

Modulhandbuch

Bachelor-Studiengang E-Commerce

Stand: 06. November 2024

Inhalt

B200 E-Commerce Grundlagen	5
B221 Grundlagen Data Science.....	7
B005 Rechnungswesen	9
B216 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	11
B002 Mathematische Konzepte und Diskrete Mathematik	13
B003 Programmstrukturen 1	15
B016 Einführung in die Programmierung.....	17
B064 Web- & App-Analytics	19
B035 Office-Anwendungen	21
B202 Web-Technologien	23
B053 Datenschutz und Medienrecht	25
B019 Deskriptive Statistik und Grundlagen der Linearen Algebra	27
B020 Programmstrukturen 2	29
B215 Investition und Finanzierung	32
B201 Digital Marketing	34
B056 Usability and Mobile	36
B293 Digital Product Management	38
B052 Einführung in Datenbanken	40
B041 Induktive Statistik	42
B040 Algorithmen und Datenstrukturen	44
B054 Servicemanagement und Marketing & Vertrieb	47
B294 B2B & Marketplace E-Commerce.....	49
B128 Projekt E-Commerce.....	51
B082 Operations Research	52
B251 Venture-Challenge	54
B036 Programmierpraktikum.....	55
B100 Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen.....	57
B205 Online-Plattform (Konzeption & Aufbau).....	59
B207 Advanced Digital Marketing	60
B204 Multi Channel Retailing	62
B203 E-Commerce Datenmanagement.....	64
B105 Seminar E-Commerce	65
B162 Lebenszyklus von IT-Systemen	67
B253 Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen	69
B249 Logistikmanagement.....	71
B086 Controlling und Unternehmensführung.....	73
B208 Soft Skills	75
B120 Entre- und Intrapreneurship.....	78
B058 Software-Design	81
B062 Strategisches Marketing & Vertriebsmanagement	83
B099 Auslandssemester.....	85
B176 Praxissemester (dual).....	86

B179 Wissenschaftliche Ausarbeitung (dual).....	88
B159 Betriebspraktikum	90
B150 Bachelor-Thesis	91
B160 Bachelor-Kolloquium.....	93

B200 E-Commerce Grundlagen

Veranstaltungen	B200a E-Commerce Grundlagen
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Atilla Wohllebe
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Grundkenntnisse zu geschäftlichen Transaktionen und zu Kundenbeziehungen.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über weitgehende Kenntnisse der System-Komponenten, die im E-Commerce bei der Realisierung von B2C-Geschäftsbeziehungen zum Einsatz kommen, sowie der von ihnen abzudeckenden Anforderungen und typischen Funktionalitäten. Das Modul vermittelt zudem Kenntnisse bezüglich der in E-Commerce-Systemen eingesetzten Methoden und Techniken und aktuell verfügbarer Software-Produkte. Studierende erwerben die Fähigkeit, E-Commerce-Systeme im Kontext einer Anwendungskonstellation zu bewerten. Nach Abschluss des Moduls sind Studierende in der Lage, die Konzeption eines Online-Shops zu begleiten und die dafür notwendigen E-Commerce-System-Module hinsichtlich der benötigten Eigenschaften zu bewerten.

Inhalte:

E-Commerce Grundlagen:

- Grundlagen
 - Definitionen und Begriffe
 - Online-Shopping-Kaufprozess
 - E-Commerce-Marktentwicklung
- System-Komponenten von E-Commerce-Plattformen
 - Shopsysteme / Shop-Kernfunktionalitäten
 - Produktkataloge / Datenmanagement
 - Empfehlungssysteme / Personalisierung
 - Zahlungssysteme / Zahlungsarten
 - Weitere Komponenten / Schnittstellen
- Übergreifende Aspekte zu E-Commerce-Plattformen
 - Sicherheitsaspekte Betrieb der E-Commerce-Plattform
 - Weiterentwicklung der E-Commerce-Plattform

Literatur:

E-Commerce Grundlagen:

- CONSTENSEN, Anna: E-Payment: Möglichkeiten und Risiken. Beau Bassin: FastBook Publishing, 2010.
- DANNENBERG, Marius; ULRICH, Anja: E-Payment und E-Billing: Elektronische Bezahlssysteme für Mobilfunk und Internet. Wiesbaden: Gabler, 2004

- DOMBRET, Bastian: Zahlungssysteme im Internet: Marktüberblick und Perspektiven. Norderstedt: Books On Demand, 2008
- KANTOR, Paul B. et al.: Recommender Systems Handbook. Berlin: Springer Verlag, 2010.
- KLAHOLD, André: Empfehlungssysteme. Wiesbaden: Vieweg+Teubner, 2009.
- KRETSCHMAR, Stephanie: Elektronische Zahlungssysteme: Grundlagen, Verbreitung, Akzeptanz, Bewertung. Saarbrücken: Vdm Verlag Dr. Müller, 2005.
- LAMMER, Thomas: Handbuch E-Money, E-Payment & M-Payment. Heidelberg: Physica-Verlag, 2006.
- MEIER, Andreas; STORMER, Henrik: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette. Berlin: Springer Verlag, 2008.
- NEUMANN, Andreas W.: Recommender Systems for Information Providers: Designing Customer Centric Paths to Information. Heidelberg: Physica-Verlag, 2009.
- RENNEBERG, Volker: Adaptives, baukastenbasiertes Recommendersystem. Lohmar: Eul Verlag, 2010.
- STEIREIF, Alexander; RIEKER, Rouven Alexander: Magento. Bonn: Galileo Press, 2010.
- STOLZENBERGER, Marcus: Empfehlungssysteme: Transparente Visualisierung im mobilen Umfeld. Hamburg: Diplomica Verlag, 2009.
- STROBEL, Claus: Web-Technologien in E-Commerce-Systemen. München: Oldenbourg Verlag, 2004.

B221 Grundlagen Data Science

Veranstaltungen	B221a Data Literacy B221b Übg. Data Science
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Hendrik Annuth
Verwendung in Studiengängen	Angewandte Wirtschaftspsychologie (Bachelor) Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Hendrik Annuth
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	Jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assignment
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Voraussetzung ist das Verständnis einfacher, wirtschaftlicher Abläufe auf schulischem Niveau. Hierzu zählen insbesondere das Verständnis einfacher Geschäftsprozesse und die Kenntnis von Basisbegriffen einfacher unternehmerischer Prozesse.

Lernziele:

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden eine gute gedankliche Grundlage, um Prozesse und Problemstellungen aus einer datenorientierten Perspektive zu betrachten. Im Bereich Machine Learning und Data Science werden Basiskonzepte und Begriffe behandelt und erklärt. Hierzu zählt insbesondere ein Einblick in die Themen Klassifikation, Regression und Clustering, sowie die Datenbeschaffung, -aufbereitung, -analyse und -visualisierung. Die Qualität von Datensätzen wird behandelt. Fragen der Datenethik werden diskutiert und vermitteln einen kritischen und verantwortungsvollen Umgang mit Daten. Es wird ein Überblick über verschiedene Lösungsansätze für datengetriebene Entscheidungsprobleme gegeben. Die vermittelten Inhalte mit dem Schwerpunkt datengetriebenen Entscheidungsprozesse werden für die Studierenden in einer Übung mit einer abschließenden Ergebnispräsentation praktisch erfahrbar gemacht.

Inhalte:

Data Literacy:

- Geschäftsanforderungen interpretieren:
 - Besprechen von Geschäftsanforderungen für die Implementierung
 - Ändern von Geschäftsfragen in analytische Fragen
 - Das Erklären von Datenquellen
 - Das Diskutieren von KPIs, Metriken und Kennzahlen
- Die Bewertung der Datenqualität Daten verstehen und transformieren:
 - Erläutern verschiedener Datentypen und Auswirkungen auf die Analyse
 - Vergleiche verschiedener Klassifikationen von Daten

- Erläutern von Datenstruktur und die Auswirkungen auf die Analyse
- Verwendung grundlegender statistischer Methoden
- Erläutern der für die Analyse erforderlichen Aggregationen
- Vergleiche von Verteilungsarten und erläutern Sie die Auswirkungen auf die Analyse
- Bewertung der Notwendigkeit von Datenverwaltung und -sicherheit
- Datenstrukturen transformieren
- Entwerfen und Interpretieren von Visualisierungen:
 - Verwendung grundlegender Visualisierungsmethoden
 - Geschichtenerzählen mit Visualisierungen
 - Feststellen, ob die Visualisierung die analytische Frage beantworten kann
 - Interpretation der Visualisierung, um Beobachtungen zu erstellen
 - Erläutern von Ausreißern, Trends und Beziehungen zwischen Datenelementen
 - Herleitung einer Hypothese und Empfehlung für Analyseschritte
 - Testen von Daten auf Korrelationen und Ursachen
- Auf Ergebnisse reagieren:
 - Entscheiden, welche Erkenntnisse aus der Analyse gewonnen wurden
 - Empfehlung von Maßnahmen basierend auf der Analyse
 - Prognostizieren der möglichen Folgen von Maßnahmen zur Minimierung unbeabsichtigter Ereignisse
 - Bewertung und Integration von Feedback in einen Aktionsplan
 - Die ethische und angemessene Verwendung von Daten und Erkenntnissen

Übg. Data Science

- Auswahl einer passenden Problemstellung
- Identifikation von Datenquellen oder Möglichkeiten der Datenerfassung für die Problemstellung
- Einfache Auswertungstechniken für Datensätze
- Einführung in Programmiersprachen R und Python auf Anfängerniveau
- Einlesen von Standarddatenformaten
- Erstellung und Verarbeitung von Standarddatenformaten (csv, xlsx, txt)

Literatur:

Data Literacy:

- Data Literacy: How to Make Your Experiments Robust and Reproducible; Academic Press 2017; Neil Smalheiser
- Data Literacy: A User's Guide; SAGE Publications, Inc 2015; David Herzog
- The Basics of Data Literacy; National Science Teachers Association 2014; Michael Bowen, Anthony Bartley
- Data Analytics for Absolute Beginners: A Deconstructed Guide to Data Literacy: (Introduction to Data, Data Visualization, Business Intelligence & Machine Learning); Independently published 2019; Oliver Theobald
- Introduction to Robotics; Addison Wesley 1991; Phillip John McKerrow
- Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking; O'Reilly Media 2013; Foster Provost, Tom Fawcett
- The Truthful Art: Data, Charts, and Maps for Communication (Voices That Matter); New Riders 2016; Alberto Cairo
- The Signal and the Noise: Why So Many Predictions Fail--but Some Don't; Penguin 2013; Nate Silver
- Naked Statistics: Stripping the Dread from the Data; Brilliance Corp 2014; Charles Wheelan
- The Art of Statistics: Learning from Data; Pelican Books 2019; David Spiegelhalter

Übg. Data Science:

siehe Vorlesung

B005 Rechnungswesen

Veranstaltungen	B005a Rechnungswesen
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. StB. Stefan Christoph Weber
Verwendung in Studiengängen	Angewandte Wirtschaftspsychologie (Bachelor) Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	6
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Stefan Christoph Weber
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assigm.
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Keine

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden zum einen in der Lage, auf der Grundlage eines systematischen Verständnisses für die gesetzliche Verankerung und Technik der Finanzbuchhaltung ausgewählte Geschäftsvorfälle (insbesondere Waren-, Zahlungs- sowie Lohn- und Gehaltsverkehr, Steuern, Gebühren, Beiträge) buchhalterisch abzubilden sowie den Zusammenhang zwischen Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung zu erfassen (Abgrenzungsrechnung).

Die Studierenden beherrschen zum anderen die Partialbereiche der Kostenrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerstück-, Kostenträgerzeitrechnung) sowie die Klassifizierung von Systemen der Kostenrechnung und verfügen darüber hinaus über ein Grundverständnis für die Teilkosten, und Deckungsbeitragsrechnung als unternehmerische Entscheidungshilfe.

Inhalte:

Rechnungswesen 1:

Erster Teil: Einführung in das Betriebliche Rechnungswesen (ReWe)

- Definition und Funktionen des ReWe
- Teilgebiete des ReWe (Überblick)
- Zusammenhänge zwischen Finanz- und Rechnungswesen

Zweiter Teil: Finanzbuchhaltung (FiBu) und Jahresabschluss

- Grundlagen und gesetzliche Rahmenbedingungen
 - Begriffsabgrenzungen
 - Gesetzliche Verankerung der FiBu
 - FiBu in Form der doppelten Buchführung
- Buchhalterische Erfassung ausgewählter Geschäftsvorfälle
 - Warenverkehr
 - Zahlungsverkehr
 - Lohn- und Gehaltsverkehr
 - Steuern, Gebühren und Beiträge

Dritter Teil: Kostenrechnung

- Einführung, Begriffserklärungen, Kostentheorie
 - Kosten und Betriebswirtschaftslehre
 - Kosten- und Leistungsbegriff
 - Grundbegriffe der Kostentheorie
- Instrumentarium der Kostenrechnung
 - Aufgaben der Kostenrechnung
 - Kostenrechnung und FiBu
 - Teilbereiche der Kostenrechnung
- Systeme der Kostenrechnung
 - Gliederung und Charakteristika der wichtigsten Systeme
 - Systeme auf der Basis von Vollkosten
 - Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnungen

Literatur:

Rechnungswesen 1:

- DEITERMANN, Manfred et al.: Industrielles Rechnungswesen IKR. 42. Aufl., Braunschweig 2013.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick: Rechnungslegung und Rechnungslegungspolitik. 2. Aufl., München/Wien 2013.
- FREIDANK, Carl-Christian: Kostenrechnung. 9. Aufl., München/Wien 2012
- FREIDANK, Carl-Christian; FISCHBACH, Sven: Übungen zur Kostenrechnung. 7. Aufl., München/Wien 2012
- SCHMOLKE, Siegfried; DEITERMANN, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR. Übungen zur Finanzbuchhaltung. 2. Aufl., Braunschweig 2013.
- SCHMOLKE, Siegfried; DEITERMANN, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR. Übungen zur Kosten- und Leistungsrechnung. 2. Aufl., Braunschweig 2013.

B216 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Veranstaltungen	B216a Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Franziska Bönte
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Prof. Dr. Franziska Bönte Prof. Dr. Alexander Fischer Prof. Dr. Thorsten Giersch Prof. Dr. Gunnar Harms Prof. Dr. StB Stefan Weber
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Keine

Lernziele:

Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul können die Studierenden die Bedeutung von betriebswirtschaftlichen Denkweisen und Methoden für die moderne Unternehmensführung abschätzen. Sie kennen grundlegende Fragestellungen und Methoden zu deren Bearbeitung aus dem Bereich der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Die Studierenden sind befähigt, ausgewählte Aufgaben, wie sie sich in der Praxis des Unternehmens ergeben, unter Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden zu lösen.

Die Studierenden können wechselseitige Abhängigkeit zwischen den Aufgaben aus den Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, den Ingenieurwissenschaften und der Informatik identifizieren und benennen.

Inhalte:

Einführung in die Betriebswirtschaft:

Die Studierenden erlernen Grundtatbestände der Betriebswirtschaftslehre, beginnend vom Erfahrungs- und Erkenntnisobjekt dieser wissenschaftlichen Disziplin, über zu fällende konstitutive Entscheidungen, bis hin zu den diversen betriebswirtschaftlichen Funktionen innerhalb eines Betriebes.

Letztere stehen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Die theoretischen Inhalte werden durch Praxisbeispiele untersetzt.

Durch zahlreiche Übungen wird das Verständnis für die betriebswirtschaftlichen Prozesse und deren Zusammenhänge gefestigt sowie das eigenständige Arbeiten gefördert.

Inhalte der Veranstaltung sind im Einzelnen:

- Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin
- Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
- Standortwahl
- Unternehmensführung
- Materialwirtschaft
- Produktionswirtschaft
- Marketing & Absatz
- Investition & Finanzierung
- Umfangreiche Übungen zu verschiedenen Vorlesungsteilen

Literatur:

Einführung in die Betriebswirtschaft:

- BECKER, Hans Paul: Investition und Finanzierung. 7. akt. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2016
- BERNECKER, Michael: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. 4. Aufl. Köln: Johanna, 2011.
- BLOHM, Hans; LÜDER, Klaus; SCHÄFER, Christina: Investition. 10. akt. Aufl. München: Vahlen, 2012
- DÄUMLER, Klaus-Dieter; GRABE, Jürgen: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung. 12. vollst. überarbeitete Aufl. Berlin; Herne: Neue Wirtschafts-Briefe, 2007
- JUNG, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. akt. 13. Aufl. München: Oldenbourg, 2016
- SCHIERENBECK, Henner; WÖHLE, Claudia: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 18. überarb. Aufl. München: Oldenbourg, 2012
- SPECHT, Olaf; SCHMITT, Ulrich: Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure + Informatiker. 5. Aufl. München; Wien: Oldenbourg, 2000
- THOMMEN, Jean-Paul; ACHLEITNER, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 7. vollst. überarb. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2012
- VAHS, Dietmar; SCHÄFER-KUNZ, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. überarb. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2015.
- WEBER, Wolfgang; KABST, Rüdiger: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 9. akt. u. überarb. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2014
- WÖHE, Günter; DÖRING, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. überarbeitete und aktualisierte Aufl. München: Vahlen, 2016

B002 Mathematische Konzepte und Diskrete Mathematik

Veranstaltungen	B002a Diskrete Mathematik
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Sebastian Iwanowski
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Sebastian Iwanowski
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Die Studierenden müssen auf dem Kenntnisstand der Schulmathematik der 9. Klasse (Gymnasium) sein. Sie sollten insbesondere mit den Mengen der natürlichen, ganzen, rationalen und reellen Zahlen sowie mit den dafür geltenden Rechengesetzen vertraut sein. Außerdem wird ein gutes logisches Denkvermögen vorausgesetzt.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verstehen und beherrschen die Studierenden allgemeine formalisierte mathematische Denk- und Arbeitsweisen. Sie kennen grundlegende Beweistechniken und verstehen die Notwendigkeit mathematischen Beweisens. Ferner verfügen sie über die Fähigkeit, Kausalzusammenhänge nachzuvollziehen und zu erarbeiten. Sie können mathematische Regeln korrekt anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, die Verwendbarkeit der vermittelten mathematischen Hilfsmittel auf praktische Problemstellungen kompetent zu beurteilen. Sie können praxisorientierte Problemstellungen in mathematische Beziehungen bzw. Modelle umsetzen und anhand dieser Modelle bearbeiten und lösen. Ferner können sie sich in neue formale Systeme einarbeiten und dessen Regelwerke richtig anwenden. Schließlich besitzen sie die Fähigkeit, neue, unklare und ungewöhnliche Aufgabenstellungen als solche zu erkennen und zu ihrer Bearbeitung weiterführende Hilfestellung in Anspruch zu nehmen. Im Speziellen beherrschen sie die wesentlichen Konzepte der Diskreten Mathematik und können diese auf anwendungsbezogene Problemstellungen in den Gebieten der Informatik, Technik und Wirtschaft anwenden.

Inhalte:

Diskrete Mathematik:

- Logik
 - Einführung
 - Aussagenlogik
 - Prädikatenlogik
- Mengenlehre
 - Grundlegende Begriffe und Konzepte

- Relationen
- Funktionen
- Boolesche Algebren
- Beweisführung
 - Strukturen der mathematischen Beweisführung
 - Vollständige Induktion
 - Beweisstrategien
- Zahlentheorie
 - Teilbarkeit
 - Teilen mit Rest
 - Primzahlen
 - Modulare Arithmetik
- Algebraische Strukturen
 - Gruppen
 - Körper
- Kombinatorik
 - Zählformeln für Mengen
 - Permutationen
- Graphentheorie
 - Terminologie und Repräsentation
 - Wege in Graphen
 - Bäume
 - Planare Graphen
 - Färbungen

Literatur:

Diskrete Mathematik:

- Sebastian Iwanowski / Rainer Lang: Diskrete Mathematik mit Grundlagen, Springer 2014, ISBN 978-3-658-07130-1 (Print), 978-3-658-07131-8 (Online)
- Albrecht Beutelspacher / Marc-Alexander Zschiegner: Diskrete Mathematik für Einsteiger. Vieweg 2004 (2. Auflage), ISBN 3-528-16989-3
- Norman L. Biggs: Discrete Mathematics. Oxford University Press 2002, ISBN 0-19-850717-8
- Neville Dean: Diskrete Mathematik. Pearson Studium, Reihe "im Klartext" 2003, ISBN 3-8273-7069-8
- Christoph Meinel / Martin Mundhenk: Mathematische Grundlagen der Informatik. Teubner 2002 (2. Auflage), ISBN 3-519-12949-3

B003 Programmstrukturen 1

Veranstaltungen	B003a Programmstrukturen 1 B003b Übg. Programmstrukturen 1
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Häuslein
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	10
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Andreas Häuslein Lars Neumann
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Informatik)
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Vorlesung Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Klausur Abnahme
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Grundkenntnisse der Schulmathematik, Basisfähigkeit zum abstrakten Denken.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über Grundkenntnisse hinsichtlich der Entwicklung von Programmen. Studierende mit Vorkenntnissen im Bereich der Programmierung sind in der Lage, diese fachlich fundiert einzuordnen und zu ergänzen.

Nach Abschluss des Moduls sind die unterschiedlichen Vorkenntnisse angeglichen und es ist eine gemeinsame Kompetenzbasis für die weiteren Veranstaltungen im thematischen Umfeld der Programmierung und Software-Entwicklung gelegt.

Die Studierenden beherrschen sowohl die grundlegenden theoretischen Aspekte der Programmierung als auch die Basiskonzepte von imperativen, prozeduralen Programmiersprachen: Sie kennen alle wesentlichen Anweisungen zur Umsetzung algorithmischer Strukturen ebenso wie die typischen einfachen und strukturierten Datentypen. Dies schließt die Kenntnis einfacher dynamischer Datenstrukturen (dyn. Listen) hinsichtlich ihres Aufbaus und ihrer Verarbeitung mit ein. Die Studierenden kennen die Strukturierungsmöglichkeiten, die durch Prozeduren und Funktionen eröffnet werden und können diese zur Strukturierung ihrer Programme angemessen einsetzen. Die Studierenden können auf Basis dieser Kenntnis die programmiersprachlichen Mittel problemadäquat bei der Formulierung von Programmtexten nutzen.

Sie sind in der Lage, vollständige Programme begrenzter Komplexität eigenständig zu entwickeln und dabei die funktionale Korrektheit der Software sicherzustellen.

Die Studierenden kennen die typischen Funktionen einer Integrierten Entwicklungsumgebung und können diese angemessen zur Software-Entwicklung nutzen.

Inhalte:

Programmstrukturen 1:

- Grundkonzepte der Datenverarbeitung
- Entwurf und Darstellung von Algorithmen
- Allgemeine Aspekte von Programmiersprachen
- Daten in Programmen
 - Grundlegende Datentypen
 - Variablen, Zuweisungen, Konstanten
- Grundsätzlicher Aufbau von Programmen
- Operatoren und Ausdrücke
- Einfache und strukturierte Anweisungen
- Statische strukturierte Datentypen und ihre Nutzung
 - Strings
 - Arrays
 - Records
 - Sets
- Zeigertypen
 - Besonderheiten und Probleme bei der Nutzung von Zeigertypen
 - Aufbau dynamischer Datenstrukturen mit Hilfe von Zeigertypen
- Strukturierung von Programmen
 - Prozeduren und Funktionen
 - Units

Übg. Programmstrukturen 1:

Ausgehend von den Grundlagen der Programmierung wie Datentypen, Verzweigungen und Iterationen werden in der Übung Programmstrukturen 1 in den einzelnen Aufgaben Ein- und Ausgabe, Operatoren, Bedingungen, Schleifen, Strings (sowohl über Stringfunktionen als auch über indizierten Zugriff), Arrays, Records, Mengen, Prozeduren und Funktionen, Zeiger und Listen sowie Dateien und Exceptions behandelt.

Die Inhalte höherer Aufgaben schließen dabei in der Regel die Inhalte der vorherigen mit ein.

Literatur:

Programmstrukturen 1:

- OTTMANN, Thomas; WIDMAYER, Peter: Programmierung mit PASCAL: Eine Einführung für Programmieranfänger, 9. Aufl., Springer Vieweg, 2018
- Collingbourne, Huw: The Little Book Of Delphi Programming: Learn To Program with Object Pascal, Dark Neon, 2020
- CANTU, Marco: Object Pascal Handbook, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015
- GUMM, Heinz-Peter; SOMMER, Manfred: Einführung in die Informatik. 11. Aufl. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2013.
- MATTHÄUS, Wolf-Gert: Grundkurs Programmieren mit Delphi: Systematisch programmieren lernen für Einsteiger, 5. Aufl., Springer Vieweg, 2016
- WIRTH, Niklaus: Algorithmen und Datenstrukturen: Pascal-Version. 5. Aufl., Teubner-Verlag, 2013

Übg. Programmstrukturen 1:

Skript:

- Vorlesungsskript unter <https://stud.fh-wedel.de/handout/Haeuslein/Programmstrukturen%201/>
- Weiteres Material unter <http://www.fh-wedel.de/mitarbeiter/ne/uebung-programmstrukturen-1/>

B016 Einführung in die Programmierung

Veranstaltungen	B016a Einführung in die Programmierung B016b Übg. Einführung in die Programmierung
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Häuslein
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	7
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Andreas Häuslein Christian Krug
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Wirtschaft)
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Klausur Abnahme
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Grundkenntnisse der Schulmathematik, Basisfähigkeit zum abstrakten Denken.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über Kenntnisse der grundlegenden Methoden und Vorgehensweisen, die bei der Software-Entwicklung eingesetzt werden.

Die Studierenden kennen die wichtigsten Konzepte und Bestandteile imperativer, prozeduraler Programmiersprachen. Dabei kennen sie vor allem die nutzbaren Datentypen und charakteristischen Anweisungen zur Implementierung von Ablaufstrukturen.

Sie verfügen über theoretische Grundlagen und über die Fähigkeit, die Grundkonzepte einer Programmiersprache zum Aufbau vollständiger Programme begrenzter Komplexität zu nutzen. Die Studierenden besitzen außerdem Kenntnisse und Fähigkeiten im Umgang mit einer modernen Entwicklungsumgebung zur Erstellung von Software.

Sie besitzen Wissen hinsichtlich einzelner ausgewählter weiterführender Konzepte der Programmierung und der Programmiersprachen (z.B. komponentenbasierte Programmierung).

Die Studierenden kennen die Tätigkeiten, die vorbereitend, begleitend und nachgelagert bei der Software-Entwicklung zusätzlich zur Programmierung erforderlich sind (z.B. Testen der Programme), können diese ausführen.

Inhalte:

Einführung in die Programmierung:

- Grundkonzepte der Datenverarbeitung
- Entwurf und Darstellung von Algorithmen
- Generelle Merkmale von Programmiersprachen
- Daten in Programmen
 - Grundlegende einfache Datentypen
 - Variablen, Zuweisungen, Konstanten
- Grundsätzlicher Aufbau von Programmen
- Operatoren und Ausdrücke
- Einfache und strukturierte Anweisungen

- Weitere Datentypen und ihre Nutzung
 - Strings
 - Arrays
 - Structures
- Die integrierte Entwicklungsumgebung Visual Studio
- Modularisierung von Programmen, Prozeduren und Funktionen
- Komponentenbasierte Erstellung von Windows-Anwendungen
- Erstellung von VBA-Programmen

Übg. Einführung in die Programmierung:

Die Studierenden wenden in verschiedenen Übungsterminen die Konzepte und Inhalte der Algorithmen, Syntaxdiagramme, Datentypen, Schleifen, Kontrollstrukturen, String- und Arrayanweisungen sowie eigenen Funktionen und Prozeduren an.

Ein Teil dieser Konstrukte wird gemeinschaftlich mit dem Lehrenden erarbeitet. Der andere Teil wird selbstständig durch kleinere Aufgabenstellungen mit speziellen Fragestellungen zu bestimmten Themen durchgeführt.

Die Übung orientiert sich inhaltlich an der Vorlesung "Einführung in die Programmierung".

Literatur:

Einführung in die Programmierung:

- Thomas Theis: Einstieg in Visual Basic 2019 - Ideal für Programmieranfänger, 7. Aufl., Rheinwerk Computing, 2019
- Mike McGrath: Visual Basic in easy steps: Updated for Visual Basic 2019, In Easy Steps Limited; 6. Auflage, 2019
- DOBERENZ, Walter, GEWINNUS, Thomas: Visual Basic 2015 - Grundlagen, Profiwissen und Rezepte, Carl Hanser Verlag, 2015
- THEIS, Thomas: Einstieg in VBA mit Excel. 4. Aufl. Rheinwerk Computing, 2015
- HELD, Bernd: VBA mit Excel: Das umfassende Handbuch. Konzepte und Techniken der VBA-Programmierung. Das Standardwerk für Einsteiger und fortgeschrittene Anwender, 3. Aufl., Rheinwerk Computing, 2018

Übg. Einführung in die Programmierung:

- Handout "Einführung in die Programmierung"
- Handout " Übung Einführung in die Programmierung"

B064 Web- & App-Analytics

Veranstaltungen	B064a Web- & App-Analytics B064b Web-Analytics Projekt
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	5
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Atilla Wohllebe
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assignment Projekt
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Keine

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls beherrschen die Studierenden die Techniken der Datengewinnung des Nutzerverhaltens im Web und im App- bzw. Smartphone-Kontext und können aus diesen Grunddaten Kennzahlen und Kennzahlensysteme konzipieren und interpretieren.

Aufgrund dieser Kenntnisse können sie einerseits Verbesserungsvorschläge technischer und inhaltlicher Art bei erkannten Defiziten erarbeiten. Andererseits besitzen sie die Fähigkeit, ein aussagefähiges, zielgruppengerechtes Reporting für den Bereich Web-Analytics zu entwickeln.

Die Studierende verfügen über folgende Kompetenzen:

- Kenntnis der unterschiedlichen Arten von Daten und deren Gewinnung zur Analyse des Nutzerverhaltens auf Websites und in Apps
- Verständnis der Konzeption und Interpretation der daraus gewonnenen Kennzahlen
- Fähigkeit zur Erarbeitung datenbasierter Verbesserungsvorschläge technischer und inhaltlicher Art auf Basis der zielgerichteten Analyse
- Fähigkeit zur Entwicklung aussagefähiger Reporting für das Web-Controlling

Inhalte:

Web- & App-Analytics:

Die Veranstaltung vermittelt die Grundlagen der Erhebung und Auswertung von Daten zum Nutzerverhalten auf Websites und im App- beziehungsweise Smartphone-Kontext. Verschiedene Methoden der Datenerhebung in der Webanalyse werden vorgestellt. Konkrete Metriken und KPIs werden eingeführt und Überlegungen zum Aufbau von Kennzahlensystemen zur Performancemessung und -optimierung von digitalen Plattformen angestellt. Praxisbeispiele, Gastvorträge und die Diskussion relevanter aktueller Entwicklungen komplettieren die Veranstaltung.

- Digital Analytics Grundlagen
 - Ziele, Einordnung und Abgrenzung
 - Arten von Daten und Methoden der Datensammlung
 - Technische und rechtliche Überlegungen zur Datenspeicherung
 - Auswertung und Präsentation von Daten
- Messung und Interpretation von Metriken

- Überblick und Grundbegriffe
- Traffic-Quellen
- Besuchereigenschaften
- Besucherverhalten
- Inhaltsnutzung
- App-spezifische Metriken
- Spezifische Metriken des Web 2.0
- Vertiefende Analyse durch erweiterte Datenquellen
- Optimierung von Websites und Apps
 - Definition von Zielen und Subzielen
 - Zielerreichung und Conversion
 - Key Performance Indicators
 - Ableitung konkreter Optimierungspotenziale aus Digital Analytics-Erkenntnissen

Web-Analytics Projekt:

- Vorstellung der Vorgehensweise zur Implementierung von Web-Analytics-Vorhaben.
- Übung der Ableitung von Webseiten-Zielen, Erfolgsereignissen sowie KPI aus den Unternehmenszielen in Gruppenarbeit.
- Übung der Definition von Seiten-Bereichen auf Webpräsenzen sowie deren Implementierung im Tracking-Code in Gruppenarbeit.
- Auswertung von Test-Daten einer Webseite und Ableitung von Verbesserungsvorschlägen.
- Präsentation der Ergebnisse im gesamten Teilnehmerkreis.

Literatur:

Web- & App-Analytics:

- GRAF, Alexander; SCHNEIDER, Holger: Das E-Commerce Buch (2. Auflage). Frankfurt: DFV, 2017.
- HASSLER, Marco: Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren. mitp Business, 2012.
- KAUSHIK, Avinash: Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. John Wiley & Sons, 2009.
- REESE, Frank: Web Analytics - Damit aus Traffic Umsatz wird; Business Village, 2009.
- PETERSON, Eric: The Big Book of Key Performance Indicators; 2006

Web-Analytics Projekt:

- GRAF, Alexander; SCHNEIDER, Holger: Das E-Commerce Buch (2. Auflage). Frankfurt: DFV, 2017.
- HASSLER, Marco: Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren; mitp Business, 2012.

B035 Office-Anwendungen

Veranstaltungen	B035b Visual Basic for Applications B035a Office-Software
Verantwortliche(r)	Dipl.-Medieninform. (FH) Lars Neumann
Verwendung in Studiengängen	Angewandte Wirtschaftspsychologie (Bachelor) Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	8
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Fikret Koyuncu
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assigm.
Prüfungsformen(en)	Abnahme Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Einführung in die Programmierung“ bzw. „Programmstrukturen 1“, da die Erstellung eigener Module in VBA auf den dort vermittelten VB- und Programmierkenntnissen aufsetzt.

Lernziele:

Die Studierenden können Standard-Softwarepakete zur Lösung typischer Aufgabenstellungen im betriebswirtschaftlichen Umfeld sicher einsetzen und haben zudem grundlegende Kenntnisse der Erweiterung des Programmumfangs insb. in Excel durch Erstellung eigener VBA-Module erlangt, die sie befähigen, in folgenden Veranstaltungen sowie im späteren Berufsleben adäquate Problemlösungsmöglichkeiten zu erkennen und umzusetzen.

Sie sind in der Lage, im weiteren Studienverlauf folgende größere Ausarbeitungen und Präsentationen auf wissenschaftlichem Niveau durchzuführen.

Inhalte:

Visual Basic for Applications:

Ergänzend zur Veranstaltung „Office-Software“ im selben Modul erlernen die Teilnehmer die Programmierung eigener kleiner Funktionen in VBA zur Erweiterung des Programmumfangs. Grundlage für die integrierten praktischen Übungen bildet dabei das Office-Paket des Markführers Microsoft.

- VBA-Grundlagen
- Benutzerdefinierte Funktionen
- Fehlerbehandlung
- Oberflächen
- Diagramme
- Textverarbeitung
- Dateizugriffe

Office-Software:

Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Teilnehmer, mit den einzelnen Modulen moderner Office-Software umzugehen sowie diese zu kombinieren. Behandelt werden die Module Textverarbeitung,

Präsentations-Software und Tabellenkalkulation. Grundlage für die integrierten praktischen Übungen bildet dabei das Office-Paket des Markführers Microsoft, wobei die vermittelten Konzepte auch auf Pakete anderer Hersteller übertragbar sind. Aufgrund der hohen praktischen Relevanz wird der Schwerpunkt auf die Arbeit mit dem Modul Tabellenkalkulation gelegt.

- Einführung
- Textverarbeitung
- Präsentations-Software
- Tabellenkalkulation
- Datenaustausch zwischen den einzelnen Modulen

Literatur:

Visual Basic for Applications:

- Theis, Thomas: Einstieg in VBA mit Excel, Galileo Computing, 2013, 3. Auflage
- Kofler, Michael et al.: Excel programmieren, Addison-Wesley, 2011
- Martin, René: VBA mit Excel, Hanser, 2008

Office-Software:

- Braun, Wolfgang: Lösung kaufmännischer Probleme mit MS-EXCEL unter Office 2000, Winklers, 2001
- Jaros-Sturhahn, Anke et al.: Business Computing mit MS-Office2003 und Internet, Springer, 2003, 3. Auflage

B202 Web-Technologien

Veranstaltungen	B202b Übg. Web-Technologien B202a Web-Technologien
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Marian Gajda
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Übung/Praktikum/Planspiel Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Abnahme Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Grundkenntnisse der imperativen Programmierung

Lernziele:

Die Studierenden kennen die speziellen technischen Randbedingungen und Besonderheiten der Entwicklung von Web-Anwendungen im Vergleich zu lokal laufenden Applikationen. Sie kennen die wichtigen Konzepte zur Realisierung von Web-Anwendungen und die Sprachen, die bei der Erstellung und im Umfeld des Einsatzes von Web-Anwendungen zum Einsatz kommen. Die Studierenden kennen die Möglichkeiten der Cascading Style Sheets, wesentliche Bestandteile der Programmiersprachen Javascript sowie Java-basierte Konzepte zur Realisierung von Web-Anwendungen. Sie kennen die Möglichkeiten des Einsatzes von Frameworks zur Unterstützung der Entwicklung und können den Nutzen solcher Frameworks einschätzen. Sie können auf Basis dieser Kenntnisse eigenständig Web-Seiten realisieren, die einfache Formen der Dynamik sowohl client-seitig als auch server-seitig enthalten. Sie kennen die wesentlichen Erweiterungen von HTML 5 im Vergleich zu früheren HTML-Versionen und können diese auszugsweise zur Realisierung von Webseiten einsetzen.

Inhalte:

Übg. Web-Technologien:

Bearbeitung von Übungsaufgaben, die sich am Stoff der Vorlesung orientieren, in Zweiergruppen mit Abnahme der Lösungen. Erstellt wird eine im Verlaufe der einzelnen Übungseinheiten komplexer werdende Web-Anwendung, wobei die einzelnen Schritte aufeinander aufbauen, so dass am Ende eine komplexe Web-Anwendung entsteht, die einen Großteil der in der Vorlesung erlernten Techniken und Konzepte nutzt.

Web-Technologien:

- Basiskonzepte des WWW
- Klassische Auszeichnungsmöglichkeiten in HTML
- HTML-Formulare und ihre Möglichkeiten
- Style Sheets
- Dynamik in Web-Seiten
- Client-seitige Anwendungen
- Dynamische Inhalte
- Programmiersprache Javascript

Literatur:

Übg. Web-Technologien:

Siehe Vorlesung

Web-Technologien:

- LABORENZ, Kai: CSS: Das umfassende Handbuch. Galileo Computing, 2011
- BALZERT, Heide: Basiswissen Web-Programmierung. 2. Aufl., W3L, 2011
- LUBKOWITZ, Mark: Webseiten programmieren und gestalten: Bonn: Galileo Press,2007
- POMASKA, Günther: Webseiten-Programmierung: Sprachen, Werkzeuge, Entwicklung, Springer Vieweg, 2012
- SKONNARD, Aaron; GUDGIN, Martin: Essential XML Quick Reference. Boston: Pearson Education, 2003
- REINHARDT, Gerald: Praxiswissen Flex 3. Köln: O Reilly, 2009
- SCHÜRMAN, Tim: Moderne Web-Programmierung. OReilly, 2011
- GASSTON, Peter: Moderne Webentwicklung: Geräteunabhängige Entwicklung - Techniken und Trends in HTML5, CSS3 und JavaScript, dpunkt.verlag, 2014
- WORLDWIDEWEBCONSORTIUM:HTML5.<http://www.w3.org/TR/2014/WD-html5-20140617/>

B053 Datenschutz und Medienrecht

Veranstaltungen	B053a Datenschutz B053a Medienrecht
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Gerd Beuster
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Tobias Bier
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Das Modul setzt ein grundlegendes Verständnis des deutschen Rechtssystems und seiner Begrifflichkeiten sowie elementare Kenntnisse über die Grundprinzipien deutscher Gesetzgebung voraus.

Lernziele:

Wirtschaftliche Vorgänge sind in einem rechtlichen Ordnungsrahmen eingebettet. Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden diese grundlegenden rechtlichen Anforderungen bezüglich Datenschutz und Medienrecht für ausgewählte Bereiche. Hierdurch sind die Studierenden in der Lage, rechtliche Anforderungen in typische Wirtschaftsvorgänge einzuordnen und zu verstehen. Sie sind somit fähig, Praxisfälle rechtlich zutreffend einzuordnen und unter Heranziehung einschlägiger Rechtsnormen zu würdigen. Die Studierenden sind ferner fähig, in ihrem späteren Wirkungskreis (datenschutz- und medien-) rechtliche Fragestellungen einzuordnen, um bei Bedarf auf Spezialistenunterstützung gezielt zurückgreifen zu können.

Inhalte:

Datenschutz:

- Gesetzliche Grundlagen des Datenschutzes
 - Anwendung und praktische Umsetzung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)
 - Wesentliche Grundlagen aus ausgewählten bereichsspezifischen und bereichsübergreifenden Datenschutzgesetzen
 - Rechte, Pflichten und Aufgaben des betrieblichen Datenschutzbeauftragten zur Einrichtung des Datenschutzmanagements
 - Datenschutz in der Werbepaxis
- Technisch-organisatorischer Datenschutz
 - Grundanforderungen und Grundfunktionen der IT-Sicherheit in Bezug auf die Anforderungen der Datenschutzgesetze
 - Risikomanagement und Schlüsseltechnologien zur Realisierung des technisch-organisatorischen Datenschutzes
 - Kosten-/Nutzen des Datenschutzes
 - Verfahren zur Umsetzung des gesetzlichen Anforderungen des technisch-organisatorischen Datenschutzes
 - Auswahlverfahren zu geeigneten und angemessenen IT-Sicherheitsmechanismen

Medienrecht:

- Einführung und Rechtsgrundlagen
- Medienfreiheit und Individualrechte
- Grundlagen des Presserechts
- Grundlagen des Urheberrechts I (Grundlagen und Abgrenzung)
- Grundlagen des Urheberrechts II (die einzelnen Werkarten)
- Überblick Gewerbliche Schutzrechte (Marken, Designs, Patente)
- Grundlagen des Werbe- und Wettbewerbsrechts
- Rechtsverletzungen und Folgen
- Onlinerecht
- Grundlagen des Lizenzvertragsrechts
- Grundlagen Software- und Projektverträge
- Medienrechtliche Praxis: Aktuelle Entwicklungen und wichtige Urteile

Literatur:**Datenschutz:**

- Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) vom Januar 2003, novelliert im Juli 2009
- Koch (Hrsg.): Handbuch des betrieblichen Datenschutzbeauftragten. 4. Aufl. Frechen: Datakontext
- MÜNCH, Peter: Technisch-organisatorischer Datenschutz. 4. Aufl. Frechen: Datakontext, 2010

Medienrecht:

Die Vorschriftensammlung zum Medienrecht von Fechner / Mayer ist von den Studierenden für die Lehrveranstaltung zu beschaffen und stellt ein zulässiges und notwendiges Hilfsmittel für die Klausur dar (Markierungen nur per Post-It ohne weitere Textinhalte). Die übrigen Literaturhinweise dienen einer etwaigen Vertiefung und Nachbearbeitung der Lehrinhalte.

- Fechner / Mayer. Vorschriftensammlung zum Medienrecht, 10. Aufl. 2014, Verlag C., F. Müller
- Udo Branahl. Medienrecht - Eine Einführung, 7. Auflage 2013, Verlag Springer VS
- Cohausz / Wupper. Gewerblicher Rechtsschutz und angrenzende Gebiete - Leitfaden für die 2. Auflage 2014, Carl Heymanns Verlag (Erscheinungstermin August 2014)
- Prof. Dr. Thomas Hoeren. Internetrecht, Stand: April 2014

B019 Deskriptive Statistik und Grundlagen der Linearen Algebra

Veranstaltungen	B019a Grundlagen der Linearen Algebra B019a Deskriptive Statistik
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Franziska Bönte
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Andreas Haase Franziska Bönte
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Vorausgesetzt wird ein solides Schulwissen der Mathematik und mindestens durchschnittliche mathematische Begabung.

Lernziele:

In diesem Modul werden grundlegende mathematische Kenntnisse aus den Bereichen lineare Algebra und deskriptiven Statistik, wie sie als Grundlage für ein quantitativ ausgerichtetes Studium unerlässlich sind, vermittelt. Der Fokus liegt auf der Vektor- und Matrizenrechnung, linearen Gleichungssystemen und statistischer Datenanalyse.

Die Lernenden sind in der Lage ausgewählte Problemstellungen aus den Bereichen Technik, Naturwissenschaft, Ökonomie und Informatik, mittels der im Modul vermittelten mathematischen und statistischen Methoden zu modellieren und analysieren. Die Lernenden können für die vermittelten Inhalte praxisrelevante Anwendungsbeispiele benennen. Die Lernenden können eigenständig Lösungsmethoden für ausgewählte Problemstellungen auswählen, die Lösungsmethodik bis zum Ergebnis durchführen und die erhaltenen Ergebnisse kritisch bewerten.

Inhalte:

Grundlagen der Linearen Algebra:

- Lineare algebraische Gleichungssysteme
 - Gauß-Algorithmus
 - Systematisierung des Lösungsverhaltens
 - Unterbestimmte Systeme
- Matrixrechnung
 - Matrixalgebra

- Inverse Matrix
- Matrixgleichungen
- Zusammenhang mit linearen Gleichungssystemen
- Determinanten
 - Definition
 - Zusammenhang mit linearen Gleichungssystemen
- Vektorrechnung
 - Geometrische Vektoren
 - Rechenregeln
 - Lineare (Un-)Abhängigkeit
 - Rang einer Matrix
 - Nochmal Gleichungssysteme, Rangkriterium

Deskriptive Statistik:

Im Rahmen der beschreibenden / deskriptiven Statistik werden folgende Themen behandelt:

- Begrifflichkeiten
- Lage- und Streuungsmaße
- Abhängigkeitsmessung bei qualitativen, komperativen und quantitativen Merkmalen insbesondere Regressionsanalyse
- Deskriptive Zeitreihenanalyse mit Trend-, Saison- und Restkomponentenschätzung nach unterschiedlichen Methoden
- Mess- und Indexzahlen

Literatur:

Grundlagen der Linearen Algebra:

- PAPULA, Lothar: Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Band 2, Teil I. 13. Aufl. Wiesbaden: Vieweg + Teubner Verlag 2012
- HELM, Werner; PFEIFER, Andreas; OHSER, Joachim: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. 1. Aufl. München: Carl Hanser Verlag 2011
- GRAMLICH, Günter: Lineare Algebra: Eine Einführung. 1. Aufl. München: Carl Hanser Verlag 2011
- TESCHL, Gerald; TESCHL, Susanne: Mathematik für Informatiker, Band 1: Diskrete Mathematik und lineare Algebra. 3. Aufl. Heidelberg: Springer Verlag 2008
- FISCHER, Gerd: Lineare Algebra: Eine Einführung für Studienanfänger. 18. aktualisierte Aufl. Wiesbaden: Springer Verlag 2014

Deskriptive Statistik:

- Christensen, B.; Christensen, S.; Missong, M.: Statistik klipp & klar; 2019; Springer Gabler Verlag
- Bamberg, G.; Baur, F; Krapp, M: Statistik; 18. Auflage; 2017; De Gruyter Oldenbourg Verlag; München
- Missong, Martin; Aufgabensammlung zur deskriptiven Statistik; 2005; 7. Auflage; Verlag R. Oldenbourg, München.
- Schneider, Wolfgang; Kornrumpf, J.; Mohr, Walter; Statistische Methodenlehre --- Definitions- und Formelsammlung zur deskriptiven und induktiven Statistik mit Erläuterungen; 1993; Verlag Oldenbourg, München.

B020 Programmstrukturen 2

Veranstaltungen	B020a Programmstrukturen 2 B020b Übg. Programmstrukturen 2
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Häuslein
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	6
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Andreas Häuslein Gerit Kaleck
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Informatik)
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Vorlesung Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Klausur Abnahme
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Kenntnis der Grundkonzepte imperativer Programmiersprachen hinsichtlich der wesentlichen statischen und einfachen dynamischen Datenstrukturen sowie der Anweisungen zur Umsetzung der algorithmischen Grundstrukturen, Fähigkeit zur Erstellung von vollständigen Programmen begrenzter Komplexität. Die erfolgreiche Teilnahme an der Übung "B003b Übg. Programmstrukturen 1" ist Voraussetzung, um an der Übung "B020b Übg. Programmstrukturen 2" teilzunehmen.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Basiskonzepte der Objektorientierten Programmierung und können diese Kenntnisse zur Erstellung von objektorientierter Software begrenzten Umfangs einsetzen. Die Studierenden wissen, wie die Programmiersprache Java grundsätzlich aufgebaut ist, sie kennen die grundlegenden Sprachelemente der Programmiersprache Java und können diese sicher zur Realisierung entsprechender algorithmischer Strukturen nutzen.

Die Studierenden kennen die zentralen Konzepte der Objektorientierten Programmierung (z.B. Vererbung und Dynamische Bindung) und können sie zur Realisierung objektorientierter Software angemessen einsetzen. Die Studierenden können Bezüge zwischen der imperativ prozeduralen Sprache Pascal und der objektorientierten Programmiersprache Java herstellen. Sie sind damit in der Lage, wesentliche allgemeine Konzepte von Programmiersprachen zu erkennen und einzuordnen.

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, eine moderne Entwicklungsumgebung zur Software-Erstellung zu nutzen. Sie können mit den Mitteln der objektorientierten Sprache Java einfache rekursive Datenstrukturen (Listen) aufbauen, kennen grundlegende Algorithmen für diese Datenstrukturen und können Variationen dieser Algorithmen eigenständig entwickeln.

Die Studierenden sind in der Lage die Modularisierungskonzepte der Sprache Java, soweit sie Gegenstand der Vorlesung sind, zu einer problemadäquaten Strukturierung eines Programms mittleren Umfangs und begrenzter Funktionalität einzusetzen.

Sie kennen bezogen auf die Gestaltung einer grafischen Benutzungsoberfläche die wesentlichen Regeln und Richtlinien und sind in der Lage diese für die Gestaltung konkreter Oberflächen einzusetzen. Sie besitzen die Kenntnis hinsichtlich einer konkreten technischen Umsetzung von grafischen Oberflächen und können diese zur Implementation solcher Oberflächen nutzen.

Sie verfügen über Basiskenntnisse hinsichtlich der Qualitätssicherung von Software in Form einfacher Testverfahren und können diese einsetzen, um die funktionale Korrektheit und ein ausreichendes Maß an Zuverlässigkeit der Software zu gewährleisten.

Inhalte:

Programmstrukturen 2:

- Grundkonzept der Programmiersprache Java
 - Grundlegende Eigenschaften der Sprache
 - Grundlegender Aufbau von Java-Programmen
 - Ausführung von Java-Programmen
- Vorstellung der eingesetzten Entwicklungsumgebung (NetBeans)
- Grundlegende Programmelemente
 - Primitive Datentypen in Java
 - Variablen, Zuweisung, Gültigkeitsbereiche
 - Operatoren und Ausdrücke
 - Anweisungen
- Referenzdatentypen
 - Arrays
 - Klassen
- Statische Methoden
- Grundlegende Klassen
 - String
 - StringBuilder
 - Wrapper-Klassen für primitive Datentypen
 - Enum
- Grundkonzepte der Objektorientierung
 - Klassen und Instanzen mit Attributen und Methoden
 - Sichtbarkeit, Packages
 - Konstruktoren
 - Vererbung und Überschreiben
 - Dynamisches Binden, Polymorphie
 - Objektorientierte Realisierung rekursiver dynamischer Datenstrukturen (Listen)
 - Generische Typen
 - Abstrakte Klassen und Interfaces - Deklaration und Nutzung
 - Realisierung grafischer Benutzungsoberflächen
 - Behandlung von Laufzeitfehlern
 - Klassen zur Realisierung von Dateioperationen

Übg. Programmstrukturen 2:

- Einführung in die Programmierung mit Java und die Entwicklungsumgebung.
- Anwendung der in der Vorlesung vorgestellten Grundkonzepte der objektorientierten Programmierung durch das Lösen verbal formulierter Aufgabenstellungen in kleinen Teams.
- Testen und Präsentieren der sauber strukturierten Lösung.

Literatur:

Programmstrukturen 2:

- ULLENBOOM, Christian: Java ist auch eine Insel. 15. Auflage, Rheinwerk Verlag, 2020
- HABELITZ, Hans-Peter: Programmieren lernen mit Java. 6. Auflage, Rheinwerk Computing, 2020
- SOLYMOSI, Andreas, GRUDE, Ulrich: Grundkurs Algorithmen und Datenstrukturen in JAVA: Eine Einführung in die praktische Informatik. 6. Auflage, Springer Vieweg, 2017
- RATZ, Dietmar: Grundkurs Programmieren in Java. 7. Auflage, Hanser Verlag, 2014
- ABTS, Dietmar: Grundkurs Java, Von den Grundlagen bis zu Datenbank- und Netzanwendungen, Springer Vieweg, 2015

- STEYER, Ralph: Einführung in JavaFX: Moderne GUIs für RIAs und Java-Applikationen. Springer-Vieweg, 2014
- EPPLER, Anton: JavaFX 8: Grundlagen und fortgeschrittene Techniken. dpunkt.verlag, 2015
- SALTER, David; DANTAS, Rhawi: NetBeans IDE 8 Cookbook. Packt Publishing, 2014

Übg. Programmstrukturen 2:

- HABELITZ, Hans-Peter: Programmieren lernen mit Java: Der leichte Einstieg für Programmieranfänger, Rheinwerk Computing, 2017 (5. Auflage) ISBN-13: 978-3836256056
- KOFLER, Michael: Java: Der kompakte Grundkurs mit Aufgaben und Lösungen im Taschenbuchformat, Rheinwerk Computing, 2019 (3. Auflage) ISBN-13: 978-3836269582
- ULLENBOOM, Christian: Java ist auch eine Insel, Rheinwerk Computing, 2020 (15. Auflage) ISBN-13: 978-3836277372

B215 Investition und Finanzierung

Veranstaltungen	B215a Investition B215a Finanzierung
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Franziska Bönte
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Franziska Bönte Fikret Koyuncu
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Wirtschaft)
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus
Sprache der Veranstaltung	None

Voraussetzungen:

Keine

Lernziele:

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Zusammenhänge von Finanzierung und Investition.

- Unter Einbeziehung finanzmathematischer Methoden können Sie Entscheidungen und Begriffe der Finanzwirtschaft einordnen und erläutern.
- Sie können gängige Verfahren der Investitionsrechnung sicher anwenden und interpretieren.
- Sie können unterschiedliche Finanzierungsformen gegenüberstellen und bewerten

Inhalte:

Investition:

- Investitionsbegriff und –arten
- Investitionsplanung
- Verfahren der Einzel-Investitionsrechnung
 - Statistische Verfahren
 - Dynamische Verfahren
 - Berücksichtigung von Steuern
 - Berücksichtigung von Inflation
- Investitionen unter Berücksichtigung von Risiko / unsicheren Erwartungen
- Investitionsprogrammentscheidungen

Finanzierung:

- Grundlagen der Finanzierung
- Finanzplanung
- Finanzierungskennzahlen
- Beteiligungsfinanzierung
- Kurzfristige Fremdkapitalfinanzierung
- Langfristige Fremdkapitalfinanzierung
- Kreditsubstitute
- Innenfinanzierung

- Finanzierungsregeln und Kapitalstruktur

Literatur:

Investition:

- Blohm, Hans; Lüder, Klaus; Schaefer, Christina: Investition, 10. Aufl., Verlag Vahlen, München, 2012
- Däumler, Klaus-Dieter; Grabe, Jürgen: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, 13. vollständig überarbeitete Auflage, Herne: NWB Verlag 2014
- Kruschwitz, Lutz: Investitionsrechnung, 13. Auflage, München, Oldenbourg Verlag 2011
- Olfert, Klaus: Investition, 12. Aufl., Herne, NWB Verlag 2012
- Zangenmeister, Christof: Nutzwertanalyse in der Systemtechnik, 4. Aufl., Wittemannsche Buchhandlung, München, 1976

Finanzierung:

- Perridon, Louis; Steiner, Manfred; Rathgeber, Andreas: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., Vahlen Verlag, München, 2016
- Olfert, Klaus: Finanzierung, 17. Aufl., Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen, 2017
- Hauser, Matthias; Warns, Christian: Grundlagen der Finanzierung – anschaulich dargestellt, 5. Aufl., PD-Verlag, Heidenau, 2014
- Wöhe, Günther; Bilstein, Jürgen; Ernst, Dietmar; Häcker, Joachim: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, 11. Aufl., Vahlen Verlag, München, 2013

B201 Digital Marketing

Veranstaltungen	B201a Digital Marketing B201b Digital Marketing Projekt
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan-Paul Lüdtké
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Jan-Paul Lüdtké Jan-Paul Lüdtké
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung Projekt
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Voraussetzung zur Teilnahme am Modul sind grundlegende Kenntnisse über Kunden-Lieferantenbeziehungen, erste praktische Anwendungserfahrungen in der digitalen Kommunikation (z., B. E-Mail und Internet) sowie erste Erfahrungen im Online-Shopping.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen Studierende über Kenntnisse zu allen Online-Marketing Kanälen, die zur Kundengewinnung und Kundenbindung im E-Commerce eingesetzt werden können. Ergänzend verfügen Studierende über Kenntnisse wesentlicher Offline-Marketing Kanäle, die von Online-Shops eingesetzt werden können. Darüber hinaus kennen die Studierenden die unterschiedlichen Möglichkeiten, auf digitalem Weg Kontakt mit Kunden aufzunehmen und zu halten sowie deren jeweilige Kommunikationsprinzipien. Nach Abschluss des Moduls verfügen Studierende zudem über grundlegende Fähigkeiten zur Durchführung von Maßnahmen im Bereich des Suchmaschinen-Marketings.

Inhalte:

Digital Marketing:

- Grundlagen
 - Online-Marketing - Abgrenzung und Status Quo
 - Multioptionaler Kaufprozess / Customer-Journey
 - Ziel-Dimensionen und Strategien
- Online-Marketing
 - Online-Marketing Instrumente
 - Offline-Marketing Instrumente mit Online-Push
- Digitale Kundenkommunikation
 - Digitale Kommunikationskanäle
- Cross-Channel Verzahnung

Digital Marketing Projekt:

- Durchführung eines jeweils aktuellen Online-Marketing-Projekts in Gruppenarbeit.
- Identifikation und Durchführung möglicher Online-Marketing-Maßnahmen für eine zu spezifizierende Webseite.

- Protokollierung und Ergebnismessung der Maßnahmen und Ableitung von Folgemaßnahmen.
- Betreuung der Marketing-Maßnahmen über einen mehrwöchigen Zeitraum.

Literatur:

Digital Marketing:

- ALPAR, Andre / WOJCIK, Dominik: Das große Online Marketing Praxisbuch. Data Becker, 2012.
- BRUHN, Manfred: Marketing (13. Auflage). SpringerGabler, 2016.
- FISCHER, Mario: Website Boosting 2.0. Redline, 2009.
- KREUTZER, Ralf T: Praxisorientiertes Marketing (5. Auflage). SpringerGabler, 2017.
- KREUTZER, Ralf T: Praxisorientiertes Online-Marketing (2. Auflage). SpringerGabler, 2014.
- LAMMENETT, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing (6. Auflage). SpringerGabler, 2017.

Digital Marketing Projekt:

Siehe Vorlesung

B056 Usability and Mobile

Veranstaltungen	B056a User Experience B056a Mobile Commerce & App-Economy
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohlebe
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	5
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Kristina Zöllner und Olde Lorenzen-Schmidt Florian Hermsdorf und Paul Maria Bartusch
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assigm.
Prüfungsformen(en)	Portfolio-Prüfung
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Kenntnis der elementaren Bedienkonzepte und -elemente von Software mit grafischer Benutzungsoberfläche.

Grundkenntnis der Realisierungs- und Gestaltungstechniken für webbasierte bzw. mobile Anwendungen.

Lernziele:

- Nach Abschluss des Moduls verfügen Studierende über Kenntnis der physiologischen und der daraus resultierenden wahrnehmungspsychologischen Merkmale in Hinblick auf menschliche Informationsverarbeitung.
- Sie verfügen über die Kenntnis der gängigen Definitionen von Usability, User Experience, Richtlinien und Normen (insbesondere auch bei mobilen Anwendungen / Apps) sowie über ausgewählte Erkenntnisse der Verhaltensforschung im Kontext des E-Commerce sowie die Kenntnis qualitativer und quantitativer Methoden zur Überprüfung der Usability und User Experience.
- Nach Abschluss des Moduls besitzen Studierende die Fähigkeit, ein Interaktionsdesign zu einer Aufgabenstellung nutzerzentriert zu entwickeln, insbesondere mit Fokus auf mobile Anwendungen im Kontext des E-Commerce. Zudem besitzen sie Kenntnisse über Smartphone-spezifische Dienste wie Location-Based Services und deren Möglichkeit zur kommerziellen Nutzung sowie diesbezügliches Wissen über rechtliche und datenschutztechnische Herausforderungen.

Inhalte:

User Experience:

- Entstehung und Geschichte der Usability / User Experience
- Grundlagen Wahrnehmung und Informationsverarbeitung, Kognitive Prozesse und Aufmerksamkeitssteuerung
- Gestaltgesetze
- Heuristiken und Standards nach Nielsen und DIN ISO
- UX-Implikationen aus den Erkenntnissen der Behavioral Sciences
- Usability und Bedürfnisse der User im E-Commerce
- Usability Testing und Methoden im Produktentwicklungsprozess

Mobile Commerce & App-Economy:

- Einleitung: Abgrenzung und Relevanz von Mobile Commerce und App-Economy
- Technische Grundlagen mobiler Endgeräte: Mobiles Internet, Sensorik, Anwendungstechnologien, Betriebssysteme
- Kunden- und Business-seitige Betrachtung und Einordnung: Nutzungsszenarien & Multi-Screen, Geschäftsmodelle im Mobile Commerce, Monetarisierung von Apps, Rolle des Smartphone in der Commerce-Wertschöpfung
- App- und Mobile Marketing: Vermarktung von Apps, Mobile Marketing Kanäle, Mechanismen zur Nutzeraktivierung und -bindung, App CRM mit In-App Messages und Push Notifications, Location-Based Marketing über GPS und Beacons, rechtliche Einordnung
- Marketing und Vertrieb über Smart Devices und Wearables

Literatur:

User Experience:

- WIRTH, Thomas: Missing Links. München Carl Hanser Verlag, 2004.
- NORMAN, Donald: The Design of everyday things. New York Basic Books, 1988.
- COOPER, Alan; REIMANN, Robert; CRONIN, David: About Face: Interface und Interaction Design. Heidelberg: mitp, 2010.
- KRUG, Steve: Dont make me think!: Web Usability: Das intuitive Web. Heidelberg: Redline, 2006.
- PUSCHER, Frank: Leitfaden Web-Usability: Strategien, Werkzeuge und Tipps für mehr Benutzerfreundlichkeit. Heidelberg: dpunkt-Verlag, 2009.

Mobile Commerce & App-Economy:

- The Wireless Mobile Internet: Architectures, Protocols and Services. 1. Aufl. John Wiley & Sons, 2003.
- Responsive Web Design (Brief Books for People Who Make Websites, No. 4), Ethan Marcotte, 2011
- Location-Based Services and Geo-Information Engineering. 1. Aufl. John Wiley & Sons, 2009
- Geschäftsmodelle im Mobile Commerce, Reiner Clement, 2001
- Der neue Mobile-Commerce: Erfolgsfaktoren und Best Practices, Gerrit Heinemann, 2012
- Rechtlicher Rahmen des Mobile Commerce, Jens-Uwe Heuer, 2001
- Praxisguide App-Marketing – Grundlagen zur Akquise, Aktivierung, Bindung & Monetarisierung von App-Nutzern, Atilla Wohllebe, 2024
- App-Marketing für iPhone und Android: Planung, Konzeption, Vermarktung von Apps im Mobile Business, Rafael Mroz, 2013
- Mobile Commerce: Grundlagen Und Techniken, Klaus Turowski, 2004
- Die Zukunft des Marketing ist mobil! Grundlagen, Voraussetzungen und Instrumente des Mobile Marketing, Nicole Meyer, 2014
- Mobile Usability: Für iPhone, iPad, Android, Kindle (mitp Business), Jakob Nielsen, Raluca Budiu, 2013
- zusätzliche Online-Quellen und Veröffentlichungen

B293 Digital Product Management

Veranstaltungen	B293a Digital Product Management
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Atilla Wohllebe
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assignment
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

keine

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über weitgehende Kenntnisse zum Management digitaler Produkte und Services, insbesondere mit Blick auf deren konzeptionelle (Weiter-) Entwicklung. Die Studierenden sind in der Lage, mit Hilfe geeigneter Methoden eine Product Vision zu entwickeln und diese im Rahmen einer Product Discovery in konkrete Lösungsansätze zu übersetzen und zu validieren. Sie verfügen außerdem über Kenntnisse agiler Arbeitsweisen und aktueller Vorgehensweisen in der Softwareentwicklung und können diese in den Kontext des Digital Product Managements einordnen.

Inhalte:

Digital Product Management:

- Einführung
- Konzeption von Produkten
 - Erarbeitung einer Product Vision
 - Lösungsentwicklung im Rahmen der Product Discovery (Design Sprint)
 - Validierung von Produktideen am Markt
- Datengetriebene Produktentwicklung
 - Entwicklung und Weiterentwicklung von Produkten
 - Agile Arbeitsweisen (Scrum, Kanban)
 - Erhebung und Priorisierung von Anforderungen
 - DevOps - Grundlegende Gedanken und Methoden

Literatur:

Digital Product Management:

- Düsterbeck, F., Einemann, I. (2022). Product Ownership meistern - Produkte erfolgreich entwickeln. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Hoffmann, S. (2020). Digitales Produktmanagement: Methoden - Instrumente - Praxisbeispiele. Springer Gabler, Wiesbaden. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-30629-8>

- Kim, G., Humble, J., Debois, P., Willis, J., Forsgren, N. (2022). Das DevOps Handbuch - Teams, Tools und Infrastrukturen erfolgreich umgestalten. O'Reilly / dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Kittlaus, H., Clough, P. (2009). Software Product Management and Pricing - Key Success Factors for Software Organizations. Springer Berlin, Heidelberg.
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-76987-3>
- Pranam, A. (2018). Product Management Essentials - Tools and Techniques for Becoming an Effective Technical Product Manager. Apress Berkeley, CA.
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4842-3303-0>
- Wagenblatt, A. (2019). Software Product Management - Finding the Right Balance for YourProduct Inc.. Springer Cham. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-19871-8>

B052 Einführung in Datenbanken

Veranstaltungen	B052a Einführung in Datenbanken B052b Übg. Einführung in Datenbanken
Verantwortliche(r)	N.N.
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	3
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Fikret Koyuncu Mustapha Zorgati
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Klausur Abnahme
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Vorausgesetzt werden Grundkenntnisse in Programmierung und die Fähigkeit, abstrakt zu denken.

Lernziele:

Nachdem Studierende die Veranstaltungen des Moduls besucht haben, haben sie die Fähigkeit, eine relationale Datenbank unter Nutzung von SQL abzufragen, einzurichten und die betriebliche Informationsverarbeitung mittels relationaler Datenbanksysteme unter Nutzung von SQL zu planen und durchzuführen. Zudem haben sie die Fähigkeit, selbständig einen Datenbankentwurfsprozess unter Verwendung des Entity-Relationship-Datenmodells und des relationalen Datenmodells durchzuführen.

Inhalte:

Einführung in Datenbanken:

- Einführung in die Datenbanktechnologie
- Datenbanksprache SQL - Einführung
- Datenbank-Abfrage mit SQL
- Datenbanksprache SQL - Einrichten der Datenbank
- Das Entity-Relationship-Datenmodell
- Das Relationale Datenmodell
 - Relationenschemata und Datenabhängigkeiten
 - Relationale Datenbanken
 - Normalformen
- Datenbank - Lebenszyklus

Übg. Einführung in Datenbanken:

Vorlesungsbegleitende praktische Übungen in SQL und zum Datenbankentwurf

Literatur:**Einführung in Datenbanken:**

- Elmasri, Ramez; Navathe, Shamkant B.: Grundlagen von Datenbanksystemen. 3. Aufl. München: Pearson -Verlag, 2009.
- Meier, Andreas: Relationale Datenbanken Leitfaden für die Praxis. Berlin: Springer-Verlag, 2004.
- Vetter, Max: Aufbau betrieblicher Informationssysteme mittels konzeptioneller Datenmodellierung. 8. Aufl. Stuttgart: Vieweg-Teubner, 1998.
- Vossen, Gottfried: Datenmodelle, Datenbanksprachen und Datenbank-Management-Systeme. 5. Aufl. Oldenbourg: Oldenbourg-Wissenschaftsverlag, 2008.

Übg. Einführung in Datenbanken:

Vorlesungsunterlagen

B041 Induktive Statistik

Veranstaltungen	B041a Induktive Statistik
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Franziska Bönnte
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Franziska Bönnte
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse der deskriptiven Statistik, wie sie in der Veranstaltung "Deskriptive Statistik" vermittelt werden.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden befähigt, weiterführende statistische Methoden zur Lösung komplexer Problemstellungen zu nutzen und die erzielten Ergebnisse korrekt interpretieren zu können.

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse in den Methoden der schließenden Statistik. Sie sind in der Lage komplexe, statistische Untersuchungen - von der Datenerhebung bis zur Auswertung und Interpretation - auch unter Zuhilfenahme geeigneter Computerprogramme eigenständig vorzunehmen und zu bewerten.

Sie kennen die grundlegenden Methoden der statistischen Qualitätskontrolle und wissen, wie Testverfahren im Rahmen der statistischen Qualitätskontrolle genutzt werden können.

Die Studenten sind in der Lage, Zeitreihen zu analysieren und unter Anwendung statistischer Verfahren Prognosen zu erstellen.

Inhalte:

Induktive Statistik:

- Wahrscheinlichkeitsrechnung
 - Grundlagen
 - Zufallsvariable und Wahrscheinlichkeitsverteilungen
 - Kombinatorik
 - Ausgewählte diskrete Verteilungen
 - Ausgewählte stetige Verteilungen
 - Hauptsätze der Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik
 - Approximationsregeln
- Stichproben

- Schätzverfahren
 - Punktschätzung
 - Intervallschätzung
- Testverfahren
 - Parametrische Testverfahren
 - Verteilungstests

Literatur:

Induktive Statistik:

- Bley Müller, Josef: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler; 16. Aufl.; s.l.; Verlag Franz Vahlen; 2012
- Griffiths, William E.; Hill, R. Carter; Judge, George G.: Learning and practicing econometrics; ; New York; John Wiley; 1993
- Hansen, Gerd: Methodenlehre der Statistik; ; München; Vahlen; 1974
- Hansmann, Karl-Werner: Kurzlehrbuch Prognoseverfahren; ; Wiesbaden; s.l.; Gabler Verlag; 1983
- Lippe, Peter Michael von der: Wirtschaftsstatistik; 3., neubearb. u. erw. Aufl.; Stuttgart; Fischer; 1985
- Mood, Alexander MacFarlane; Boes, Duane C.; Graybill, Franklin A.: Introduction to the theory of statistics; 3. ed., international ed., [reprint.]; Auckland; McGraw-Hill; 2009
- Rüger, Bernhard: Induktive Statistik; 2., überarb. Aufl., 2. Nachdr; München; Oldenbourg; 1995
- Schlittgen, Rainer; Streitberg, Bernd H. J.: Zeitreihenanalyse; 3. Aufl., durchges. u. verb; München; R. Oldenbourg; 1989
- Zuckarelli, Joachim: Statistik mit R; ; Heidelberg; O'Reilly; 2017
- Bourier, Günther: Beschreibende Statistik. 11. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2013.
- Kobelt, Helmut; Steinhausen, Detlef: Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis. 7. Auflage. Stuttgart: Schäfer-Poeschel Verlag, 2006.
- Schwarze, Jochen: Grundlagen der Statistik Band 2 : Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik. 10. Auflage. Berlin: nwb Studium 2013.
- Toutenburg, Helge u., a.: Induktive Statistik : Eine Einführung mit R und SPSS. 4. Auflage. Berlin: Springer-Verlag 2008.

B040 Algorithmen und Datenstrukturen

Veranstaltungen	B040a Algorithmen und Datenstrukturen B040b Übg. Algorithmen & Datenstrukturen
Verantwortliche(r)	M.Sc. Christian Uhlig
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	5
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Christian Uhlig Malte Heins
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Informatik)
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Klausur Abnahme
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Vorausgesetzt werden theoretische und praktische Grundkenntnisse in der Programmiersprache Java, die insbesondere auch die Abbildung abstrakter Datentypen per Interfaces und abstrakter Klassen und die Verwendung generischer Typen umfassen.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls sind sich die Studierenden der Einflussfaktoren auf den Speicherbedarf einer Datenstruktur und auf die Laufzeit der darauf ausgeführten Algorithmen bewusst. Sie können Laufzeit und Speicherbedarf systematisch auf Ebene des Programmcodes und aufgrund empirischer Untersuchung analysieren und vergleichend beurteilen, wobei sie zwischen dem konstanten Faktor und dem Laufzeitwachstum in Abhängigkeit von der Problemgröße unterscheiden. Hierbei verstehen und nutzen sie Komplexitätsklassen insbesondere per Groß-O-Notation und können eigenen Programmcode in typische Komplexitätsklassen einordnen.

Weiterhin sind sich die Studierenden der Bedeutung des Sortierens und Suchens in der Softwaretechnik bewusst und kennen die wesentlichen theoretischen Grundlagen dieser Probleme und entsprechender Algorithmen.

Sie können die Trennung in abstrakte Datentypen und zugehörige Implementierungen erläutern und gewinnbringend für eigene Softwareprojekte anwenden. Hierbei wählen sie abhängig vom Anwendungsfall zwischen typischen abstrakten Datentypen wie z.B. Listen und Verzeichnissen aus.

Ihnen sind die Konzepte, die Funktionsweise wichtiger Operationen und die damit verbundenen Eigenschaften typischer Implementierungen wie z.B. verketteter Listen, Arrays und Binärer Suchbäume bekannt, so dass sie ausgehend von den einzusetzenden Operationen geeignete Implementierungen für den verwendeten abstrakten Datentypen auswählen.

Ausgehend von den erworbenen Grundlagenkenntnissen nutzen die Studierenden den Java Collections Framework und wählen dabei zielgerichtet abstrakte Datentypen und Implementierungen des Frameworks aus.

Die Studierenden können die Motivation und die Grundlagen nebenläufiger Algorithmen am Beispiel von dynamischem Multithreading erläutern und die Konzepte auf die Programmiersprache Java übertragen und im Rahmen einfacher Problemstellungen einsetzen.

Inhalte:

Algorithmen und Datenstrukturen:

- Analyse von Algorithmen
 - Laufzeit und Speicherbedarf
 - Groß-O / Groß-Omega / Groß-Theta Notationen
 - Amortisierte Laufzeitanalyse
 - Iterative vs rekursive Implementierungen
- Sortieren und Suchen
- Listenstrukturen
 - Verkettete Listen
 - Arraybasierte Listen
 - Skiplisten
- Baumstrukturen
 - Binäre Suchbäume
 - Balancierte Suchbäume: 2-3-Bäume
 - Balancierte Binäre Suchbäume: Rot/Schwarz-Bäume
 - Balancierte Binäre Suchbäume: AVL-Bäume
 - Spreizbäume
 - Tries
 - Arraybasierte Binäre Heaps
- Hash-Tabellen
- Abstrakte Datentypen und ihre Implementierung
 - Listen
 - Mengen
 - Verzeichnisse
 - Warteschlangen
- Java Collections Framework
- Nebenläufige Algorithmen

Übg. Algorithmen & Datenstrukturen:

Bearbeitung von Übungsaufgaben parallel zum Stoff der Vorlesung in Zweiergruppen mit Abnahme und Diskussion der Lösungen. Zusätzlich werden praxisrelevante Aspekte der Anwendungsentwicklung mit der Programmiersprache Java behandelt, die nicht Bestandteil der Vorlesung sind wie z. B. Dateieingabe und -ausgabe.

Literatur:

Algorithmen und Datenstrukturen:

- Uhlig, Christian: Algorithmen und Datenstrukturen, Vorlesungsunterlagen im Web: <http://www.fh-wedel.de/~uhl/aud.html>
- Sedgewick, Robert; Wayne, Kevin: Algorithms, 4th Edition, Addison-Wesley, 2011
- Cormen, Thomas H.; Leiserson, Charles E.; Rivest, Ronald L.; Stein, Clifford: Introduction to Algorithms, 3rd Edition, The MIT Press, 2009
- Knuth, Donald E.: The Art of Computer Programming Vol. 1 Fundamental Algorithms, 3rd Edition, Addison-Wesley, 1997
- Knuth, Donald E.: The Art of Computer Programming Vol. 3 Sorting and Searching, 2nd Edition, Addison-Wesley, 1998
- Wirth, Niklaus: Algorithmen und Datenstrukturen, 5. Auflage, Teubner, 2013
- Aho, Alfred V.; Hopcroft, John E.; Ullman, Jeffrey D.: The Design and Analysis of Computer Algorithms, 1st Edition, Pearson, 1975
- Aho, Alfred V.; Hopcroft, John E.; Ullman, Jeffrey D.: Data Structures and Algorithms, Addison-Wesley, 1983
- Aho, Alfred V.; Ullman, Jeffrey D.: Foundations of computer science, Computer Science Press, 1992

Übg. Algorithmen & Datenstrukturen:

- Unterlagen zur Übung im Web

B054 Servicemanagement und Marketing & Vertrieb

Veranstaltungen	B054a Grundlagen Servicemanagement B054a Grundlagen Marketing & Vertrieb
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Thorsten Giersch Alexander Fischer
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Wirtschaft)
Häufigkeit	Jährlich
Lehrform(en)	Beamerpräsentation, interaktive Entwicklung und Diskussion von Modellen, Tafel
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Keine

Lernziele:

Das Modul führt in zwei der möglichen Vertiefungsrichtungen im Studiengang BWL ein. Die Studierenden sollen in der Lage sein, die grundlegenden Inhalte, Modelle und Ansätze dieser Vertiefungsrichtungen sachgerecht beurteilen zu können. Die Wichtigkeit jeder der Bereiche für die moderne BWL soll erfasst werden, hierbei sollen auch bestehende Berührungspunkte der Vertiefungsrichtungen nachvollzogen und auf konkrete Beispiele aus der Unternehmenspraxis angewendet werden können.

Da das Modul auch ein wichtiges betriebswirtschaftliches Grundlagenmodul für weitere Studiengänge ist, die neben der Wirtschaftsausrichtung eine vergleichsweise stärkere Informatikausrichtung aufweisen, ist es auch Lernziel, dass die Studierenden in einem interdisziplinären Kontext die zentrale Bedeutung der Digitalisierung für Marketing und Dienstleistungsmanagement beschreiben, einordnen und bewerten können.

Inhalte:

Grundlagen Servicemanagement:

Einführung in die besonderen betriebswirtschaftlichen Aspekte von Dienstleistungen. Zunächst geht es um die Diskussion der Abgrenzung von Dienstleistung und Sachleistung. Hierbei zeigt sich, dass es kein anerkanntes Abgrenzungskriterium gibt. Unabhängig hiervon lassen sich aber zentrale Fragestellungen des Dienstleistungsmanagements als eigenständiger Anwendungsbereich der BWL entwickeln. Vor diesem Hintergrund erfolgt dann eine Darstellung der besonderen Aspekte von Dienstleistungen im betrieblichen Funktionszusammenhang. Dienstleistungsstrategien, Dienstleistungsmarketing und Dienstleistungsproduktion werden behandelt.

- Einführung
- Abgrenzungskriterien für Dienstleistungen
- Der Kunde im Fokus

- Dienstleistungsstrategien
- Dienstleistungsdesign
- Dienstleistungsmarketing
- Dienstleistungsproduktion

Grundlagen Marketing & Vertrieb:

In dieser Veranstaltung wird das grundlegende Handwerkszeug des Marketings vermittelt. Aktuelle Entwicklungen in der Marketing- und Vertriebslandschaft werden berücksichtigt und durch die Einbeziehung von Fallstudien, Kurzübungen und Praxisreferenten vertieft.

- Marketingverständnis entwickeln - Klärung des Marketing-Begriffs
- Kunden / Zielgruppen verstehen - Grundlagen des Konsumentenverhaltens
- Märkte und Wettbewerber analysieren - Grundlagen der Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Marketing-Ziele und -Strategien kennen
- Marketing-Maßnahmen gestalten - Marketing-Mix
- Marketing-Maßnahmen kontrollieren - Marketing-Controlling

Literatur:

Grundlagen Servicemanagement:

- Biermann, Thomas, Kompakt-Training Dienstleistungsmanagement, 2. Aufl. Ludwigshafen: Kiehl 2006.
- Corsten, Hans, Gössinger, Ralf, Dienstleistungsmanagement, 6. Aufl. München: Oldenbourg 2015.
- Fitzsimmons, James A. , Fitzsimmons, Mona J., Bordoloi, Sanjeev, Service Management, 9th ed. London: McGraw-Hill 2015.
- Fließ, Sabine, Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler 2008.
- Grönroos, Christian, Service Management and Marketing, 4th ed. New York:Wiley 2015.
- Haller, Sabine, Wissing, Christian, Dienstleistungsmanagement, 8. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler 2020.

Grundlagen Marketing & Vertrieb:

- ESCH, Franz-Rudolf, HERRMANN, Andreas, SATTLER, Henrik: Marketing eine managementorientierte Einführung, 5. Aufl., München: Vahlen, 2017.
- GLÄSER, Martin: Medienmanagement, 3. Aufl., München: Vahlen, 2014.
- KREUTZER, Ralf: Praxisorientiertes Marketing - Grundlagen - Instrumente - Fallbeispiele, 6. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2022.
- MEFFERT, Heribert, BURMANN, Christoph, KIRCHGEORG, Manfred: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2018.
- SCHUMANN, Matthias; HESS, Thomas; HAGENHOFF, Svenja: Grundfragen der Medienwirtschaft: Eine betriebswirtschaftliche Einführung, 5. Aufl., Berlin; Heidelberg: Springer, 2014.
- WIRTZ, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement, 10. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2019.
- WIRTZ, Bernd W.: Multi-Channel-Marketing: Grundlagen – Instrumente – Prozesse, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2022.

B294 B2B & Marketplace E-Commerce

Veranstaltungen	B294a B2B E-Commerce & B2B Marketing B294b Marketplace Management
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Atilla Wohllebe
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Beamerpräsentation, Gastreferenten, interaktive Diskussion
Prüfungsformen(en)	Präsentation / Referat
Sprache der Veranstaltung	Deutsch

Voraussetzungen:

Voraussetzung zur Teilnahme am Modul sind grundlegende Kenntnisse über Kunden-Lieferantenbeziehungen, erste praktische Anwendungserfahrungen in der digitalen Kommunikation (z., B. E-Mail und Internet) sowie erste Erfahrungen im Online-Shopping.

Lernziele:

- Nach Abschluss des Moduls verfügen Studierende über Kenntnisse des E-Commerce auf Marktplätzen und im Business-to-Business-Kontext.
- Sie kennen die verschiedenen Geschäftstypen und die spezifischen Anforderungen an die Gestaltung von Kundeninteraktionen im B2B E-Commerce, insbesondere mit Blick auf Marketing und Vertrieb. Sie verfügen über Kenntnisse, wie unterschiedliche B2B-Geschäftsmodelle den E-Commerce nutzen können. Ferner kennen sie Best Practices im B2B E-Commerce und sind in der Lage, diese anzuwenden.
- Sie sind mit den Grundlagen elektronischer Marktplätze vertraut, kennen deren Treiber und Relevanz im E-Commerce und sind sich der spezifischen Gegebenheiten von Transaktionen auf Marktplätzen bewusst. Sie sind in der Lage, eine Strategie für den Vertrieb auf Marktplätzen zu entwickeln und deren Chancen und Risiken einzuschätzen, wobei sie sowohl die Sicht reiner Händler als auch die Sicht von Herstellern einnehmen können. Ferner sind sie mit den rechtlichen Rahmenbedingungen vertraut.

Inhalte:

B2B E-Commerce & B2B Marketing

- Grundlagen des B2B E-Commerce, insbesondere Entscheidungswege und Prozesse im B2B-Vertrieb
- Marktüberblick, insbesondere Marktentwicklung, Marktstruktur und wichtige Marktteilnehmer
- Gestaltung von Kundeninteraktionen im B2B E-Commerce
- Online Marketing Kanäle im B2B
- B2B-Geschäftsmodelle und deren Ausgestaltungsmöglichkeiten im B2B E-Commerce
- Best Practices und Erfolgsfaktoren

Marketplace Management

- Einführung und Grundlagen: Begriff, Grundidee, Treiber und Marktüberblick
- Geschäftsanbahnung auf Marktplätzen: Phasen und Anforderungen
- Ansätze zur Typologisierung von Marktplätzen

- Strategische Überlegungen zum Verkauf auf Marktplätzen aus Händler-, Hersteller- und Markensicht
- Ausgewählte Marktplatzformen: B2B, Auktionen, Amazon
- Rechtliche Rahmenbedingungen, insbesondere mit Blick auf Urheberrecht und Datenschutz sowie kartellrechtlicher Betrachtung am Beispiel Amazons

Literatur:

B2B E-Commerce & B2B Marketing

- Heinemann, G. (2020). B2B eCommerce - Grundlagen, Geschäftsmodelle und Best Practices im Business-to-Business Online-Handel. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-27366-8.
- Heinemann, G. (2021). Der neue Online-Handel - Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-32313-4.
- Kober, S. (2022). Digitalisierung und Hybrid Selling im B2B-Vertrieb. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-38953-6.
- Kreuzer, R., Rumler, A., Wille-Baumkauff, B. (2015). B2B-Online-Marketing und Social Media. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-04695-8.
- Wirtz, B. (2016). Electronic Business. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-10346-0.

Marketplace Management

- Fries, T. & Bruns, S. (2019). Amazon Marketplace - Das Handbuch für Hersteller und Händler. Rheinwerk Verlag, Bonn, Deutschland. ISBN: 978-3-8362-6684-0.
- Heinemann, G. (2021). Intelligent Retail - Die Zukunft des stationären Einzelhandels. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 987-3-658-34339-2.
- Heinemann, G. (2021). Der neue Online-Handel - Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-32313-4.
- Heinemann, G., Gehrckens, H. M., Wolters, U. J., dgroup GmbH (2016). Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel - Vom Point-of-Sale zum Point-of-Decision im Digital Commerce. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-13503-4.
- Kollmann, T. (2020). Handbuch Digitale Wirtschaft. Springer Gabler, Wiesbaden, Deutschland. ISBN: 978-3-658-17290-9.

B128 Projekt E-Commerce

Veranstaltungen	B128b Projekt E-Commerce
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	2
ECTS	10.0
Dauer	1
Dozent(en)	jeweiliger Dozent
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Projekt
Prüfungsformen(en)	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Sichere Beherrschung der Inhalte aus den Veranstaltungen "E-Commerce Grundlagen", "Digital Marketing" sowie "Web-Analytics".

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über soziale Kompetenzen in den Bereichen Teamarbeit, Selbstständigkeit, Eigenverantwortung, Selbstorganisation und Ergebnispräsentation. Ferner verfügen sie über praktische Erfahrungen im Projekt-Management und den Bereichen Projektplanung, Koordination, Aufgabenaufteilung, Zeitmanagement, Delegation und Controlling. Sie besitzen erweiterte Problemlösungskompetenz auf fachlicher Ebene, da sie in der Lage sind, ihr Fachwissen in angemessener Weise zur Problemlösung einzusetzen.

Inhalte:

Projekt E-Commerce:

Teams mit maximal fünf Studierenden erarbeiten eigenständig Lösungen für aktuelle Frage- oder Problemstellungen betriebswirtschaftlicher und/oder informatischer Art, die in Kooperation mit E-Commerce-affinen Unternehmen entwickelt werden.

Der Fokus des Projekts liegt verstärkt auf operativen E-Commerce-Aspekten.

Literatur:

Projekt E-Commerce:

Recherche nach Aufgabenstellung

B082 Operations Research

Veranstaltungen	B082a Operations Research B082b Übg. Operations Research
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Sebastian Iwanowski
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	5
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Sebastian Iwanowski Emre Kilic
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Klausur Abnahme
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Grundlegende Kenntnisse der linearen Algebra.

Lernziele:

Wichtigstes Lernziel des Moduls ist die Weiterentwicklung des Abstraktionsvermögens der Studierenden. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage, Problemstellungen als Operations Research-Aufgaben zu erkennen, aus den Problemstellungen mathematische Modelle abzuleiten und diese in Standardformen zu transformieren. Sie können die gelernten Lösungsverfahren der linearen Optimierung nutzen. Desweiteren verfügen sie über die Fähigkeit, die errechneten Ergebnisse als Lösungen für die gegebene Problemstellung zu interpretieren und kritisch zu bewerten.

Inhalte:

Operations Research:

- Einführung in die lineare Optimierung
- Der Simplex-Algorithmus
- Sensitivitätsanalyse
- Das duale Problem
- Ganzzahlige lineare Optimierung
- Das Transportproblem
- Das Zuordnungsproblem
- Zielprogrammierung

Übg. Operations Research:

- Lösung eines linearen Optimierungsproblems mittels Simplexmethode
 - Aufstellen des mathematischen Modells und Ableitung der kanonischen Form des primalen Problems
 - Lösung des primalen Problems
 - Aufstellen des mathematischen Modells und Ableitung der kanonischen Form des dualen Problems

- Lösung des dualen Problems
- Ergebnis-Interpretation
 - Angabe und Interpretation der Lösung (Basisvariable, Nichtbasisvariable)
 - Interpretation von Schattenpreisen
 - Einordnung in den ökonomischen Kontext
 - Abbildung zwischen dualer und primaler Lösung
 - Erkennen und Interpretieren von Entartung / Mehrdeutigkeit
- Lösung eines linearen Optimierungsproblems mittels Excel-Solver
- Mündliche Abnahme der Ergebnisse

Literatur:

Operations Research:

- Domschke, Wolfgang; Drexl, Andreas; Klein, Robert; Scholl, Armin; Voß, Stefan: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research. 7. Auflage. Springer: Berlin, 2011.
- Ellinger, Theodor; Beuermann, Günter; Leisten, Rainer: Operations Research : Eine Einführung. 6. Auflage Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 2003.
- Runzheimer, Bodo: Operations Research 1 : Lineare Planungsrechnung und Netzplantechnik. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2005.
- Suhl, Leena; Mellouli, Taieb: Optimierungssysteme : Modelle, Verfahren, Software, Anwendungen. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2013.
- Taha, Hamdy A.: Operations Research : An Introduction. 9. Auflage. München: Pearson, 2010.
- Werners, Brigitte: Grundlagen des Operations Research : Mit Aufgaben und Lösungen. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2013.
- Winston, Wayne L.: Operations Research : Applications and Algorithms. 4. Auflage. Boston (MA), USA: Cengage Learning Emea, 2003.
- Zimmermann, Werner; Stache, Ulrich: Operations Research : Quantitative Methoden zur Entscheidungsvorbereitung, 10. Auflage. Oldenbourg: Oldenbourg-Verlag, 2001.

Übg. Operations Research:

siehe Vorlesung Operations Research

B251 Venture-Challenge

Veranstaltungen	B251a Venture-Challenge
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan-Paul Lüdtkke
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Jan-Paul Lüdtkke
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Projekt
Prüfungsformen(en)	Portfolio-Prüfung
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Grundlegendes Verständnis

Lernziele:

Im Zentrum des Moduls steht ein Unternehmensplanspiel. Ziel ist es, eine neue Produktidee anhand eines Beispiels am Markt spielerisch zu etablieren und interaktiv zu erfahren, welche Herausforderungen und Fragestellungen, aber auch Methoden dabei Anwendung finden. Die Lehrform Planspiel ermöglicht dabei die Simulation realistischer Unternehmenswirklichkeiten zur Erprobung theoretisch erlernter Instrumente und Konzepte. Die hierbei gemachten Erfahrungen sollen in und zwischen den Spielgruppen reflektiert werden. Das Modul ermöglicht es, Zusammenhänge zwischen verschiedenen methodischen und fachlichen Disziplinen zu verstehen, die sonst im Studium über viele Module verteilt sind (Betriebswirtschaftslehre, Marketing, Rechnungswesen, Geschäftsmodelle).

Nach erfolgreicher Teilnahme am Planspiel und den zugehörigen Veranstaltungen können die Studierenden ...

- Rahmenbedingungen für wirtschaftlichen Erfolg in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld erkennen und berücksichtigen
- Strategien zur Erreichung von Zielen auswählen und umsetzen
- Unternehmensdaten evaluieren
- Entscheidungen im Team effektiv treffen
- Konsequenzen von Entscheidungen einschätzen

Inhalte:

Venture-Challenge:

In Gruppen von 3 bis 5 Studierenden durchlaufen die Teilnehmer die Spielrunden, in denen die getroffenen Entscheidungen hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf das Unternehmen der jeweiligen Gruppe simuliert werden. Am Ende soll ein Unternehmensmindestwert erreicht und die zugehörigen Entscheidungen präsentiert und dokumentiert werden.

Literatur:

Venture-Challenge:

- Dokumentation sowie Seminarunterlagen des Planspiels
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2011.

B036 Programmierpraktikum

Veranstaltungen	B036a Programmierpraktikum
Verantwortliche(r)	Dipl.-Ing. (FH) Gerit Kaleck
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	0
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Gerit Kaleck
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Informatik)
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Praktikumsbericht / Protokoll
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Kenntnis der zentralen Konzepte der Objektorientierten Programmierung und der Programmiersprache Java, Grundkenntnisse in der Benutzung einer Entwicklungsumgebung.

Lernziele:

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über die Fähigkeit, aus einer textuellen, problemorientiert formulierten Aufgabenstellung die wesentlichen funktionalen Anforderungen an eine zu entwickelnde Software abzuleiten und in Form eines Pflichtenheftes zu dokumentieren. Sie sind zur Konzeption, insbesondere zur angemessenen Modularisierung von Softwaresystemen mittleren Umfangs in der Lage. Sie können die objektorientierte Programmiersprache Java einsetzen, um ein solches Softwaresystem eigenständig objektorientiert zu implementieren. Sie sind fähig, dabei eine moderne Entwicklungsumgebung zu nutzen.

Dabei verfügen sie über das Problembewusstsein im Hinblick auf die benutzungsgerechte Softwaregestaltung und verfügen über Kenntnisse hinsichtlich der Grundregeln von benutzungsgerechter Oberflächengestaltung. Sie verfügen zudem über Fähigkeiten zum angemessenen Einsatz von Interaktionselementen in grafischen Oberflächen bei Aufgabenstellungen mittleren Schwierigkeitsgrades.

Sie verfügen über Basiskenntnisse hinsichtlich der Qualitätssicherung von Software in Form einfacher Teststrategien und können diese einsetzen, um die funktionale Korrektheit und ein ausreichendes Maß an Zuverlässigkeit der Software zu gewährleisten.

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, die Entwicklung einer Software und die Software selbst in einer geeigneten Form zu dokumentieren und zu präsentieren.

Inhalte:

Programmierpraktikum:

- Entwicklung eines vollständigen Softwaresystems mittleren Umfangs in Java ausgehend von einer problemorientierten Aufgabenstellung.
- Strukturierung und Modularisierung des Projektes.
- Eigenständiger Entwurf passender Datenmodelle.
- Benutzungsgerechte Gestaltung der Oberfläche.

- Testen der entstandenen Software und Dokumentation der Tests.
- Erstellen einer Programmdokumentation und eines Benutzerhandbuchs.

Literatur:

Programmierpraktikum:

ULLENBOOM, Christian: Java ist auch eine Insel Rheinwerk Computing, 2020 (15. Auflage). ISBN-13: 978-3836277372

EPPLER, Anton: JavaFX 8: Grundlagen und fortgeschrittene Techniken. dpunkt Verlag, 2015. ISBN-13: 978-3864901690

ZÖRNER, Stefan: Softwarearchitekturen dokumentieren und kommunizieren: Entwürfe, Entscheidungen und Lösungen nachvollziehbar und wirkungsvoll festhalten. Carl Hanser Verlag, 2015 (2. Auflage). ISBN-13: 978-3446443488

B100 Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen

Veranstaltungen	B220a Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Thorsten Giersch
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Wirtschaft)
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assig.
Prüfungsformen(en)	Klausur Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch/englisch

Voraussetzungen:

Empfohlen: "Grundlagen des Servicemanagements", "Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre", "Einführung in die Volkswirtschaftslehre".

Lernziele:

- Sie können grundlegende Konzepte der Marktbeschreibung und Marktanalyse benennen und auf die spezifischen Aspekte von Dienstleistungsmärkten anwenden.
- Sie können Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Dienstleistungsmärkten erfassen und analysieren.
- Sie können an ausgewählten Beispielen die Schritte einer Branchenanalyse von der Konzeptionierung über die Datensuche und Datenaufbereitung bis zur Präsentation der Ergebnisse durchführen.
- Sie können über Trends und strategische Herausforderungen in Dienstleistungsmärkten berichten und in einem geeigneten Rahmen serviceorientierte Geschäftsmodelle darstellen.

Inhalte:

Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen

Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung umfassender Kenntnisse zur Funktionsweise und empirischen Analyse unterschiedlicher Dienstleistungsmärkte. Das bestehende Grundlagenwissen soll dabei durch eine Systematisierung und die exemplarische Kenntnis ausgewählter Branchen vertieft werden. Anknüpfend an traditionellen Analysekonzepten aus der Industrieökonomik werden aktuelle Aspekte, wie Plattformmärkte, Service-Ökosysteme und regulatorischer Rahmen, digitale Strategien und Geschäftsmodelle behandelt. Den Teilnehmern sollen damit umfangreiche Werkzeuge für die selbstständige Analyse ausgewählter Dienstleistungsbranche geliefert werden, deren Anwendung auch in Gruppenarbeiten erprobt werden soll. Die Auswahl der Branchen richtet sich dabei im Rahmen gewisser Vorgaben nach den Interessenschwerpunkten der Teilnehmer. Es soll zu einer eigenständigen und empirisch fundierten Auseinandersetzung mit der zentralen Rolle von Services angeregt werden.

Literatur:

Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen:

- Abell, Derek F.: Defining the Business. The Starting Point of Strategic Planning, Engelwood Cliffs: Prentice Hall 1980.
- Bühler, Stefan; Jaeger, Franz: Einführung in die Industrieökonomik, Berlin [u., a.]: Springer 2002.
- Dillerup, Ralf; Stoi, Roman: Unternehmensführung, 3. Aufl. München: Vahlen 2011.
- Fitzsimmons, James A. et al. Service Management. Operations, Strategy, Information Technology, 9th ed., McGraw-Hill 2018
- Goemann-Singer, Alja; Graschi, Petra u. Weissenberger, Rita: RechercheHandbuch Wirtschaftsinformation, 2. Aufl. Berlin: Springer 2004.
- Grant, Robert M.; Nippa, Michael: Strategisches Management, 5. Aufl. München: Pearson Studium 2006.
- Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, 3. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2000.
- Monopolkommission: Hauptgutachten, Baden-Baden: Nomos unterschiedliche Jahre.
- Maglio, Paul P. et al. Handbook of Service Science, Springer 2010.
- Nebbeling, Susanne Wied: Preistheorie und Industrieökonomik, 4. Aufl. Berlin: Springer 2004.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves, Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, New York: John Wiley & Sons 2010.
- Porter, Michael E., Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Advantage, New York: Free Press 2014.
- Shy, Oz (2008) How to Price. A Guide to Pricing Techniques and Yield Management, Cambridge University Press.
- Simon, Hermann, Martin Fassnacht, Price Management, Springer 2018.

B205 Online-Plattform (Konzeption & Aufbau)

Veranstaltungen	B205a Online-Plattform (Konzeption & Aufbau)
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Atilla Wohllebe
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Projekt
Prüfungsformen(en)	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Sichere Beherrschung der Inhalte der Module Digital Marketing, Grundlagen des E-Commerce, Web-Analytics sowie Kenntnisse zeitlich vorgelagerter Module aus den E-Commerce-Kernfächern und betriebswirtschaftliche Grundlagenvorlesungen.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls besitzen Studierende die Fähigkeit, passende bzw. situationsgerechte Online-Shop-Systeme und -Komponenten auszuwählen, diese zu konfigurieren und einen fortlaufenden Betrieb des Online-Shops vorzubereiten und zu gewährleisten. Zudem verfügen die Studierenden über soziale Kompetenzen in den Bereichen Teamarbeit, Selbstständigkeit, Eigenverantwortung, Selbstorganisation und Ergebnispräsentation. Ferner verfügen sie über praktische Erfahrungen im Projekt-Management und den Bereichen Projektplanung, Koordination, Aufgabenaufteilung, Zeitmanagement, Delegation und Controlling.

Inhalte:

Online-Plattform (Konzeption & Aufbau):

- Projekt-/Zeitplanung zur Umsetzung des Online-Shops mit Unterstützung von Projektmanagement-Tools
- Konzeption des Online-Shops, einschließlich Auswahl der für den Anwendungszweck passenden Software
- Aufbau des Online-Shop-Systems, einschließlich Einspeisung von statischen und dynamischen Artikeldaten
- Präsentation der Zwischen- und Endergebnisse im Teilnehmerkreis

Literatur:

Online-Plattform (Konzeption & Aufbau):

keine

B207 Advanced Digital Marketing

Veranstaltungen	B207a Advanced Digital Marketing
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan-Paul Lüdtkke
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Jan-Paul Lüdtkke
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	mehrere Veranstaltungsarten
Prüfungsformen(en)	Portfolio-Prüfung
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Kenntnis der Modul „E-Commerce Grundlagen“ und „Digital Marketing“

Lernziele:

Nach Abschluss der Veranstaltung verfügen Studierende über Kenntnisse zu relevanten Daten, Datenstrukturen, sowie Konzepten, Methoden und Werkzeugen zur Gewinnung, Speicherung und Verwendung von Daten in wichtigen Prozessen des E-Commerce, wie zum Beispiel Produktinformationsmanagement, Customer Relationship Management und Bestellprozessmanagement. Die Studenten kennen die Anforderungen an Datenstrukturen in unterschiedlichen Anwendungsgebieten und können beurteilen, für welche Art von Anwendung welcher Umfang und welche Verfügbarkeit von Daten notwendig ist.

Inhalte:

Advanced Digital Marketing:

- Grundlagen
 - Bedeutung von Daten im digitalen Marketing
 - Bedeutung von Personalisierung im digitalen Marketing
 - Daten und Datenquellen im digitalen Marketing
- Datenerfassung
 - Tracking im Marketingprozess
 - Werkzeuge für erfolgreiche Datenerfassung
 - Herausforderung des Tracking im Marketing
 - Konsolidierung von Marketingdaten
- Datennutzung
 - Heuristisches Targeting
 - Prognostisches Targeting
 - Attributionsmodellierung

Literatur:

Advanced Digital Marketing:

- MILLER, Thomas: Marketing Data Science: Modeling Techniques in Predictive Analytics with R and Python. Pearson Education. 2015.
- LAMMENETT, Erwin: Online-Marketing-Konzeption - 2017: Der Weg zum optimalen Online-Marketing-Konzept. Digitale Transformation, wichtige Trends und Entwicklungen. CreateSpace Independent Publishing Platform. 2017.

- STUBER, Reto: Das Retargeting Praxis - Handbuch: Die effektivste Marketing Strategie für mehr Kunden (inkl. Facebook & Google Anleitung). 2016.
- SCHÜTT, Reinhold: Erfolgreich im Versandhandel, 2012.

B204 Multi Channel Retailing

Veranstaltungen	B204a Multi Channel Retailing
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Atilla Wohllebe
Verwendung in Studiengängen	Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Atilla Wohllebe
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Präsentation / Referat
Sprache der Veranstaltung	None

Voraussetzungen:

Wesentlich sind Kenntnisse zeitlich vorgelagerter Module, insbesondere E-Commerce Grundlagen, Datenbanken, Digital Marketing sowie betriebswirtschaftliche Grundlagenvorlesungen.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die facettenreichen Strukturen von Vertriebssystemen im stationären sowie Online-Handel. Sie verfügen über das Wissen um Mehrkanalsysteme und ihre kanalübergreifende Steuerung mittels IT sowie speziell um die physische Abwicklung des Vertriebes als ein zentrales Element des Supply Chain Managements.

Inhalte:

Multi Channel Retailing:

- Grundlagen des Multi-Channel-Retailing
 - Begriffe und Definitionen
 - Wertschöpfungskette im Handel und Kaufprozess
 - Wettbewerbs-Differenzierungsfaktoren
- Stationärhandel
 - Kanäle des Stationärhandels
 - Entscheidungsdimensionen im Stationärhandel
 - Herausforderungen im Stationärhandel
- Distanzhandel
 - Kanäle des Distanzhandels
 - Entscheidungsdimensionen im Distanzhandel
 - Herausforderungen im Distanzhandel
- Multi-Channel-Handel / Cross-Channel-Handel
 - Kanalvernetzung / Kombination der Vertriebskanäle
 - Erfolgsfaktoren des Cross-Channel-Handels
 - Wirtschaftlichkeitsbetrachtung

Literatur:

Multi Channel Retailing:

- EHRlich, Oliver: Determinanten der Kanalwahl im Multichannel-Kontext, 2011.
- GRAF, Alexander; SCHNEIDER, Holger: Das E-Commerce Buch (2. Auflage). Frankfurt: DFV, 2017.
- HEINEMANN, Gerrit: Cross-Channel-Management - Integrationserfordernisse im Multi-Channel-Handel, 2011.

- HEINEMANN, Gerrit: No-Line-Handel - Höchste Evolutionsstufe im Multi-Channeling, 2013.
- SCHMIEDER, Ulf-Marten: Integrierte Multichannel-Kommunikation im Einzelhandel, 2010.
- SCHRÖDER, Hendrik: Multichannel-Retailing - Marketing in Mehrkanalsystemen des Einzelhandels, 2005.
- SCHRÖDER, Hendrik: Handelsmarketing - Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops, 2012.

B203 E-Commerce Datenmanagement

Veranstaltungen	B203a E-Commerce Datenmanagement
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan-Paul Lüdtkke
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Aaaron Daniel Tal
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Sichere Beherrschung der Inhalte aus den Veranstaltungen "E-Commerce Grundlagen", "Digital Marketing" sowie "Web-Analytics".

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen Studierende über Kenntnisse zu relevanten Daten, Datenstrukturen, sowie Konzepten, Methoden und Werkzeugen zur Gewinnung, Speicherung und Verwendung von Daten in wichtigen Prozessen des E-Commerce, wie zum Beispiel Produktinformationsmanagement, Customer Relationship Management und Bestellprozessmanagement. Die Studenten kennen die Anforderungen an Datenstrukturen in unterschiedlichen Anwendungsgebieten und können beurteilen, für welche Art von Anwendung welcher Umfang und welche Verfügbarkeit von Daten notwendig ist.

Inhalte:

E-Commerce Datenmanagement:

- Grundlagen
 - Datenarten
 - Datenstrukturen
 - Datenspeicherung und -verfügbarkeit
- Produktbezogenes Datenmanagement
- Kundenbezogenes Datenmanagement
- Intelligente Verfahren zur Datennutzung
 - Predictive Analytics im E-Commerce
 - Anwendung in Beschaffung, Einkauf und Shopgestaltung
 - Anwendung im CRM
 - Anwendung in Operations- und Prozessmanagement

Literatur:

E-Commerce Datenmanagement:

- ABRAHAM, Jorij: Product Information Management: Theory and Practice. Springer. 2014.
- BERRY, Michael & LINOFF, Gordon: Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Relationship Management. Wiley. 2011.

B105 Seminar E-Commerce

Veranstaltungen	B105a Seminar E-Commerce
Verantwortliche(r)	jeweiliger Dozent
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	2
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	jeweiliger Dozent
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Seminar
Prüfungsformen(en)	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch / englisch

Voraussetzungen:

Abhängig von der Themenstellung Kenntnisse aus den Bereichen der Seminarthemen. Es handelt sich um Kenntnisse, die in den ersten vier Semestern erworben werden konnten.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, sich eigenständig in ein anspruchsvolles, im Kontext des E-Commerce relevantes Thema einzuarbeiten. Sie können dieses sowohl im Rahmen eines Vortrags als auch in Form einer schriftlichen Ausarbeitung darstellen. Als Themen werden dabei Methoden, aktuelle Entwicklungen und Ansätze im E-Commerce, aber auch grundlegende Themen der Informatik gewählt.

Die Studierenden sind in der Lage, gezielte Literaturrecherchen durchzuführen, insbesondere unter Berücksichtigung der Quellen des Internets. Sie besitzen Fähigkeiten zur Präsentation des Themas in freien Vorträgen und im Umgang mit Präsentationsmedien.

Mit dem Erstellen einer stilistisch und fachlich ansprechenden Ausarbeitung sind die Studierenden auf die Bachelor-Arbeit vorbereitet.

Inhalte:

Seminar E-Commerce:

Fachvorträge mit anschließender Gruppendiskussion.

Literatur:

Seminar E-Commerce:

Recherche nach aufgabenbezogener Literatur, teilweise aufgabenspezifische Vorgabe einzelner Literaturquellen.

Empfehlungen zur Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten:

- Axel Bänsch, Dorothea Alewell, Wissenschaftliches Arbeiten, 11. Aufl., München [u.a.]: Oldenbourg 2013.
- Werner Heister, Dagmar Weißler-Poßberg, Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011.
- Jens Hiller, Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten, Herne: Kiehl 2017.
- Walter Krämer, Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit. 3., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Frankfurt: Campus 2009.

- Lydia Prexl, Mit digitalen Quellen arbeiten. Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube & Co., 2., aktualisierte und erweiterte Aufl., Paderborn: Ferdinand Schöningh (UTB) 2016.
- Manuel René Theisen, Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik Form, 15. Aufl., München: Vahlen 2011.x

B162 Lebenszyklus von IT-Systemen

Veranstaltungen	B162a Lebenszyklus von IT-Systemen
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Gerrit Remané
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor) IT-Management, - Consulting & -Auditing (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Gerrit Remané
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	Jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assignm.
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus
Sprache der Veranstaltung	Deutsch/englisch

Voraussetzungen:

keine

Lernziele:

In der jüngeren Vergangenheit hat IT unser persönliches Leben (z.B. Smartphones) und auch ganze Industrien (z.B. Medien) verändert. Mitarbeiter in der IT-Abteilung – aber auch in den Fachbereichen – müssen daher zunehmend schwierige Entscheidungen in Bezug auf konkrete IT-Systeme treffen. Dazu zählt beispielsweise: Lohnt es sich, in ein neues IT-System zu investieren? Sollen wir eine neue Software einkaufen oder selbst entwickeln? Welcher Anbieter passt am besten zu unseren Anforderungen? Zielsetzung dieser Veranstaltung ist es, die wesentlichen Fähigkeiten aufzubauen, um derartige Entscheidungen entlang des ganzen Lebenszyklus eines IT-Systems fundiert treffen zu können.

- Sie können die verschiedenen Lebenszyklus-Phasen eines Informationssystems beschreiben
- Sie können wesentliche Entscheidungen entlang des gesamten Lebenszyklus eines Informationssystems fundiert treffen
- Sie können konkrete Tools und Methoden in diesem Umfeld sicher einsetzen

Inhalte:

VERANSTALTUNG:

Studierende erlernen wesentliche Konzepte und Methoden für das effektive und ordnungsgemäße Management von IT-Systemen. Die Veranstaltung fokussiert sowohl die einzelnen Lebenszyklusphasen als auch übergreifende Aspekte.

Kurzgliederung:

- Einführung ins Lebenszyklusmanagement
- Enterprise Architecture und Projektportfoliomanagement
- Make vs. Buy Entscheidung
- Projektantrag
- IT-Projektmanagement
- Systemanalyse
- Systementwurf und -entwicklung
- Testen, Rollout, Betrieb
- IT-Auditing
- Agile Softwareentwicklung
- Implikationen von Cloud Computing

Literatur:**VERANSTALTUNG:**

- Krcmar, H., 2015. Informationsmanagement. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg.
- Tiemeyer, E., 2014. Handbuch IT-Projektmanagement. Hanser Verlag, München.
- Gallagher, J., 2018. Information systems: A Manager's guide to harnessing technology.
- Laudon, K.C. and Laudon, J.P., 2018. Management information systems. Pearson Education England.

B253 Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen

Veranstaltungen	B253a Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen B253b Übg. Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen
Verantwortliche(r)	Dipl.-Inform. (FH) Birger Wolter
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	6
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Fikret Koyuncu Fikret Koyuncu
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assig m Übung/Praktikum/Planspiel
Prüfungsformen(en)	Klausur Abnahme
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Von den Studierenden wird ein grundlegendes Verständnis von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen in Unternehmen vorausgesetzt, wie es in den Vorseminestern vermittelt wird.

Lernziele:

Ohne den umfassenden Einsatz von ERP-Systemen wäre die effiziente Abwicklung von Geschäftsprozessen in heutigen Unternehmen nicht mehr vorstellbar. Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden daher über Wissen hinsichtlich der Realisierung der betriebswirtschaftlichen Grundfunktionalitäten innerhalb eines ERP-Systems. Insbesondere die integrierte Betrachtung von betriebswirtschaftlichen Vorgängen und Prozessen sowie deren informationstechnische Abbildung in ERP-Systemen steht dabei im Vordergrund. Durch die selbständige Bearbeitung von Fallstudien am ERP-System kann den Studenten die Bewältigung betriebswirtschaftlicher Vorgänge in einer praxisnahen Systemumgebung vermittelt werden und stellt somit eine gute Vorbereitung auf die berufliche Praxis dar.

Inhalte:

Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen:

Die Veranstaltung soll den Studierenden wichtige Grundlagen zum Verständnis und der Anwendung von ERP-Systemen in der Unternehmenspraxis vermitteln. Hierzu werden neben den begrifflichen Grundlagen und Inhalten zur Systemarchitektur von ERP-Systemen die wesentlichen Konzepte zur Abbildung von Geschäftsprozessen in ERP-Systemen vermittelt. Schwerpunkt bilden hierbei die Themen Daten- und Funktionsintegration aus einer prozessorientierten Perspektive.

Kurzgliederung:

- Grundlagen und Begriffe
- ERP-System-Architektur
- Integration von Geschäftsprozessen und ERP-Systemen
- Prozesse in der Produktion und deren Abbildung in ERP-Systemen

- Prozesse im Bereich Materialwirtschaft, Logistik und deren Abbildung in ERP-Systemen
- Prozesse im Bereich Controlling und deren Abbildung in ERP-Systemen
- Prozesse im Bereich Rechnungswesen und deren Abbildung in ERP-Systemen

Übg. Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen:

Die in der Vorlesung vermittelten theoretischen Grundlagen werden im Rahmen der Übung durch die Bearbeitung von Fallstudien durch eigene Anwendung gefestigt und erweitert. Die Bearbeitung der durchgängigen und ERP-modulübergreifenden Fallstudien erfolgt direkt am ERP-System am Beispiel des SAP ERP. Hiermit soll den Studierenden insbesondere eine integrierte Betrachtungsweise der betriebswirtschaftlichen Vorgänge und deren informationstechnische Abbildung in einem ERP-System anhand praktischer Übungen näher gebracht werden. Kurzgliederung:

- Navigation im SAP ERP-System
- Fallstudie zu den Prozessen in der Produktion
- Fallstudie zu den Prozessen im Bereich Materialwirtschaft, Logistik
- Fallstudie zu den Prozessen im Bereich Controlling
- Zusammenhängendes Fallbeispiel zu den behandelten Themen

Literatur:

Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen:

- Forsthuber, Heinz, Siebert, Jörg: Praxishandbuch SAP-Finanzwesen. Bonn; Boston, Mass : Galileo Press, 2013
- Frick, Detlev ; Gadatsch, A. ; Schäffer-Külz, U. G. (Hrsg.): Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel. 2., Aufl. 2013. Aufl. Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2013
- Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis: eine Einführung für Studenten und Praktiker. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2012
- Mertens, Peter: Integrierte Informationsverarbeitung 1 Operative Systeme in der Industrie. Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden: Imprint: Springer Gabler, 2013
- Weske, Mathias: Business process management concepts, languages, architectures. Berlin; New York : Springer, 2012

Übg. Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen:

- KOYUNCU, Fikret: Übungsmaterialien zu den jeweiligen Fallstudien auf Moodle

B249 Logistikmanagement

Veranstaltungen	B249a Logistikmanagement
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Gunnar Harms
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Gunnar Harms
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	Jährlich
Lehrform(en)	
Prüfungsformen(en)	

Voraussetzungen:

Wünschenswert sind die Inhalte aus den Modulen "Grundlagen Beschaffungsmanagement und Grundlagen Dienstleistungsmanagement, "Operatives Produktionsmanagement" und "Strategisches Produktionsmanagement". Harte Voraussetzungen gibt es für dieses Modul nicht.

Lernziele:

Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul haben die Studierenden ein logistisches Wissen und ein Verständnis für logistische Strukturen und Probleme in und zwischen produzierenden Unternehmungen erlangt. Sie können qualitative und quantitative Modelle zur Lösung unternehmensinterner und unternehmensübergreifender Problemstellungen einsetzen, deren Lösungen kritisch diskutieren und auf dieser Basis Handlungsempfehlungen zur Gestaltung, Entwicklung und Lenkung der logistischen Prozesse aussprechen.

Die Studenten können ...

- die Ziele und Aufgaben des Logistikmanagements erklären.
- die wesentlichen Managementprobleme einzelner Aufgabenbereiche des SCM benennen.
- den strategischen Fit zwischen Wettbewerbsstrategie und Supply Chain Strategie herstellen.
- das Phänomen des Bullwhip-Effekts erläutern. Sie können erklären, warum dieser Effekt entsteht und Handlungsempfehlungen aussprechen, damit die Auswirkungen dieses Effekts gemindert werden.
- verschiedene Methoden zur Standortwahl und zur strategischen Netzwerkplanung anwenden.
- die zur Gestaltung (insbesondere) intralogistischer Materialflüsse erforderlichen Förder- und Lagertechniken erklären und ihre Einsatzkriterien bewerten.
- die Aufgaben des Wareneingangs und der Lagerhaltung erklären, den Prozess der Lagerung skizzieren und verschiedene Lagerbetriebsstrategien anwenden.
- die Varianten verschiedener Kommissionierprinzipien und -techniken einordnen und Kommissioniersysteme anforderungsgerecht gestalten.
- einfache Heuristiken zur Wegeoptimierung in Regellagern im Rahmen des Kommissionierprozesses einsetzen.
- die verschiedenen Funktionen der Verpackung benennen, Ladungsträger voneinander abgrenzen sowie die Vor- und Nachteile der Bündelung von Packstücken zu Lade- und Transporteinheiten aufzählen.
- die Beladungsplanung ausgewählter Ladungsträger mit Hilfe einer N-Block-Heuristik vornehmen.
- Servicegrade und Beschaffungsmengen berechnen.

Inhalte:

Logistikmanagement:

Die Veranstaltung Logistikmanagement beschäftigt sich sowohl mit Aspekten des Supply Chain Management als auch mit Inhalten der Intralogistik.

Folgende Themen werden behandelt:

1. Einführung in das Logistikmanagement
2. Strategien des Logistikmanagements
3. Bullwhip-Effekt
4. Netzwerkplanung
5. Technische Systeme (der Logistik)
6. Lagerbetrieb und Güterumschlag
7. Bestandsmanagement I – Das Zeitungsjungenproblem

Literatur:

Logistikmanagement:

- ARNOLD, Dieter; FURMANS, Kai: Materialfluss in Logistiksystemen. 5., erw. Aufl. Berlin, Heidelberg, New York: Springer, 2006
- CHOPRA, S.; MEINDL, P.: Supply Chain Management, 5., akt. Aufl., Hallbergmoos 2014
- CORSTEN, Hans; GÖSSINGER, Ralf: Einführung in das Supply Chain Management. 2., überarb. u. erw. Aufl. München: Oldenbourg, 2007
- EßIG, Michael; HOFMANN, Erik; Stölzle, Wolfgang: Supply Chain Management. München: Vahlen, 2013
- HELLINGRATH, Bernd; KUHN, Axel: Supply Chain Management Optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette. Berlin: Springer, 2013
- JÜNEMANN, Reinhardt; BEYER, Andreas: Steuerung von Materialfluss- und Logistiksystemen. Berlin u.a., 1998
- SCHULTE, Christof: Logistik - Wege zur Optimierung des Material- und Informationsflusses. 6. überarb. und erw. Aufl. München: Vahlen, 2012
- STADTLER, Harmut; KILGER, Christoph; MEYR, Herbert: Supply Chain Management und Advanced Planning Konzepte, Modelle und Software. Berlin: Springer, 2010
- TEMPELMEIER, Horst: Supply Chain Management und Produktion - Übung und MiniFallstudien. 3. überarb. und erw. Aufl. Norderstedt: Books on Demand, 2010
- WEBER, Jürgen; KUMMER, Sebastian: Logistikmanagement. 2. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 1998
- WERNER, Hartmut: Supply Chain Management Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 5. überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2013

B086 Controlling und Unternehmensführung

Veranstaltungen	B086a Controlling B086a Unternehmensführung
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Franziska Bönte
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Franziska Bönte Franziska Bönte
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Kenntnisse der Veranstaltung "Rechnungswesen 1"

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über Kenntnisse ausgewählter betriebswirtschaftlicher Aspekte der Unternehmensführung. Die Studierenden erhalten dabei Kenntnisse über die vielschichtigen Anforderungen rationaler Problemlösungsprozesse und erlangen dabei Fähigkeiten zur Problemlösung in Fragen der operativen Unternehmensführung (Planung und Kontrolle, Organisation, Personal) sowie im Rahmen des operativen Controlling als Unterstützungsfunktion der Unternehmensführung.

Inhalte:

Controlling:

In Zeiten gesättigter Märkte führt nationaler und internationaler Wettbewerbsdruck zu Verdrängungswettbewerb, der den Informationsbedarf der Unternehmensführung erhöht. Dabei werden nicht isolierte Einzelinformationen gewünscht, sondern zeitnahe, Zusammenhänge aufdeckende und mit Vergleichsgrößen kombinierte Informationen nachgefragt, die analytischen und entscheidungsvorbereitenden Charakter miteinander verbinden. In diesem Zusammenhang erhält das Controlling als Disziplin, und der Controller als das kaufmännische Gewissen der Unternehmensführung einen deutlich höheren Stellenwert. Gliederung der Veranstaltung

- Vorbemerkungen
- Grundlagen
- Ausgewählte Controllingfelder
- Fachkonzeptbestimmte Controllingfelder
- Der Investitionsplanungsprozess
- Projektcontrolling
- IT-getriebene Controllingfelder
- Berichtswesen

- Hochrechnungstechniken
- Abweichungsanalysen
- IT-Controlling (Controlling des Informationsmanagements)

Unternehmensführung:

- Grundlagen der Unternehmensführung: Begriffsdefinitionen und -abgrenzungen, Theorien der Unternehmensführung, System der Unternehmensführung
- Normativer Rahmen der Unternehmensführung: Elemente der normativen Unternehmensführung wie Unternehmensphilosophie, Unternehmensziele, Unternehmenskultur, Corporate Governance und Unternehmensmission
- Planung und Kontrolle: Funktionen der Planung und Kontrolle, Grundbestandteile eines Plans, Systematisierung der Planung und Kontrolle, Planungs- und Kontrollsystem, Grenzen und Problembereiche in der Praxis, Aktionsplanung und -kontrolle, Budgetierung
- Risikomanagement: Definition, Identifikation, Bewertung und Steuerung von Risiken
- Organisation: Begriffsdefinition, Gestaltungsparameter der Organisation, Idealtypen der Organisation
- Personal: Gegenstand der Personalfunktion, Personalmanagement, Personalführung
- Informationsmanagement: Information und Kommunikation, Aufgabenbereiche des Informationsmanagements

Literatur:

Controlling:

- BLOHM, Hans; LÜDER, Klaus, SCHAEFER, Christina: Investition. 10. Aufl., München: Vahlen, 2012.
- BRÜHL, Rolf: Controlling-Grundlagen des Erfolgscontrollings. 3. Aufl. München; Wien: Oldenbourg, 2012
- COENENBERG, Adolf G.; FISCHER, Thomas M.; GÜNTHER, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2009
- EWERT, Ralf; WAGENHOFER, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 8. überarb. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden, 2014
- FIEDLER, Rudolf; GRÄF, Jens: Einführung in das Controlling. 3. Aufl., München: Oldenbourg, 2012
- HORVATH, Peter: Controlling. 12. Aufl. München: Vahlen, 2011
- KÜPPER, Hans-Ulrich et al.: Controlling: Konzeption, Aufgaben und Instrumente. 6. überarb. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2013
- LAUSE, Berthold: Methoden der Abweichungsanalyse in der Kosten- und Erfolgskontrolle. Bergisch Gladbach: Eul, 1992.
- LACHNIT, Laurenz; MÜLLER, Stefan: Unternehmenscontrolling. 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2012
- WEBER, Jürgen; SCHÄFFER, Utz: Einführung in das Controlling. 14. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2014

Unternehmensführung:

- DILLERUP, Ralf; STOI, Roman: Unternehmensführung. 4. Aufl., München 2013.
- STEINMANN, Horst; SCHREYÖGG, Georg; KOCH, Jochen: Management - Grundlagen der Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden 2013.
- WAIBEL, Roland; KÄPPELI, Michael: Betriebswirtschaft für Führungskräfte. 5. Aufl., Zürich 2015.
- WEBER, Jürgen; BRAMSEMANN, Urs; HEINEKE, Carsten; HIRSCH, Bernhard: Wertorientierte Unternehmensführung. Wiesbaden 2004.
- WOLF, Joachim: Organisation, Management, Unternehmensführung. 4. Aufl., Wiesbaden 2011.

B208 Soft Skills

Veranstaltungen	B208c Einführung in das wissenschaftl. Arbeiten B208a Assistenz B208b Communication Skills
Verantwortliche(r)	jeweiliger Dozent
Verwendung in Studiengängen	E-Commerce (Bachelor)
Semesterwochenstunden	6
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	jeweiliger Dozent
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Übung/Praktikum/Planspiel Praktikum Workshop
Prüfungsformen(en)	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Fachliche Inhalte der ersten 4 Studiensemester

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die Fähigkeit erworben, in Kooperation mit den Dozenten und Assistenten, ihr Wissen und ihre Erfahrungen aus früheren Veranstaltungen der Betriebswirtschaftslehre, Mathematik und Informatik an Studierende jüngerer Semester weiterzugeben. Mit zunehmender Dauer des Semesters verbinden die Studierenden Kenntnisse aus der Veranstaltung "Communication Skills" mit ihrer Assistenzfähigkeit.

Inhalte:

Einführung in das wissenschaftl. Arbeiten:

Die Studierenden sind in der Lage ...

- die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens anzuwenden.
- Informationsbeschaffungsstrategien zur Erstellung einer wissenschaftlichen Hausarbeit vergleichend zu beurteilen und durchzuführen.
- die Unterschiede von Literaturarten einschätzen.
- die geforderten Formalia für die Erstellung von Hausarbeiten umzusetzen.
- die Arbeitsergebnisse sowohl schriftlich in der Hausarbeit wie auch mündlichen im Rahmen des obligatorischen Vortrags zu präsentieren.

Assistenz:

Im Rahmen der Assistenz werden die Studierenden von den Hochschullehrern mit konkreten (Teil-)Projekten betraut. Diese können ein weites Spektrum umfassen. So sind z.B. die Durchführung kleinerer empirischer Umfragen oder auch die eigenständige Recherche und Ausarbeitung spezieller Fachinhalte denkbar. Ebenso in Betracht kommen die Durchführung von Tutorien oder Übungen. Die Assistenz ist selbständig zu bearbeiten und kann die Abstimmung mit anderen Studierenden erfordern.

Communication Skills:

Im Rahmen des Workshops werden die folgenden Inhalte behandelt:

- Selbstanalyse (Fragebogen) als Grundlage für Bewerbungen

- Rhetorik & Präsentation (Theorie und Praxis)
- Struktur und Aufbau von Bewerbungsunterlagen
- Bewerbungsprozess
- Interview (Theorie und Praxis)
- Assessment Center (Theorie)
- Persönlichkeitsfragebogen und Testverfahren (Intelligenz und Konzentration) (Praxis)
- Gruppenübungen (Praxis)

Literatur:

Einführung in das wissenschaftl. Arbeiten:

Axel Bänsch, Dorothea Alewell, Wissenschaftliches Arbeiten , 11. Aufl., München [u.a.]: Oldenbourg 2013.

Werner Heister, Dagmar Weßler-Poßberg, Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011.

Jens Hiller, Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten, Herne: Kiehl 2017.

Walter Krämer, Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit. 3., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Frankfurt: Campus 2009.

Lydia Prexl, Mit digitalen Quellen arbeiten. Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube & Co., 2., aktualisierte und erweiterte Aufl., Paderborn: Ferdinand Schöningh (UTB) 2016.

Manuel René Theisen, Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik Form, 15. Aufl., München: Vahlen 2011.

Ergänzend:

Alja Goemann-Singer, Petra Graschi u. Rita Weissenberger, Recherche-Handbuch Wirtschaftsinformation, 2. Aufl., Berlin: Springer 2004.

Thorsten Henning-Thurau, Gianfranco Walsh u. Ulf Schrader, VHB-JOURQUAL: Ein Ranking von betriebswirtschaftlich-relevanten Zeitschriften auf der Grundlage von Expertenurteilen, zfbf, 56, 2004, S. 520-545.

Volker Schlepütz, Anleitung zum Lesen eines wirtschaftswissenschaftlichen Journal-Beitrags, in: WiSt, 32, 2003, S. 305-310.

Assistenz:

Themenabhängig

Communication Skills:

- ARNOLD, Frank: Management von den besten lernen. München: Hans Hauser Verlag, 2010
- APPELMANN, Björn: Führen mit emotionaler Intelligenz. Bielefeld: Bertelsmann Verlag, 2009
- BIERKENBIEHL, Vera F.: Rhetorik, Redetraining für jeden Anlass. Besser reden, verhandeln, diskutieren. 12. Aufl. München: Ariston Verlag, 2010
- BOLLES, Nelson: Durchstarten zum Traumjob. Das ultimative Handbuch für Ein-, Um- und Aufsteiger. 2. Aufl. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 2009
- DUDENREDAKTION mit HUTH, Siegfried A.: Reden halten - leicht gemacht. Ein Ratgeber. Mannheim/Leipzig: Dudenverlag, 2007
- GRÜNING; Carolin; MIELKE; Gregor: Präsentieren und Überzeugen. Das Kienbaum Trainingskonzept. Freiburg: Haufe-Lexware Verlag, 2004
- HERTEL, Anita von: Professionelle Konfliktlösung. Führen mit Mediationskompetenz. Handelsblatt, Bd., 6, Kompetent managen. Frankfurt: Campus Verlag, 2009
- HESSE, Jürgen; SCHRADER, Hans Christian: Assessment-Center für Hochschulabsolventen. 5. Auflage, Eichborn: Eichborn Verlag, 2009
- MENTZEL, Wolfgang; GROTZFELD, Svenja; HAUB, Christine: Mitarbeitergespräche. Freiburg: Haufe-Lexware Verlag, 2009
- MORITZ, Andr; RIMBACH, Felix: Soft Skills für Young Professional. Alles was Sie für ihre Karriere wissen müssen. 2. Aufl. Offenbach: Gabal Verlag, 2008
- PERTL, Klaus N.: Karrierefaktor Selbstmanagement. So erreichen Sie ihre Ziele. Freiburg: Haufe-Verlag, 2005
- PORTNER, Jutta: Besser verhandeln. Das Trainingsbuch. Offenbach: Gabal Verlag, 2010

- PÜTTJER, Christian; SCHNIERDA, Uwe: Assessment-Center. Training für Führungskräfte. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 2009 180
- PÜTTJER, Christian; SCHNIERDA, Uwe: Das große Bewerbungshandbuch. Frankfurt: Campus Verlag, 2010
- SCHULZ VON THUN, Friedemann; RUPPEL, Johannes; STRATMANN, Roswitha: Miteinander Reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte. 10. Auflage, Reinbek bei Hamburg: rororo, 2003

B120 Entre- und Intrapreneurship

Veranstaltungen	B120b Workshop Entre- und Intrapreneurship B120a Entre- und Intrapreneurship
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan-Paul Lüdtkke
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	6
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Jan-Paul Lüdtkke
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Workshop Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Abnahme Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Tiefes Zusammenhangswissen betriebswirtschaftlicher Grundlagen.

Lernziele:

Nach der Vorlesung und den Workshops sind die Studierenden in der Lage, kreative Produktideen in Markterfolge zu überführen. Dafür beherrschen sie alternative methodische Herangehensweisen, die in den Vorlesungen theoretisch erläutert und praktisch in den Workshops angewandt wurden.

Inhalte:

Workshop Entre- und Intrapreneurship:

Die in der Vorlesung vermittelten Kenntnisse werden in einer simulierten Start-Up-Situation praktisch angewendet.

Ausgewählte Inhalte Workshop:

- Geschäftsmodellentwicklung
- Potentialanalyse
- Stressmanagement
- Gründerteams optimal zusammenstellen und zielgerichtet führen
- Ideenworkshop - Strategieentwicklung für die eigene Gründung
- Präsentieren und überzeugen
- Businessplanerstellung

Alternativ kann das Angebot des Ideation Semester der Startup Bridge besucht werden. Dieses beinhaltet die gleichen Inhalte, ermöglicht aber eine intensivere Auseinandersetzung mit einer eigenen Gründungsidee. Dabei helfen vor allem Mentoren aus Wirtschaft und Startup-Szene mit verschiedenen Kompetenzbereichen, die eigenen Idee zu bearbeiten.

Entre- und Intrapreneurship:

Globalisierte Märkte, zunehmende Marktsättigung mit Verdrängungswettbewerb, verkürzte Produktlebenszyklen sowie konvergente Märkte für digitale Güter fordern permanente Innovationen, die von bestehenden Unternehmen oder neu gegründeten Unternehmen realisiert werden. Vor diesem Hintergrund umfasst Entrepreneurship nicht nur die klassische Unternehmensgründung. Es schließt Elemente des Unternehmertums wie die Entwicklung innovativer Geschäftsideen, die Konkretisierung in Geschäftsmodellen sowie deren Implementierung unter Gegebenheiten von Unsicherheit mit ein. Im Sinne von Unternehmertum wird diese Haltung von Mitarbeitern innerhalb bestehender Unternehmen als Intrapreneurship bezeichnet.

Literatur:

Workshop Entre- und Intrapreneurship:

- Aulet, Bill (2013): Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup. Hoboken/NJ 2013
- Bessant, John; Tidd, Joe: Innovation and Entrepreneurship. 2nd edition Wiley: Chichester, 2011
- Fueglistaller, Urs; Müller, Christoph; Volery, Thierry: Entrepreneurship. Modelle Umsetzung Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. 3. überarb. Aufl. Gabler: Wiesbaden, 2012
- Jacobsen, Liv Kirsten: Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensgründung Entrepreneurship in Theorie und Praxis. DUV: Berlin, 2003
- Nagl, Anna: Der Businessplan. 5. überarb. Aufl. Gabler: Wiesbaden, 2010
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken/NJ, 2013
- Ries, Eric: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York/NY, 2011
- Scarborough, Norman M.: Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. Pearson: London, 2011
- Storey, David J.; Greene, Francis J.: Small Business and Entrepreneurship. Pearson: London, 2010
- Stutely, Richard: Der professionelle Businessplan, 2. überarb. Aufl. Pearson: München, 2007
- Volkmann, Christine K.; Toparski, Kim Oliver: Entrepreneurship Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen. Lucius & Lucius: Stuttgart, 2006
- **Entre- und Intrapreneurship:**
- Aulet, Bill (2013): Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup. Hoboken/NJ 2013
- Bessant, John; Tidd, Joe: Innovation and Entrepreneurship. 2nd edition Wiley: Chichester, 2011
- Blank, Steve; Dorf, Bob (2012) The Startup Owners Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. Pescadero/CA, 2011
- Brüderl, Josef; Preisendörfer, Peter; Ziegler Rolf: Der Erfolg neugegründeter Betriebe. Duncker & Humblot: Berlin, 1998
- von Collrepp, Friedrich: Handbuch Existenzgründung. 5. Aufl. Schäffer-Poeschel: Stuttgart, 2007
- De, Dennis A.: Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen. Pearson: München, 2005
- Dowling, Michael; Hans Jürgen Drumm (Hrsg.): Gründungsmanagement. 2. Aufl. Springer: Berlin, 2002
- Fueglistaller, Urs; Müller, Christoph; Volery, Thierry: Entrepreneurship. Modelle Umsetzung Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. 3. überarb. Aufl. Gabler: Wiesbaden, 2012
- Jacobsen, Liv Kirsten: Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensgründung Entrepreneurship in Theorie und Praxis. DUV: Berlin, 2003
- Kußmaul, Heinz: Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer. 6. Aufl. Oldenbourg: München, 2008
- Kubicek, Herbert; Brückner, Steffen: Businesspläne für IT-basierte Geschäftsideen: Betriebswirtschaftliche Grundlagen anhand von Fallstudien. dpunkt.verlag: Heidelberg, 2010
- Murya, Ash (2012): Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. Sebastopol/CA 2012

- Nagl, Anna: Der Businessplan. 5. überarb. Aufl. Gabler: Wiesbaden, 2010
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken/NJ, 2013
- Plümer, Tomas: Existenzgründung Schritt für Schritt. Gabler: Wiesbaden, 2006
- Ries, Eric: The Lean Startup: How Todays Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York/NY, 2011
- Scarborough, Norman M.: Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. Pearson: London, 2011
- Schefczyk, Michael; Pankotsch, Frank: Betriebswirtschaftslehre Junger Unternehmen. Schäffer-Poeschel: Stuttgart, 2003
- Schmude, Jürgen; Leiner, Robert: Unternehmensgründungen. Physica-Verlag:Heidelberg, 2002
- Storey, David J.; Greene, Francis J.: Small Business and Entrepreneurship. Pearson: London, 2010
- Stutely, Richard: Der professionelle Businessplan, 2. überarb. Aufl. Pearson: München, 2007
- Volkmann, Christine K.; Toparski, Kim Oliver: Entrepreneurship Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen. Lucius & Lucius: Stuttgart, 2006

B058 Software-Design

Veranstaltungen	B058a Software-Design
Verantwortliche(r)	M.Sc. Christian Uhlig
Verwendung in Studiengängen	Computer Games Technology (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Christian Uhlig
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Informatik)
Häufigkeit	Jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung
Prüfungsformen(en)	Klausur
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Vorausgesetzt werden Kenntnisse in imperativen und speziell objektorientierten Programmiersprachen sowie konkret in der Programmiersprache Java. Die Inhalte der Module „Algorithmen und Datenstrukturen“ sowie „Fortgeschrittene Objektorientierte Programmierung“ können gewinnbringend eingeordnet werden, sind aber nicht erforderlich.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden den Gegenstand und die Bedeutung des Softwareentwurfs im Allgemeinen und des objektorientierten Entwurfs im Speziellen und setzen typische Modellierungskonzepte wie UML für den Entwurf ein. Hierbei beachten sie u.a. Konsistenz, Vollständigkeit, Erweiterbarkeit und Performance des modellierten Softwaresystems in Hinblick auf das entsprechende Fachkonzept.

Die Teilnehmer beherrschen den Einsatz gängiger objektorientierter Entwurfsmuster, erläutern ihre Vor- und Nachteile sowie Alternativen und wählen für gegebene Anwendungsfälle geeignete Entwurfsmuster aus. Insbesondere können sie in diesem Zuge Vererbung und Komposition als Konzepte im objektorientierten Entwurf einsetzen und in ihren Eigenschaften diskutieren.

Ferner leiten die Teilnehmer am Beispiel von Java das Gerüst eines Softwaresystems aus Entwurfsmodellen ab und implementieren die relevanten Operationen entsprechend Entwurf und Fachkonzept.

Inhalte:

Software-Design:

- Einordnung und Bedeutung des Entwurfs im Softwareentwicklungsprozess
- Methoden, Techniken und Werkzeuge im Software-Entwurf – informelle Methoden/Notationen: OMT, UML, ERD – formale Methoden/Notationen: abstrakte Syntax / Haskell
- Verträge zwischen Softwarekomponenten, Design by Contract
- Objektorientierte Entwurfsmuster – Erzeugungsmuster – Strukturmuster – Verhaltensmuster
- Fallstudien

Literatur:

Software-Design:

- Uhlig, Christian: Software-Design, Vorlesungsunterlagen im Web: <http://www.fh-wedel.de/~uhl/swd.html>
- Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik: Entwurf, Implementierung, Installation und Betrieb, 3. Auflage, Spektrum, 2011
- Balzert, Helmut; Balzert, Heide; Koschke, Rainer; Lämmel, Uwe; Liggesmeyer, Peter; Quante, Jochen: Lehrbuch der Softwaretechnik: Basiskonzepte und Requirements Engineering, 3. Auflage, Spektrum, 2009
- Gamma, Erich; Helm, Richard; Johnson, Ralph; Vlissides, John: Design Patterns: Entwurfsmuster als Elemente wiederverwendbarer objektorientierter Software, mitp, 2014
- Freeman, Eric; Robson, Elisabeth; Bates, Bert; Sierra, Kathy: Head First Design Patterns, O'Reilly, 2014
- Rumbaugh, James; Blaha, Michael; Premerlani, William; Eddy, Frederick; Lorensen, William: Objektorientiertes Modellieren und Entwerfen, Hanser, 1994
- Fowler, Martin: UML Distilled: A Brief Guide to the Standard Object Modeling Language, 3. revidierte Auflage, Addison-Wesley, 2003
- Hutton, Graham: Programming in Haskell, 2. Auflage, Cambridge University Press, 2016

B062 Strategisches Marketing & Vertriebsmanagement

Veranstaltungen	B062a Strategisches Marketing & Vertriebsmanagement
Verantwortliche(r)	Prof. Dr. Alexander Fischer
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	4
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	Alexander Fischer
Wahl- oder Pflichtmodul	Wahl (Vertiefung Wirtschaft)
Häufigkeit	jährlich
Lehrform(en)	Vorlesung mit integrierter Übung/Workshop/Assigmn.
Prüfungsformen(en)	Klausur + ggf. Bonus
Sprache der Veranstaltung	english

Voraussetzungen:

Grundkenntnisse des Marketing- und Medienmanagements

Lernziele:

Am Ende des Moduls Marketing- und Medien-Management sind die Studierenden in der Lage, den gesamten Marketing-Prozess von der Analyse über die Konzeption bis hin zur Umsetzung zu beschreiben und auf verschiedene Branchen zu übertragen. In der integrierten Übung vertiefen die Studierenden die theoretischen Grundlagen an konkreten praktischen Fragestellungen und verstehen es geeignete Methoden und Instrumente der Analyse, Marketingkonzeption und -umsetzung anzuwenden. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, werden zudem die Business English-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert und die Vorbereitung auf das Auslandssemester und ein Berufseinstieg in internationalem Umfeld unterstützt. Durch Fallstudien, Übungseinheiten und Praxisreferenten lernen die Studierenden die Anwendung der erlernten Inhalte in der unternehmerischen Praxis. Praxisreferenten stellen zusätzlich den Bezug der Inhalte zur unternehmerischen Praxis her.

Inhalte:

Marketing- & Medienmanagement:

Die Inhalte der Veranstaltung Marketing- & Medien-Management vermitteln den klassischen Marketing-Prozess unter Berücksichtigung neuer Entwicklungen im Bereich Marketing und Medien:

- Der Marketing-Management-Prozess
- Der strategische Management-Prozess in der Medienbranche
- Instrumente der strategischen Situationsanalyse
- Marketingzielsysteme
- Planung und Implementierung von Marketing-Strategien
- Grundlagen des Markenaufbaus und der Markenführung
- Marketing-Mix

Literatur:

Marketing- & Medienmanagement:

- ARMSTRONG, J. Scott: Persuasive Advertising: Evidence-Based Principles, Palgrave Macmillan, 2010.
- BECKER, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, 10. Aufl., München: Vahlen, 2012.

- BEREKOVEN, Ludwig, ECKERT, Werner, ELLENRIEDER, Peter: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler, 2009.
- ESCH, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Markenführung, 8.Aufl., München: Vahlen, 2014.
- GLÄSER, Martin: Medienmanagement, 3. Aufl., München: Vahlen, 2014.
- HOMBURG, Christian: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 5. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler, 2014.
- KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane: Marketing-Management, 15th Ed., Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall, 2015.
- KROEBER-RIEL, Werner, GRÖPPEL-KLEIN, Andrea: Konsumentenverhalten, 10. Aufl., München, Vahlen, 2013.
- PETER, Paul J., DONELLY, James H.: Marketing Management: Knowledge and Skills, 11th Ed., New York: McGraw Hill Higher Education, 2012.
- ROSSITER, John R.: Measurement for the Social Sciences: The C-OAR-SE Method and Why It Must Replace Psychometrics, New York: Springer, 2011.
- SOLOMON, Michael R.: Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 11th ed., Pearson, 2014.
- WIRTZ, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement, 9. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2016.

Sowie aktuelle wissenschaftliche Aufsätze und Fachbeiträge.

B099 Auslandssemester

Veranstaltungen

Verantwortliche(r) Dipl.-Soz. (FH) Nicole Haß

Betriebswirtschaftslehre (Bachelor)
Computer Games Technology (Bachelor)
Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor)
E-Commerce (Bachelor)
IT-Ingenieurwesen (Bachelor)
Verwendung in
Studiengängen IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor)
Informatik (Bachelor)
Medieninformatik (Bachelor)
Smart Technology (Bachelor)
Technische Informatik (Bachelor)
Wirtschaftsinformatik (Bachelor)
Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)

Semesterwochenstunden 25

ECTS 30.0

Dauer 1

Dozent(en) Nicole Haß

Wahl- oder Pflichtmodul Pflicht

Häufigkeit Jedes Semester

Lehrform(en) Keine

Prüfungsformen(en) Ausland

Sprache der
Veranstaltung deutsch

Voraussetzungen:

Für eine Zulassung müssen alle Übergangsleistungen gemäß § 16a der Prüfungsverfahrensordnung und insgesamt mindestens 45 ECTS-Punkte erfolgreich absolviert sein.

Lernziele:

Die fachlichen Lernziele dieses Moduls werden von den ausländischen Hochschulen festgelegt. Die FH Wedel prüft, ob diese Ziele inhaltlich vergleichbar und anerkennbar sind mit den eigenen Zielen. Im Bereich soziale Kompetenz ist das Ziel das Kennenlernen einer anderen sprachlichen und kulturellen Umgebung und das Arbeiten und Kommunizieren in dieser. Außerdem natürlich das Erlernen und/oder Festigen einer Fremdsprache.

B176 Praxissemester (dual)

Veranstaltungen	B176a Praxissemester (dual)
Verantwortliche(r)	Dipl.-Kauff. (FH) Journalistin Anke Amsel
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	20
ECTS	25.0
Dauer	1
Dozent(en)	Anke Amsel
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Praktikum
Prüfungsformen(en)	Praktikumsbericht / Protokoll
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Voraussetzung für die Zulassung zum Praxissemester ist der Nachweis der vorherigen studienbegleitenden Praxisblöcke. Sie dienen der Einarbeitung in die betriebliche Praxis. Die Praxisblöcke sind in Form von Berichten zu dokumentieren.

Für eine Zulassung müssen alle Übergangsleistungen gemäß Studienordnung und insgesamt mindestens 75 ECTS-Punkte erfolgreich absolviert sein. Das Praxissemester darf nicht vor dem lt. Studienverlaufsplan festgelegten Semester angetreten werden. Es kann auf Antrag an den Prüfungsausschuss vorgezogen werden, wenn zu erwarten ist, dass die beziehungsweise der Studierende zum Zeitpunkt der Aufnahme des Praxissemesters die gemäß Studienordnung bis zum Praxissemester zu erwerbenden ECTS-Punkte erworben haben wird.

Die Anmeldung des Praxissemesters erfolgt bei der Koordinierungsstelle „Duale Studiengänge“ über ein Formblatt.

Lernziele:

Das Praxissemester bietet den Studierenden die Möglichkeit eine Verbindung von studiengangsspezifischem und unternehmensspezifischem Kompetenzprofil herauszubilden.

Die Studierenden sollen im Kooperationsunternehmen in einer Vielzahl von Tätigkeitsfeldern qualifiziert an einem größeren Projekt mit Bezug zum Studiumsziel in eigener Verantwortung unter Anleitung erfahrener Mitarbeiter mitwirken. Die projektbezogene betriebliche Tätigkeit kann sich auf mehrere unabhängige Teilprojekte erstrecken.

Dabei sollen sich die Studierenden mit Leitfragen ihres Studiengangs auseinandersetzen. Die inhaltliche Vertiefung kann durch die Einbindung des Kooperationsunternehmens teilweise über das Lehrangebot der FH Wedel hinausgehen.

Durch das projektbezogene Arbeiten werden analytische, organisatorische, kommunikative und repräsentative Techniken eingeübt sowie die Verbindung zu Anwendungsgebieten des Studiengangs hergestellt. Ziel ist der Therietransfer in die jeweiligen betrieblichen Funktionsbereichen. Berufliche Realität soll erlebt und erlernt werden. Die Studierenden wählen wissenschaftliche Methoden, um Aufgaben des Berufslebens zu lösen.

Den Nachweis, dass sie ihr erlerntes Wissen auf eine anwendungsbezogene Aufgabenstellung aus einem Fachgebiet selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage im Rahmen des festgelegten Themas anwenden können, erbringen die Studierenden im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit.

Inhalte:

Praxissemester (dual):

Der Inhalt des "Praxissemesters" muss mit der Zielrichtung des Studienganges vereinbar sein. Zur Erreichung dieses Ziel werden je Studiengang entsprechende Leitfragen formuliert. Von diesen sollen während des Praxissemester mindestens vier Themenkomplexen abgearbeitet und mindestens ein Themenkomplex vertieft werden.

Ausgehend von den Modulzielen des jeweiligen Studiengangs legt die/der Hochschulbetreuer in Absprache mit der/dem Studierenden fest, welche Themenkomplexe im Unternehmen bearbeitet werden sollen.

Literatur:

Praxissemester (dual):

themenabhängig

B179 Wissenschaftliche Ausarbeitung (dual)

Veranstaltungen	B179a Wissenschaftliche Ausarbeitung (dual)
Verantwortliche(r)	Dipl.-Kauff. (FH) Journalistin Anke Amsel
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	3
ECTS	5.0
Dauer	1
Dozent(en)	jeweiliger Dozent
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Praktikum
Prüfungsformen(en)	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Voraussetzung für die Zulassung im Rahmen des Praxissemesters ist der Nachweis der vorherigen studienbegleitenden Praxisblöcke. Sie dienen der Einarbeitung in die betriebliche Praxis. Die Praxisblöcke sind in Form von Berichten zu dokumentieren.

Für eine Zulassung müssen alle Übergangsleistungen gemäß Studienordnung und insgesamt mindestens 75 ECTS-Punkte erfolgreich absolviert sein. Das Praxissemester darf nicht vor dem lt. Studienverlaufsplan festgelegten Semester angetreten werden. Es kann auf Antrag an den Prüfungsausschuss vorgezogen werden, wenn zu erwarten ist, dass die beziehungsweise der Studierende zum Zeitpunkt der Aufnahme des Praxissemesters die gemäß Studienordnung bis zum Praxissemester zu erwerbenden ECTS-Punkte erworben haben wird.

Die Anmeldung erfolgt über ein Formblatt bei der beziehungsweise dem hochschulseitigen Betreuer(in).

Lernziele:

Die wissenschaftliche Ausarbeitung soll im Dualen Studium bestehende fachliche Lücken im Vergleich zum Vollzeitstudium ausgleichen und ggf. Bezüge zur betrieblichen Praxis aufweisen.

Es werden Kompetenzen zu Zitieren, Recherche, Verfassen wissenschaftlicher Texte und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens erworben.

Inhalte:

Wissenschaftliche Ausarbeitung (dual):

Die wissenschaftliche Arbeit ist als abschließende, vom Studierenden eigenständig aber hochschul- und unternehmensseitig betreute Ausarbeitung zum Praxissemester zu verstehen. Der Themenkomplex wird im Sinne der Zielsetzung des Praxissemesters mit der/dem hochschulseitigen Betreuer(in) abgestimmt und soll Bezüge zur betrieblichen Praxis aufweisen.

Literatur:

Wissenschaftliche Ausarbeitung (dual):
themenabhängig

B159 Betriebspraktikum

Veranstaltungen	B159a Betriebspraktikum
Verantwortliche(r)	jeweiliger Dozent
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	0
ECTS	17.0
Dauer	1
Dozent(en)	jeweiliger Dozent
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Betriebliches Praktikum
Prüfungsformen(en)	Praktikumsbericht / Protokoll
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Keine

Lernziele:

Die Studierenden sammeln Erfahrungen für die spätere berufliche Tätigkeit in einem Unternehmen.

Dies dient der Stärkung der beruflichen und sozialen Kompetenzen: Selbständigkeit, eigenverantwortliches Handeln, Kommunikation, Teamfähigkeit und Zeitmanagement.

Inhalte:

Betriebspraktikum:

Das Betriebspraktikum soll vertieften Einblick in Prozesse und Aufbau eines Betriebes geben. Der oder die Studierende sucht sich das Betriebspraktikum mit Hilfe der Praktikadatenbank der Fachhochschule Wedel oder anderen Informationsquellen (z.B. Aushänge, Internetseiten des Wedeler Hochschulbundes). Bei Problemen bietet die Hochschule Hilfestellung. Die Tätigkeit kann im Rahmen des Tagesgeschäftes oder in einer Projektarbeit durchgeführt werden. Es wird aus Sicht der Hochschule angestrebt, dass das Betriebspraktikum als Vorlaufphase für eine sich unmittelbar anschließende Bachelorarbeit beim gleichen Unternehmen genutzt wird. Das Betriebspraktikum soll daher inhaltlich eine Brücke zur nachfolgenden Bachelorarbeit sein. Einsatzfelder sind in Absprache mit dem Unternehmen und dem oder der Dozent/in so zu wählen, das sie auch gut geeignet sind, eine Fragestellung für eine mögliche nachfolgende Bachelorarbeit zu entwickeln.

Literatur:

Betriebspraktikum:

themenabhängig

B150 Bachelor-Thesis

Veranstaltungen	B150a Bachelor-Thesis
Verantwortliche(r)	jeweiliger Dozent
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	0
ECTS	12.0
Dauer	1
Dozent(en)	jeweiliger Dozent
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Thesis
Prüfungsformen(en)	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Voraussetzung ist das Wissen aus den Veranstaltungen der sechs vorangegangenen Semester, insbesondere der Veranstaltungen, die mit dem Themengebiet der Abschlussarbeit zusammenhängen.

Lernziele:

An das Betriebspraktikum schließt sich die Bachelor-Arbeit an, die sehr praxisorientiert fast ausschließlich in Unternehmen angefertigt wird und deren Themenstellung sich in enger Kooperation zwischen FH Wedel und dem jeweiligen Unternehmen in der Regel aus dem betrieblichen Umfeld ergibt.

Die Studierenden sollen mit ihrer Arbeit den Nachweis erbringen, dass sie ihr erlerntes Wissen auf eine anwendungsbezogene Aufgabenstellung aus einem Fachgebiet selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage im Rahmen des festgelegten Themas anzuwenden. Wesentlich sind strukturierte und argumentierte Inhalte sowie das Einhalten üblicher Formalia.

Dies dient der Vertiefung und des konkreten Einsatzes der fachliche Kompetenzen: Methodisches Arbeiten und praktisches Anwenden der im Studium erlernten Kenntnisse.

Inhalte:

Bachelor-Thesis:

Die Bachelor-Thesis soll im Regelfall in Kooperation mit einem Unternehmen erarbeitet werden. Themen aus den Arbeitsgruppen und Laboren der Hochschule sind ebenfalls möglich. Die Arbeit ist als abschließende, vom Studierenden eigenständig aber hochschul- und unternehmensseitig betreutes Projekt zu verstehen. Im Sinne der Zielsetzung der Bachelor-Ausbildung, der Erlangung des ersten berufsqualifizierenden Abschlusses, ist die Arbeit thematisch an einer Problemstellung eines kooperierenden Unternehmens orientiert oder sie besteht aus einer praxisrelevanten hochschulinternen Aufgabe.

Literatur:

Bachelor-Thesis:
themenabhängig

B160 Bachelor-Kolloquium

Veranstaltungen	B160a Kolloquium
Verantwortliche(r)	jeweiliger Dozent
Verwendung in Studiengängen	Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) Computer Games Technology (Bachelor) Data Science & Artificial Intelligence (Bachelor) E-Commerce (Bachelor) IT-Ingenieurwesen (Bachelor) IT-Management, -Consulting & -Auditing (Bachelor) Informatik (Bachelor) Medieninformatik (Bachelor) Smart Technology (Bachelor) Technische Informatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor)
Semesterwochenstunden	1
ECTS	1.0
Dauer	1
Dozent(en)	jeweiliger Dozent
Wahl- oder Pflichtmodul	Pflicht
Häufigkeit	jedes Semester
Lehrform(en)	Kolloquium
Prüfungsformen(en)	Kolloquium
Sprache der Veranstaltung	deutsch

Voraussetzungen:

Zulassungsvoraussetzung zum Kolloquium ist eine mit mindestens "ausreichend" bewertete Bachelor-Thesis.

Lernziele:

Das Kolloquium ist eine fächerübergreifende mündliche Prüfung, ausgehend vom Themenkreis der Bachelor-Thesis, und ist die letzte Prüfungsleistung, welche das Studium abschließt.

In der mündlichen Abschlussprüfung halten die Studierenden einen Fachvortrag über das von ihnen bearbeitete Thema und verteidigen ihre Bachelor-Thesis in einer anschließenden Diskussion. Dies stärkt die Fähigkeit, ein intensiv bearbeitetes Themengebiet, zusammenfassend darzustellen und professionell zu vertreten.

Inhalte:

Kolloquium:

- nach Thema der Bachelor-Arbeit unterschiedlich
- Fachvortrag über das Ergebnis der Bachelor-Arbeit
- Diskussion der Qualität der gewählten Lösung
- Fragen und Diskussion zum Thema der Bachelor-Arbeit und verwandten Gebieten

Literatur:

Kolloquium:

themenabhängig