HfWU

MODULHANDBUCH

Master of Science (M.Sc.)

Artificial Intelligence & Data Science

Stand: Sommersemester 2026 (vorbehaltlich Gremienzustimmung)

AI & Digital Technologies **3**
KI-/Digital-Technologien & -Recht /
AI/ Digital Technology & Law 3
KI-Anwendungswerkstatt /
AI Application Workshop 6
AI in Business **8**
AI based Customer Experience Management 8
Digital Controlling, Business Analytics & Robotic Process Automation 11
Data Management & Methods **14**
Datenmodellierung für KI-Anwendungen /
Data Modeling for AI 14
Datenmanagement & Visual Analytics /
Data Management & Visual Analytics 18
Analytics Application **20**
Machine Learning & Big Data Analytics 20
Web & People Analytics 22
Digital Management **25**
Digital Business Management Elective I / 25
Digital Business Management Wahlpflichtfach I 25
Digital Business Management Elective II /
Digital Business Management Wahlpflichtfach II 27
Digital Research **29**
Master Research Seminar 29
Master Thesis 31

AI & Digital Technologies

Modulbezeichnung		KI-/Digital-Technologien & -Recht / AI/ Digital Technology & Law
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	• Folgende technologischen Themenbereiche im Überblick verstehen: digitale Vernetzung/ Machine Learning sowie Prompt Engineering, Blockchain (technische Grundlagen und Use Cases), IoT, AR/ VR, autonomes Fahren • Rechtliche Implikationen neuer Technologien analysieren und bewerten können: Datenschutz/ DSGVO und Dateneigentum, Urheber-, Internet- & Social-Media-Recht, Vertragsrecht und künstliche Intelligenz, Haftung, Arbeitsrecht, Sicherheit/ Cybersecurity, Risikomanagement
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben unter Lehrveranstaltung
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	• Digital AI-based Customer Experience & Relationship Management • Machine Learning & Big Data Analytics
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und künftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Schriftliche Arbeit, davon 50% Savanovic/Ulbricht + 50% Riedlinger
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher / Dozenten	• Philipp Riedlinger • Aleksandar Savanovic (LL.M.) • RA Dr. Carsten Ulbricht, M.C.L.
	Sprache	Deutsch/Englisch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		Digitaltechnologien & - recht / Digital Technology & Law

<table>
<tr><td colspan="2">Lehrveranstaltung</td><td colspan="4">KI-/ Digital-Technologien & - recht /
AI/ Digital Technology & Law</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Ausge-
staltung</td><td>Qualifi-
kationsziele</td><td colspan="4">Digital Technology:
Die Studierenden sollten die Grundkenntnisse der Informationstechnik beherrschen.
● Grundbegriffe der IT, Softwareentwicklung,
● Hardware und Kommunikation, IT- und Internet Architektur

In der Veranstaltung wird auf die Treiber der Digitalisierung eingegangen und an der Blockchain vertieft:
● Digitalisierung (Agile Methoden, Industrie 4.0, Cloud Computing, Künstliche Intelligenz)
● Steuerung von KI durch Prompt Engineering und Agentic Systems
● Blockchain und Distributed Ledger Technologie
● Smart Contracts

AI/ Digital Law (inkl. Internet- & Datenschutzrecht):
Die Studierenden sollen rechtliche Implikationen neuer Technologien analysieren und bewerten können:
● KI-Regulierung (KI-VO)
● Plattformregulierung (DMA, DSA, DDG)
● Vertragsrecht & Haftung bzgl. Anwendung mit künstlicher Intelligenz
● Sicherheit/ Cybersecurity und Risikomanagement
● Datenschutz/ DSGVO und Dateneigentum
● Urheber-, Internet- & Social-Media-Recht

<table><tr><th>Wissen</th><th>Kenntnisse</th><th>Fertigkeiten</th><th>Kompetenzen</th></tr><tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr><tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr><tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr><tr><td>Sozial</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="4">Digital Technology:
● Digitalisierung
● Digitalisierung (Industrie 4.0, Cloud Computing, Technology, Künstliche Intelligenz,)
● Steuerung von KI durch Prompt Engineering
● Agenten-Systeme und Multi-Agent-Systeme
● Blockchain Technology
● Smart Contracts als Software der Zukunft

AI/ Digital Law:
● rechtliche Implikationen neuer Technologien:
● Datenschutz/ DSGVO und Dateneigentum, Urheber-, Internet- & Social-Media-Recht, Vertragsrecht und künstliche Intelligenz, Haftung, Arbeitsrecht, Sicherheit/ Cybersecurity, Risikomanagement
● Plattformregulierung (DMA, DSA, DDG)
● KI-Regulierung (KI-VO)</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-
methoden</td><td colspan="4">Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Präsentation</td></tr>
</table>

	Literatur / Lehrmaterial	Skript Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage: <u>Digital Technology</u>: ● Erickson; Hacking; dpunkt-Verlag; ISBN 9783898645362 ● Prompt Engineering for LLMs by John Berryman, Albert Ziegler, ISBN: 9781098156152 Llms in Production: From Language Models to Successful Products, by Christopher Brousseau, Matt Sharp ● Build a Large Language Model from Scratch, by Sebastian Raschka ● Jason's Machine Learning 101: https://bit.ly/2AODPGd ● Laudon, Laudon, Schoder; Wirtschaftsinformatik; Pearson-Studium-Verlag, ISBN 3827373484 ● Lehner, Hildebrand, Maier; Wirtschaftsinformatik; Hanser-Verlag, ISBN 3446180028 ● Maus, S. et al. (2023): Tokenize Europe 2023, München. ● Rashid, Neuronale Netze selbst programmieren, O'Reilly, 2017 ● Suthaharan, Machine Learning Models and Algorithms for Big Data Classification, Springer ● Wartala, Praxiseinstieg Deep Learning, O`Reilly, 2017 ● Shermin Voshmgir: Token Economy, ISBN 9789899157040 ● Citi Report (March 2023): Money, Tokens, and Games ● Bank for international Settlement (BIS) (May 2023) Report: Crypto, tokens and DeFi: navigating the regulatory landscape ● Deepa Jian et al. (2021): How is Blockchain used in marketing: A review and research agenda ● Renana Peres et al. (August 2022): Blockchain meets marketing: Opportunities, threats, and avenues for future research <u>AI/ Digital Law</u>: ● Conrade / Grützmacher: Rechte der Daten und Datenbanken im Unternehmen, Köln, 2014 ● Bräutigam/Klindt: Industrie 4.0, das Internet der Dinge und das Recht, NJW 2015, 1137 ff ● Dorner: Big Data und Dateneigentum...CR 2014, 617 ● Einsele, Dorothee: Münchner Kommentar zum BGB ● Faust: Digitale Wirtschaft - Analoges Recht, Gutachten zum 71. Deutschen Juristentag 2016 ● Horner/Kaulartz: Haftung 4.0… CR 2017, 7-17 ● Kilian/Heussen: Computerrechts-Handbuch ● Redeker: IT-Recht, Beck München ● Spindler/Schuster: Recht der elektronischen Medien ● Ulbricht, C.: Praxishandbuch Social Media und Recht-Rechtssichere Kommunikation und Werbung in sozialen Netzwerken.
	Besonderes	-
Organisa-tion	**ECTS-Punkte**	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %

Modulbezeichnung		KI-Anwendungswerkstatt / AI Application Workshop
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	**Qualifikations-ziele**	• Potentiale für KI Anwendungen in eigenen Datensätzen und Prozessen erkennen • Einen Umsetzungsplan für KI Anwendungen aufstellen können • Das Ökosystem für KI Anwendungen verstehen • Wissen aus Impulsvorträgen und anderen Veranstaltungen in praktische Umsetzung übertragen können • Prompt & Content Engineering verstehen und erlernen
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	**Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen**	Keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme, aber ein eigenes Problem aus dem Arbeitsumfeld erlaubt die Fokussierung auf individuelle Herausforderungen Technikaffinität für Entwicklungsumgebungen(Programmieren, Low Code, Frameworks…) erleichtert das Vorgehen
	Vorbereitung für das Modul	Individuell, wird je nach Datensatz in Absprache mit der Modulleitung festgelegt
Bezüge …	**… zu anderen Modulen**	Digital Technology & Law + AI based Customer Experience Management
	... zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und künftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Referat/ Präsentation der umgesetzten Lösung 100 %
Organisa-tion	**Modulverant-wortlicher / Dozenten**	• Prof. Dr. Burkhard Hoppenstedt • Dominique Saile
	Sprache	Deutsch / Englisch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		**KI-Anwendungswerkstatt / AI Application Workshop**

<table>
<tr><td colspan="2">Lehrveranstaltung</td><td colspan="4">KI-Anwendungswerkstatt /
AI Application Workshop</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Ausge-
staltung</td><td>Qualifi-
kationsziele</td><td colspan="4">Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
● Potentiale für KI Anwendungen in eigenen Datensätzen und Prozessen erkennen
● Einen Umsetzungsplan für KI Anwendungen aufstellen können
● Das Ökosystem für KI Anwendungen verstehen
● Wissen aus Impulsvorträgen und anderen Veranstaltungen in praktische Umsetzung übertragen können
● Prompt und Content Engineering durchzuführen
<table><tr><th>Wissen</th><th>Kenntnisse</th><th>Fertigkeiten</th><th>Kompetenzen</th></tr><tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr><tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr><tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr><tr><td>Sozial</td><td>x</td><td></td><td></td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="4">Die Studierenden sollen für eine Problemstellung aus dem Arbeitsumfeld eine KI/Advanced Analytics basierte Lösung entwickeln. Hierfür wird in mehreren Stufen eine Lösung entwickelt. Diese Stufen beinhalten u.a.
● Problemverständnis
● Werkzeugauswahl
● Exemplarische Umsetzung
Zur Inspiration gibt es Impulsvorträge mit ausgewählten Themen aus den Bereichen „Künstliche Intelligenz“ und „Advanced Analytics“</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-
methoden</td><td colspan="4">Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation</td></tr>
<tr><td>Literatur /
Lehrmaterial</td><td colspan="4">Skript

Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:

● Wennker, Phil. "Künstliche Intelligenz in der Praxis." Anwendung in Unternehmen und Branchen: KI wettbewerbs-und zukunftsorientiert Einsetzen; Springer Gabler: Wiesbaden, Germany (2020).
● Hoppe, Thomas, Bernhard G. Humm, and Anatol Reibold. Wissensbasierte KI-Anwendungen. Springer-Verlag, 2023.
● Kurbel, Karl. Entwicklung und Einsatz von Expertensystemen: eine anwendungsorientierte Einführung in wissensbasierte Systeme. Springer-Verlag, 2013.</td></tr>
<tr><td>Besonderes</td><td colspan="4">-</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Organi-
sation</td><td>ECTS-
Punkte</td><td colspan="4">6 ECTS</td></tr>
<tr><td>Aufteilung</td><td colspan="4">150 Stunden</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td colspan="4">Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit
= 14 % (28 UE) :43 % :43 %</td></tr>
</table>

AI in Business

Modulbezeichnung		AI based Customer Experience Management
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	**Qualifika-tionsziele**	• Anwendungen künstlicher Intelligenz in Marketing und Vertrieb kennenlernen – insbes. bzgl. Analytik und Automatisierung • Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ Chatbots analysieren und konzipieren können • Einflüsse von Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb erfassen und Konzepte dazu entwickeln können • Mit neuen Rollen und Kompetenzanforderungen vertraut werden
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	**Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompe-tenzen**	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben unter Lehrveranstaltung
Bezüge …	**.. zu anderen Modulen**	Digital Technology & Law
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und zukünftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Studienarbeit 100 %
Organisa-tion	**Modulverant-wortlicher/ Dozenten**	• Julia Lehmann • Malte Horstmann
	Sprache	Deutsch/ Englisch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %

<table>
<tr><td colspan="2">Lehrveranstaltung</td><td>AI based Customer Experience Management</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Ausge-staltung</td><td>Qualifi-kationsziele</td><td>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
Anwendungen künstlicher Intelligenz in Marketing und Vertrieb kennenlernen – insbes. bzgl. Analytik und Automatisierung
Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ Chatbots verstehen und Konzepte in diesem Bereich entwickeln können
Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb verstehen und Konzepte in diesem Bereich erarbeiten können
<table>
<tr><th>Wissen</th><th>Kenntnisse</th><th>Fertigkeiten</th><th>Kompetenzen</th></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td><u>Digital Customer Touchpoints mit KI/ Chatbots:</u>
Grundlagen der Customer Experience: Definitionen, Abgrenzungen und Konzepte
Datenstrategie als Basis für gute Customer Experience: Entmystifizierung der Künstlichen Intelligenz
Big Data-Beispiele im Überblick – Branchen, Strategieansätze, Einsatzbereiche: Problem, Lösung und Mehrwert
Chatbot Design Prinzipien
Entwicklung eines Customer Experience Konzeptes
<u>Robotic Process Automation:</u>
Entdecken von Prozessen mit Communication Mining
Machine-Learning, Deep-Learning, Transformer-Architekturen
Sprachmodelle / LLMs
Robots, Chatbots, Agenten
Embedding und Vektordatenbanken
Retrieval Augmented Generation
Automatisierung von Customer-Experience mit Chatbots und Agents</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-methoden</td><td>Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation</td></tr>
<tr><td>Literatur / Lehrmaterial</td><td>Skript
Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:
DETSCHER, S. et al. (2018): Fin Sales Tech: Artifizielle Intelligenz im Marketing und im Vertrieb von Kapitalmarktprodukten, in Marketing Review St. Gallen, 4/2018, S. 36-43.
DETSCHER, S./ HANDSCHUH, M. (2021): Künstliche Intelligenz im Marketing und im Vertrieb – Evolutionsstufen und Anwendungsbereiche, in: Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management & Marketing, Springer Verlag, S. 293-304.
DETSCHER, S./ MÜLLER, J, (2022): Potenziale für den Einsatz von Voice-Commerce entlang der Customer Journey – Eine Untersuchung am Beispiel der Kosmetik- und Körperpflegebranche. In transfer Zeitschrift für</td></tr>
</table>

		Kommunikation und Markenmanagement, Nr. 02 Juni/2022, 68. Jahrgang, S. 52-61. ● GENTSCH, P. (2018): Künstliche Intelligenz für Sales. Marketing und Service, Mit AI und Bots zu einem Algorithmic Business – Konzepte, Technologien und Best Practices, Springe Gabler, Wiesbaden. ● HANDSCHUH, M. et al. (2018): Mit AAA-Vertrieb innovative Energielösungen verkaufen, in: Sales Excellence, 11/2018, S. 16-19. ● LEHMANN, J.: Der Chatbot-Guide, in: Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management & Marketing, Springer Verlag, S. 305-328. ● RAPP, H./ HANDSCHUH, M./ BELZ, C. (2018): Reorganisation in Marketing und Verkauf, in: Marketing Review St. Gallen, 3/2018, S. 12-20. ● ROBRA-BISSANTZ, S./ LATTEMANN, C. (2018, Hrsg.): Digital Customer Experience: Mit digitalen Diensten Kunden gewinnen und halten, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
	Besonderes	-
Organi-sation	**ECTS-Punkte**	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %

Modulbezeichnung		Digital Controlling, Business Analytics & Robotic Process Automation
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	• Auswirkungen der Digitalisierung auf die Unternehmenssteuerung • Controllerrollen und –kompetenzen in der Digitalisierung • Business Analytics für die Unternehmenssteuerung nutzen • Treiberbasierte Planung, Forecasts und Simulation • Überblick zu Künstlicher Intelligenz bekommen und Anwendungsfälle verstehen • Process/Task/Communication Mining, Robotic Process Automation und Document Understanding kennenlernen und anwenden • Prozess Optimierungen und Automatisierungen planen und umsetzen lernen
	Inhalte	• Digitalisierung des Controllings • Digitalisierungsstrategie im Controlling • Rollen und Kompetenzen • Business Analytics • Reporting, Planung und Steuerung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompe-tenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	Sailer, U.: Digitalisierung im Controlling. Transformation der Unternehmenssteuerung durch die Digitalisierung, UVK München 2023
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	Digital AI based Customer Experience & Relationship Management
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und zukünftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Studienarbeit 100%
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher/ Dozenten	• Prof. Dr. Ulrich Sailer • Malte Horstmann
	Sprache	Deutsch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		**Digitalisierung des Controllings u. KI-basierte Prozess-Automatisierung / Digital Controlling & AI based Process Automation**

<table>
<tr><td colspan="2">Lehrveranstaltung</td><td>Digital Controlling, Business Analytics & Robotic Process Automation</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Ausge-staltung</td><td>Qualifi-kations-ziele</td><td>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
Auswirkungen der Digitalisierung auf die Unternehmenssteuerung zu erfassen
Controllerrollen und –kompetenzen in der Digitalisierung zu verstehen
Business Analytics für die Unternehmenssteuerung zu nutzen
Treiberbasierte Planung, Forecasts und Simulationen durchzuführen
Überblick zu Künstlicher Intelligenz bekommen und Anwendungsfällen verstehen
Process/Task/Communication Mining, Robotic Process Automation und Document Understanding kennenlernen und anwenden
Prozess Optimierungen und Automatisierungen planen und umsetzen lernen
<table>
<tr><td>Wissen</td><td>Kenntnisse</td><td>Fertigkeiten</td><td>Kompetenzen</td></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td>Digitalisierung des Controlling
Business Analytics
Künstliche Intelligenz Einführung und Anwendungen
Prozessautomatisierung:
Mining-Konzept (Process-Mining, Task-Mining)
RPA
KI im Rahmen Prozessautomatisierung:
Machine-Learning, Deep-Learning, Neuronale Netze
iOCR / Datenextraktion
Prozess-Automatisierung und Befähigung</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-methoden</td><td>Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation
Livebeispiele und Software von UiPath, make.com, teachableMachine, napkin.ai, DataExtract, ContentBot</td></tr>
<tr><td>Literatur / Lehr-material</td><td>Skript
Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:
Borchert, S./ Brücher, L./ Maußer, F. (2022): Die digitale Transformation in der Finanzfunktion - Transformation vor Technologie, Rethinking Finance, 4: 58-65.
Bornet, P./Wirtz, J./Barkin I. (2020): Intelligent Automation. World Scientific
Bornet, P. et. al. (2025): Agentic Artificial Intelligence. Irreplaceable Publishing
Hastenteufel, J./ Weber, S./ Röhm, T. (2022): Digitale Transformation im Controlling: Praxisorientierte Lösungsansätze und Chancen für Unternehmen, Wiesbaden
Hermann, M./ Horstmann, M./ Kaper, N. (2021): Hyperautomation, in Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management & Marketing, Springer Gabler, S. 505-524.
Horstmann, M./ Preuss, P. (2020): RPA-Plattformen, in Technologien der Digitalisierung ERP Management 3/2020, GITO
Langmann, C. (2019): Digitalisierung im Controlling, Springer Gabler, Wiesbaden.</td></tr>
</table>

		● Laturnus, M./ Sailer, U. (2020): Digitalisierung im Produktionscontrolling, Controller Magazin, 4: 54-61. ● Mayer, J./ Meinecke, M./ Fehr, A. (2022): Rethink Forecasting, Controlling & Management Review, 2: S. 56-61. ● Provost F./ Fawcett T. (2017): Data Science für Unternehmen. Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden. mitp, Frechen. ● Schäffer U./ Brückner L. (2019): Rollenspezifische Kompetenzprofile für das Controlling der Zukunft. Controlling & Management Review, 7: 14-30. ● Sailer, U./ Lohmann, L. (2024): Predictive Analytics im Controlling: Hemmnisse und Handlungsempfehlungen, Rethinking Finance, 1. ● Sailer, U. (2023): Digitalisierung im Controlling, UVK, München. ● Sailer, U. (2021): Digitalisierung des Controllings durch Business Analytics, in Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management & Marketing, S. 567-592. ● Seiter M. (2023): Business Analytics. Effektive Nutzung fortschrittlicher Algorithmen in der Unternehmenssteuerung, 3. Auflage, Vahlen, München. ● Waitzinger, S. (2021): Digitale Prozessoptimierung in Einkaufsprozessen, in Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management & Marketing, Springer Gabler, S. 525-544. ● Weber, J. (2018): Der Digitalisierungshebel ist sehr schnell wirksam. Controlling & Management Review, 3: 16-23.
	Besonderes	
Organi-sation	**ECTS-Punkte**	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %

Data Management & Methods

Modulbezeichnung		**Datenmodellierung für KI-Anwendungen / Data Modeling for AI**
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	**Qualifika-tionsziele**	Python Programming: ● Befähigung zur praktischen Programmierung mit Python für datengetriebene Anwendungen ● Fähigkeit, Datenstrukturen, Algorithmen und objektorientierte Konzepte zur Modellierung von Daten zu nutzen ● Anwendung von Python für die Vorverarbeitung, Analyse und Visualisierung von Daten im Kontext von KI- und ML-Anwendungen Advanced Statistics: ● Fähigkeit, fortgeschrittene statistische Konzepte und Methoden in der Datenanalyse und im Kontext von KI-Modellen anzuwenden ● Verständnis und Anwendung multivariater Verfahren zur Beschreibung, Modellierung und Prognose komplexer Datenbeziehungen ● Kompetenz, Unsicherheiten zu quantifizieren und statistische Aussagen valide zu interpretieren ● Entwicklung eines fundierten Verständnisses für die statistische Fundierung von Machine-Learning-Methoden
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	**Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompe-tenzen**	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei Lehrveranstaltung
Bezüge …	**.. zu anderen Modulen**	Data Management & Visual Analytics
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und zukünftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Studienarbeit 100%

Organisation	**Modulverantwortlicher/ Dozenten**	• Prof. Dr. Burkhard Hoppenstedt • Prof. Dr. Sebastian Moll
	Sprache	Deutsch / Englisch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		**Datenmodellierung für KI-Anwendungen / Data Modeling for AI**

Lehrveranstaltung		**Datenmodellierung für KI-Anwendungen / Data Modeling for AI**
Ausgestaltung	**Qualifikationsziele**	Python Programming: Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, • grundlegende Python-Konzepte (Syntax, Datentypen, Kontrollstrukturen) sicher anzuwenden, • mit Libraries wie pandas, numpy, matplotlib, sklearn zu arbeiten, • Daten effizient zu laden, zu bereinigen, zu transformieren und zu analysieren, • einfache Machine-Learning-Pipelines mit Python aufzubauen und zu evaluieren, • Python-Skripte in AI-Workflows zu integrieren (z. B. zur Datenmodellierung und zum Feature Engineering). Advanced Statistics: Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, • komplexe statistische Modelle zu formulieren, zu schätzen und zu interpretieren, • multivariate Analysemethoden insbesondere lineare und nicht-lineare Regressionsanalysen anzuwenden, • Unsicherheiten und Wahrscheinlichkeiten zu bewerten und statistische Tests korrekt durchzuführen, • Zeitreihendaten zu visualisieren, zu modellieren und präzise Vorhersagen zu entwickeln. • Python Statistik-Libraries (z. B. statsmodels, matplotlib, u.a.) zu nutzen, um Analysen reproduzierbar durchzuführen.

Wissen	**Kenntnisse**	**Fertigkeiten**	**Kompetenzen**
Fach	x	x	x
System	x	x	x
Selbst	x	x	
Sozial	x		

	Inhalte	Python Programming: ● Einführung in Python (IDEs, Syntax, Datentypen) ● Kontrollstrukturen, Funktionen, Listen, Dictionaries, Sets ● File I/O, reguläre Ausdrücke, JSON, APIs ● Objektorientiertes Programmieren in Python ● Einführung in NumPy und Pandas für Datenmanipulation ● Nutzung von Scikit-learn für erste Modellversuche (Regression, Klassifikation) ● Integration in ML/AI-Pipelines ● Best Practices: Coding Style, Reproduzierbarkeit, Dokumentation ● Datenvisualisierung (z.B. mit plotly dash) Advanced Statistics: ● Statistik mit Python - Basics, Libraries, Frameworks ● Inferenzstatistik o Punkt- und Intervallschätzung o Statistische Hypothesentetsts ● Lineare Regressionsanalyse o Einfache/Multiple Regressionsanalyse o Logistische Regression o Diagnostik ● Zeitreihenanalyse o Visualisierung o Komponentenmodelle der Zeitreihenanalyse o Stationarität o ARIMA o Validierung und Modellbewertung o Prognose
	Lehr- / Lern-methoden	Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation
	Literatur / Lehrmaterial	Skript Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage und Tools: Python Programming: ● McKinney, W. (2022). Python for Data Analysis: Data Wrangling with pandas, NumPy, and Jupyter (3rd ed.). O'Reilly Media. ● Géron, A. (2022). Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow (3rd ed.). O'Reilly Media. ● Raschka, S., & Mirjalili, V. (2022). Machine Learning with PyTorch and Scikit-Learn (2nd ed.). Packt Publishing. ● Iqbal, F. (2023). Data Science with Python: Combine Python, Machine Learning, and Data Science to Build Production-Ready AI Systems. Apress. ● Subramanian, V. (2021). Python Machine Learning Cookbook: Over 100 Recipes to Implement Machine Learning Algorithms Using Python. Packt Publishing. **Genutzte Tools & Frameworks:** ● Python 3.x ● pandas, numpy (Datenanalyse) ● matplotlib, seaborn, dash (Visualisierung) ● scikit-learn und Tensorflow (Modellierung) ● VS Code oder PyCharm (optionale IDEs)

		Advanced Statistics: ● Massaron, L. & Boschetti, A. (2016). *Regression analysis with Python*. Packt Publishing Ltd.Nguyen, H. H., Miller, P. N. A. S. J., Hoang, H., & ● Nguyen, A. (2023). *Building Statistical Models in Python*. Packt Publishing. ● Pant, D. & Mukhiya, S. (2025). *Statistics for Data Scientists and Analysts*., BPB Publications. ● Denis, D. J. (2021). *Applied Univariate, Bivariate, and Multivariate Statistics Using Python: A Beginner's Guide to Advanced Data Analysis*. John Wiley & Sons. ● Bruce, P., Bruce, A., & Gedeck, P. (2021). *Praktische Statistik für Data Scientists: 50+ essenzielle Konzepte mit R und Python*. O'Reilly. **Genutzte Tools & Frameworks:** ● Python (NumPy, SciPy, statsmodels, Scikit-learn) ● Jupyter Notebooks
	Besonderes	
Organi-sation	**ECTS-Punkte**	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %

Modulbezeichnung		Datenmanagement & Visual Analytics / Data Management & Visual Analytics
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	Die Studierenden sollen: • Data Architecture & Management Konzepte verstehen • Informations- & Datenethik einschätzen • Technische Plattformen kennen und den Aufbau von Datenpipelines verstehen • Grundlagen Business Intelligence verstehen • Datenexploration durchführen können • Konzepte zur Mustererkennung kennen • Ansätze und Tools zum Reporting & Visualisierung anwenden können
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei Lehrveranstaltung
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und künftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher / Dozenten	• Prof. Dr. Sebastian Moll • Adrian Blockus (cand. PhD) • Gabriel Fechir
	Sprache	Deutsch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		Datenmanagement & Visual Analytics / Datenmanagement & Visual Analytics

<table>
<tr><th colspan="2">Lehrveranstaltung</th><th>Datenmanagement & Visual Analytics /
Data Management & Visual Analytics</th></tr>
<tr><td rowspan="7">Ausge-
staltung</td><td>Qualifi-
kationsziele</td><td>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
Data Architecture & Management Konzepte verstehen
Informations- & Datenethik einschätzen
Technische Plattformen kennen und den Aufbau von Datenpipelines verstehen
Grundlagen Business Intelligence verstehen
Datenexploration durchführen können
Konzepte zur Mustererkennung kennen
Ansätze und Tools zum Reporting & Visualisierung anwenden können
<table>
<tr><th>Wissen</th><th>Kenntnisse</th><th>Fertigkeiten</th><th>Kompetenzen</th></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td>x</td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td>Unternehmen und Digitalisierungsstrategie
Plattformen und Data Pipelines
Data Architecture & Management
Informations- & Datenethik
Grundlagen Business Intelligence
Datenexploration
Mustererkennung
Reporting & Visualisierung</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-
methoden</td><td>Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele</td></tr>
<tr><td>Literatur /
Lehrmaterial</td><td>Skript

Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:
Chen, H./ Chiang, R. H., & Storey, V. C. (2012): Business intelligence and analytics: from big data to a big impact. MIS Quarterly, 1165-1188.
Coester, U. (2021): Ethik & Digitalisierung, in Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management & Marketing, S. 593-608.
Ghavami, P. (2021): Big Data Management, DeGruyter.
Müller, R./Lenz, H. (2013): Business Intelligence, Springer.
Nussbaumer Knaflic, C.(2017): Storytelling mit Daten, Vahlen.</td></tr>
<tr><td>Besonderes</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Organisa-
tion</td><td>ECTS-
Punkte</td><td>6 ECTS</td></tr>
<tr><td>Aufteilung</td><td>150 Stunden</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td>Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %</td></tr>
</table>

Analytics Application

Modulbezeichnung		Machine Learning & Big Data Analytics
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	**Qualifika-tionsziele**	• Big Data Analysis & Predictive Analytics verstehen • Umgang mit einem Advanced Analytics Tool erlernen • Data Mining und CRM anwenden • Predictive Analytics basierte Analysen durchführen können
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	**Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompe-tenzen**	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei Lehrveranstaltung
Bezüge …	**.. zu anderen Modulen**	Digital Technology & Law
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und zukünftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Studienarbeit 100%
Organisa-tion	**Modulverant-wortlicher/ Dozenten**	• Prof. Dr. Sebastian Moll • Dr. Stefanie Seifert
	Sprache	Englisch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		**Machine Learning & Big Data Analytics / Machine Learning & Big Data Analytics**

<table>
<tr><td colspan="2">Lehrveranstaltung</td><td colspan="4">Machine Learning & Big Data Analytics</td></tr>
<tr><td rowspan="7">Ausge-staltung</td><td rowspan="6">Qualifi-kationsziele</td><td colspan="4">Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
● Big Data Analysis & Predictive Analytics zu verstehen
● Data Mining und CRM anzuwenden
● Predictive Analytics basierte Marktanalysen durchführen zu können</td></tr>
<tr><td>Wissen</td><td>Kenntnisse</td><td>Fertigkeiten</td><td>Kompetenzen</td></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td>x</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="4">● Tooltraining Advanced Analytics Plattform KNIME
● Big Data & Innovation: Einführung, Technologie und Methoden
● Einführung Machine Learning & Predictive Analytics
● Machine Learning – Methoden
● CRM Analytics: Use Cases, Einführung Personalisierung, Praxisbeispiele
● Natural Language Processing: Use Cases</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-methoden</td><td colspan="4">Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation</td></tr>
<tr><td>Literatur / Lehrmaterial</td><td colspan="4">Skript
Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:

● Ng, A., Soo, K.: Data Science – Was ist das eigentlich ?!, Algorithmen des maschinellen Lernens verständlich erklärt, Springer, 2017.
● Finlay, S.: Predictive Analytics, Data Mining and Big Data – Myths, Misconceptions and Methods, Palgrave MacMillan, 2014.
● Provost, F./ Fawcett, T.: Data Science für Unternehmen. Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden, mitp Verlag, Frechen 2017.
● Engel, M. (2021): Nutzung von KI für Predictive Analytics, in: Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management & Marketing, S. 481-504.</td></tr>
<tr><td>Besonderes</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Organi-sation</td><td>ECTS-Punkte</td><td colspan="4">6 ECTS</td></tr>
<tr><td>Aufteilung</td><td colspan="4">150 Stunden</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td colspan="4">Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit
= 14 % (28 UE) :43 % :43 %</td></tr>
</table>

Modulbezeichnung		Web & People Analytics
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	• Web Analytics verstehen • Google Analytics einsetzen können • People Analytics Konzepte verstehen und umsetzen • Tools im Bereich People Analytics zu konfigurieren und einsetzen
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompe-tenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei Lehrveranstaltung
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	Machine Learning & Big Data Analytics
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und zukünftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Studienarbeit 100%
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher/ Dozenten	• Tobias Fox • Dr. Claudia Salomon
	Sprache	Englisch
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		Web & People Analytics

<table>
<tr><th colspan="2">Lehrveranstaltung</th><th colspan="4">Web & People Analytics</th></tr>
<tr><td rowspan="6">Ausge-staltung</td><td>Qualifi-kationsziele</td><td colspan="4">Web Analytics:
Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
● Web Analytics zu verstehen
● Google Analytics einsetzen zu können

People Analytics:
Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
● People Analytics Konzepte verstehen und umsetzen
● Tools im Bereich People Analytics zu konfigurieren und einzusetzen</td></tr>
<tr><td rowspan="5"></td><td>Wissen</td><td>Kenntnisse</td><td>Fertigkeiten</td><td>Kompetenzen</td></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td>x</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="4">Web Analytics:
● Web Analytics Konzepte und -Strategien
● Umsetzung in Google Analytics
● Durchführung der Basis-Zertifizierung für Google Analytics als Zusatzqualifikation

People Analytics:
● Überblick HR Technologien
● Auswirkung der Digitalisierung auf die HR Organisation
● People Analytics Ansätze und Anwendungsbereiche
● People Analytics Tools</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-methoden</td><td colspan="4">Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation</td></tr>
<tr><td>Literatur / Lehrmaterial</td><td colspan="4">Skript
Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:

Web Analytics:
● Clifton, B. (2020). Google Analytics (4th ed.). Wiley. https://www.wiley.com/en-us/Google+Analytics%2C+4th+Edition-p-9781119579587
● Gentsch, P. (2021). Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service: Mit AI Business Cases aus der Praxis (2. Aufl.). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32618-7
● Jansen, B. J., Spink, A., & Pedersen, J. (2005). Web search: Public searching of the web. Springer. https://doi.org/10.1007/b106259
● Kaushik, A. (2010). Web analytics 2.0: The art of online accountability and science of customer centricity. Wiley. https://www.wiley.com/en-us/Web+Analytics+2+0%3A+The+Art+of+Online+Accountability+and+Science+of+Customer+Centricity-p-9780470529393</td></tr>
</table>

		• von Heeren, R. (o. J.). Das Web Analytics Praxisbuch: Einstieg in die professionelle Web-Analyse mit Google Analytics. Nürnberg: Mitp-Verlag. People Analytics: • AIHR / Academy to Innovate HR (2022): People Analytics Certificate Course • Bersin, J. (2012). The Maturity Model for Workforce Analytics. Bersin & Associates. • Biemann, Torsten; Englmaier, Florian; Sliwka, Dirk; Weller, Ingo (2017): People Analytics – Personaldaten als Erfolgsfaktor. In: Personal quarterly, Vol. 69, Nr. 3, S. 8–15 • Boakye, A., & Lamptey, Y. A. (2020). The Rise of HR Analytics: Exploring Its Implications from a Developing Country Perspective. Journal of Human Resource Management, 8(3), 181–189. https://doi.org/10.11648/j.jhrm.20200803.19 • Bruch, H., Lohmann, T. & Szlang, J.J.K. (2019). People-Management 2025: Zwischen Technologie- und Kulturtransformation. In: Personalführung, 11, S. 56–63. • Cornerstone & Frankfurt Business Media. (o. J.). HR-Analytics 2025. • Gal, U., Jensen, T. B., & Stein, M-K. (2017). People Analytics in the Age of Big Data: An Agenda for IS Research. In ICIS 2017 Proceedings Association for Information Systems. AIS Electronic Library (AISeL). • Gartner, Hype Cycle for Human Capital Management Technology, 2020, Helen Poitevin, 27 July 2020 • Green, D. & Ferrar, J. (2021). Excellence In People Analytics. Kogan Page. • HR Tech Consulting GmbH (2022), Projektdokumentationen • Hammermann, A., Lehr, J. & Burstedde, A. (2022). HR Analytics: Anwendungsfelder und Erfolgsfaktoren. http://hdl.handle.net/10419/260362 • Insight222 (People Analytics Trend Report 2024) • Kienbaum (2020). Winning with People Analytics: Deutsche Unternehmen auf dem Weg zur datengestützten HR-Arbeit. • Ludwig, T., & Thiemann, H. (2020). Datenkompetenz – Data Literacy. Informatik Spektrum, 43, 436–439. • Marr, B. (2018). Data-Driven HR. Kogan Page. • Mühlbauer, D. (2017). People Analytics: Ein praxisorientiertes Umsetzungsmodell. In: Handbuch HR-Management: New Work & Arbeiten 4.0. • People-Management 2025, Universität St. Gallen/PWC • Reindl, C. & Krügl, S. (2017). People Analytics in der Praxis. Haufe Gruppe. • Salomon, C. (2025). People Analytics: Strategische Ansätze und KI-gestützte Strategien. In Detscher, S., & Hepp, M. (Hrsg.), Praxishandbuch Digitales Management. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-46399-1_37-1 • Smith, T. (2013). HR Analytics: The What, Why and How... Numerical Insights LLC. • Ziegler, V., & Pretschner, A. (2023). Rethinking People Analytics With Inverse Transparency by Design.
	Besonderes	
Organi-sation	**ECTS-Punkte**	6 ECTS
	Aufteilung	150 Stunden
	Workload	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %

Digital Management

Modulbezeichnung		Digital Business Management Elective I / Digital Business Management Wahlpflichtfach I
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	• Erwerb von Kompetenzen im Fachbereich des digitalen Business Managements • Aufbau von Know-How im Umgang von Ansätzen und Tools im Bereich des digitalen Business Managements
	Inhalte	Modul kann frei gewählt werden aus den anderen Modulen der Fachrichtung Digital Business Management -> siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompe-tenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei Lehrveranstaltung
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und zukünftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher/ Dozenten	siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
	Sprache	siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		**Digital Business Management Elective I / Digital Business Management Wahlpflichtfach I**

<table>
<tr><th colspan="2">Lehrveranstaltung</th><th>Digital Business Management Elective I /
Digital Business Management Wahlpflichtfach I</th></tr>
<tr><td rowspan="6">Ausge-
staltung</td><td>Qualifi-
kationsziele</td><td>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
● Kompetenzen im Fachbereich des digitalen Business Managements zu erlangen
● Know-How im Umgang von Ansätzen und Tools im Bereich des digitalen Business Managements aufzubauen

<table><tr><th>Wissen</th><th>Kenntnisse</th><th>Fertigkeiten</th><th>Kompetenzen</th></tr><tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr><tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr><tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr><tr><td>Sozial</td><td>x</td><td></td><td></td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td>Siehe Modulbeschreibung des frei aus den Modulen des
M.Sc. Digital Business Management wählbaren Moduls</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-
methoden</td><td>Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation</td></tr>
<tr><td>Literatur /
Lehrmaterial</td><td>Skript
Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:

Siehe Modulbeschreibung des frei aus den Modulen des
M.Sc. Digital Business Management wählbaren Moduls</td></tr>
<tr><td>Besonderes</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Organi-
sation</td><td>ECTS-
Punkte</td><td>6 ECTS</td></tr>
<tr><td>Aufteilung</td><td>150 Stunden</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td>Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit
= 14 % (28 UE) :43 % :43 %</td></tr>
</table>

Modulbezeichnung		Digital Business Management Elective II / Digital Business Management Wahlpflichtfach II
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	• Erwerb von Kompetenzen im Fachbereich des digitalen Managements • Aufbau von Know-How im Umgang von Ansätzen und Tools im Bereich des digitalen Managements
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompe-tenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei Lehrveranstaltung
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes, praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und zukünftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher/ Dozenten	siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
	Sprache	siehe Beschreibung des jeweiligen Moduls
	ECTS-Punkte	6 ECTS
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit = 14 % (28 UE) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		Digital Business Management Elective II / Digital Business Management Wahlpflichtfach II

<table>
<tr><th colspan="2">Lehrveranstaltung</th><th colspan="4">Digital Business Management Elective II /
Digital Business Management Wahlpflichtfach II</th></tr>
<tr><td rowspan="7">Ausge-
staltung</td><td rowspan="5">Qualifi-
kationsziele</td><td colspan="4">Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
● Kompetenzen im Fachbereich des digitalen Managements zu erlangen
● Know-How im Umgang von Ansätzen und Tools im Bereich des digitalen Managements aufzubauen</td></tr>
<tr><td>Wissen</td><td>Kenntnisse</td><td>Fertigkeiten</td><td>Kompetenzen</td></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td></td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td>x</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="4">Siehe Modulbeschreibung des frei aus den folgenden Masterprogrammen wählbaren Moduls:
● M.Sc. Digital Business Management
● MBA Digital Marketing & Sales
● MBA Digital Business & Leadership
● MBA Digital Operations Management
● MBA Digital Management & Analytics
● MBA Digital & Sustainable Management</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-
methoden</td><td colspan="4">Vorlesung und Diskussion, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit Präsentation</td></tr>
<tr><td>Literatur /
Lehrmaterial</td><td colspan="4">Skript
Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:

Siehe Modulbeschreibung des frei aus den folgenden Masterprogrammen wählbaren Moduls:
● M.Sc. Digital Business Management
● MBA Digital Marketing & Sales
● MBA Digital Business & Leadership
● MBA Digital Operations Management
● MBA Digital Management & Analytics
● MBA Digital & Sustainable Management</td></tr>
<tr><td>Besonderes</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Organi-
sation</td><td>ECTS-
Punkte</td><td colspan="4">6 ECTS</td></tr>
<tr><td>Aufteilung</td><td colspan="4">150 Stunden</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td colspan="4">Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Aufgaben/ Gruppenarbeit
= 14 % (28 UE) :43 % :43 %</td></tr>
</table>

Digital Research

Modulbezeichnung		Master Research Seminar
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	Die Studierenden sollen: ● lernen, ein Forschungsprojekt (z.B. empirische Masterarbeit) erfolgreich planen ● die einschlägige internationale Literatur, insbesondere in ihrem Fachgebiet, finden, kritisch lesen und analytisch bewerten ● die geeignete empirische Methodik für ihre Forschungsfragen und ihren Forschungsgegenstand auswählen ● die Literatur, ihre Forschungsfragen, ihre Methodik und Ergebnisse überzeugend und leicht verständlich darstellen ● IT-Tools wie Literaturdatenbanken oder das Literaturverwaltungsprogramm Zotero sowie LLM-basierte Tools effektiv und effizient nutzen
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Masterarbeit, Vorlesung mit Diskussion und Übungen
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltung
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	Theorien und wissenschaftliche Methoden aus anderen Modulen können eingebracht und als Beispiele genutzt werden
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und künftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Schriftliche Arbeit 100%
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher / Dozenten	● Prof. Dr. Carsten Herbes ● Prof. Dr. Sebastian Moll
	Sprache	Englisch
	ECTS-Punkte	6 ECTS-Sätze
	Workload	150 Stunden
	Aufteilung	Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Hausarbeiten/Gruppenarbeiten = 14 % (28 Unterrichtseinheiten) :43 % :43 %
Lehrveranstaltung		Master Research Seminar

<table>
<tr><td colspan="2">Lehrveranstaltung</td><td>Master Research Seminar</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Ausge-staltung</td><td>Qualifi-kationsziele</td><td>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,

● ein Forschungsvorhaben (z.B. empirische Masterarbeit) erfolgreich zu planen
● die einschlägige internationale Literatur, insbesondere in ihrem Fachgebiet, zu finden, kritisch zu lesen und analytisch zu bewerten
● die geeignete empirische Methodik für ihre Forschungsfragen und ihren Forschungsgegenstand auszuwählen
● die Literatur, ihre Forschungsfragen, Methodik und Ergebnisse überzeugend und leicht verständlich darzustellen
● IT-Tools wie Literaturdatenbanken oder das Literaturverwaltungsprogramm Zotero sowie LLM-basierte Tools effektiv und effizient zu nutzen

<table>
<tr><th>Wissen</th><th>Kenntnisse</th><th>Fertigkeiten</th><th>Kompetenzen</th></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td>● Effiziente Literatursuche mit EBSCO, EconLit, Google Scholar etc.
● Effizientes Lesen wissenschaftlicher Aufsätze und kritischer Umgang mit Literatur
● Verwendung von Theorien generell; Theorien im Bereich Digital Management und insbes. KI/ Data Science
● Überblick empirische Forschungsmethoden und Auswahlkriterien; Vorstellung Alternative: Hermeneutik
● Übersicht qualitative Forschungsmethoden
● Inhaltsanalyse
● Optionen für die Veröffentlichung von Forschungsergebnissen
● Weitere Inhalte nach Bedarf</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-methoden</td><td>Vorlesung und Diskussion, Übungen</td></tr>
<tr><td>Literatur / Lehrmaterial</td><td>Skript

Literaturempfehlungen, jeweils in der neuesten Auflage:
● DÖRING/BORTZ (2023): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 6. Auflage, Heidelberg: Springer
=> über die HfWU-Bibliothek kostenlos als E-book erhältlich</td></tr>
<tr><td>Besonderes</td><td>Individuelle Tipps zur Erstellung eines Exposés für die Masterarbeit. Die Aufgaben im Seminar werden nicht benotet, sind aber verpflichtende Abgaben als Vorarbeit zur Masterthesis, um für diese dann die insgesamt 18 ECTS (was 18 x 25 Std. = 450 Arbeitsstunden entspricht) zu bekommen.</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Organisa-tion</td><td>ECTS-Punkte</td><td>6 ECTS</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td>150 Stunden</td></tr>
<tr><td>Aufteilung</td><td>Präsenz : Vor-/Nachbereitung + Selbststudium : Hausarbeiten/Gruppenarbeiten = 14 % (28 Unterrichtseinheiten) :43 % :43 %</td></tr>
</table>

Modulbezeichnung		Master Thesis
Beitrag des Moduls zu den Studien-zielen	Qualifika-tionsziele	Die Studierenden sollen: ● erfolgreich eine Forschungsarbeit (z.B. empirische Masterarbeit) als eigenständiges Projekt umsetzen ● die einschlägige (auch internationale) Literatur, insbesondere in ihrem Fachgebiet, in ihrer Forschungsarbeit analytisch gewinnbringend analysieren ● die geeigneten empirische Methodik für ihre Forschungsfragen und -inhalte anwenden ● Sprachlich angemessen schreiben ● IT-Tools wie Literaturdatenbanken oder Literaturverwaltungsprogramme effektiv und effizient nutzen
	Inhalte	Siehe Lehrveranstaltung
	Lehr- / Lernformen	Masterarbeit, Vorlesung mit Diskussion und Übungen
Voraus-setzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltung
Bezüge …	.. zu anderen Modulen	Theorien und wissenschaftliche Methoden aus anderen Modulen können eingebracht und als Beispiele genutzt werden
	.. zum HfWU Profil	Stark auf Bedarf der berufsbegleitend Studierenden fokussiertes praxisorientiertes Curriculum. Aktuelle und neuartige Themen im Bereich Digitalisierung werden von sehr gut qualifizierten Akademikern und Praktikern unterrichtet. Die Lehrinhalte werden von hochwertiger praxisorientierter Forschung mit entsprechenden Veröffentlichungen unterstützt. Gesellschaftlich gesehen wird der Kurs einen Beitrag leisten, dass sich Arbeitnehmer und Selbständige im für die berufliche Entwicklung heutzutage und künftig sehr wichtigen Bereich der Digitalisierung weiterzubilden und so ihre Beschäftigungsfähigkeit/ Wettbewerbsfähigkeit langfristig und nachhaltig sicherzustellen.
Prüfungsleistungen		Masterarbeit (6 Mon.) 100%
Organisa-tion	Modulverant-wortlicher / Dozenten	Prof. Dr. Carsten Herbes + weitere ProfessorInnen & Dozentnnen des Studienprogramms + Dr. Theresa Fritz
	Sprache	Deutsch / Englisch
	ECTS-Punkte	24 ECTS
	Workload	600 Stunden
	Aufteilung	Coaching : eigene Arbeit = 1 % (4 Unterrichtseinheiten) : 99 %
Lehrveranstaltung		Master Thesis

<table>
<tr><th colspan="2">Lehrveranstaltung</th><th colspan="4">Master Thesis</th></tr>
<tr><td rowspan="7">Ausge-staltung</td><td>Qualifi-kationsziele</td><td colspan="4">Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden,
eine Forschungsarbeit (z.B. empirische Masterarbeit) als Projekt erfolgreich zu planen und eigenständig durchzuführen
die relevante (auch internationale) Literatur, insbesondere in ihrem Fachbereich zu finden, sie kritisch zu lesen und analytisch gewinnbringend in der Forschungsarbeit aufzuarbeiten
die passende empirische Methodik für ihre Forschungsfragen und ihren Forschungsgegenstand auszuwählen
sprachlich angemessen schreiben
IT-Tools wie Literatur-Datenbanken oder Literaturverwaltungsprogramme effektiv und effizient einzusetzen</td></tr>
<tr><td rowspan="5"></td><td>Wissen</td><td>Kenntnisse</td><td>Fertigkeiten</td><td>Kompetenzen</td></tr>
<tr><td>Fach</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>System</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Selbst</td><td>x</td><td>x</td><td>x</td></tr>
<tr><td>Sozial</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="4">Effiziente Literatursuche mit EBSCO, EconLit, Google Scholar etc.
Effizientes Lesen wissenschaftlicher Aufsätze und kritischer Umgang mit Literatur
Verwendung von Theorien generell; Theorien im Bereich Digital Management insbes. AI/ Data Science
Überblick empirische Forschungsmethoden und Auswahlkriterien; Vorstellung Alternative: Hermeneutik
Übersicht qualitative Forschungsmethoden
Inhaltsanalyse
Optionen für die Veröffentlichung von Forschungsergebnissen
Weitere Inhalte nach Bedarf</td></tr>
<tr><td>Lehr- / Lern-methoden</td><td colspan="4">Vorlesung und Diskussion, Übungen</td></tr>
<tr><td>Literatur / Lehrmaterial</td><td colspan="4">siehe Skript und Literaturempfehlungen des Master Research Seminars</td></tr>
<tr><td>Besonderes</td><td colspan="4">Individuelle Tipps zur Erstellung eines Exposés für die Masterarbeit</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Organisa-tion</td><td>ECTS-Punkte</td><td colspan="4">24 ECTS</td></tr>
<tr><td>Aufteilung</td><td colspan="4">600 Stunden</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td colspan="4">Coaching : eigene Arbeit = 1 % (4 Unterrichtseinheiten) : 99 %</td></tr>
</table>