf Methoden des Usability Engineering sollen Systeme mit hoher ergonomischer Güte und aufgabengerechter Funktionalität entstehen. Usability Engineering soll dabei nicht als Sammlung zusammenhangloser Einzelmethode eingesetzt werden, sondern muss typischerweise in einem übergeordneten "Lifecycle" zur Anwendung kommen. Die Aktivitäten dieses Lifecycle beginnen dabei bereits weit vor dem eigentlichen User Interface Design und beziehen auch die Nutzungsphase nach Projektende mit ein. Inzwischen existieren zahlreiche Varianten solcher (mehr oder weniger vollständigen) Lifecycle-Modelle.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usability & Softwareergonomie - Usability Engineering Prozess - Usability Engineering Modelle - Nutzerorientierung im Web - Interaktionskonzepte im Web

- Gestaltung von Benutzerschnittstellen im Web
- Gestaltung von Benutzeroberflächen von Webanwendungen
- Navigationskonzepte auf Websites und Onlineshops
- Farben und ihre Wirkung

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können wesentliche Prinzipien zur Gestaltung nutzergerechter Websites, Onlineshops und Webanwendungen erläutern.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können Ansätze des Usability Engineerings bei der Entwicklung von Websites, Onlineshops und Webanwendungen anwenden.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Webgestaltung 2
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vertieft Themen aus der Veranstaltung "Webgestaltung 1" und setzt sie in einen größeren Zusammenhang, wie er bei der Erstellung einer Unternehmenswebsite gegeben ist. Im Einzelnen werden behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung einzelner Themen bei HTML, CSS, JavaScript - Eine erste Hinführung zu Themen des Responsive Design - Einführung in dynamisch erzeugte Webseiten inklusive einer Einführung in Cookies und Ihre Verwendung - Einführung in Content Management Systeme - Einführung in den Umgang mit Anforderungen. Einsatz von Wireframing.

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensvertiefung	Verstehen		# Die Studierenden können Struktur und einer Unternehmenswebsite und die Funktion ihrer Bestandteile erläutern. # Die Studierenden können Aufgaben und Bestandteile eines Content Management System erläutern.

Instrumentale Kompetenz	Anwenden		# Die Studierenden können erste einfache Aufgaben mit einem Content Management System lösen. # Die Studierenden können fortgeschrittene Elemente von HTML, CSS, JavaScript verwenden und für erste einfache responsive Webseiten (unter Ausschluss mobiler Geräte) einsetzen. # Die Studierenden können Cookies in ihrer Funktionsweise sowie deren Anwendungsbereiche erläutern und selber verwenden. # Die Studierenden können Wireframing zur Konzipierung von Websites einsetzen.
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		# Die Studierenden können einfache, serverseitig dynamisch erzeugte Webseiten erstellen.
Kommunikative Kompetenzen		Empfangen	# Die Studierenden sind in der Lage, Informationen zur Gestaltung von Websites aufzunehmen und in einfacher Weise angelehnt an Methoden des Requirements Engineering als Anforderungen zu dokumentieren.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Digitale Wirtschaft
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Internet verändert in vielfacher Weise die Interaktion zwischen den einzelnen Wirtschaftssubjekten. In diesem Kontext ist von besonderem Interesse, wie sich dadurch ökonomische Grundprinzipien ändern und wie Unternehmen darauf aufbauend neue Geschäftsmodelle entwickeln können. Dementsprechend werden die Studierenden durch das Modul einerseits in die Lage versetzt die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten einer vernetzten Wirtschaft zu verstehen. Andererseits können die Studierenden auf dieser Basis innovative Geschäftsmodelle entwickeln.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Elektronischer Märkte und Plattformen - Suchen, Finden und (Ver-)Kaufen auf elektronischen Märkten - Tauschen, Teilen und soziale Interaktion in elektronischen Netzwerken - Wege in die Selbständigkeit - Entscheidungen bei Existenzgründungen - Erstellung eines Businessplans

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
-----------	-----------------------	-----------------------	--------------

Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die Grundlagen und Zusammenhänge in Elektronischen Märkte und auf elektronischen Plattformen beschreiben. Die Studierenden haben fortgeschrittene wirtschaftswissenschaftliche und praxisorientierte Kenntnisse über wesentliche Aspekte einer Existenzgründung.
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können die Zusammenhänge von Suchvorgängen und dem Auffinden von Informationen erläutern. Weiterhin können die Studierenden die wesentlichen Merkmale von Kauf und Verkauf auf elektronischen Märkten skizzieren. Die Studierenden können die Mechanismen beim Tauschen, Teilen und sozialer Interaktion in elektronischen Netzwerken darstellen.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden sind in der Lage die Methoden zur Erstellung eines Businessplans anzuwenden und mit Medien zu präsentieren.
Systemische Kompetenzen	Evaluieren		Die Studierenden können den Weg in die Selbständigkeit und eine erfolgreiche Strategieumsetzung planen, analysieren und kritisch würdigen. Die fortgeschrittenen Fertigkeiten lassen Innovationsfähigkeit erkennen, die zur Lösung von komplexen und unvorhersehbaren Problemen in Zusammenhang mit einer Existenzgründung notwendig sind.
Kommunikative Kompetenzen		Organisieren	Die Studierenden können in Gruppen kooperativ und verantwortlich einen Businessplan erstellen.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Präsentation und Rhetorik
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Jürgen Friedl
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Referat
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Den Studierenden werden für zielorientierte Präsentationen und Vorträge mit selbstsicherem und souveränem Auftreten vorbereitet.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ziele und Inhalte einer Präsentation - Aufbau einer Präsentation - Organisation & Generalprobe - Techniken zur Steigerung der Aufmerksamkeit - Argumentationstechnik und Dramaturgie - Visualisierung und Sprache - Körpersprache - Gestaltung einer Präsentation - Einsatz ausgewählter Medien - Evaluation und Nachbereitung

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
-----------	-----------------------	-----------------------	--------------

Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die erlernten Anforderungen an eine zielorientierte Präsentation (bzw. Vortrag) praktisch anwenden.
Systemische Kompetenzen	Evaluieren		Die Studierenden können ihre bisherige Präsentationsleistung durch Evaluation bewerten (und darauf aufbauend verbessern).
Kommunikative Kompetenzen		Empfangen	Die Studierenden erlangen die Bereitschaft Informationen in Form von respektvollem Zuhören im Rahmen einer zielorientierten Präsentation (bzw. Vortrag) zu empfangen.

Studiengang	Internet & Online-Marketing		
Modul	Unternehmens- & IT-Recht		
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle		
Semester	3		
Vorwissen			
Lehrmethode	Vorlesung und Übung		
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)		
Benotung			
ECTS	5		
Workload			
Inhalt	<p>Unternehmerisches Handeln unterliegt einem verbindlichen rechtlichen Rahmen. In Abhängigkeit von der Rechtsform sind die Regelungen des Bürgerlichen Rechts, des Handels- und Gesellschaftsrechts, des Steuerrechts und des IT-Rechts von enormer Bedeutung.</p> <p>Inhalte des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bürgerliches Recht mit fundamentalen Rechtsbegriffen und der Haftung für Handlung anderer - Handelsrecht mit den Inhalten Kaufmannsbegriff, Handelsregister, Unternehmensübertragung, Firmenrecht, Stellvertretungsrecht und Handelsgeschäfte - Gesellschaftsrecht mit einer Charakterisierung von Einzelunternehmen und wesentlicher Personen- und Kapitalgesellschaften - Steuerrecht mit einer Einführung in die Grundlagen der Steuerarten und des Unternehmenssteuerrechts - IT-Recht mit Vertragsrecht der Informationstechnologien, Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs und dem Recht des Datenschutzes 		
Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die allgemeinen Grundaspekte des bürgerlichen Rechts, des Handels-, Gesellschafts-, Steuer- und des IT-Rechts wiedergeben.
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können die Fertigkeiten in der Lösung von komplexen Rechtsfällen anwenden. Sie können dadurch die Beherrschung von wesentlichen Rechtsbegriffen und den Grundsätzen dieser Rechtsgebiete darstellen.
Kommunikative Kompetenzen		Organisieren	Die Studierenden können in Gruppen die Zusammenhänge von Rechtsanwendungen in Übungsfällen kooperativ und verantwortlich erarbeiten.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Business Intelligence 1
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Wolfram Höpken
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul #Business Intelligence # Praktische Umsetzung einer BI-Architektur# gibt einen praxisorientierten Einblick in alle Komponenten einer BI-Architektur und behandelt im Einzelnen die Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Data Warehousing und multi-dimensionale Datenmodellierung - ETL # Extraction, Transformation and Load - Reporting & OLAP - Vorgehensweise & Management eines BI-Projekts - BI-Trends und Big Data (noSQL, InMemory-DB, MapReduce/Hadoop) <p>Einen großen Anteil der Vorlesung hat hierbei der praktische Einsatz obiger Techniken mit den Werkzeugen RapidMiner, MS Excel PowerPivot, QlikView sowie SAP BI. Die Vorlesung schließt mit einer praktischen Arbeit zur Umsetzung ausgewählter Komponenten einer BI-Architektur auf Basis der kennengelernten Werkzeuge und Techniken (welche die Prüfungsleistung der Vorlesung darstellt).</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden sind in der Lage, alle Komponenten einer BI-Architektur sowie aktuelle Trends insb. im Bereich Big Data zu skizzieren und zu erläutern.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die erlernten Methoden in den unterschiedlichen Bereichen einer BI-Architektur auf neue Problemstellungen anwenden.
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		Die Studierenden können für ein vorgegebenes Problem eine passende BI-Architektur erschaffen und mittels unterschiedlicher Werkzeuge praktisch implementieren.
Kommunikative Kompetenzen		Reagieren	Die Studierenden sind in der Lage, die Lösung eines Problems durch die aktive Teilnahme an einem Gruppenprozess und des Informationsaustauschs in der Gruppe herbeizuführen.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	E-Business-Anwendungen
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Im Fokus des Electronic Business (E-Business) steht die Nutzung von digitalen Informationstechnologien zur Unterstützung von Geschäftsprozessen bzw. geschäftlichen Transaktionen. Im Mittelpunkt dieses Moduls steht die Konzeption, Realisierung und Einführung von typischen E-Business-Anwendungen in Unternehmen. Beispiele von E-Business-Anwendungen sind ERP-, CRM, SCM- oder PLM-Anwendungen. Eine besondere Herausforderung ist die Sicherstellung der Interoperabilität der E-Business-Anwendungen in heterogenen, unternehmensübergreifenden Systemlandschaften durch den elektronischen Datenaustausch.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeption von E-Business-Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> o Klassisches Anforderungsmanagement o Agiles Anforderungsmanagement - Realisierung von E-Business-Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> o Datenintegration o Anwendungsintegration o Prozessintegration

- Elektronischer Datenaustausch mit XML
- Einführung von E-Business-Anwendungen

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können fachliche und technologische Rahmenbedingungen bei der Einführung von E-Business-Anwendungen in Unternehmen skizzieren.
Systemische Kompetenzen	Evaluiieren		Die Studierenden können Anforderungen an E-Business-Anwendungen in Unternehmen verstehen und # darauf aufbauend # passende Fachkonzepte und Technologien vergleichen, bewerten und auswählen.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Schreiben fürs Web
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Texten auf Websites und in Onlineshops kommt eine ganz besondere Rolle zu, denn es ist der Text über den Botschaften vermittelt werden. Texte müssen heute nicht nur gut, sondern exzellent sein. Exzellente Texte enthalten eine Überschrift, die Lust aufs Lesen macht, eine Botschaft, die jeder Leser schnell und einfach versteht, eine Gliederung, die sich Lesern sofort erschließt, Informationen, die für Leser mehrwertig sind und einen Schreibstil, der beim Lesen Freude bereitet. In diesem Zusammenhang muss aber auch die Frage beantwortet werden, wie man die Besucher eines Webauftritts dazu bringt Texte auch zu lesen. Die Antwort: Text muss sich an Zielgruppen orientieren.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung von Text im Web - Prinzipien guter Texte - Wie wird Text im Web gelesen? - Planung und Erstellung von Text - Zielgruppenrelevante Textgestaltung - Text als Teil der Content-Strategie

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können Merkmale guter Inhalte bzw. Texte im Web nennen und beschreiben.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können selbst gute Inhalte und Texte für Websites und Onlineshops erstellen.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Mobile Applikationen
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt Kenntnisse zu den Spezifika mobiler Geräte und deren Programmierung. Weitere Inhalte sind</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Einsatzbereiche mobiler Applikationen, - Responsive Design, - die Verwendung von Webtechniken zur Erstellung mobiler Webseiten und mobiler Applikationen, - die Erstellung von mobilen Applikationen mithilfe von Baukästen und Bibliotheken sowie - der Einsatz von Cloud-Plattformen zur Erstellung mobiler Applikationen.

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		# Die Studierende können Einsatzbereiche mobiler Applikationen und Anwendungsbeispiele im Unternehmen wiedergeben.

Wissensvertiefung	Verstehen		# Die Studierenden können die Besonderheiten verschiedener mobiler Geräte, ihre Bestandteile sowie Grundzüge zu ihrer Programmierung und entsprechender User Experience erläutern.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		# Die Studierenden können die Nutzung von Cloud-Plattformen zur Erstellung mobiler Applikationen erklären.
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		# Die Studierenden können Webseiten nach den Prinzipien des Responsive Design erstellen. # Die Studierenden können hybride mobile Applikationen mit Webtechniken erstellen und entsprechende Bibliotheken und Werkzeuge anwenden. # Die Studierenden können mobile Applikationen mit Baukästen erstellen und entsprechende Werkzeuge anwenden.

OM - Hauptstudium (4. - 7. Semester)

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Customer Relationship Management
Modulverantwortung	Dipl.-Inf. Professorin Eva-Maria Oßwald
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kooperative Geschäftsszenarien im E-Business - Einführung in das Kundenbeziehungsmanagement - Kundenbindung, Kundennutzen und Kundenzufriedenheit - Vorgehensmodell für ein CRM-Vorhaben im Unternehmen - Ziele und Strategien des CRM - Analyse und Konzeption bezüglich Customer Relationship Management - Organisatorische Umsetzung - CRM-Systeme: Einordnung, typische Funktionen und Module - Wirtschaftlichkeit von CRM-Projekten - Durchführung von CRM-Projekten - CRM-Controlling
Kompetenzen und Lernergebnisse	

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die wesentlichen Begriffe und Aufgabenstellungen des Customer Relationship Management wiedergeben
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können Zusammenhänge innerhalb des CRM und zu anderen Themen der Betriebswirtschaft darstellen
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die allgemeinen und speziellen Verfahren des CRM auf konkrete Aufgabenstellungen anwenden
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		Die Studierenden können kundenbezogene Strukturen und Aktionen aus Praxisbeispielen bestimmen und bewerten Sie können eine CRM-Strategie für ein konkretes Fallbeispiel entwickeln
Kommunikative Kompetenzen		Reagieren	Die Studierenden nehmen engagiert an Gruppendiskussionen teil

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Business Intelligence 2
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Wolfram Höpken
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul gibt eine praxisorientierte Einführung in das Gebiet Data Mining und Big Data und vermittelt Grundlagen und Techniken der Datenanalyse. Die Studierenden erlangen praktische Erfahrung in der Anwendung der behandelten Techniken mittels des Data Mining Werkzeugs RapidMiner. Zur Sicherstellung eines maximalen Praxisbezugs wird in der Vorlesung das erlangte Wissen auf Realdaten angewendet.</p> <p>Im Einzelnen werden in dem Modul folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Data Mining <ul style="list-style-type: none"> o Grundlegende Techniken der Datenvorverarbeitung o Explorative Datenanalyse und OLAP o Assoziationsregeln o Supervised Learning (Klassifikation) o Unsupervised Learning (Cluster-Bildung) - Web Data Mining <ul style="list-style-type: none"> o Web-Suche & Linkanalyse o Extraktion strukturierter Daten: Web Crawling & Wrapper-Generierung

- o Social Media Analysen und Sentiment Analysis
- o Web Usage Mining
- o Recommendersysteme und Targeting

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können alle gängigen Verfahren des Data Mining und des Web Data Mining nennen und beschreiben.
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können obige Verfahren in einen gesamthaften Ordnungsrahmen für Data Mining einordnen und in Bezug auf ihre Verwendbarkeit voneinander abgrenzen. Die Studierenden können die grundlegende Funktionsweise der DM-Verfahren erläutern und Besonderheiten und Voraussetzungen herausstellen.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die DM-Verfahren auf praktische Probleme der Datenauswertung mittels des DM-Werkzeugs RapidMiner anwenden und zugehörige DM-Prozesse konzipieren.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Bilanzrecht & Reporting
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Jedes Unternehmen hat gesetzliche Rechnungslegungspflichten nach Handels- und Steuerrecht zu erfüllen. Bei einer engen Verknüpfung von Handelsrecht und steuerlicher Gewinnermittlung gilt es den Informationsbedürfnissen der Eigenkapital- und der Fremdkapitalgeber gerecht zu werden. Maßgeblich ist ein aussagefähiges Reporting, das den Publizitätspflichten entspricht. Dabei bestehen umfangreiche bilanzpolitische Spielräume, rechtsformspezifische Besonderheiten und nationale bzw. internationale Rechnungslegungsvorschriften.</p> <p>Inhalte des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grundlagen des Bilanzrechts -Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht -Vergleich zwischen HGB- Rechnungslegung und internationaler Rechnungslegung nach IAS/IFRS -Grundlagen der Bilanzpolitik und der Jahresabschlussanalyse

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können den Aufbau eines Jahresabschlusses mit den rechtsformspezifischen Besonderheiten beschreiben
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können elementare Unterschiede zwischen der Rechnungslegung nach HGB und IAS/IFRS erläutern.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmöglichkeiten nach Handels- und Steuerrecht können von den Studierenden verglichen und berechnet werden.
Systemische Kompetenzen	Evaluiieren		Aktionsparameter der Bilanzpolitik können bei einer Jahresabschlussanalyse bestimmt werden. Im Rahmen einer Jahresabschlussanalyse beurteilen und bewerten die Studierenden den Unternehmenserfolg.

Studiengang	Internet & Online-Marketing		
Modul	Kosten- & Leistungsrechnung		
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Markus Rager		
Semester	4		
Vorwissen			
Lehrmethode	Vorlesung und Übung		
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)		
Benotung			
ECTS	5		
Workload			
Inhalt	<p>Für den wirtschaftlichen Erfolg unternehmerischer Entscheidungen ist die Analyse und das Management von Kosten und Erlösen von besonderer Bedeutung. Die Studierenden werden durch dieses Modul einerseits in die Lage versetzt, grundlegende Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung auf reale Problemstellungen anzuwenden. Andererseits können die Studierenden das Einsatzspektrum und die Grenzen dieser Verfahren einschätzen. Besonderer Fokus liegt hierbei auf einer entscheidungsorientierten Herangehensweise.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung - Kalkulation - Kostenstellenrechnung - Kostenartenrechnung - Erfolgsrechnung - Entscheidungsunterstützung durch die Kosten- und Leistungsrechnung 		

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
-----------	-----------------------	-----------------------	--------------

Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können grundlegende Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung im Kontext von betrieblichen Entscheidungen erläutern.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden sind in der Lage Verfahren der Kalkulation, Kostenstellenrechnung, Kostenartenrechnung sowie der Erfolgsrechnung auf gegebene Problemstellungen anzuwenden.
Systemische Kompetenzen	Evaluieren		Die Studierenden können das Einsatzspektrum und die Grenzen der Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung einschätzen.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Business English
Modulverantwortung	Dipl.-Soz. Wiss. Fabienne Ronssin
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Seminar
Prüfungsform	Portfolio
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Inhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Da das Arbeitsleben zum größten Teil aus Kommunikation besteht - mit den Hauptzielen 'Informieren-Einfluss nehmen-Überzeugen' - ist Kommunikation auch der Schwerpunkt des Seminars. Während des Kurses entwickeln und vertiefen die Studierenden die Fähigkeiten, erfolgreich zu präsentieren, sich kritisch und kreativ mit wirtschaftlichen und technischen Themen auseinander zu setzen und zu kommunizieren. 2) Das Hör- und Leseverständnis mit besonderem Augenmerk auf Fachterminologie aus den Bereichen des Arbeitslebens wird trainiert. 3) Die Ausbildung eines interkulturellen Bewusstseins begleitet den Lernprozess. Casestudies aus der Berufspraxis tragen dazu bei. 4) Der Aufbau von Schreibfertigkeiten für typische berufsrelevante Situationen ist ebenfalls Bestandteil des Moduls. trainiert.

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können - sich spontan und fließend mit Muttersprachlern und Benutzern von Englisch als Lingua Franca verständigen # ohne größere Anstrengung für beide Seiten, - in einer multikulturellen Umgebung einen konstruktiven Beitrag leisten: auf

<p>Systemische Kompetenzen</p>	<p>Evaluieren</p>		<p>Ergebnisse hinarbeiten (Aufgabenstellungen verstehen und angemessen lösen), einen Standpunkt erklären, auf andere Meinung eingehen und ggf. Kompromisse formulieren und Fehler bzw. Vor- und Nachteile benennen. - interkulturelle Unterschiede erkennen, wenn nötig ansprechen und Lösungsvorschläge anbieten.</p> <p>Die Studierenden können, - aufbauend auf das Niveau B1-B2, die Struktur der Zielsprache bewerten und sich selbst einstufen, - beurteilen, welche Kriterien für Wortschatz, Grammatik, Aussprache und verschiedene Textformen (jeweils dem Niveau B1-B2 bzw. B2-C1 entsprechend) sowie kulturelle Unterschiede relevant sind. - mindestens zwei Sprachen und ausgewählte Kulturen würdigen, vergleichen, unterschiedliche Werte abwägen und einordnen.</p>
<p>Kommunikative Kompetenzen</p>		<p>Werten</p>	<p>Die Studierenden können - in verschiedenen sozialen und interkulturellen Kontexten adäquat kommunizieren: unterschiedliche Sprach- und Kommunikationsstile akzeptieren und sich ansatzweise (B2) bzw. weitgehend (C1) anpassen - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen verstehen (B2) bzw. - ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutung erfassen (C1) - sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben (B2) bzw. - die Sprache wirksam und flexibel gebrauchen, sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden (C1)</p>

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Suchmaschinenmarketing
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Suchmaschinenmarketing (englisch: search engine marketing; SEM) unterteilt sich in zwei Stoßrichtungen: Die Suchmaschinenoptimierung (englisch: search engine optimization; SEO) und die Suchmaschinenwerbung (englisch: search engine advertising; SEA). Im Mittelpunkt des SEO steht die Optimierung der Sichtbarkeit einer Website in den organischen, unbezahlten Suchergebnissen von Suchmaschinen. Im Fokus des SEA steht die Idee, sich in die Ergebnisse von Suchmaschinen einzukaufen. Dazu bieten Suchmaschinen entsprechende Tools, wie z. B. Google AdWords oder BING Ads.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriffliche Grundlagen - Suchmaschinen: Architektur und Funktionsweise - OnPage-Suchmaschinenoptimierung - OffPage-Suchmaschinenoptimierung - Suchmaschinenwerbung mit Google AdWords - Suchmaschinenwerbung mit BING Ads - Optimierung für mobile Endgeräte

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		Die Studierenden können die Anforderungen an die Sichtbarkeit eines Webauftritts bei Suchmaschinen erfassen und darauf aufbauend passende Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung sowie zur Suchmaschinenwerbung ableiten und umsetzen.
Kommunikative Kompetenzen		Reagieren	Die Studierenden nehmen aktiv an Gruppendiskussionen im Rahmen der Übungen zur Vorlesung teil.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Projektmanagement
Modulverantwortung	Dipl.-Inf. Professorin Eva-Maria Oßwald
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe, Definitionen und Klassifizierungen des Projektmanagements - Vorbereitung und Organisation eines Projektes - Aufwands- und Zeitschätzungen - Ablauf- und Terminplanung; Balkendiagramme und Netzplantechnik - Ressourcen- und Kostenplanung - Projektsteuerung und -kontrolle - Projektabschluss - Organisatorische Instrumente während der gesamten Projektlaufzeit - Standards und Vorgehensmodelle - Wie entsteht Erfolg im Projekt ?

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die wesentlichen Begriffe und Aufgabenstellungen des Projektmanagements wiedergeben
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können Zusammenhänge zwischen Vorbereitung, Planung und Durchführung von Projekten erläutern und einen Bezug zu anderen Themen der Wirtschaftsinformatik darstellen
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die allgemeinen und speziellen Verfahren des Projektmanagements auf konkrete Aufgabenstellungen anwenden
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		Die Studierenden können projektbezogene Strukturen aus Praxisbeispielen bestimmen und bewerten Sie können ein Konzept für eine Lenkungssitzung entwickeln

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Internet der Dinge
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Jürgen Friedl
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Internet der Dinge / Internet of Things (IoT) Basiselemente und Basistechnologien des IoT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hardware (Sensoren, Aktoren, Datenübertragung, Low-Power-Devices, Embedded Systems, etc) <p>Aufgaben und Entwicklung des IoT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifikation von einfachen Dingen - Dinge, die messen und/oder Aktionen durchführen können - Identifikation und Ortung von Menschen (bzw. beliebigen Dingen) - Überwachung und Steuerung entfernter Dinge - Selbststeuernde Software-Agenten für das IoT <p>Anwendungsgebiete und Geschäftsmodelle im IoT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intelligente kooperative Assistenz in Geschäftsprozessen - Intelligente Maschinen/Gegenstände/Bauten - Smart Cities & Intelligenter Verkehr - Intelligente Eigenheime - Einsatz biometrischer Analysen

- Internet der Nano-Dinge
- Social Media

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die Basiselemente und Basistechnologien des IoT aufzählen und beschreiben.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die in der Vorlesung behandelten Anwendungsgebiete und Geschäftsmodelle im IoT erklären und anwenden.
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		Die Studierenden können auf Basis der in der Vorlesung behandelten Aufgaben und möglichen Entwicklungen des IoT vorhandene Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle des IoT weiterentwickeln.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Startup Werkstatt
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt Kompetenzen im Bereich der Anwendung und Kombination von Web-Technologien zur Unterstützung und bei der Umsetzung neuer innovativer digitaler Geschäftsmodelle. Im Sinne eines problembasierten Lernens werden die Fertigkeiten im Rahmen der Durchführung eines konkreten Projekts als Gruppenarbeit erworben. Neben der reinen Innovations- und Transferkompetenz werden so auch Kompetenzen im Bereich Projektmanagement und -organisation sowie der Steuerung dynamischer kollaborativer Gruppenprozesse vermittelt.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifikation neuer Technologien und potentieller Einsatzmöglichkeiten in der Praxis - Recherche des State-of-the-Art zu einem Problembereich - inhaltliche Erschließung einer ausgewählten Technologie bzw. eines Problembereichs - Umsetzung neuer Technologien in Innovationen bzw. Transfer neuer Technologien in die Praxis - Evaluierung einer Innovation in Bezug auf ihre Praxistauglichkeit und Nutzenstiftung

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Systemische Kompetenzen	Erschaffen		<p>Wissen Die Studierenden erwerben Fertigkeiten in allen Phasen des Innovations- bzw. Wissenskreislaufs an der Nahtstelle zwischen Wissenschaft und Praxis # dazu gehört insbesondere die Analyse, Evaluation und Auswahl von Technologien zur Umsetzung eines innovativen digitalen Geschäftsmodells.</p>
Kommunikative Kompetenzen		Werten	Die Studierenden setzen sich mit Werten eines Startups auseinander.
Kommunikative Kompetenzen		Organisieren	Die Studierenden definieren gemeinsam Werte für das eigene Startup.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Nachhaltigkeit
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Seminar
Prüfungsform	Seminar
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Dieses Modul bietet einen systematischen und umfassenden Einstieg in das Thema Nachhaltigkeit in der E-Society bzw. Konsumgesellschaft. Die Studierenden machen sich mit relevanten Begriffen, Konzepten, Elementen und Themenfeldern von Nachhaltigkeit vertraut. Basierend auf einer einführenden geschichtlichen Herleitung des Nachhaltigkeitsbegriffes werden im Rahmen von Seminararbeiten konkrete Schwerpunkte und Anwendungsbereiche adressiert. Durch die integrierte Betrachtung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte wird damit der Vielschichtigkeit und Komplexität der Nachhaltigkeit in der E-Society bzw. Konsumgesellschaft Rechnung getragen.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der E-Society - Grundlagen der Nachhaltigkeit - Grundlagen der Konsumgesellschaft - Themenfelder der Nachhaltigkeit - Anwendungsfelder der Nachhaltigkeit - Nachhaltigkeit und Konsum - Green IT

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können die Vielschichtigkeit, Komplexität und das große Einsatzspektrum von Nachhaltigkeit durch die integrative Betrachtung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte erklären.
Kommunikative Kompetenzen		Werten	Die Studierenden setzen sich mit Werten der Nachhaltigkeit auseinander.

Studiengang	Internet & Online-Marketing		
Modul	Wahlmodul 1		
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler		
Semester	6		
Vorwissen			
Lehrmethode	Vorlesung		
Prüfungsform	§X(3)		
Benotung			
ECTS	5		
Workload			
Inhalt	<p>Die Studierenden können für die beiden Wahlmodule Veranstaltungen aus einer Liste von Wahlfächern wählen, die zu Beginn von jedem Semester veröffentlicht wird. In dieser Liste wird die Art der Lehrveranstaltung und die Prüfungsleistung veröffentlicht.</p> <p>Als Wahlmodul kann auch eine Tutorentätigkeit sowie die aktive Mitarbeit in Hochschulgremien oder bei Veranstaltungen des Studiengangs anerkannt werden. Die Anerkennung entsprechender Tätigkeiten erfolgt durch die Studiengangsleitung. Die oben genannten Tätigkeiten werden im Umfang von bis zu 5 Credits anerkannt.</p> <p>Weitere Wahlmodule können auf Antrag und nach Genehmigung durch die Studiengangsleitung aus dem Lehrangebot anderer Studiengänge der Hochschule Ravensburg-Weingarten und aus dem Lehrangebot anderer inländischer oder ausländischer Hochschulen und Universitäten gewählt werden. Lehrveranstaltungen sind so zu wählen, dass mindestens die geforderte Anzahl an Credits erreicht wird.</p> <p>Als Wahlmodule können nur Module bzw. Lehrveranstaltungen gewählt werden, die inhaltlich von Pflichtmodulen und anderen belegten Modulen bzw. Lehrveranstaltungen deutlich verschieden sind.</p>		

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
-----------	-----------------------	-----------------------	--------------

Wissensvertiefung

Verstehen

Die Studierenden können ihr Wissen je nach Neigung vertiefen.

Studiengang	Internet & Online-Marketing		
Modul	Wahlmodul 2		
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler		
Semester	6		
Vorwissen			
Lehrmethode	Vorlesung		
Prüfungsform	§X(3)		
Benotung			
ECTS	5		
Workload			
Inhalt	<p>Die Studierenden können für die beiden Wahlmodule Veranstaltungen aus einer Liste von Wahlfächern wählen, die zu Beginn von jedem Semester veröffentlicht wird. In dieser Liste wird die Art der Lehrveranstaltung und die Prüfungsleistung veröffentlicht.</p> <p>Als Wahlmodul kann auch eine Tutorentätigkeit sowie die aktive Mitarbeit in Hochschulgremien oder bei Veranstaltungen des Studiengangs anerkannt werden. Die Anerkennung entsprechender Tätigkeiten erfolgt durch die Studiengangsleitung. Die oben genannten Tätigkeiten werden im Umfang von bis zu 5 Credits anerkannt.</p> <p>Weitere Wahlmodule können auf Antrag und nach Genehmigung durch die Studiengangsleitung aus dem Lehrangebot anderer Studiengänge der Hochschule Ravensburg-Weingarten und aus dem Lehrangebot anderer inländischer oder ausländischer Hochschulen und Universitäten gewählt werden. Lehrveranstaltungen sind so zu wählen, dass mindestens die geforderte Anzahl an Credits erreicht wird.</p> <p>Als Wahlmodule können nur Module bzw. Lehrveranstaltungen gewählt werden, die inhaltlich von Pflichtmodulen und anderen belegten Modulen bzw. Lehrveranstaltungen deutlich verschieden sind.</p>		

Kompetenzen und Lernergebnisse

Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
-----------	-----------------------	-----------------------	--------------

Wissensvertiefung

Verstehen

Die Studierenden können ihr Wissen je nach Neigung vertiefen

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Soziale Interaktion & Mitarbeiterführung
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	7
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Neben der Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz ist es für Studierende der Wirtschaftsinformatik auch wichtig, soziale Kompetenzen zu erlernen. Die Studierenden bekommen kurz vor ihrem Berufseinstieg einen praxisnahen Einblick in die speziellen Herausforderungen des Unternehmensalltags abseits fachlicher und methodischer Diskussionen. Adressiert werden insbesondere die Herausforderung der sozialen Interaktion und Kommunikation in Unternehmen sowie damit verbundene Probleme und Lösungsansätze.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation & Körpersprache - Kommunikation im Team - Interkulturelle Kommunikation - Gesprächsführung & Argumentation - Vortragen & Foliengestaltung - Konfliktmanagement - Grundlagen der Mitarbeiterführung

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Wissensverbreiterung	Wissen		Die Studierenden können die Grundlagen der Mitarbeiterführung wiedergeben.
Wissensvertiefung	Verstehen		Die Studierenden können die Probleme und Herausforderungen der interkulturellen Kommunikation erläutern.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die trainierten Basisfertigkeiten der Gesprächsführung in Einzel- und Gruppengesprächen anwenden.
Instrumentale Kompetenz	Anwenden		Die Studierenden können die erlernten Fähigkeiten zur Konfliktregulierung anwenden.
Kommunikative Kompetenzen		Empfangen	Die Studierenden haben eine Sensibilisierung für die Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie für die Probleme und Herausforderungen in der Kommunikation entwickelt.

Studiengang	Internet & Online-Marketing		
Modul	Projektseminar Online-Marketing		
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler		
Semester	7		
Vorwissen			
Lehrmethode	Projekt		
Prüfungsform	Dokumentation		
Benotung			
ECTS	5		
Workload			
Inhalt	<p>Die Studierenden dokumentieren durch die selbstständige Bearbeitung eines Themas aus dem Bereich #Online-Marketing#, dass sie in der Lage sind, praxisrelevante Problemstellungen zu erkennen und systematisch innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens zu einem Lösungsansatz zu führen und gegebenenfalls auch umzusetzen. Mögliche Ergebnisse können damit, in Abhängigkeit von der Aufgabenstellung, Marketingkonzepte, Suchmaschinenoptimierungen, Analysen, Tool-Einführungen (auch spezieller Tools, z. B. für die Suchmaschinenoptimierung), Webanwendungen, mobile Apps, Websites oder Onlineshops sein.</p> <p>Das Projekt kann in Einzelarbeit aber auch in Gruppenarbeit mit einer Gruppengröße von maximal 5 Studierenden realisiert werden. Im Falle einer Gruppenarbeit ist das Projekt entsprechend umfangreicher angelegt und die Studierenden müssen ihre Verantwortlichkeiten, ihre Aufgaben und Arbeitspakete im Projektteam eindeutig festlegen und dokumentieren. Ein Gruppenprojekt kann interdisziplinär durch mehrere Professoren betreut werden. Um Projekte auch iterativ durchführen zu können gibt es Projektarbeiten, deren Schwerpunkt auf Recherche und Konzeption liegen, während in darauffolgenden Projekten die Schwerpunkte auf Realisierung und Test liegen können.</p>		
Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Systemische Kompetenzen

Erschaffen

Die Studierenden wenden die im Studium erworbenen Kenntnisse auf eine gegebene Problemstellung an und erschaffen eine vorher festgelegte Prüfungsleistung und Dokumentation ihrer Arbeit.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Projektseminar Social Media
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	7
Vorwissen	
Lehrmethode	Projekt
Prüfungsform	Dokumentation
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Die Studierenden dokumentieren durch die selbstständige Bearbeitung eines Themas aus dem Bereich #Social Media#, dass sie in der Lage sind, praxisrelevante Problemstellungen zu erkennen und systematisch innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens zu einem Lösungsansatz zu führen und gegebenenfalls auch umzusetzen. Mögliche Ergebnisse können damit, in Abhängigkeit von der Aufgabenstellung, Social-Media-Strategien, Social-Media-Kampagnen, Analysen oder Tool-Einführungen (z. B. für das Management von Social-Media-Kanälen) sein.</p> <p>Das Projekt kann in Einzelarbeit aber auch in Gruppenarbeit mit einer Gruppengröße von maximal 5 Studierenden realisiert werden. Im Falle einer Gruppenarbeit ist das Projekt entsprechend umfangreicher angelegt und die Studierenden müssen ihre Verantwortlichkeiten, ihre Aufgaben und Arbeitspakete im Projektteam eindeutig festlegen und dokumentieren. Ein Gruppenprojekt kann interdisziplinär durch mehrere Professoren betreut werden. Um Projekte auch iterativ durchführen zu können gibt es Projektarbeiten, deren Schwerpunkt auf Recherche und Konzeption liegen, während in darauffolgenden Projekten die Schwerpunkte auf Realisierung und Test liegen können.</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis

Systemische Kompetenzen

Erschaffen

Die Studierenden wenden die im Studium erworbenen Kenntnisse auf eine gegebene Problemstellung an und erschaffen eine vorher festgelegte Prüfungsleistung und Dokumentation ihrer Arbeit.

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Bachelorarbeit
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	7
Vorwissen	
Lehrmethode	Seminar und Bachelorarbeit
Prüfungsform	Bachelorarbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Die Arbeit ist spätestens 6 Monate nach dem Ausgabetag beim Aufgabensteller oder im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten abzugeben.</p> <p>Die mündliche Prüfung (Kolloquium) zur Bachelor-Arbeit geht zu 15 % in die Note der Bachelor-Arbeit ein. Dokumentation der Bachelorarbeit und Präsentation.</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse			
Kompetenz	kognitive Niveaustufe	affektive Niveaustufe	Lernergebnis
Systemische Kompetenzen	Erschaffen		Anwendung der Inhalte des gesamten Studiums auf eine gestellte Aufgabe.