

Modulhandbuch Business Analytics (M.Sc.)

Stand: Oktober 2023

Inhaltsverzeichnis

Business Analytics A	3
Business Analytics B	6
BWL A	9
BWL B	12
Ökonomische Analyse	15
Geschäftsmodelle und rechtliche Rahmenbedingungen der digitalen Ökonomie	17
Quantitative Methoden A	20
Quantitative Methoden B	23
Analytics in Industrie 4.0	26
Marketing Analytics.....	29
Supply Chain Analytics.....	32
Wirtschaftsprüfung und Risikomanagement	35
Projektphase.....	39
Masterthesis einschließlich Kolloquium.....	41

Modul-Nr./Code	Modul 1
Modulbezeichnung	Business Analytics A
Semester	1. / 2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Core Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	IT und betriebswirtschaftliche Konzepte von Business Analytics
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jan Schemm
Name des Hochschullehrers	Thomas Zeuschler (LB)
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	12
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 Stunden Gesamtworkload, davon 90 Stunden Präsenzzeit sowie 210 Stunden Eigenstudiumszeit.
SWS	6
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 10,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 13,33 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können Methoden, Verfahren, Techniken und Rahmenbedingungen zur ganzheitlichen Bearbeitung daten-getriebener, analytischer Aufgaben- und Fragestellungen beschreiben und anhand von Beispielen erläutern.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, betriebswirtschaftliche Problemstellungen datenanalytisch zu bearbeiten, d.h. systematisch zu bewerten ob und wie Daten einen Beitrag zur besseren Problemlösung leisten können.</p> <p>Die Studierenden können in analytischen Projekten kompetent mitarbeiten: Sie kennen die Grundlagen von Data-Mining-Prozessen, Machine-Learning-Algorithmen und analytischen Systemen und können diese in der Projektarbeit anwenden.</p> <p>Sie haben praktische Erfahrung in der Datenanalyse gesammelt und können diese in zukünftigen Projekten oder Problemstellungen eigenständig ausbauen.</p>

Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Business Analytics • Projektmanagement im Kontext Analytics • Grundlagen der Software-Entwicklung im Kontext Business Analytics <ul style="list-style-type: none"> o Grundlagen agiler Softwareentwicklung o Konzepte und Metriken moderner Softwareentwicklung • Tools und Technologien zur Software- und Applikationsentwicklung • Data Science und Daten-Management • Datenbank- und andere Datenhaltungs-Technologien • Cloud im Kontext Business Analytics • Daten- und Textanalyse • Predictive Analytics, Simulation, Maschinelles Lernen • Daten- und Entscheidungsmodellierung • Daten-Visualisierung • Datenqualität • Datenschutz • Branchen- und funktionsbezogene Anwendungen, z.B. Analytisches CRM, Web Analytics und Social Mining, Analyse von Daten mobiler Systeme
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung, IT-unterstützte Einzel- und Gruppenarbeiten.
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>BISE - Business & Information Systems Engineering (Fachzeitschrift)</p> <p>Decision Analytics (Fachzeitschrift)</p> <p>DuD - Datenschutz und Datensicherheit (Fachzeitschrift)</p> <p>HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik (Fachzeitschrift)</p> <p>IJBAN - International Journal of Business Analytics (Fachzeitschrift)</p> <p>IJBIR - International Journal of Business Intelligence Research (Fachzeitschrift)</p> <p>Konasani/Kadre (2015): Practical Business Analytics Using SAS. A Hands-on Guide</p> <p>Maisel/Cokins (2013): Predictive Business Analytics. Forward Looking Capabilities to Improve Business Performance</p> <p>Mohanty/Jagadeesh/Srivatsa (2013): Big Data Imperatives. Enterprise Big Data Warehouse, BI Implementations and Analytics</p> <p>Müller/Lenz (2013): Business Intelligence</p> <p>Provost/ Fawcett (2013): Data science for business. What you need to know about data mining and data-analytic thinking</p> <p>Saxena/Srinivasan (2013): Business Analytics. A Practitioner's Guide</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen

Verwendbarkeit des Moduls	Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird. Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Teile der Veranstaltung des Moduls finden im IT-Labor statt.

Modul-Nr./Code	Modul 2
Modulbezeichnung	Business Analytics B
Semester	2. / 1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Core Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Anwendungsfelder und Fallstudien in Business Analytics
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jan Schemm
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Jan Schemm
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	12
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 Stunden Gesamtworkload, davon 90 Stunden Präsenzzeit sowie 210 Stunden Eigenstudium.
SWS	6
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 10,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 13,33 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, analytische Anwendungen unterschiedlicher Komplexität mittels analytischer Verfahren und geeigneter Informationstechnologie zu entwerfen und zu implementieren.</p> <p>Sie können den Zugriff auf und die bedarfsgerechte Aufbereitung von Daten sowie die Anwendung verschiedener analytischer Frameworks, die Anwendung von Methoden des maschinellen Lernens und Data Minings erklären, planen und durchführen. Die Studierenden sind in der Lage Lösungsansätze mit Blick auf die betriebswirtschaftlichen Zielsetzungen zu bewerten. Sie kennen Formen der Visualisierung und Präsentation von Daten und Ergebnissen und können diese anwenden.</p> <p>Durch den Einsatz von Fallstudien und Beispielaufgaben sind die Studierenden in der Lage, moderne Datenanalyse-Werkzeuge und analytische Programmiersprachen wie bspw. Python auf praxisrelevante analytische Problemstellungen anzuwenden und Lösungsansätze zu überprüfen und zu bewerten.</p>

Inhalte des Moduls	<p>1. Einführung in die Entwicklung analytischer Anwendungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Entwicklung analytischer Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Entwicklungsumgebung und -werkzeuge ○ Grundlagen der Programmierung in Python • Datenzugriff und -verarbeitung <ul style="list-style-type: none"> ○ Web Scraping und APIs ○ Datenbanken und SQL ○ Text und reguläre Ausdrücke • Datenanalyse und -visualisierung • Machine Learning • Text Mining • Netzwerkanalyse <p>2. Fallstudien und Beispielaufgaben zur Implementierung praxisgerechter analytischer Anwendungen aus unterschiedlichen Bereichen der Unternehmenspraxis und Betriebswirtschaft.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung, IT-unterstützte Einzel- und Gruppenarbeiten
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Cady (2017): The Data Science Handbook</p> <p>Carter/Hurst (2019): Agile Machine Learning: Effective Machine Learning Inspired by the Agile Manifesto</p> <p>Géron (2019): Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn and TensorFlow: Concepts, Tools, and Techniques for Building Intelligent Systems,</p> <p>McKinney (2017): Python for Data Analysis: Data Wrangling with Pandas, NumPy, and IPython</p> <p>Provost/Fawcett (2013): Data science for business. What you need to know about data mining and data-analytic thinking. 1st ed. Sebastopol, CA: O'Reilly Media</p> <p>Shmueli/Bruce/Gedeck/Patel (2020): Data mining for business analytics. Concepts, techniques and applications in Python</p> <p>VanderPlas (2016): Python Data Science Handbook: Essential Tools for working with Data</p> <p>Zelle (2016): Python Programming: An Introduction to Computer Science</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprfung, i. d. R. schriftliche Ausarbeitung mit mündlicher Präsentation (50 %) sowie 90-minütige Klausur (50 %)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird.

	Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Teile der Veranstaltung des Moduls finden im IT-Labor statt.

Modul-Nr./Code	Modul 3
Modulbezeichnung	BWL A
Semester	1. / 2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Core Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Data Analytics in der Unternehmenssteuerung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Marcus Albrecht
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Marcus Albrecht Oliver Becker (LB)
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 90 Stunden Eigenstudium.
SWS	4
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 5,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 6,67 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Student*innen, wie man Data Analytics wertgenerierend im Rahmen der Unternehmenssteuerung einsetzt.</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Student*innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ansatzpunkte für Analytics-Use-Cases zu identifizieren und wertgenerierende Use-Cases zu konzipieren, • Data-Analytics-Projekte systematisch zu konzipieren und erfolgreich durchzuführen, • die Anforderungen an datenbasierte Entscheidungs- und Steuerungsprozesse zu analysieren, diese als Informationsbedarfe zu konzeptualisieren;

	<ul style="list-style-type: none"> • die erforderliche IT-Infrastruktur zur Durchführung von Data-Analytics-Projekten zu planen; • gebräuchliche Data-Analytics-Algorithmen Use-Cases in der Unternehmenssteuerung zuzuordnen; • Lösungsalgorithmen für Use-Cases in der Unternehmenssteuerung entlang des Data-Analytics-Workflows zu entwickeln, • Entscheidungsprozesse mit Hilfe von Algorithmen zu automatisieren und • Algorithmen in operativen Geschäftsprozessen zu implementieren.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Analytics-Use-Cases in der Unternehmenssteuerung • Methoden zur Entwicklung von Analytics-Use-Cases • Konzeption von Data-Analytics-Projekten mit Hilfe von Standard-Prozessmodellen • Data-Analytics-Workflow und Data-Analytics-Algorithmen • Risiken und kognitive Herausforderungen bei Analytics-Projekten • Analytics-Change-Management • Informationsbedarf und Datenmanagement bei Data-Analytics-Projekten • IT-Infrastruktur für Data-Analytics-Projekte
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, forschendes Lehren und Lernen
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Albrecht, M. und Schlüter, T.: Erfolgsmodell Data Analytics, Berlin 2020</p> <p>Abbott, D.: Applied Predictive Analytics – Principles and Techniques for the Professional Data Analyst, Indianapolis (Indiana) 2014</p> <p>Bleicher, K.: Das Konzept integriertes Management, Frankfurt am Main 2017</p> <p>Davenport, T.H.: Big Data @ Work, München 2014</p> <p>Fischer, T. M. u. a.: Controlling, 2. Auflage, Stuttgart 2015</p> <p>Malik, F.: Strategie des Managements komplexer Systeme, 11. Auflage, Bern u. a. 2015</p> <p>Provost, F. und Fawcett, T.: Data Science for Business – What You Need to Know About Data Mining and Data-Analytic Thinking, Sebastopol, 2013</p> <p>Russell, S. und Norvig, P.: Künstliche Intelligenz – Ein moderner Ansatz, 3. Auflage, Hallbergmoos 2012</p> <p>Seiter, M.: Business Analytics – Effektive Nutzung fortschrittlicher Algorithmen in der Unternehmenssteuerung, 2. Auflage, München 2017</p> <p>Troßmann, E.: Controlling als Führungsfunktion, 2. Auflage, München 2018</p>

	<p>IJBAN - International Journal of Business Analytics (Fachzeitschrift)</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Ausarbeitung inkl. Präsentation (50%) und 60-minütige Klausur (50%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Integration von Praxisvorträgen

Modul-Nr./Code	Modul 4
Modulbezeichnung	BWL B
Semester	2. / 1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Core Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Wertorientierte Unternehmensführung Corporate Social Responsibility und Nichtfinanzielle Berichterstattung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Konar Mutafoglu
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Konar Mutafoglu Prof. Dr. Christian Kölle
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 90 Stunden Eigenstudium
SWS	4
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 5,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 6,67 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können traditionelle Kennzahlen und Kennzahlensysteme sowie verschiedene Methoden der Unternehmensbewertung anwenden und kritisch würdigen. Sie sind in der Lage, die verschiedenen Konzepte und operativen Ansatzpunkte wertorientierter Unternehmensführung differenziert darzustellen. Sie können wertorientierte Steuerungskennzahlen (Residualgewinnkonzepte) theoretisch herleiten, praktisch anwenden und die Grenzen solcher Kennzahlen aufzeigen. Sie sind in der Lage, die Chancen und Risiken alternativer Entlohnungssysteme für die Implementierung wertorientierter Strategie darzustellen und zu bewerten.</p> <p>Die Studierenden können die Bedeutung von Nachhaltigkeitskonzepten, insbesondere Corporate Social Responsibility (CSR) für Unternehmen aufzeigen. Sie sind in der Lage, wesentliche diesbezügliche Regulierungen der EU zu benennen und diese in den EU-Aktionsplan einzuordnen. Sie können Rahmenkonzepte für die CSR-Berichterstattung (z. B. UN Global Compact, GRI-Standards) benennen, und die</p>

	Angemessenheit der Anwendung im Rahmen der nicht-finanziellen Berichterstattung durch Unternehmen beurteilen. Sie sind in der Lage Nichtfinanzielle Berichte von Unternehmen zu analysieren und deren Grenzen und Problemfelder kritisch zu würdigen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Shareholder Value als mögliche Zielsetzung zur Unternehmensführung • Traditionelle Kennzahlen und Kennzahlensysteme • Anwendung von Management-Tools • Methoden zur Unternehmensbewertung • Wertorientierte Kennzahlen • Chancen und Risiken wertorientierter Entlohnungssysteme • Entwicklung der Bedeutung von CSR für Unternehmen • Gesetzliche Vorgaben zur nichtfinanziellen Berichterstattung in der EU und in Deutschland • Rahmenkonzepte zur Messung der nichtfinanziellen (CSR-) Leistung (z. B. GRI-Standards) • Prüfung der nichtfinanziellen Berichterstattung • Ansätze zur Messung und Beurteilung der CSR-Leistung (CSR-Ratings)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Coenenberg, A./Salfeld, R./Schultze, W. (2015): Wertorientierte Unternehmensführung, 3. Aufl.</p> <p>Dahm, M./Brückner, A. (2014): Operational Excellence mittels Transformation Management.</p> <p>Dillerup, R./Stoi, R. (2016): Unternehmensführung, 5. Aufl.</p> <p>Drukarzyk, J./Schüler, A. (2016): Unternehmensbewertung, 7. Aufl.</p> <p>Kaplan, R./Norton, D. (1997): Balanced Scorecard: Strategien erfolgreich umsetzen.</p> <p>Kaplan, R./Norton, D. (2001): Die Strategiefokussierte Organisation.</p> <p>Koch, S. (2015): Einführung in das Management von Geschäftsprozessen, Six Sigma, Kaizen und TQM, 2. Aufl.</p> <p>Meyer, C. (2007): Working Capital und Unternehmenswert.</p> <p>Perridon, L. et al. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl.</p> <p>Rappaport, A. (1999): Shareholder Value, 2. Aufl.</p> <p>Simon, H./Fassnacht, M. (2016): Preismanagement, Strategie-Analyse-Entscheidung-Umsetzung, 4. Aufl.</p> <p>Stewart, G. B. (1991): The Quest for Value.</p> <p>Lanfermann, Georg (2019): EU-Aktionsplan zu Sustainable Finance: Wie weit ist der europäische Gesetzgeber mit der Umsetzung?, Betriebs-Berater, S. 2219 ff.</p> <p>Kajüter, Peter/ Wirth, Maximilian (2018): Praxis der nichtfinanziellen Berichterstattung nach dem CSR-RUG - Empirische Befunde für die DAX-Unternehmen, in: Der Betrieb, S. 1605 ff</p>

	<p>GRI-Standards, https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-translations/gri-standards-german-translations-download-center/</p> <p>Behncke, Nicolette/ Wulf, Inge (2019): Erste Berichts- und Prüfungssaison der nichtfinanziellen Berichterstattung – Eine empirische Analyse der DAX160-Unternehmen für das Geschäftsjahr 2017, in: KoR, S. 21 ff.</p> <p>Marten, Kai-Uwe/ Weigt, Serafin G. K. (2018), Die Prüfung nichtfinanzieller Informationen - Herausforderungen für den Abschlussprüfer vor dem Hintergrund der Stärkung nichtfinanzieller Berichtspflichten, in: KoR, S. 454 ff</p> <p>Lehmann, Kai (2019): Nachhaltig? Ja...Nein...Vielleicht! Zur mangelnden Vergleichbarkeit von ESG-Ratings, Studie des Flossbach von Storch Research Institute vom 28.11.2019.</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprüfung, i. d. R. 60-minütige Klausur (50 %) und in Kleingruppen Hausarbeit und Präsentation (50 %)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Analyse von Fallstudien

Modul-Nr./Code	Modul 5
Modulbezeichnung	Ökonomische Analyse
Semester	1. / 2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Core Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Advanced Managerial Economics
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Philipp Freitag
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Philipp Freitag
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 90 Stunden Eigenstudium.
SWS	4
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 5,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 6,67 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Konsumentenverhalten und unterschiedliche Marktformen zu erkennen, zu klassifizieren sowie realitätsbezogenen Sachverhalten zuzuordnen. Sie können die Auswirkungen von Marktmacht aus ökonomischer Sicht bewerten sowie verschiedene Modelle von Preisstrategien anwenden und bewerten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplexere mikroökonomische Phänomene im Bereich zweiseitiger Märkte zu analysieren und diese auf unternehmerische Entscheidungssituationen zu übertragen. Sie können zentrale wettbewerbspolitische und regulatorische Fragestellungen beschreiben und analysieren.</p> <p>Die Studierenden können grundlegende spieltheoretische Konzepte erklären und ausführen sowie realen ökonomischen Sachverhalten entsprechend zuordnen. Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, ökonomische</p>

	Implikationen unvollständiger Information zu erkennen und Lösungsansätze zu entwickeln.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Markt und Wettbewerb (z.B. Marktmacht; Preisstrategien; zweiseitige Märkte; wirtschaftspolitische Ansatzpunkte) • Grundlegende spieltheoretische Methoden (z.B. Nash-Gleichgewicht; Auktionen) • Neue Institutionenökonomik (z.B. Prinzipal-Agenten-Problem; Adverse Selektion)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Allen/Weigelt/Doherty/Mansfield (2013): Managerial Economics. Theory, Application and Cases, 8. Aufl.</p> <p>Belleflamme/Peitz (2015): Industrial Organization. Markets and Strategies, 2. Aufl.</p> <p>Frank/Cartwright (2013): Microeconomics and Behaviour</p> <p>Freitag (2017): Digitale Ökonomie: Zweiseitige Märkte, in: WISU 6/2017</p> <p>Goolsbee/Levitt/Syverson (2014): Mikroökonomik</p> <p>Hirschey/Bentzen/Scheibye (2019): Managerial Economics, 15. Aufl.</p> <p>Nechyba (2018): Intermediate Microeconomics. An Intuitive Approach with Calculus</p> <p>Riechmann (2014): Spieltheorie, 4. Aufl.</p> <p>Varian (2016): Grundzüge der Mikroökonomik, 9. Aufl.</p> <p>AEJ – American Economic Journal): Applied Economics (Fachzeitschrift)</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Integration von Übungselementen mit Erarbeitung vertiefender theoretischer Aspekte durch die Studierenden

Modul-Nr./Code	Modul 6
Modulbezeichnung	Geschäftsmodelle und rechtliche Rahmenbedingungen der digitalen Ökonomie
Semester	2. / 1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Core Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Geschäftsmodellentwicklung und Entrepreneurship Compliance und Datenschutzrecht
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schwarz
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Christian Schwarz Dr. Markus Lang (LB)
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 90 Stunden Eigenstudium.
SWS	4
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 5,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 6,67 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Im Rahmen des Moduls lernen die Studierenden, wie neue innovative Geschäftsmodelle entwickelt und bestehende Geschäftsmodelle digitalisiert werden. Hierbei sind sie insbesondere befähigt, Compliance-Aspekte und datenschutzrechtliche Anforderungen zu berücksichtigen.</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chancen und Risiken branchenspezifischer Geschäftsmodelle vor dem Hintergrund der Digitalisierung zu identifizieren und zu bewerten, • neue digitale Geschäftsmodelle konzeptionell und systematisch zu entwickeln, • agile Formen der Organisation („Entrepreneurship“ im Unternehmen) zu planen,

	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen an die Regeltreue (Compliance) geschäftsmodellspezifisch zu konzeptionieren als auch zu implementieren, und • (digitale) Geschäftsmodelle in Bezug auf datenschutzrechtliche Fragestellungen zu bewerten und daraus abgeleitet datenschutzrechtlich rechtskonforme Lösungen zu entwickeln.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung und Digitalisierung bestehender Geschäftsmodelle • Neue Formen der agilen Unternehmensorganisation (Digital Labs, Inkubatoren etc.) • Compliance im Fokus von Unternehmen • Compliance-Management-Systeme (Grundzüge) • Datenschutzrechtlicher Rahmen für Business Analytics (national und international) • Datenschutzrechtliche Voraussetzungen und Möglichkeiten der Analyse und sonstigen Verarbeitung personenbezogener Daten (inkl. automatisierte Einzelentscheidungen/Profiling) • Technikfolgenabschätzung: Betrieblicher und gesellschaftlicher Wandel, gesellschaftliche Verantwortung • SRI (Sustainable and Responsible Investment)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung und Case Studies
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><i>Geschäftsmodellentwicklung und Entrepreneurship</i></p> <p>Bland/Osterwalder (2019): Testing Business Ideas, Wiley</p> <p>Lewrick/Link (2018): The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystem, Wiley</p> <p>Osterwalder/Pigneur (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Wiley</p> <p>Osterwalder/Pigneur/Bernada/Smith (2014): Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Wants, Wiley</p> <p>Lewrick/Link (2018): The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystem, Wiley</p> <p><i>Rechtliche Rahmenbedingungen</i></p> <p>Behringer (2018): Compliance kompakt: Best Practice im Compliance Management, S. 29-52</p> <p>Bundesbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit (2019): Datenschutz-Grundverordnung – Bundesdatenschutzgesetz – Texte und Erläuterung (Info 1)</p> <p>Caldarola/Schrey (2019): Big Data und Recht: Einführung in die Praxis</p> <p>Heilmann/Liegl (2013): Big Data und Datenschutz. Der Umgang der Deutschen mit persönlichen Daten und die Konsequenzen für den Einsatz von Big-Data-Analysen</p> <p>Kühling/Klar/Sackmann (2018): Datenschutzrecht</p>

	ZD – Zeitschrift für Datenschutz (Fachzeitschrift)
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation einer Geschäftsmodellanalyse (50%) sowie 60-minütige Klausur (50%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird. Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Integration von Praxisvorträgen bzw. Fallstudien

Modul-Nr./Code	Modul 7
Modulbezeichnung	Quantitative Methoden A
Semester	1. / 2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Support Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Finanz-Modellierung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schwarz
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Horst Peters Prof. Dr. Christian Schwarz
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 90 Stunden Eigenstudium.
SWS	4
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 5,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 6,67 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Im Rahmen des Moduls erwerben die Studierenden die Fähigkeit, IT-gestützt Modellierungen finanzwirtschaftlicher Größen im Unternehmenskontext zu erstellen und deren Aussagegehalt zu interpretieren. Dies umfasst die Auswahl, Analyse, Anpassung, Erweiterung und datenbasierte Schätzung von Modellen.</p> <p>Sie vertiefen und erweitern ihre Kenntnisse mathematischer und statistischer Verfahren, auf Basis derer sie Entscheidungssituationen quantitativ analysieren und modellieren sowie unternehmerische Handlungsempfehlungen ableiten und bewerten können. Die Studierenden kennen die Einsatzmöglichkeiten verschiedener mathematischer und statistischer Verfahren und können die Grenzen der Aussagekraft beurteilen.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, unternehmerische und insbesondere finanzwirtschaftliche Risiken</p>

	auf Basis unterschiedliche Modellierungsansätze zu analysieren, zu bewerten und zu managen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Datenbasierte Modellierung finanzwirtschaftlicher Größen • Portfolio-Modellierung und Asset-Pricing-Modelle • Stochastische Risikomodelle • Schätztechniken • Parametrische Simulationsmodelle • Praktische Implementierung und Anwendung von Modellen in statistischen Tools als auch Tabellenkalkulationsprogrammen, bspw. in R und MS-Excel
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Albrecht/Huggenberger (2015): Finanzrisikomanagement. Methoden zur Messung, Analyse und Steuerung finanzieller Risiken</p> <p>Ang (2015): Analyzing Financial Data and Implementing Financial Models Using R, 1. Aufl.</p> <p>Bamberg/Coenenberg/Krapp (2019): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 16. Aufl.</p> <p>Bösch (2014): Derivate verstehen, anwenden und bewerten, 3. Aufl.</p> <p>Gleißner (2016): Grundlagen des Risikomanagements im Unternehmen. Mit besseren Informationen zu fundierten Entscheidungen, 3. Aufl.</p> <p>Hull (2016): Risikomanagement. Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen, 4. Aufl.</p> <p>Hull (2019): Optionen, Futures und andere Derivate, 10. Aufl.</p> <p>JFQA – Journal of Financial and Quantitative Analysis (Fachzeitschrift)</p> <p>MMOR – Mathematical Methods of Operations Research (Fachzeitschrift)</p> <p>ORS – OR Spectrum (Fachzeitschrift)</p> <p>Quantitative Finance (Fachzeitschrift)</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>

Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Integration von Praxisvorträgen bzw. Fallstudien
--	--

Modul-Nr./Code	Modul 8
Modulbezeichnung	Quantitative Methoden B
Semester	2. / 1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Support Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Ökonometrie und empirische Forschungsmethoden
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schwarz
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Christian Schwarz
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 90 Stunden Eigenstudium.
SWS	4
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 5,00 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 6,67 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • statistische Verfahren und insb. ökonometrische Methoden reflektiert anzuwenden, • reale Daten für konkrete unternehmerische Fragestellungen zu identifizieren und planvoll zu erheben, • diese mittels statistischer Tools wie z. B. R, SPSS und Excel auszuwerten, • die Ergebnisse zu analysieren und • vor dem Hintergrund empirischer Forschungsarbeiten die eigene Arbeit kritisch zu bewerten. <p>Die Studierenden lernen multivariate Verfahren der explorativen Datenanalyse (z. B. Principal Component Analysis, Clusteranalyse), Verfahren der konfirmatorischen Datenanalyse (z. B. Regressionsanalyse, Diskriminanzanalyse) Wahrscheinlichkeitsmodelle (Probit- und Logit-Modell) als auch neuere Methoden der künstlichen Intelligenz (Random</p>

	<p>Forests, künstliche neuronale Netze) im Hinblick auf die Anwendungsvoraussetzungen und Anwendungsmöglichkeiten kennen.</p> <p>Sie können die erworbenen Kenntnisse praktisch in Tools wie z. B. R, Excel, SPSS und R anwenden und für Forschungs- und Managementzwecke einsetzen, erweitern und interpretieren.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Multivariate lineare Regression (Anwendungsvoraussetzungen, Berechnung, Interpretation) • Umgang mit Verletzungen der grundlegenden Regressionsannahmen (z. B. Heteroskedastizität, Autokorrelation und Multikollinearität) • Explorative Verfahren der Datenanalyse (z. B. Principal Component Analysis, Clusteranalyse wie k-Means, hierarchisches Clustering, Latent Class) • Konfirmatorische Verfahren der Datenanalyse (z. B. Regressionsmodelle, Diskriminanzanalyse) • Wahrscheinlichkeitsmodelle (z. B. Probit- und Logit-Modell) • Neuere Methoden der künstlichen Intelligenz (z. B. Random Forest und künstliche neuronale Netze)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Backhaus/Erichson/Plinke/Weiber (2016): Multivariate Analyseverfahren, 14. Aufl.</p> <p>Backhaus/Erichson/Weiber (2015): Fortgeschrittene Multivariate Analyseverfahren, 3. Aufl.</p> <p>Berekoven/Eckert/Ellenrieder (2009): Marktforschung, 12. Aufl.</p> <p>Briand/Hill (2011): Using Excel for Principles of Econometrics, 4. Aufl.</p> <p>Friedman/Tibshirani/Hastie (2017), The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction, 9. Aufl.</p> <p>Groves et al. (2009): Survey Methodology, 2. Aufl.</p> <p>Gujarati (2015): Econometrics by example, 2. Aufl.</p> <p>Härdle/Simar (2011): Applied Multivariate Statistical Analysis</p> <p>Hill/Griffiths/Lim (2018): Principles of Econometrics, 5. Aufl.</p> <p>Hosmer/Lemeshow (2013). Applied Logistic Regression, 3. Aufl.</p> <p>James/Witten/Hastie/Tibshirani (2017), An Introduction to Statistical Learning with Applications in R, 7. Aufl.</p> <p>v. Auer (2016): Ökonometrie. Eine Einführung, 7. Aufl.</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprüfung

Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Grundlagenmodul innerhalb des Masterstudienganges, in welchem die Basis für die Specialization Module gebildet wird. Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Integration von Praxisvorträgen bzw. Fallstudien

Modul-Nr./Code	Modul 9
Modulbezeichnung	Analytics in Industrie 4.0
Semester	3. / 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Specialization Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Analytics in Industrie 4.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i. d. R. jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jan Schemm
Name des Hochschullehrers	Thomas Zeuschler (LB)
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	225 Stunden Gesamtworkload, davon 90 Stunden Präsenzzeit sowie 135 Stunden Eigenstudiumszeit.
SWS	6
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 7,50 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 10,00 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Spezialisierungsmoduls Analytics in Industrie 4.0 sind die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Lage, Theorie und Anwendung fortgeschrittener analytischer Methoden (ML, AI) zur Digitalisierung wirtschaftlicher und insbesondere auch industrieller und technischer Prozesse zu analysieren und zu bewerten.</p> <p>Sie verstehen cyber-physische Systeme und Prozesse sowie deren Einsatz zur Optimierung und Automatisierung technischer und industrieller Prozesse und können diese definieren und implementieren.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze und Methoden zur Integration von Konsumenten, Kunden und Geschäftspartnern in digitalisierte Geschäfts- und Wertschöpfungsprozess sowie zur Transformation von nicht-digitalen in digitale Geschäftsmodelle zu klassifizieren, zu bewerten und zu entwickeln.</p> <p>Die Studierenden werden befähigt, mittels moderner Methoden, Werkzeuge und Programmiersprachen anspruchsvolle analytische Use</p>

	<p>Cases, Fallstudien und Applikationen aus dem Bereich Industrie 4.0 anzuwenden und zu entwickeln.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Spezialisierungsmoduls kennen die Studierenden relevante Forschungsmethoden und -strategien, die gezielt ihre Forschungskompetenzen stärken und ihre Promotionsfähigkeit erweitern, und können diese anwenden.</p> <p>Die Studierenden können darüber hinaus Ihre Führungs-, Analyse-, Kommunikations- und Präsentationskompetenz durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Fragestellungen und Fallstudien gemäß ihren individuellen Neigungen und Interessen ausbauen und trainieren.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionswirtschaftliche und industriebetriebliche Grundlagen • Cyber-Physische Produktionssysteme (CPPS) • IT-Infrastrukturen und IT-Sicherheit digitalisierter Prozesse • Standardisierungsbemühungen und Referenzarchitektur im Kontext Industrie 4.0 <p>Data Processing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datentypen und -formate im Kontext Industrie 4.0 • Technologien und Methoden zur Echtzeit-Datenerfassung • Einsatz von Datenbanken und Cloud-Technologien zur Daten-Speicherung und Analyse <p>Design und Implementierung analytischer Systeme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Systematik der Entwicklung analytischer Systeme mittels Python, R und anderen Sprachen • Methoden und Werkzeuge moderner Softwareentwicklung • Methoden und Werkzeuge für Advanced Analytics Programming <p>Fallstudien Industrie 4.0</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitung analytischer Use Cases unterschiedlicher Komplexität, von der Problemanalyse bis zur systemtechnischen Implementierung konkreter Lösungen bzw. Systeme
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Adam (2013): Produktions-Management, 9. Aufl.</p> <p>Bauernhansl (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik</p> <p>Deuse u.a. (2014): Gestaltung von Produktionssystemen im Kontext von Industrie 4.0</p> <p>Kaufmann (2015): Geschäftsmodelle in Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge</p> <p>Müller (2015): Manufacturing Execution Systeme (MES): Status Quo und Ausblick in Richtung Industrie 4.0</p> <p>Scheer (2013): Industrie 4.0</p> <p>Wagner (2018): Industrie 4.0 für die Praxis: Mit realen Fallbeispielen aus mittelständischen Unternehmen</p> <p>Marwedel (2017): Embedded System Design: Embedded Systems Foundations of Cyber-Physical Systems, and the Internet of Things</p>

	<p>Frochte (2019): Maschinelles Lernen: Grundlagen und Algorithmen in Python</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Greift Kenntnisse aus den Core und Support Modulen auf und wendet diese branchenbezogen an. Ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Integration von Praxisvorträgen und ggf. Exkursionen

Modul-Nr./Code	Modul 10
Modulbezeichnung	Marketing Analytics
Semester	3. / 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Specialization Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Digitales Marketing Marketing-Controlling Fallstudien des digitalen Marketings
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i. d. R. jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jan Schemm
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Jan Schemm Dr. Bastian Dinter (LB) Dr. Niklas Teichmann (LB)
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	225 Stunden Gesamtworkload, davon 90 Stunden Präsenzzeit sowie 135 Stunden Eigenstudiumszeit.
SWS	6
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 7,50 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 10,00 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die im Zuge der Digitalisierung steigende Bedeutung von Datenmanagement und -analytik für die Lösung betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen im Marketing zu charakterisieren und anhand von Fallbeispielen zu illustrieren.</p> <p>Durch die Bearbeitung von Anwendungsfällen und Analyseszenarien lernen die Studierenden in Einzel- und Gruppenarbeiten konkrete Marketing-bezogene Aufgabenstellungen in einem strukturierten Prozess – von der Problemanalyse über Datenverständnis, Datenaufbereitung und Modellbildung bis hin zur Ergebnisevaluation und -präsentation – zu analysieren sowie Lösungsansätze zu beurteilen und zu entwickeln.</p> <p>Durch die Bearbeitung von Anwendungsfällen und Analyseszenarien können die Studierenden verbreitete Werkzeugen der Datenanalyse</p>

	<p>verstehen und nutzen sowie bewerten, welche Aufgabenstellungen im Marketing mit diesen Werkzeugen bearbeitet werden können.</p> <p>Durch die selbstständige Dokumentation der Aufgabenlösungen in Form von kodifizierten, reproduzierbaren und wiederverwendbaren Analyseprozessen („Lösungen“) lernen die Studierenden eigenständige Analyseprojekte im Marketing-Kontext durch zu führen und zu entwickeln.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Spezialisierungsmoduls kennen die Studierenden relevante Forschungsmethoden und -strategien, die gezielt ihre Forschungskompetenzen stärken und ihre Promotionsfähigkeit erweitern, und können diese anwenden.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung des Marketings • Datenmanagement und Analytik als Grundlage des Markterfolgs • Entwicklung analyseorientierter Lösungen in Python • Ausgewählte Anwendungsfälle und Analyseszenarien in konkreten Marketing-bezogenen Problemstellungen, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ○ Markenpositionierung ○ Kundenanalytik <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kundenbewertung und -profilerstellung ▪ Kundensegmentierung ▪ Targeting und Scoring ○ Prognosemodelle ○ Neuproduktentwicklung und -einführung ○ Preisgestaltung ○ Empfehlungssysteme ○ Digitales Marketing <ul style="list-style-type: none"> ▪ Web Analytics ▪ A/B-Testing ▪ Social Listening und Textanalyse ▪ Netzwerkanalysen ▪ Virales Marketing
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Teilnehmeraktivierender, seminaristischer Unterricht mit integrierten Fallbeispielen/-studien, Einzel- und Gruppenrecherchen, Übungen und Präsentationen
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Aggarwal (2016): Recommender systems. The textbook.</p> <p>Chapman / McDonnell Feit (2019): R for marketing research and analytics. 2nd ed.</p> <p>Grigsby (2018): Marketing Analytics. A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. 2nd ed.</p> <p>Hassler (2017): Digital und Web Analytics. Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren.</p>

	<p>Kohavi / Tang / Xu (2020): Trustworthy online controlled experiments. A practical guide to A/B testing.</p> <p>Lilien / Rangaswamy / Bruyn (2017): Principles of marketing engineering and analytics. 3rd ed.</p> <p>Neckel / Knobloch (2015): Customer Relationship Analytics. Praktische Anwendung des Data Mining im CRM. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage.</p> <p>Venkatesan / Farris / Wilcox (2014): Cutting-edge marketing analytics. Real world cases and data sets for hands on learning.</p> <p>Winston (2014): Marketing analytics. Data-driven techniques with Microsoft® Excel®.</p> <p>Applied Marketing Analytics (Fachzeitschrift)</p> <p>International Journal of Research in Marketing (Fachzeitschrift)</p> <p>Journal of Marketing (Fachzeitschrift)</p> <p>Journal of Marketing Analytics (Fachzeitschrift)</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprüfung, i. d. R. Projektarbeit mit mündlicher Präsentation (50%) sowie 90-minütige Klausur (50%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Greift Kenntnisse aus den Core und Support Modulen auf und wendet diese branchenbezogen an. Ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Integration von Praxisvorträgen

Modul-Nr./Code	Modul 11
Modulbezeichnung	Supply Chain Analytics
Semester	3. / 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Specialization Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Supply Chain Design Planung und Steuerung der Supply Chain Simulation einer Supply Chain
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i. d. R. jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Peter Scheideler
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Peter Scheideler
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	225 Stunden Gesamtworkload, davon 90 Stunden Präsenzzeit sowie 135 Stunden Eigenstudium.
SWS	6
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 7,50 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 10,00 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden lernen Supply Chain Management als Integrationskonzept verschiedener intra- und interinstitutioneller Bereiche kennen. Sie sind in der Lage Supply Chain Management als prozessorientierten Ansatz und als Koordinationsfunktion zu überblicken.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Supply Chain Netzwerke zu gestalten, Planungsmodelle zu entwickeln und anzuwenden sowie die Supply Chain zu optimieren. Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt hierbei auf den Kollaborationskonzepten (vernetztes Denken, Kooperationen) der Supply Chain Teilnehmer (Zulieferer, Original Equipment Manufacturers (OEMs), Logistikdienstleister, Händler etc.). Zudem verstehen die Studierenden die Zusammenhänge der jeweiligen Supply Chain Variablen und können diese, mittels einer Simulation, bestmöglich aussteuern.</p>

	<p>Im Zuge der aktuellen Thematik des nachhaltigen Wirtschaftens und der Reduzierung der CO₂-Emissionen sollen Denkanstöße gegeben werden, welchen Beitrag die Supply Chain zur Reduzierung von schädlichen Emissionen liefern kann.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Spezialisierungsmoduls kennen die Studierenden relevante Forschungsmethoden und -strategien, die gezielt ihre Forschungskompetenzen stärken und ihre Promotionsfähigkeit erweitern, und können diese anwenden.</p> <p>Die Studierenden können darüber hinaus Ihre Führungs-, Analyse-, Kommunikations- und Präsentationskompetenz durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Fragestellungen und Fallstudien gemäß ihren individuellen Neigungen und Interessen ausbauen und trainieren.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Transportsysteme, -mittel und -prozesse • Logistikkoperationen und Logistiknetzwerke • Netzwerkdesign • Prozessdesign und -analyse (SCOR, Value Stream Mapping) • Sortiments- und Produktanalyse • Lieferantenmanagement • Leistungskennzahlen und -treiber • Bedarfs- und Bestandsmanagement • Lagermanagement • Nachhaltigkeit in der Supply Chain • Einsatz der Simulation „The Fresh Connection“
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierten Übungen und Simulation
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u> Chopra/Meindl (2015): Supply Chain Management – Strategy, Planning, and Operation, 6. Aufl. (Global Edition) Thonemann (2015): Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3. Aufl.</p> <p><u>Empfohlene Literatur:</u> Werner (2017): Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling Arndt (2017): Supply Chain Management, Optimierung logistischer Prozesse, 7. Aufl.</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprfung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen

Verwendbarkeit des Moduls	<p>Greift Kenntnisse aus den Core und Support Modulen auf und wendet diese branchenbezogen an. Ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	<p>Die Lehrveranstaltung wird begleitet durch praktische Beispiele (Business Cases), an denen die Studierenden das erworbene Wissen praxisnah zur Anwendung bringen können. Zudem wird eine Online-Simulation eingesetzt („The Fresh Connection“), in der die Studierenden den ROI einer Supply Chain verbessern müssen. Gastvorträge und Exkursionen werden angestrebt.</p>

Modul-Nr./Code	Modul 12
Modulbezeichnung	Wirtschaftsprüfung und Risikomanagement
Semester	3. / 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Specialization Modules
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsprüfung Risikomanagement
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i. d. R. jährlich
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Marcus Albrecht Prof. Dr. Christoph Voos
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Marcus Albrecht Prof. Dr. Christoph Voos
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	225 Stunden Gesamtworkload, davon 90 Stunden Präsenzzeit sowie 135 Stunden Eigenstudium.
SWS	6
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 7,50 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 10,00 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>In diesem Spezialisierungsmodul können die Studierenden sowohl ihre branchenspezifische als auch ihre fachliche und methodische Expertise über wissenschaftliche und praxisrelevante Aspekte der informationsbasierten Unternehmensführung aus den Anwendungsfeldern „Wirtschaftsprüfung/Interne Revision“, „Fraudmanagement“ und „Risikomanagement“ erweitern.</p> <p>Die Studierenden lernen dabei sowohl die (rechtlichen) Rahmenbedingungen von Risikomanagement, Fraudmanagement und Compliance (in unterschiedlichen Branchen) kennen und können auf dieser Grundlage den formalen Aufbau von Risikomanagement- und Compliance-Systemen beurteilen und verbessern.</p> <p>Die Studierenden können Prozessmodelle und Analyseinstrumente verstehen und anwenden, um die betriebswirtschaftliche sowie die</p>

	<p>forensische Risikolage eines Unternehmens mit Hilfe geeigneter Instrumente sachgerecht zu analysieren und beeinflussen.</p> <p>Die Studierenden erlangen Kenntnisse über relevante Forschungsmethoden und -strategien, die gezielt ihre Forschungskompetenzen stärken und ihre Promotionsfähigkeit erweitern.</p> <p>Die Studierenden können darüber hinaus Ihre Führungs-, Analyse-, Kommunikations- und Präsentationskompetenz durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Fragestellungen und Fallstudien gemäß ihrer individuellen Neigungen und Interessen ausbauen und trainieren.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Analytische Prüfungsmethoden • Fraud Protection, Fraud Triangle, Fraud Diamond • Präventive Maßnahmen (Organisation, IKS, Monitoring, Kommunikation etc.) • Detektive Maßnahmen (forensische Prüfungshandlungen, Massendatenanalysen, Whistleblowing, Compliance Audits) • Reaktive Maßnahmen (Notfallplan, Sonderprüfungen, E-Discovery und Computer-Forensik, Asset Tracing) • Forensische Datensicherung und -analysen • Überblick über Ziele, Aufgaben und Instrumente des Risikomanagements • Arten und Wirkungsweise von Risiken • Risikocontrolling und -management als Steuerungsaufgabe • Organisation von Risikomanagementsystemen • Methoden und Techniken zur Risikoidentifikation • Methoden und Techniken zur Risikobewertung (insbesondere Value-at-Risk) • Strategien, Instrumente und Techniken zur Risikoabsicherung • Entwicklung und Implementierung von Frühwarnsystemen • Weitere Themen auf Grund von aktuellen Entwicklungen in Wissenschaft und Praxis
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung, Bearbeitung von Fallstudien und Fragestellungen mit aktuellem Bezug sowie Präsentationen
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Grundlagenliteratur:</u> Behringer, Stefan (Hrsg.): Compliance für KMU, 2. Aufl., Berlin 2016. Boecker, Corinna: Accounting Fraud aufdecken und vorbeugen, Berlin 2010. Bungartz, Oliver: Handbuch Interne Kontrollsysteme (IKS), Berlin 2017. Deggendorfer Forum zur digitalen Datenanalyse e. V. (Hrsg.): Big Data – System und Prüfung, Berlin 2013. Deggendorfer Forum zur digitalen Datenanalyse e. V. (Hrsg.): Bilanzdelikte erkennen und vermeiden, Berlin 2007. Deggendorfer Forum zur digitalen Datenanalyse e. V. (Hrsg.): Transparenz der digitalen Prüfung, Berlin 2014.</p>

	<p>Eller, Roland; Heinrich, Markus (u. a., Hrsg.): Kompaktwissen Risikomanagement, Wiesbaden 2010.</p> <p>Freidank, Carl-Christian; Müller, Stefan (u. a., Hrsg.): Controlling und Rechnungslegung. Aktuelle Entwicklungen in Wissenschaft und Praxis, Wiesbaden 2008.</p> <p>Gleißner, Werner; Romeike, Frank: Erfolgsfaktor Risiko-Management 3.0: Methoden, Beispiele, Checklisten – Praxishandbuch für Industrie und Handel, Berlin 2015.</p> <p>Hannemann, Ralf; Steinbrecher, Ida; Weigl, Thomas: Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk), 5. Auflage, Wiesbaden 2019.</p> <p>Hlavica, Christian; Hülsberg, Frank (u. a., Hrsg.): Tax Fraud & Forensic Accounting: Umgang mit Wirtschaftskriminalität, 4. Aufl. Berlin 2016.</p> <p>Hofmann, Stefan: Handbuch Anti-Fraud-Management: Bilanzbetrug erkennen - vorbeugen – bekämpfen, Berlin 2008.</p> <p>Hull, John: Risikomanagement, 4. Auflage, München 2016.</p> <p>Klose, Bernd (Hrsg.): Asset Tracing & Recovery, Berlin 2009.</p> <p>Krommes, Werner: Handbuch Jahresabschlussprüfung: Ziele – Technik – Nachweise, 4. Aufl., Berlin 2016.</p> <p>Löhr, Albert; Burkatzki, Eckhard (Hrsg.): Wirtschaftskriminalität und Ethik Meyer, Jörg: Forensische Datenanalyse: Dolose Handlungen im Unternehmen erkennen und aufdecken, Berlin 2012.</p> <p>Oehler, Andreas; Unser, Matthias: Finanzwirtschaftliches Risikomanagement, Berlin u. a. 2002.</p> <p>Schierenbeck, Henner; Lister, Michael; Kirmße, Stefan: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risikocontrolling und integrierte Rendite-Risiko-Steuerung, Auflage, Wiesbaden 2008.</p> <p>Wiedmann, Klaus-Peter; Heckemüller, Carsten: Ganzheitliches Corporate Finance Management, Wiesbaden 2003.</p> <p>Vertiefende und weiterführende Literatur laut Angabe in der Veranstaltung.</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.</p> <p>Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Greift Kenntnisse aus den Core und Support Modulen auf und wendet diese branchenbezogen an. Ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.

	Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	

Modul-Nr./Code	Modul 13
Modulbezeichnung	Projektphase
Semester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Transferable Skills Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektphase
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Semesterweise
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Philipp Freitag
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Philipp Freitag
Lehrsprache	Deutsch / Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	21
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	525 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 465 Stunden Eigenstudium
SWS	4
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 17,50 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Durch die eigenständige Bearbeitung einer Aufgabenstellung aus dem Bereich Business Analytics werden die Studierenden zum selbständigen Arbeiten auf wissenschaftlicher Basis befähigt.</p> <p>Die Studierenden lernen, ihre Projekte in den aktuellen Stand der Forschung einzuordnen, und durch wissenschaftlich-methodisch fundiertes Vorgehen, neue Erkenntnisse zu gewinnen und praktisch einsetzbare Ergebnisse zu erzielen bzw. Lösungsansätze zu entwickeln und zu präsentieren.</p> <p>Innerhalb des bearbeiteten Spezialgebietes erlangen die Studierenden vertiefte Kenntnisse. Aufgrund der Komplexität und Dauer der Projektarbeit werden die Fähigkeiten in Bezug auf Projekt- und Zeitmanagement geschult.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar und Projektarbeit

Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einarbeitung in ein Themengebiet und Bearbeitung einer projektbezogenen, praxisrelevanten Aufgabenstellung unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Qualitätsanforderungen aus dem Bereich Business Analytics • Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens • Projektmanagement • Aufbereitung und Präsentation von Projektergebnissen
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Oehrich (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften, 2. Aufl.</p> <p>Stöger (2019): Wirksames Projektmanagement. Mit Projekten zu Ergebnissen, 4. Aufl.</p> <p>Theisen (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl.</p> <p>Timinger (2015): Wiley-Schnellkurs Projektmanagement</p> <p>Weitere Literatur projektspezifisch.</p> <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit und Präsentation
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Greift Kenntnisse aus den Core und Support Modulen auf und wendet diese branchenbezogen an. Ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.</p> <p>Einsatz in anderen Studiengängen: Das Modul wird ausschließlich in dem Masterstudiengang Business Analytics angeboten.</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	I. d. R. Kooperation mit Unternehmen und ggf. Forschungseinrichtungen; Veranstaltung erfolgt teilweise online

Modul-Nr./Code	Modul 14 und 15
Modulbezeichnung	Masterthesis einschließlich Kolloquium
Semester	3. / 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Transferable Skills Module
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	n. a.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Semesterweise
Modulverantwortlicher	Studiengangleitung
Name des Hochschullehrers	Betreuender Hochschullehrer
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	21
Gesamtworkload und seine Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	525 Stunden
SWS	n. a.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote (in Prozent der ECTS)	Bachelor 6 Semester: 17,50 % der ECTS Bachelor 7 Semester: 23,33 % der ECTS
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden lernen, eine Problemstellung aus dem Bereich Business Analytics, ggf. im Unternehmenskontext, unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden selbständig zu bearbeiten und neue Ergebnisse zu entwickeln.</p> <p>Die im Rahmen des Bachelor- und Masterstudiums erworbenen fachlichen sowie wissenschaftlich-methodischen Kompetenzen werden vertieft und erweitert.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eigene Arbeitsergebnisse zu beurteilen, zu dokumentieren und zu präsentieren.</p> <p>Durch die Bearbeitung praxisrelevanter Fragstellungen bauen die Studierenden Fachexpertise im zugrundeliegenden Themenbereich auf, wodurch auch eine Orientierung für das künftige Berufsfeld ermöglicht wird.</p>

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	n. a.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung einer schriftlichen, wissenschaftlich fundierten Ausarbeitung zu einer selbstgewählten Aufgabenstellung aus dem Fachgebiet • Mündlicher Vortrag der Inhalte und Ergebnisse sowie Verteidigung der Masterarbeit im Rahmen eines Kolloquiums
Literatur (Pflichtlektüre, zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Oehlrich (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften, 2. Aufl.</p> <p>Theisen (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl.</p> <p>Weitere Literatur themenspezifisch. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Ausarbeitung sowie mündliche Prüfung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Greift Kenntnisse aus den Core und Support Modulen auf und wendet diese praxis- und branchenbezogen an.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbezüge, Gastvorträge, etc.)	Ggf. Kooperation mit Unternehmen / Forschungseinrichtungen