

Fakultät Wirtschaftswissenschaften

Modulhandbuch
Wahlfächer
Sommersemester 2024

Bachelorstudiengänge
Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)

SPO 32

Business Analytics (B.Sc.)

(Bachelor of Science)

SPO 33

Spezialisierung durch Wahlfächer (Cluster)

Durch Wahlfächer können Sie sich in bestimmten Bereichen spezialisieren. Die folgenden Cluster sollen Ihnen dabei helfen eine geeignete Auswahl an Fächern zu treffen. Zusätzlich können Sie sich durch den Studiengangskoordinator beraten lassen, welche Cluster für Sie entsprechend Ihrer zukünftigen Berufswünsche passend sind.

Sie können nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator bis zu 10 CP fachfremde Fächer aus anderen Studiengängen der Hochschule wählen. Im Rahmen eines Beratungsgesprächs können die passenden Fächer ermittelt werden. Bitte beachten Sie, dass Sie in diesem Fall den Dozenten der Vorlesung vorab fragen müssen, ob Kapazität für Sie vorhanden ist.

Die 4 Wahlfach-Cluster der Wirtschaftsinformatik:

Informatik

74623 Python- & R-Programmierung

74630 Cybersecurity

Zusätzlich Fächer aus dem Studiengang Informatik nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

IT-Consulting

74616 IT-Management

74620 Visual Thinking

74627 Design Management

74631 Qualitätsmanagement

74634 Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie

Zusätzlich Fächer aus anderen Studiengängen nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

Wirtschaft

74614 Datenschutz nach DSGVO

74618 CRM

74624 Unternehmensführung 2

74625 International Marketing

74628 Communication- and Conflictmanagement

74629 Marketing Mix

74632 Online-Marketing

Zusätzlich Fächer aus den Studiengängen IBW/KMU nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

KI & Data Analytics

74612 Data Mining & Machine Learning

74615 Statistik 2 (Wintersemester)

74617 Technologien/Tools für Data Science

74619 Business Intelligence

74635 R-Anwendungen (Wintersemester)

Sie können nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator bis zu 10 CP fachfremde Fächer aus anderen Studiengängen der Hochschule wählen. Im Rahmen eines Beratungsgesprächs können die passenden Fächer ermittelt werden. Bitte beachten Sie, dass Sie in diesem Fall den Dozenten der Vorlesung vorab fragen müssen, ob Kapazität für Sie vorhanden ist.

Die 4 Wahlfach-Cluster der Business Analytics:

Informatik

74106 Programmieren 1 (nur Wintersemester)

74209 Programmieren 2

74630 Cybersecurity

Zusätzlich Fächer aus dem Studiengang Informatik nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

IT-Consulting

74616 IT-Management

74620 Visual Thinking

74627 Design Management

74631 Qualitätsmanagement

74634 Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie

Zusätzlich Fächer aus anderen Studiengängen nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

Wirtschaft

74624 Unternehmensführung 2

74625 International Marketing

74628 Communication- and Conflictmanagement

74629 Marketing Mix

74632 Online-Marketing

42610 Produktionsmanagement & Logistik

Zusätzlich Fächer aus den Studiengängen IBW/KMU nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

KI & Data Analytics

Fächer aus anderen Studiengängen (z.B. Data Science) nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

Module/Lehrveranstaltungen

74612	Data Mining and Machine Learning (nur WI)	5
74614	Datenschutz nach DSGVO (nur WI)	7
74616	IT-Management und IT-Servicemanagement	9
74618	Customer Relationship Management (nur WI)	11
74619	Business Intelligence (nur WI)	13
74620	Visual Thinking	15
74623	Python & R (nur WI)	17
74624	Unternehmensführung 2	20
74627	Design Management	23
74628	Communication- and Conflictmanagement	25
74629	Marketing Mix	28
74630	Cybersecurity	30
74631	Qualitätsmanagement	32
74632	Online-Marketing	34
74634	Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie	36
42610	Produktionsmanagement und Logistik (nur BAN)	

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Andreas Theissler	

Modul-Name		Data Mining and Machine Learning				Modul-Nr : 74612	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150 Std.	60 Std..	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

The students are able to explain and apply the concepts of analysing data with common methods of Data Mining and Machine Learning. They understand the steps of the CRISP-DM process for analysing data and are able to explain and apply them. Furthermore the students understand and are able to discuss the functioning of common Data Mining and Machine Learning methods. In addition, they are able to critically evaluate the methods regarding their benefits and drawbacks for a given problem.

The students are able to apply their programming and database skills acquired in previous modules to the problem of data analysis. These skills are thereby deepened and enhanced.

The students have learned to address data analytics problems by subdividing them into process steps. The machine learning methods clustering (k-means and hierarchical methods) and classification (k-NN, decision trees, support vector machines, etc.) can be implemented and their results be interpreted and comparatively evaluated.

Artificial neural networks and the concepts of Deep Learning are deliberately not included in this lecture, they are taught in the module 74907 course Wirtschaftsinformatik

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“):

The students are able to map technological solutions to a given problem setting and discuss the pros and cons of the solution.

Ggf. besondere Methodenkompetenz:

The students have acquired theoretical and practical skills in order to apply the learned methods to real-world problems. In addition, the students can teach themselves methods that were not covered in the course, by having understood the major and recurring concepts of Data Analytics.

Lehrinhalte

- Introduction into Data Analytics
- The process CRISP-DM
- Data pre-processing, feature extraction
- Distance measures
- Cluster analysis: partitioning and hierarchical methods
- Classification with Machine Learning methods: e.g. k-NN, decision trees, random forests, support vector machines

Zugangsvoraussetzung


Vorbereitung Teilnahme Modul:
a lecture on programming (e.g. Programmieren 1 or Sprachkonzepte für Business Analytics 1) and a lecture on database fundamentals (e.g. Datenbanken)

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74612	Data Mining and Machine Learning	Prof. Dr. Adrian Morariu	V,Ü,L, P	4	5	4	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlmodul	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel

Sprache	<input type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • CRISP-DM: Towards a standard process model for data mining by Rüdiger Wirth • Data Mining – Concept and Techniques by Han, Kamber, Pei • Hands-on Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow: Concepts, Tools, and Techniques to Build Intelligent Systems von Aurelien Geron. Additional literature will be announced during the lecture
Zusammensetzung der Endnote	Gruppen-Projektleistung mit Abschlusspräsentation und anschließender Abfrage des zum Projekt verwandten, individuellen Verständnisses der Theorie
Bemerkungen / Sonstiges	
Letzte Aktualisierung	

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Manfred Rössle	

Modul-Name		Datenschutz nach DSGVO				Modul-Nr : 74614	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150 Std.	60td.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Bachelor of Science		WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium		Wirtschaftsinformatik	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Die Studierenden erwerben die grundlegenden Kenntnisse im Bereich des Datenschutzes nach der aktuellen DSGVO und BDSGneu. Sie erkennen die Notwendigkeit einer DSGVO-konformen Datenverarbeitung und sind in der Lage, beispielhafte Fälle auf ihre rechtliche Konformität zu bewerten.</p> <p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten grundlegenden Kenntnisse im Bereich DSGVO auf konkrete Aufgabenstellungen anzuwenden. Sie können gegebene Sachverhalte beurteilen und die Anforderungen des Datenschutzes der Verantwortlichen Person sowie den Mitarbeitern verständlich vermitteln.</p> <p>Ggf. besondere Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe im Bereich des Datenschutzes und können selbständig neue Entwicklungen in der Rechtsprechung recherchieren und in das gegebene Rahmenwerk einordnen. Sie können aktuelle Urteile zur Präzisierung der DSGVO in konkrete Handlungsempfehlungen umsetzen und kommunizieren.</p>							

Lehrinhalte

- Allgemeine Bestimmungen und grundlegende Begriffe
- Rechtmäßigkeit und Bedingungen für die Verarbeitung von Daten
- Besondere personenbezogene Daten
- Rechte der betroffenen Person
- Verantwortliche und Auftragsverarbeiter in der Datenverarbeitung
- Der Datenschutzbeauftragte
- Verhaltensregeln, Zertifizierung und Akkreditierung
- Übermittlung personenbezogener Daten in Drittländer und internationale Organisationen
- Aufgaben und Befugnisse der Aufsichtsbehörden
- Rechtsbehelfe und Geldbußen

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul:
Modul: Fristgerechte Einschreibung in den einschlägigen Canvas-Kurs
Prüfung: Bestande Präsentation (vorlesungsbegleitend).

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74614	Datenschutz nach DSGVO	Prof. Dr. Manfred Rössle	V, Ü	4	5	6	PLK 45 Min + PLR
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS-Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				
Zugelassene Hilfsmittel		DSGVO, BDSGneu					

Sprache

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

Die Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Zusammensetzung der Endnote

PLK45 (50%) und PLR (50%)

Bemerkungen / Sonstiges

Letzte Aktualisierung

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Manfred Rössle	

Modul-Name		IT-Management und IT-Service-Management				Modul-Nr : 74616	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150 Std.	60 Std.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik		
Form der Wissensvermittlung		<input type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Die Studierenden der Wirtschaftsinformatik können IT-Services in Technik (Architektur) und Dienstleistungen (Prozesse; von Menschen erbracht) unterscheiden und beschreiben. Sie sind in der Lage interne und externe IT-Services zu bewerten und können die Bedeutung von Services in der IT bewerten. Die Studierenden können die Reichweite der IT Services einschätzen und die sich daraus ergebenden Inhalte erkennen. Bezüge zu aktuellen IT Services wie Netflix, Spotify, Apple Music, o.ä. können hergestellt werden. Die Studierenden können die Matrix-Methode (Ganzheitlichkeit) und die PARIS Methode (Servicebausteine) nutzen und auf vergleichbare Sachverhalte anwenden. Die Studierenden sind darüber hinaus in der Lage, die operativen Aspekte des ITSM Incident- und Changemanagement zu analysieren. Die Studierenden können den universellen Einsatz der Methoden für beliebige Dienstleistungen und Services erkennen und nutzen.							
Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): Die Studierenden erhalten Kompetenzen über die Bedeutung der ganzheitlichen Sichtweise auf Services und der Serviceorganisation, über die Notwendigkeit von Verhandlungen und Vereinbarungen, über die Regelungen und deren Kontrolle. Die Vorlesung "Softskills in der IT" vertieft diesen Aspekt.							
Ggf. besondere Methodenkompetenz: Die Studierenden können Methoden der Menschenführung anwenden.							

Lehrinhalte

Im Modul wird der Gesamtzusammenhang der IT Services vermittelt. Insbesondere wird auf die (Service)Strategie eingegangen. Es wird herausgearbeitet, das IT Service Management (ITSM) die Basis aller gelungenen IT Angebote ist und die prinzipiellen Methoden überall zum Einsatz kommen (müssen). Darüber hinaus werden ausgewählte operative Aspekte des ITSM Incident- und Changemanagement gelehrt. Basis des ITSM ist ITIL, ergänzt durch dessen praktische Anwendung.

Im IT Management wird auf IT Verträge (SLA) eingegangen. Diese stellen die komplette Sicht auf das Management dar, da sie sowohl intern (OLA) als auch extern (UC) ausgeprägt sein können. und damit alle Belange des Management umfassen. Im Extremfall besteht die ganze IT "nur" aus einem solchen Vertrag (IT Outsourcing).

Es wird Wissen zu ITIL, SLA, OLA, UC, KPI, Servicevertrag, Servicekatalog, IM, CM, Servicefinanzierung und Servicerechnung, Projekte in der IT, Matrixmethode PARIS Methode usw. vermittelt. Es wird deutlich, das ITSM der univeselle Hebel ist, der alle (IT)Organisationen eint.

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul:
Modul:
Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74616	IT-Management und IT-Service-Management	Dipl.-Ing. Heiko Rössel	V, Ü	4	5	6	PLK 90
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel

werden in der Vorlesung bekannt gegeben

Sprache

Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

Die Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Zusammensetzung der Endnote

Bemerkungen / Sonstiges

Gemeinsame Vorlesung mit dem Studiengang Informatik

Letzte Aktualisierung

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Christian Koot	

Modul-Name		CRM				Modul-Nr :74618	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
2,5	2	75 Std.	30 Std.	45 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Bachelor of Science		WM-Wahlmodul		HS - Hauptstudium		B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
Form der Wissensvermittlung		<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

Die Studierenden können die grundlegenden Verfahren des Customer Relationship Managements anwenden.

Im Bereich des Customer Relationship Managements können die Studierenden Geschäftsanforderungen aus Sicht eines Kunden diskutieren. Darüber hinaus können sie die Prozesse des Customer Relationship Managements verstehen und auf vergleichbare Sachverhalte anwenden. Desweiteren können die Studierende Kundenanforderungen identifizieren, Beratungsansätze ableiten und eine Kundenpräsentation durchführen. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen aus der Vorlesung anzuwenden und Prozesse in einer CRM-Software zu customizen.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“):

Die Studierenden sind in der Lage eigenständig bzw. in Projektteams die Case Study zu implementieren und als „Kunden-Pitch“ zu präsentieren.


Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden können eine Case Study für eine fiktive Kundenanforderung erfolgreich in (Salesforce CRM) Customer Relationship Managements implementieren und präsentieren.

Lehrinhalte	
<ul style="list-style-type: none"> - Customer Relationship Management - Prozesse im CRM - Salesforce CRM: Einführung - Praxisprojekt / Case Study 	
Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: Modul: Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74618	Customer Relationship Management	Philipp Wucherer (M.Sc.)	V, Ü	2	2,5	6	PLP

Zugelassene Hilfsmittel	keine
Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
Literatur	<p>Helmke; Stefan; Uebel, Matthias F.; Dangelmaier, Wilhelm (Hrsg.): Effektives Customer Relationship Management; 4. Auflage; Wiesbaden; Gabler 2008; ISBN: 978-3-8349-0415-7.</p> <p>Hippner, Hajo; Hubrich, Beate; Wilde Klaus D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM – Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung; 3. Auflage; Wiesbaden; Gabler 2011; ISBN: 978-3-8349-2550-3.</p> <p>Horváth, Péter: Controlling; 11. Aufl.; München; Vahlen 2009</p> <p>Schmalen, Helmut; Pechtl, Hans: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft; 14. Auflage; Stuttgart; Schäffer-Poeschel 2009</p>
Zusammensetzung der Endnote	Die Prüfungsleistung besteht aus zwei Teilprüfungsleistungen; die Endpräsentation (80%) und der Case Study (20%).
Bemerkungen / Sonstiges	-
Letzte Aktualisierung	

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Christian Koot	

Modul-Name		Business Intelligence				Modul-Nr : 74619	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
2,5	2	75 Std.	30 Std.	45 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Die Studierenden können die grundlegenden Verfahren der Business Intelligence anwenden. Im Bereich des Business Intelligence können die Studierenden die Grundlagen des Controllings beschreiben und mit Hilfe des in der Vorlesung vermittelten Wissen, beispielhafte Aufgaben lösen. Die Studierenden sind in der Lage, mit Hilfe des in der Vorlesung vermitteltem Wissen zum Aufbau und der Gestaltung von Kennzahlensystemen, Kennzahlensysteme zu erstellen und zu bewerten. Sie können darüber hinaus BI Systeme im Gesamtunternehmen verstehen und ihre betrieblichen Funktionsbereiche diskutieren.							
Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): Die Studierenden sind in der Lage in Projektteams die Verfahren zusammen zu implementieren.							
Ggf. besondere Methodenkompetenz: Die Studierenden können die Verfahren der Business Intelligence implementieren.							
<u>Lehrinhalte</u>							
Business Intelligence: - Grundlagen des Controlling - Aufbau und Gestaltung von Kennzahlensystemen - Aufbau und Gestaltung von Systemen zur Berichterstattung - Typen von BI-Systemen - Bestandteile von BI-Systemen - Instrumente zur Datenanalyse, Informationsverteilung und -darstellung - BI-Systeme im Gesamtunternehmen und den betrieblichen Funktionsbereichen - Anwendungsbeispiele für BI-Systeme							


Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: Modul: Prüfung:
-----------------------------	---

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen
--

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74619	Business Intelligence	Tobias Gold	V, Ü	2	2,5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel	
--------------------------------	--

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
Literatur	Horváth, Péter: Controlling; 11. Aufl.; München; Vahlen 2009 Kemper, Hans-Georg; Baars, Henning; Mehanna, Walid: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen; Wiesbaden; Vieweg + Teubner 2010 Schmalen, Helmut; Pechtl, Hans: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft; 14. Auflage; Stuttgart; Schäffer-Poeschel 2009
Zusammensetzung der Endnote	
Bemerkungen / Sonstiges	
Letzte Aktualisierung	27.02.2024 Christine Schmid

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Fernandes	

Modul-Name		Visual Thinking				Modul-Nr :74620	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150 Std.	60 Std.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlveranstaltung		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik Business Analytics		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Students build a fundamental understanding of the theoretical aspects of visual thinking and visual communication. They can describe and explain the processes of visual perception and the associated thought processes, as well as recognize and understand the importance of the thinking tools and methods of visual thinking. With the help of practical exercises, they acquire the basics of drawing (basic shapes, colour, writing, etc.) and can confidently organize and present different types of information (knowledge, data, ideas, concepts, processes, etc.) visually. Through a series of contextual exercises and case studies, they internalize the tools and methods of visual thinking and are able to apply them independently in different practical scenarios.</p> <p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): The students are able to apply the learned methods of visual thinking and visualization together with future customers or colleagues and to develop them independently. As part of the exercises, they perceive their personal learning progress and develop a final presentation in small groups.</p> <p>Ggf. besondere Methodenkompetenz: The students learn to understand thinking and communication problems and learn a variety of methods to solve them visually.</p>							

Lehrinhalte

- Theoretical aspects of visual thinking.
- Basics of drawing/methods of visualization.
- Tools and methods of visual thinking.
- Solving thinking and communication problems visually.
- Visual thinking in a business context.

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul:
Modul:
Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74620	Visual Thinking		V,Ü,L	4	5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel

Sprache

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

Zusammensetzung der Endnote

Note der Projektarbeit 50% + Note des Berichts 50%

Bemerkungen / Sonstiges

Letzte Aktualisierung

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung Sommersemester 2024
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Christian Koot	

Modul-Name					Python & R			Modul-Nr : 74	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer		
5	4	150 Std.	60 Std.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester		
Angestrebter Abschluss			Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen			
Bachelor of Science			WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium	B. Sc. Business Analytics B. Sc. Wirtschaftsinformatik			
Form der Wissensvermittlung			<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht						
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>									
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Die Studierenden lernen (vorbereitend im Selbststudium) die Sprachkonzepte der für Business-Analytics-Anwendungen besonders relevanten Programmiersprachen Python und R an praktischen Programmierbeispielen kennen. Auf die Nutzung der umfangreichen Methodenbibliotheken von R wird dabei bewusst. Stattdessen werden die Grundzüge von Datenimport und –export, Datenhaltung sowie Datenvisualisierung in den Mittelpunkt gestellt.</p> <p>Die Studierenden lernen spezifizierte Sprachkonzepte in den Programmiersprache Python und R einzusetzen. Dabei können sie die Performanceauswirkungen unterschiedlicher Implementierungsansätze beurteilen und eigenständig Optimierungen entwickeln.</p> <p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): Die Veranstaltung findet integriert mit 42012 Sprachkonzepte für Business Analytics (Bachelor BAN) statt. Die Studierenden übernehmen eine führende Peer-Instruction-Rolle für die BAN-Studierenden an und fertigen hierüber eine Projektarbeit an, in der sie über ihre Rolle in den Veranstaltungen berichten und reflektieren.</p> <p>Ggf. besondere Methodenkompetenz: Die Studierenden werden in die Lage versetzt, eigenständig fortgeschrittene Sprachkonzepte zu bestimmen, die über die in der Veranstaltung behandelten Techniken hinausgehen.</p>									

Lehrinhalte

Einführung in die Arbeitsgrundlagen (vorab im Selbststudium zu erarbeiten):

- Linux
- Oracle VM VirtualBox
- Ubuntu und GNOME
- Arbeitsumgebungen: Jupyter Notebook, RStudio

Python (vorab im Selbststudium zu erarbeiten):

- Grundlagen (Interaktive Shell, IDE, Besonderheiten Bytecode-Compilierung)
- Elementare Datenverarbeitung (Datentypen und Variablen, Sequentielle Datentypen, Dictionaries, Mengen)
- Eingabe / Ausgabe (Benutzerschnittstelle, Dateien)
- Strukturierungskonzepte (Programme, Funktionen, Module)
- Kontrollstrukturen (Fallunterscheidungen, Schleifen)
- Objektorientierung (insb. Instanzierung von Objekten aus vorhandenen Klassen, Nutzung von Methoden und Attributen)
- Ausgewählte Pakete zu Datenimport, -export, -bereitstellung und -visualisierung (bspw. pandas, Matplotlib, selenium / geckdriver, rpy2)

R (vorab im Selbststudium zu erarbeiten):

- Einführung in RStudio,
- Umgang mit Workspace und R-Konsole,
- Elementare Datenverarbeitung (Arithmetik, Datenstrukturen, Logische Operatoren, Datentransformationen),
- Listen und Datensätze,
- Strukturierungskonzepte (Programme, Funktionen),
- Kontrollstrukturen (Fallunterscheidungen, Schleifen),
- Grafik-Devices und einfache Plots (Paket graphics),
- Programmierübungen.

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: Abgeschlossenes Grundstudium mit überdurchschnittlichen Studienleistungen in den Programmierfächern.

Modul:


Prüfung: Zulassung auf Basis einer Motivations-E-Mail und den Studienleistungen in den Programmierfächern des Grundstudiums.

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
-----------------	---	-----------------	------------	------------	-----------	------------	--

74623	Python & R	Prof. Dr. Christian Koot	V,Ü,L	4	5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	B. Sc. Business Analytics B. Sc. Wirtschaftsinformatik				
Zugelassene Hilfsmittel		--					

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
Literatur	<p>Klein, Bernd: Einführung in Python 3, 4. Auflage, München, Hanser 2021, ISBN: 978-3-446-46467-4 (eBook, lizenziert durch die Bibliothek der HS Aalen)</p> <p>Wollschläger, Daniel: Grundlagen der Datenanalyse mit R; Heidelberg; 5. Auflage; Springer Spektrum 2020; ISBN: 978-3-662-61736-6 (eBook, lizenziert durch die Bibliothek der HS Aalen)</p>
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung (schriftliche Dokumentation des Projekts, enthält exemplarische Lösungen von zwei vorgegebenen Programmierproblemen).
Bemerkungen / Sonstiges	<p>Das Fach 74623 Python & R wird als Wahlpflichtfach gemeinsam mit dem Pflichtfach 42208 Sprachkonzepte für Business Analytics 1 (Bachelor BAN) angeboten.</p> <p>Um die erforderliche Betreuungsintensität in beiden Fächern gewährleisten zu können, wird die Teilnehmerzahl für 74623 Python & R auf fünf Studierende pro Semester beschränkt.</p> <p>Darüber hinaus wird die Bereitschaft vorausgesetzt, sich in hervorragender Weise in die Peer Instruction der BAN-Studierenden auf Basis einer eigenverantwortlichen Vorbereitung einzubringen.</p> <p>Hierzu werden vom Dozenten die Veranstaltungsunterlagen der Vorjahres via Canvas bereitgestellt.</p> <p>Die Studierenden melden sich per E-Mail beim Dozenten an bis zum Ende der ersten Vorlesungswoche an und legen ihre Motivation dar. Auf Basis der dargelegten Motivation und der Studienleistungen in Programmierfächern im Grundstudium wird über die Zulassung entschieden. Die Studierenden werden über die Zulassungsentscheidung per E-Mail an ihre Hochschuladresse informiert.</p>
Letzte Aktualisierung	17.07.2023 Koot

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Business Analytics	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Manfred Rössle	

Modul-Name		Unternehmensführung 2				Modul-Nr : 74624	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150 Std.	60 Std.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium	B. Sc. Business Analytics, B. Sc. Wirtschaftsinformatik		
Form der Wissensvermittlung		<input type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

Die Studierenden sind in der Lage, sich nach vorangehender Einführung und Anleitung selbständig Wissen zu ausgewählten betriebswirtschaftlichen Themen zu erarbeiten, zu vertiefen und dieses zielorientiert in der Praxis anzuwenden.

Die Studierenden sind im Kontext der Unternehmensführung fähig, vertiefende Aspekte unter anderem aus den Bereichen

- Kapitel 1: Führung und Personalmanagement - Führungstheorien, Führungsstile und Führungsgrundsätze
- Kapitel 2: Gesprächsleitfaden in Führungssituationen – Das Bewerbungsgespräch, das Motivationsgespräch, das Tadelgespräch, das Abmahnungsgespräch, das Trennungsgespräch
- Kapitel 3: Personalführung – Arbeitstechniken in Unternehmen und Dialogführung
- Kapitel 4: Kundenbeziehungsmanagement CRM (in Planung – bei Erweiterung auf 5 CP)
- Kapitel 5: Kalkulation von Marktpreisen (in Planung – bei Erweiterung auf 5 CP)

an konkreten Fallstudien aus der Praxis umzusetzen.

Dies erfolgt mit Hilfe von

- Rollenspielen für das Erlernen von Dialogtechniken
- Wirtschaftlichkeitsberechnungen an Praxisfällen

Das hierbei erlernte Wissen und das Wissen aus ihrem bisherigen Studium können die Studierenden in Rollenspielen schärfen. Im Rollenspiel werden die Studierenden ihr Handeln als Führungsperson in einem Unternehmens-Umfeld experimentell anwenden und die gemachten Erfahrungen in der Gruppe austauschen und diskutieren.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“):

Die Studierenden sind in der Lage, in Rollenspielen Personalführungsaufgaben aus der Praxis erfolgreich durchzuführen. Dazu gehören Methoden zur Dialogführung als Führungskraft in Führungssituationen wie z.B. Bewerbungsgespräch, Motivationsgespräch, Tadelgespräch, Abmahnungsgespräch oder Trennungsgespräch. In Kunden- und Mitarbeitergesprächen trainieren wir das Verkaufsgespräch und die Beschwerdebehandlung. Die faktische Anwendung erfolgt als Rollenspiel in diversen Führungssituationen. Studierende sollen zudem in die Lage versetzt werden, im Rahmen einer Teamarbeit unbekannte komplexe Fragestellungen als Gruppe zu lösen.

Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Studierende sollen in die Lage versetzt werden, in konkreten Führungssituationen die erlernten Arbeitstechniken zielgerichtet einzusetzen. Die Auswahl und Anwendung der adäquaten Dialogführung soll den Studierenden ein effizientes und effektives Führungsverhalten ermöglichen

Lehrinhalte

Ausgewählte Themen zu Grundlagen der Unternehmensführung anhand von Rollenspielen (Themen werden während des Semesters ausgegeben) als Ergänzung zur Vorlesung und Übung;
Anwendung des Erlernten im Rahmen von Gruppenübungen, Rollenspielen und Übungsaufgaben.

- Führungstheorien, Führungsstile und Führungsgrundsätze
- Dialogführung in Mitarbeitergesprächen
- Dialogführung in Verkaufsgesprächen
- zielführende Arbeitstechniken in Führungssituationen

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: Unternehmensführung 1
Modul:
Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74624	Unternehmensführung 2	Dipl.-Math. Wolfgang Gunsenheimer	V, Ü	4	5	6	PLK 90 Min
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlmodul	HS - Hauptstudium	B. Sc. Business Analytics, B. Sc. Wirtschaftsinformatik				
Zugelassene Hilfsmittel		keine					


Sprache

Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

R. Dillerup/R. Stoi, Unternehmensführung, Vahlen
H. Kreikebaum, Strategische Unternehmensplanung, Kohlhammer
K. Macharzina/J. Wolf, Unternehmensführung, Gabler
G. Schreyögg/J. Koch, Grundlagen des Managements, Gabler
Hungenberg, H.: Einführung in die Unternehmensführung, Heidelberg (mit T. Wulf)
A. G. Coenenberg, A. Haller und W. Schultz: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse

	Weitere aktuelle Literatur wird in der Vorlesung bekanntgegeben
Zusammensetzung der Endnote	
Bemerkungen / Sonstiges	
Letzte Aktualisierung	Wolfgang Gunsenheimer/Christine Schmid

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Fernandes	

Modul-Name		Design Management				Modul-Nr :74627	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150 Std.	60 Std.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlveranstaltung		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik Business Analytics		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Students build a fundamental understanding of design and the methods of design management in a global business context. They can describe and explain design strategies and the role of design in creating value in an organization, as well as recognize and understand the methods of managing design at a strategic and tactical level. Through a series of contextual exercises and case studies, they internalize the tools and methods of design management and are able to apply them independently in different practical scenarios.							
Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): The students are able to apply the design management methods they have learned together with future customers or colleagues and to develop them further independently. As part of the exercises, they perceive their personal learning progress and develop a final presentation in small groups.							
Ggf. besondere Methodenkompetenz: The students work in groups and can analyze problems together, work out joint solutions and present the solutions.							

Lehrinhalte

Fundamentals of Design Management.

- The Field of Design.
- History of Design.
- Design and Business Performance.

The Value of Design.

- Design and Marketing.
- Design and Innovation.
- Design and Strategy.

Design Management in Practice.

- Managing the Design Strategy.
- Managing the Design Process.
- Managing the Design Implementation.

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul:
Modul:
Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74627	Design Management		V,Ü,L	4	5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel

Sprache

- Deutsch **Englisch** Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch


Literatur

Zusammensetzung der Endnote

Note der Projektarbeit 50% + Note des Berichts 50%

Bemerkungen / Sonstiges

Letzte Aktualisierung

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Christian Koot	

Modul-Name		Communication- and Conflictmanagement				Modul-Nr :74628	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
2,5	2	75 Std.	30 Std.	45 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Bachelor of Science		WM – Wahlmodul		HS – Hauptstudium		Business Analytics Wirtschaftsinformatik	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Communication- and Conflict Management -

Aspects of successful presentation and communications by applying techniques from conflict management

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

The students are able to understand the concepts and methodics of communication and conflicts and are able to apply transfer knowledge of presentation skills, effective and productive communication, relationship management and conflicts.

Topics such as:

- Conflicts in work environment X.0
- Aspects of communication, conflicts and how they are connected to each other?
- Required competencies to handle challenging situations
- Risks and chances in conflicts
- Causes and impact of miscommunication
- Overview of conflict types and conflict-avoidance methods
- Tools, techniques and methods to perform successful presentations, communication and relationships
- Activities and exercises are manifesting the learned topics

The aim of the course should be that the students can apply their learned knowledge and are able to evaluate the situation and conflicts and can apply conflict avoidance strategies.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“):

Through pro-active participation and willingness to volunteer in role plays and exercises the students will be challenged to demonstrate sovereignty to handle difficult situations. The students are able to discuss and analyze different situations, role plays and cases and are able to apply learned methodics to avoid escalation and conflict.

Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Pro-active participation and willingness to get into conflicts and difficult situations is a must have pre-condition for this course. The course is a safe environment to discuss conflicts and situations which will be re-evaluated everytime.

Lehrinhalte

- Presentation techniques
- Communication basics and dynamics
- Conflict Management
- Deescalation methods and techniques
- Group and individual cases, exercises and presentations

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul:
Modul:
Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modul-prüfung Art / Dauer / Benotung
74628	Communication- and Conflictmanagement	Philipp Wucherer	V, Ü	2	2,5	6	PLP

Zugelassene Hilfsmittel	none
Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
Literatur	Stephan Proksch (2016): Conflict Management; Vienna; Springer Weber, Peter (2005): Schwierige Gespräche kompetent bewältigen Glasl, Friedrich (1997): Konfliktmanagement: Stuttgart. Hugo-Becker, Annegret/ Becker, Henning (1996): Psychologisches Konfliktmanagement. München Gamber, Paul (1995): Konflikte und Aggressionen im Betrieb. Problemlösungen mit Übungen, Tests und Experimenten. München, mvg Verlag.

Zusammensetzung der Endnote	<p>The final grade consists of two parts:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A written composition to a pre-defined topic (assigned by lecturer) = 40% of final grade 2. Final presentation and defense of the written composition = 60% of final grade <p>Both parts have to be passed and performed to pass the course.</p>
Bemerkungen / Sonstiges	<p>Active participation and willingness to try and exercise different cases and activities in a safe environment, are a must have and pre-requisite for this course.</p>
Letzte Aktualisierung	

			Fakultät Wirtschaftswissenschaften			Modulbeschreibung		
			Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik					
			Modulkoordinator Prof. Dr. Christian Koot					
Modul-Name		Marketing Mix					Modul-Nr : 74629	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer	
5	4	150 Std.	60 Std.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester	
Angestrebter Abschluss			Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science			WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik		
Form der Wissensvermittlung			<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>								
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Die Studierenden können Marketingstrategie anwenden, diese erfordert die Umsetzung eines angepassten und kontrollierbaren Marketing-Mix (Produkt, Preis, Kommunikation, Distribution). Im Zuge eines effektiven Marketingmix können die Studierenden Marketing-Instrumenten auswählen, die geeignet sind die vorab definierte Zielstellung zu erreichen als auch die Zielerreichung messbar zu gestalten. Die Studierenden sind in der Lage theoretische und konzeptionelle Modelle zu beschreiben und können effiziente Planung und Kontrolle durchführen. Sie können unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten bewerten und verschiedene Marketing-Mix Optionen vergleichend kontrastieren. Sie können dabei theoretische Grundlagen und Modelle im Bereich des internationalen Marketings auf Case Studies anwenden. Aufgrund der Nutzung von Fallstudien, die laut Barkley et al. (2005), S. 182 die Lücke zwischen Theorie und Praxis aber auch akademischen Leben und Arbeitsplatz überbrücken, können die Studenten Kompetenzen um komplexe Problemstellungen und deren Parameter identifizieren zu können, unterschiedliche Positionen und Szenarien innerhalb und außerhalb des Unternehmens erkennen zu können, und die Lösungsansätze und Alternativen dazu zu analysieren, entwickeln.</p> <p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): Die Studierenden sind in der Lage ihr berufliches Handeln im Bereich des Marketing-Mixes kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen zu reflektieren. Sie können mit Fachvertretern diskutieren und ihre Meinungen vertreten.</p>								

Lehrinhalte

Aufgaben, Rahmenbedingungen und Standardisierungspotentiale des Marketing-Mixes im nationalen als auch internationalen Umfeld

- Internationale Produktpolitik
- Internationale Distributionspolitik
- Internationale Preispolitik
- Internationale Kommunikationspolitik

Implementierung internationaler Marketingstrategien

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: **Marketing und Marktforschung bzw. Marketing & CRM muss bestanden sein**

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74629	Marketing Mix	Prof. Dr. Peter Gentsch	V, Ü	4	5	4	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik Business Analytics				

Zugelassene Hilfsmittel

Sprache

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

Meffert, Burmann und Becker (2010), Internationales Marketing; Meffert, Burmann und Kirchgeorg (2014), Marketingmanagement, Springer /Gabler Research; Benkenstein und Ulrich (2010), Strategisches Marketing, Kohlhammer; Mooradian, Matzler und Ring (2008) Strategic Marketing: International Edition, Pearson Burmann; Haloszovich, Herrmann und Meffert (2012), Identitätsbasierte Markenführung Albaum and Duer (2011), International Marketing and Export Management 7/E, Pearson; Keller (2012), Strategic Brand Management, Pearson Kotler and Armstrong (2011), Principles of Marketing, Pearson Backhaus und Voeth (2009) Industriegütermarketing, Vahlen Verlag Mathur, U.C.: International Marketing Management: Text and Cases, Los Angeles u.a., Sage 2008; Keegan W.J.: Global Marketing Management, Pearson, 7th edition 2001; Czinkota, Ronkainen und Zvobgo (2011) International Marketing, Cengage Learning

Zusammensetzung der Endnote

Note des Projektes

Bemerkungen / Sonstiges

Vorlesung wird im Studiengang Internationale BWL angeboten, es können deshalb max. 5 TN aus den Studiengängen WI & BAN aufgenommen werden

Letzte Aktualisierung

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Christian Koot	

Modul-Name		Cyber Security				Modul-Nr :74630	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
2,5	2	75 Std.	30 Std.	45 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Bachelor of Science		WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium		Wirtschaftsinformatik	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

Die Studierenden kennen die rechtlichen Aspekte der „Cyber Security“, insbesondere die regulatorischen Anforderungen an die IT-Sicherheit, den Datenschutz und die besonders schützenswerten Infrastrukturen. Vor dem Hintergrund der globalen Vernetzung werden die gesetzlichen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie in den USA, China und anderen wichtigen Regionen der Welt mit ihren spezifischen Ausprägungen hinsichtlich Cyber Security behandelt. Dabei werden auch andere betroffenen Rechtsgebiete, wie etwa das Gesellschaftsrecht (Unternehmensorganisation, Sorgfaltpflichten), das Arbeitsrecht (Sensibilisierung von Mitarbeiter:innen) oder das Versicherungsrecht und die Aufsichtspraxis (BSI) thematisiert.

Darüber hinaus werden auf Basis aktueller Cyberangriffe (Ransomware, Phishing etc.) staatliche und privatwirtschaftliche Ansätze zur Cyberabwehr (Cybersicherheitsagentur BW, CAZ) vorgestellt und Handlungsalternativen aufgezeigt.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“):

Durch das Bilden von Arbeitsgruppen wird die Sozialkompetenz gestärkt und die Studierenden sind in der Lage ihr Wissen mit anderen Kommiliton:innen auszutauschen und zu diskutieren.

Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden kennen die einschlägigen rechtlichen Regeln und Vorgehensweisen und können diese auf konkrete Fallgestaltungen anwenden.

Lehrinhalte

- Europäische Richtlinie zur Netz- Und Informationssicherheit (NIS)
- IT-Sicherheitsgesetz, BSI-Gesetz, KRITIS-Verordnung
- DSGVO, BDSG
- aktuelle Entwicklungen in der Cyber Security, Cyber Crime, Cyber Warfare
- Bezüge zum Gesellschafts-, Versicherungs-, Straf- und Arbeitsrecht
- internationales Recht im Bereich Cyber Security (USA, China, Russland)

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul:
Modul:
Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74630	Cyber Security	RA. Alexander Forssman	V, Ü	2	2,5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Sprache

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur


- Kipker: „Cyber Security“
 - Gabel / Heinrich / Kiefner: „Rechtshandbuch Cyber-Security“
 - Ritter: „Die Weiterentwicklung des IT-Sicherheitsgesetzes“
 - (einschlägige) Gesetzestexte z.B. www.gesetze-im-internet.de, Beck-Texte im dtv
- Auf weitere Literatur wird in der Vorlesung hingewiesen.

Zusammensetzung der Endnote

Semesterarbeit (schriftliche Ausarbeitung oder Präsentation im Rahmen der Vorlesung)

Bemerkungen / Sonstiges

Letzte Aktualisierung

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Marc Fernandes	

Modul-Name		Qualitätsmanagement				Modul-Nr : 74631	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150 Std.	60 Std.	90 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Bachelor of Science		WM - Wahlveranstaltung		HS - Hauptstudium		Wirtschaftsinformatik Business Analytics	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

Die Studierenden werden durch die im Rahmen der Vorlesung vermittelten Inhalte in die Lage versetzt Methoden der Themenbereiche Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung (QFD, SPC...) zielgerichtet einzusetzen und zu bewerten.

Die Kontaktzeit dient zur Einführung in die Methoden sowie zur Vertiefung ebenjener an Beispielen aus der industriellen Praxis. Besonderer Fokus wird auf die Relevanz des Themengebiets Qualitätsmanagement innerhalb verschiedener Phasen des Produktlebenszyklus gelegt. Die Studierenden sind eigenständig befähigt das hierdurch erworbene Wissen im Rahmen des Selbststudiums zu vertiefen und in einem praxisnahen Unternehmensumfeld anzuwenden.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“):

Die Studierenden sind in der Lage komplexe Sachverhalte im Themenbereich Qualitätsmanagement sowohl zu verstehen wie auch sinnvoll abzugrenzen. Hierdurch ergibt sich die Fähigkeit, fundierte Entscheidungsempfehlungen auszusprechen. Durch im Rahmen der Vorlesung durchgeführte Gruppenarbeiten wird die Sozialkomponente gestärkt und die Studierenden werden in die Lage versetzt komplexe Aufgabenstellungen sowohl selbstständig, wie auch im Team zu bearbeiten. Die hieraus resultierenden Lösungsansätze können von ihnen interpretiert, diskutiert wie auch präsentiert werden.

Die Studierenden werden durch die Vorlesung befähigt an verschiedenen Schnittstellen im Unternehmen zu arbeiten, unter anderem zwischen Qualitätsmanagement und IT.

Die Studierenden werden durch die Vorlesung befähigt an verschiedenen Schnittstellen im Unternehmen zu arbeiten, unter anderem zwischen Qualitätsmanagement und IT.

Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden lernen alltägliche Problemfelder im Qualitätsmanagement zu verstehen und erlernen verschiedene Methoden, um diese erfolgsorientiert zu bearbeiten. Sie sind in der Lage Ergebnisse situationsgerecht zu präsentieren und Probleme sowohl eigenständig wie auch in Zusammenarbeit mit anderen Studierenden zu diskutieren und zu interpretieren.

Lehrinhalte

Wesentliche Bestandteile des Moduls Qualitätsmanagement:

- Einführung, Historie und allgemeine Informationen
- Normen und Zertifizierungen
- Auditierung
- Methoden (z.B. QFD)
- Anwendung über den Produktlebenszyklus
- Risikomanagement

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul:
Modul:
Prüfung:

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74631	Qualitätsmanagement	Marc Ebert (B.Sc.)	V,Ü,P	4	5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel

Sprache

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch

 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Zusammensetzung der Endnote

Bemerkungen / Sonstiges

Letzte Aktualisierung

16.02.2023 Christine Schmid

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Manfred Rössle	

Modul-Name		Onlinemarketing				Modul-Nr: 74632	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
2,5	2	75 Std.	30 Std.	45 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlveranstaltung		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik Business Analytics		
Form der Wissensvermittlung		<input type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

Onlinemarkting ist eine wesentliche Methode zur Digitalisierung des Verkaufsprozesses. Dazu sind die eigenen Angebote, Produkte und Lösungen den avisierten Zielgruppen über diverse Kanäle des Internet zu präsentieren. Die Studierenden erlernen zunächst das Produkt und die Zielgruppe zu definieren. Die Produkte werden dabei als „Portfolio“ unterschieden, für die Zielgruppen werden „Avatare“ erstellt.

Dann erlernen die Studierenden den „Marketingfunnel“ zu konstruieren. Dazu werden die Kanäle, die Medien, der Call to Action (CtA) uvm. in eine sinnvolle Anordnung gebracht. Es wird das Ziel der Aktion und die dazu erforderlichen Kennzahlen festgelegt. Es werden Begriffe wie CTA, Funnel, Emailmarketing, SEA, SEA, Freebie, ...) definiert, ausgewählt und eingebunden.

Beinhaltete Kanäle sind: SEO, SEA (Suchschlitz-, und Displaywerbung), Social Media Marketing (Meta, LinkendIn, ...), jeweils organisch und bezahlt.

Beinhaltete Medien sind: Text, Schema, Bilder, Videos,
Betrachtete CtA sind z.B. Kaufen (Onlineshop), Termin, Download, usw.

Die Studierenden verstehen welche KPI's im Onlinemarketing relevant sind, wie sie erhoben werden und was sich daraus ergibt. Im Modul werden die Aspekte des Onlinemarketing einzeln und im Zusammenhang untersucht und praktisch angewendet. Die Studierenden werden einen komplett funktionsfähigen Funnel aufbauen, einrichten und nutzen. Das verwendete Beispiel ist die Vermarktung des Studiengangs „Wirtschaftsinformatik“ an der HS Aalen.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“):

Die Studierenden schärfen ihre Sozialkompetenz durch eine ausgeprägte Gruppenarbeit in kleinen Teams für eine „große Sache“.

Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden entwickeln „by the way“ und selbst einen Ablauf zur agilen Nutzung von Onlinemarketingaktivitäten. Hierdurch ergibt sich auch die Fähigkeit, fundierte Entscheidungsempfehlungen auszusprechen.

Lehrinhalte

- Definition des Portfolios
- Definition der Zielgruppe(n)
- Produkt / Zielgruppen – Matrix
- Unterscheidung der Kanäle (Suchnetzwerk, Displaywerbung, Social Media, Influencer, Affiliate, ...)
- Struktur und Aufbau eines Funnel
- Entwicklung und Produktion der Medien: Texte, Bilder, Videos
- Aufbau und Funktionsweise der Werbeplattformen (Google Ads und Meta Businessmanager)
- Anlegen von Kampagnen
- Prinzipien organischen Werbens (SEO und Social Media)
- Definition von KPI's
- Aufsetzen und Nachsteuern von Werbekampagnen (am Ziel ausgerichtet)

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: keine
 Modul: keine
 Prüfung: 80% Teilnahme an den Veranstaltungen

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74632	Onlinemarketing	Heiko Rössel	V	2	2,5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel**Sprache**

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

Launch (Jeff Walker, Books4Success, 2018)
 Service neu denken (Rössel, Podcast, Episode 88ff, 2020)

Zusammensetzung der Endnote

- Für den Erhalt der CPs
- Anwesenheit 80%
 - Mitarbeit
 - Ausarbeitung verschiedener Aufgaben mit anschl. Präsentation.
 - Präsentation mit Dokumentation

Bemerkungen / Sonstiges

Gezieltes Üben von Arbeits-Lern-, Präsentations- und Kommunikationstechniken sowie Teamarbeit und Reflexion
 Professionelles Feedback erfolgt zu Ausarbeitung und Präsentation.

Letzte Aktualisierung

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang B. Sc. Wirtschaftsinformatik	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Manfred Rössle	

Modul-Name		Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie				Modul-Nr: 74634	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
2,5	2	75 Std.	30 Std.	45 Std.	Sommersemester	6	1 Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Bachelor of Science		WM - Wahlveranstaltung		HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik Business Analytics		
Form der Wissensvermittlung		<input type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges, Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Die Systemthorie ist ein mächtiges soziologisches Denk- und Handlungswerkzeug, welches in Organisationen und in der Wirtschaft zur Führung, zur Steuerung und zum Management genutzt werden kann. Die Systemthorie ist ein Muß für angehende Fach-, Führungs- und Managementkräfte. Die Studierenden erlernen die wesentlichen Aspekte der Systemtheorie.</p> <p>Ein „System“ ist der Unterschied zwischen System und Umwelt, so der Nukleus der modernen Systemtheorie von Niklas Luhmann. Die Studierenden erlernen Prinzipien zum Verständnis und zur Funktionsweise von Systemen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, gelingende Interventionen in und an sozialen Systemen wie in Teams, Abteilungen, Organisationen, Projekten oder bei Veränderungen durchzuführen.</p> <p>In der Vorlesung geht es vorrangig um „soziale Systeme“, hier um Organisationen, Teams, Abteilungen im Kontext von Unternehmen und der Wirtschaft.</p> <p>Die Studierenden lernen die Prinzipien von Systemen kennen. Sie leiten aus den Prinzipien praktische Erkenntnisse im Umgang mit sozialen Systemen ab und nutzen diese z.B. in Beobachtungs-, Kommunikations-, oder Veränderungsprozessen.</p>							
<p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbständigkeit“): Die Studierenden schärfen ihre Sozialkompetenz durch das Erlernen von systemischen Denkmodellen und deren praktischer Anwendung in der Beobachtung und in der Kommunikation.</p>							

Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden lernen praktische Methoden zur Nutzung in Steuerungs-, Management-, Führungs-, und Veränderungsprozessen kennen und nutzen.

Lehrinhalte

- Die Definition und Entstehung von Systemen
- Systemtheorie und Psychologie – eine Abgrenzung
- Kompliziert und Komplex, von trivialen und nichttrivialen Maschinen
- Operanten lebendiger Systeme und deren Nutzung in der Praxis
- Kybernetik und Steuerungsfantasien
- Wahrnehmung, Konstruktivismus und die Subjektivität von Wahrheit
- Kommunikationsprozesse beobachten und verstehen
- Soziale Systeme in der Wirtschaft erkennen und beeinflussen
- Teams, Abteilungen, Organisationen unterscheiden und „koppeln“
- Möglichkeiten von Führung und Motivation erkennen und nutzen
- Selbstorganisation als die „bessere Organisation“?
- Wirksame Gestaltung von Veränderungsprozessen
- Über Visionen, Werte, Sinn und Sinnkonstruktionen
- Ablauf- und Aufbauorganisationen mit der systemischen Perspektive
- Über die Demut von Führung und die Subjektivität der eigenen Perspektive
- Lernen in sozialen Systemen
- Anschlußfähige Kommunikation und die Macht der Provokation
- u.v.a.m.

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: keine
 Modul: keine
 Prüfung: 80% Teilnahme an den Veranstaltungen

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Modulprüfung Art / Dauer / Benotung
74634	Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie	Heiko Rössel	V	2	2,5	6	PLP
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WM - Wahlveranstaltung	HS - Hauptstudium	Wirtschaftsinformatik				

Zugelassene Hilfsmittel

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
Literatur	Einführung in die Systemtheorie (Niklas Luhmann, Carl Auer, 2017) Soziale Systeme (Niklas Luhmann, Suhrkamp, 2012) Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus (Fritz B. Simon, Carl Auer, 2015) Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners (von Förster, Pörksen, Carl Auer, 2019) Der Baum der Erkenntnis (Materna, Varela, Fischer, 2020) Professionelle Prozessberatung (Glasl, Kalcher, Piber, Haupt Verlag, 2014) Führung neu gedacht (Rössel, Servicearchitekt Verlag -KDP-, 2020)
Zusammensetzung der Endnote	Für den Erhalt der CPs <ul style="list-style-type: none"> • Anwesenheit 80% • Mitarbeit • Ausarbeitung verschiedener Aufgaben mit anschließender Präsentation. • Präsentation mit Dokumentation
Bemerkungen / Sonstiges	Gezieltes Üben von Arbeits-Lern-, Präsentations- und Kommunikationstechniken sowie Teamarbeit und Reflexion Professionelles Feedback erfolgt zu Ausarbeitung und Präsentation.
Letzte Aktualisierung	