



HOCHSCHULE RUHR WEST
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

E-Commerce

Modulhandbuch

Bachelor of Science (B.Sc.)

BPO 2017 (für Studierende ab WS 2017/18)

07.01.2019

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule 1. Semester	6
Einführung in die BWL.....	6
Einführung in die Wirtschaftsinformatik und E-Commerce.....	8
English (English).....	10
Grundlagen der Informatik und Programmierung.....	13
Grundlagen des Handelsmanagements.....	15
Pflichtmodule 2. Semester	17
Datenbanken.....	17
Mathematik 1 (Ingenieurmathematik).....	19
Online-Marketing.....	21
Prozessmanagement im E-Commerce.....	23
Rechtliche Grundlagen des E-Commerce.....	25
Pflichtmodule 3. Semester	27
Angewandte Statistik.....	27
Bilanz- und Erfolgsrechnung.....	29
Customer Relationship Management (CRM) und Web Controlling.....	33
Investition und Finanzierung.....	35
Softwaretechnik.....	38
Pflichtmodule 4. Semester	40
Entrepreneurship.....	40
MMI und GUI Programmierung.....	42
Operations und Supply Chain Management.....	45
Shop- und Warenwirtschaftssysteme.....	47
Webtechnologien und mobile Anwendungen.....	49
Pflichtmodule 5. Semester	51
Geschäftsmodelle im E-Commerce.....	51
Marktforschung - Statistische Auswertung mit SPSS.....	53
Social Commerce und Social Media.....	56

Wahlmodule	58
Big Data.....	58
Case Study Seminar in International Retail Management (English).....	61
Computergrafik und Visualisierung.....	63
Current Topics of Operations & Supply Chain Management (English).....	65
Digitales Mediendesign.....	69
EDV-gestützte Abwicklung betrieblicher Geschäftsprozesse I.....	71
Empfehlungssysteme im E-Commerce.....	73
Handelscontrolling.....	75
Internationales Management.....	77
Let's battle for some attention: Brand Development and Marketing (project-based) (English).....	79
Mensch und Technik I - Grundlagen Psychologie und Ergonomie.....	82
Net Economy (English).....	84
Positive Computing und Diversity in der Mensch-Technik-Interaktion.....	87
Projekt: Benutzerschnittstellen für Mobilgeräte.....	89
Virtual und Augmented Reality.....	91
Praxissemester	93
Praxissemester.....	93
Praxisseminar.....	95
Bachelorarbeit	97
Bachelorarbeit.....	97
Bachelorarbeit (Kolloquium).....	99

Curriculare Übersicht

Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
1	BWL EC	Einführung in die BWL	Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Technik des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens	6	4
1	WIE	Einführung in die Wirtschaftsinformatik und E-Commerce	Einführung in die Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und des E-Commerce / Online-Handel	6	5
1	ENG	English (English)		6	4
1	GIP	Grundlagen der Informatik und Programmierung		6	5
1	HBL	Grundlagen des Handelsmanagements	Einführung in das moderne Handelsmanagement	6	4
				30	22
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
2	GID_MH	Datenbanken		6	5
2	MAT 1	Mathematik 1 (Ingenieurmathematik)	Das Modul umfasst grundlegende Inhalte der deskriptiven Statistik sowie der Ingenieur- und Wirtschaftsmathematik inklusive exemplarischer Umsetzungen am Computer.	6	6
2	OMAR	Online-Marketing	Einführung in die Instrumente des Online-Marketing	6	4
2	PME	Prozessmanagement im E-Commerce	Einführung in das Prozessmanagement mit einer Vertiefung im E-Commerce	6	3
2	ECLAW	Rechtliche Grundlagen des E-Commerce		6	4
				30	22
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
3	Ang. Stat.	Angewandte Statistik		6	4
3	BWL II	Bilanz- und Erfolgsrechnung	Einführung in das Rechnungswesen; Bilanzen; Jahresabschluss nach HGB	6	4
3	CRM	Customer Relationship Management (CRM) und Web Controlling	Einführung in das Customer Relationship Management im Online-Handel und die wichtigsten Kennzahlen und Instrumente des Web Controllings	6	5
3	BWL VI	Investition und Finanzierung	Investitionsverfahren, Finanzierungsformen und Finanzmanagement	6	4
3	SWT	Softwaretechnik		6	5
				30	22
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
4	ENT	Entrepreneurship	Technologiebasierte Unternehmensgründungen & Innovationen	6	2,5
4	MMI	MMI und GUI Programmierung	Programmierung grafischer Benutzeroberflächen. Grundzüge zu Richtlinien und Methoden zur Erstellung gebrauchstauglicher Software.	6	5
4	OSCM	Operations und Supply Chain Management	Grundlagen betrieblicher Produktions- und Logistikabläufe	6	4
4	SWW	Shop- und Warenwirtschaftssysteme	Einführung in den Aufbau und Betrieb eines Online-Shops und Warenwirtschaftssystems	6	3
4	APP	Webtechnologien und mobile Anwendungen	Einführung in Webtechnologien und die Entwicklung mobiler Anwendungen	6	5
				30	19,5
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
5	EBM	Geschäftsmodelle im E-Commerce	Einführung in die Entwicklung von Geschäftsmodellen	6	5
5	EDV I	Marktforschung - Statistische Auswertung mit SPSS	Datenerhebung, -bereinigung und -analyse sowie Darstellung und Interpretation der Datenanalyse	6	4

5	SCSM	Social Commerce und Social Media	Einführung in Strategien, Maßnahmen und Plattformen des Social Commerce und der sozialen Medien (Social Media)	6	5
5	Wahlmodul 1	Wahlmodul 1	Wahlmodul 1	6	
5	Wahlmodul 2	Wahlmodul 2	Wahlmodul 2	6	
				30	14
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
6	Wahlmodul 3	Wahlmodul 3	Wahlmodul 3	6	
6	Wahlmodul 4	Wahlmodul 4	Wahlmodul 4	6	
6	Wahlmodul 5	Wahlmodul 5	Wahlmodul 5	6	
6	Praxissemester Teil I			12	
				30	
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
7	Praxissemester Teil II (inkl. Praxisseminar)			16	
7		Bachelorarbeit		12	
7	Kolloq.	Bachelorarbeit (Kolloquium)		2	
				30	
Summe Gesamtstudium				210	99,5

Pflichtmodule 1. Semester

Einführung in die BWL

Modulname		Einführung in die BWL				
Modulname englisch		Business Administration I				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch				
Dozent/in		N.N.				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
BWL EC	180 h	6	1. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: 4 SWS	4 SWS (= 60 h)	Gesamt: 120 h		Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden verstehen die Besonderheiten der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft. Sie können ökonomisch denken, so dass sie ökonomische Probleme erkennen, analysieren und diskutieren können. Sie kennen grundlegenden Entscheidungen in Unternehmen und sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und umzusetzen.					
	Die Studierenden verstehen die Zusammenhänge zwischen Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung, beherrschen die betriebswirtschaftlichen Rechengrößen und sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Vorgänge buchhalterisch abzubilden.					
3	Inhalte					
	Betriebswirtschaftliche Grundlagen					
	<ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre • Die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft • Die betrieblichen Produktionsfaktoren • Preis-Absatz- und Nachfragefunktion • Betriebswirtschaftliche Basisentscheidungen <ul style="list-style-type: none"> ◦ Betriebliche Ziele ◦ Geschäftsidee und Geschäftsmodelle ◦ Strategische Planung ◦ Standortwahl ◦ Rechtsformen • Organisation: Aufbau- und Ablauforganisation 					
	Technik des betrieblichen Rechnungswesens					
	<ul style="list-style-type: none"> • Einordnung des Rechnungswesens in die Unternehmung • Unterscheidung internes und externes Rechnungswesen • Buchführungspflicht, Inventur und Inventar; die Bilanz, Bilanzveränderungen • Konto, Buchungssatz und Abschluss von Konten • Erfolgswirksame und erfolgsneutrale Buchungen • Von der Eröffnungsbilanz zur Schlussbilanz • Buchungen mit der Umsatzsteuer, die Buchung von Steuern 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Anschaffung, Herstellung, Abschreibung und Verkauf von Anlagevermögen • Abschreibung und Wertberichtigung von Forderungen • Lohn- und Gehaltsbuchungen • Zeitliche Abgrenzung und Rückstellungen 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Gruppenarbeit, Fallanalysen				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (120 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung; die Module sind voneinander unabhängig zu bestehen und wiederholbar				
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben				

Einführung in die Wirtschaftsinformatik und E-Commerce

Modulname		Einführung in die Wirtschaftsinformatik und E-Commerce			
Modulname englisch		Business Informatics and E-Commerce			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Prof. Dr. Oliver Koch			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
WIE	180 h	6	1. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung: 2 SWS Seminar: 2 SWS Online-Betreuung: 1 SWS	5 SWS (= 75 h)	Gesamt: 105 h	Vorlesung max. 150 bzw. 120 Seminar 15 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden haben die Rolle der Wirtschaftsinformatik als Bindeglied und Mittler zwischen betrieblichen (IT-)Anforderungen und IT-technischer Umsetzung in Form von Informationssystemen verinnerlicht. Sie kennen die wichtigsten Kategorien inner- und überbetrieblicher Anwendungssysteme und können Bedarfe auf diesen abbilden. Sie verfügen über Modellierungskennntnisse und kennen klassische sowie neuer Methoden der System- und Softwareentwicklung und des Projektmanagements. Die Studierenden sind sensibilisiert für die Chancen, die sich aus E-Commerce, Social Media und Digitalisierung in Handel und Industrie ergeben, kennen aber auch die damit verbundenen Risiken, z.B. bzgl. Datenschutz. Sie haben einen Überblick über die wichtigsten Themenbereich im E-Commerce / Online-Handel und können die relevanten Begriffe einordnen.</p>				
3	Inhalte				
	Einführung in die Wirtschaftsinformatik				
	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftsinformatik: wissenschaftliche Einordnung, historische Entwicklung und Grundbegriffe • Betriebliche Informationssysteme als zentraler Gegenstand der Wirtschaftsinformatik • Informations- und kommunikationstechnische Infrastrukturen • Datenorganisation und Datenmanagement • Kommunikationssysteme, Internet und WWW • Betriebliche Anwendungssysteme • Integrierte Informationsverarbeitung, z.B. ERP / SAP, SCM und CRM • Wissensmanagement und Entscheidungsunterstützung • Informationsmanagemt als Aufgabe und betriebliche Funktion • Sytementwicklung und Modellierung • IT-Sicherheit und Datenschutz • Entwicklungsperspektiven der (Wirtschafts-)Informatik, z.B. Digitalisierung 4.0 				
	Einführung in E-Commerce / Online-Handel				
	<ul style="list-style-type: none"> • Formen elektronischer Geschäftsbeziehungen: B2C, B2B, C2C etc. • Wertschöpfungsstufen im E-Commerce • Kundeninteraktion im Online-Handel (Online/Offline, Onsite/Offsite, Upstream/Downstream) 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsmodelle im Online-Handel • Marketingmix (Fokus: Online-Marketing) und CRM im Onlinehandel • Web Shops: Architekturen, Systeme, Bezahlverfahren • Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im Online-Handel • Zukunftstrends und -szenarien im E-Commerce <p>Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeiten, insbesondere als Vorbereitung für die Erarbeitung der Seminararbeit 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Dozentenvortrag, Fallstudien und Gruppenarbeit im Seminar, Online-Betreuung der Seminararbeit</p>				
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>				
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>				
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (50%) Prüfungssprache: Deutsch Seminararbeit (10 Seiten) (50%) Prüfungssprache: Deutsch</p>				
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestandene Modulprüfungen</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>				
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Laudon, K; Laudon J.; Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik - Eine Einführung, 3. Auflage, Pearson 2015.</p> <p>Hansen, Hans Robert; Mendling, Jan; Neumann, Gustaf: Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage, UTB 2015.</p> <p>Abts, Dietmar; Müller, Wilhelm: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, 8. Auflage, Vieweg + Teubner 2013.</p> <p>Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, 8. Auflage, SpringerGabler 2017.</p> <p>Kreuzer, R.: Online Marketing, Studienwissen kompakt, SpringerGabler 2015.</p> <p>Weitere Literaturhinweise werden themenspezifisch im Laufe der Veranstaltung gegeben. Die Vergabe der Seminararbeitsthemen erfolgt in einer der ersten Seminar-Veranstaltungen.</p>				

English (English)

Module Title		Englisch			
Module Title in English		English			
Module Leader		Ingo Bachmann			
Teaching Staff		ZfK/Ingo Bachmann			
Courselanguage/		English			
Code	Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration
ENG	180 h	6	1st semester	Every Winter semester	1 semester
1	Type of Course	Scheduled Learning	Independent Study		Approx. Number of Participants
	Seminar: 4 h/week	4 h/week (= 60 h)	Total: 120 h		Seminar 15
2	Learning Outcomes / Competences				
	<p>Knowledge: The students have acquired a good range of specialist vocabulary. Next to various technical expressions, the students also know common, frequently used phrases and idiomatic expression relevant to their potential future professional field. This knowledge applies to their written as well as spoken competence. The students are familiar with the fundamentals of intercultural communication.</p> <p>Skills: The students can communicate adequately in a spoken as well as in a written way in a specialist context. They are capable of describing and explaining their own work environment and work-related tasks, work processes as well as the relevant technical background needed. They are also able to actively participate in discussions in English and to give a short, subject-related presentation and communicate content in a target group-oriented way. Furthermore, the students can access and engage with specialist texts and also write short scientific text in English on their own.</p> <p>Competences: The students have a good command of the specialist terminology relevant to their field of study and professional field. This applies to their receptive as well as their productive language skills (A2, K2, E3, R2). The students are competent in preparing a presentation in English independently and also holding the presentation at the end. They have the methodical competence to structure and present their presentation in such a way that it is communicated adequately and target group-oriented (A3, K2, E3, R3). They have learned to take into account relevant intercultural factors in a given communicative process (A3, K2, E3, R2). In addition, the students' social competence has improved through working in small groups, performing various project-related tasks and activities. Emerging problems and team-building processes can be discussed in English (A2, K2, E3, R2).</p>				
3	Contents				
	<p>Technical English for Applied Informatics</p> <p>Describing technical processes, work processes and organisational charts</p> <p>Business correspondence via various media</p> <p>Reading competence and reading techniques</p> <p>Writing abstracts and scientific reports</p> <p>Presentation skills</p>				

	<p>Taking part in discussion</p> <p>Intercultural communication</p>																						
4	<p>Teaching Methods</p> <p>Project-based seminar, exercises, working in small groups</p>																						
5	<p>Content-Related Module Prerequisites</p> <p>Students' level of English should be B1 CEFR (corresponds to five years of English with adequate grades).</p> <p>Students whose English is not yet on a B1 level should consider taking either the ZfK module "English for Beginners" and/or "English Refresher Course" prior to this module.</p>																						
6	<p>Formal Module Prerequisites</p>																						
7	<p>Type of Exams</p> <p>Portfolio:</p> <p>experience report on your group work (2 pages) Examlanguage: English (in week 3) (0%)</p> <p>abstract about the topic of the presentation (60 min.) (in week 7) (25%) Examlanguage: English</p> <p>presentation on a study-related subject in small groups of two to four students (10 min.) (in week 11) (40%) Examlanguage: English</p> <p>written test (60 min.) (in week 15) (35%) Examlanguage: English</p>																						
8	<p>Prerequisite for the Granting of Credits</p> <p>successful participation and successful contribution + passing the exam</p>																						
9	<p>This Module Appears in:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Course of Studies</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2010</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2017</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2013</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2017</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Modules in English at HRW</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2013</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2017</td> <td>Compulsory Module</td> </tr> </tbody> </table>	Course of Studies	Status	Angewandte Informatik_BPO2010	Compulsory Module	Angewandte Informatik_BPO2017	Compulsory Module	E-Commerce_BPO 2017	Compulsory Module	Energieinformatik_BPO2013	Compulsory Module	Energieinformatik_BPO2017	Compulsory Module	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Compulsory Module	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Compulsory Module	Modules in English at HRW	Compulsory Module	Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Compulsory Module	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Compulsory Module
Course of Studies	Status																						
Angewandte Informatik_BPO2010	Compulsory Module																						
Angewandte Informatik_BPO2017	Compulsory Module																						
E-Commerce_BPO 2017	Compulsory Module																						
Energieinformatik_BPO2013	Compulsory Module																						
Energieinformatik_BPO2017	Compulsory Module																						
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Compulsory Module																						
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Compulsory Module																						
Modules in English at HRW	Compulsory Module																						
Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Compulsory Module																						
Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Compulsory Module																						

10	<p>Weighting of Grade in Relationship to Final Grade</p> <p>Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits</p>
11	<p>Additional Information / Literature</p> <p>Material will be announced during the first session.</p> <p>Das Modul wird für den Studiengang E-Commerce am Standort Mülheim angeboten.</p>

Grundlagen der Informatik und Programmierung

Modulname		Grundlagen der Informatik und Programmierung				
Modulname englisch		Fundamentals of Computer Science and Programming				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch				
Dozent/in		Prof. Dr. Oliver Koch				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
GIP	180 h	6	1. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Praktikum:	3 SWS 2 SWS	5 SWS (= 75 h)	Gesamt: 105 h		Vorlesung mit integrierter Übung Praktikum
					max. 150 bzw. 120	max. 15
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden kennen den grundsätzlichen Aufbau von Computern, die Kodierung von Informationen und können Zahlen zwischen verschiedenen Zahlssystemen umwandeln und sind mit den Grundzügen der Booleschen Algebra und Aussagenlogik vertraut. Die erworbenen Kenntnisse zur Programmierung befähigen die Studierenden zur Planung und selbständigen Entwicklung erster eigener Programme in der Programmiersprache Java.					
3	Inhalte					
	Grundsätzlicher Aufbau und Funktionsweise von Computern, Grundzüge der Booleschen Algebra und Aussagenlogik, Grundlagen der Programmentwicklung, Zahlendarstellungen, Variablen und Operatoren, elementare und zusammengesetzte Datentypen, dynamische Datenstrukturen, Kontrollfluss, Funktionen, Rekursion, Modularisierung, einfache Algorithmen, Gestaltung grafischer Benutzeroberflächen, Anwendung der Programmiersprache Java.					
4	Lehrformen					
	Vorlesung mit integrierten Übungseinheiten und begleitenden Praktika (Bearbeitung von Aufgabenblättern)					
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen					
	keine					
6	formale Teilnahmevoraussetzungen					
	keine					
7	Prüfungsformen					
	Schriftliche Klausurarbeit (120 min.) (100%)			Prüfungssprache: Deutsch		
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits					
	Bestandene Modulprüfung und bestandenes Praktikum (Studienleistung für Praktikum, be/nb): Die Studierenden müssen eine vorgegebene Anzahl von Übungszettel bearbeiten. Die Modalitäten werden zu Beginn der Veranstaltung mitgeteilt. Das Praktikum setzt keine Anwesenheitspflicht voraus.					
9	Verwendung des Moduls in:					

	Studiengang	Status
	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Pflichtmodul
10	Stellenwert der Note für die Endnote	
	Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	
11	Sonstige Informationen / Literatur	

Grundlagen des Handelsmanagements

Modulname		Grundlagen des Handelsmanagements			
Modulname englisch		Retail Management			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Elina Petersone			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
HBL	180 h	6	1. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 2 SWS Übung: 2 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Übung max. 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Am Ende der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage ... <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Abgrenzungen und Sichtweisen des Handels zu erläutern, • das Umfeld des Handels zu analysieren, • Theorien, Ansätze und Konzepte des Handelsmanagements zu beschreiben, • wettbewerbsorientierte Strategien des Handelsmanagement zu verstehen, • verschiedene Betriebs- und Vertriebstypen im Groß- und Einzelhandel zu kennen, die Bestimmungsfaktoren für die Auswahl der Betriebs- und Vertriebstypen zu analysieren sowie deren Dynamik zu erläutern, • die Optionen des Absatzmarketing zu kennen. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Strategien • Betriebs- und Vertriebstypen • Optionen des Absatzmarketing 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, aktuelle Fallanalyse				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in:				

	<p>Studiengang Status</p> <p>E-Commerce_BPO 2017 Pflichtmodul</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Literatur: Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben</p>

Pflichtmodule 2. Semester

Datenbanken

Modulname		Datenbanken				
Modulname englisch		Databases				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch				
Dozent/in		Schellenbach, Michael (BOT); Koch, Oliver (MH)				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
GID_MH	180 h	6	2. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Praktikum: 3 SWS 2 SWS	5 SWS (= 75 h)	Gesamt: 105 h		Vorlesung mit integrierter Übung Praktikum max. 150 bzw. 120 max. 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden können alle notwendigen Schritte der Konzeption (Modellierung) und Implementierung einer Datenbankanwendung (in MySQL) eigenständig durchführen und verschiedene alternative Modellierungs- und Implementierungsoptionen bewerten. Sie verfügen über fundierte Kenntnisse in der Abfrage von Daten. Die Studierenden kennen die modernen NoSQL-Konzepte und können deren Relevanz und Einsatzszenarien im E-Commerce nachvollziehen.					
3	Inhalte					
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe: DB/DBMS/DMS, Zeichensätze und Kodierung • Aufgaben von Datenbankmanagement-Systemen • Historische Entwicklung • Datenorganisation (einstufige / mehrstufige Datenstrukturen) und Speicherung • Alternative Datenmodelle (Netzwerk, hierarchisch, relational) • Relationale Algebra (Mengenorientierte und relationenorientierte Operatoren) • Datenbankentwurf <ul style="list-style-type: none"> ◦ Modellierung: Abstraktion, Projektion und Partitionierung ◦ Konzeptuelle Datenmodellierung als Entity-Relationship-Model ◦ Überführung ER-Diagramm in Relationenschemata ◦ Normalisierung von Relationenschemata (1. - 5. Normalform + Boyce-Codd-NF) • SQL / MySQL <ul style="list-style-type: none"> ◦ SQL DDL: Datentypen; Datenbanken und Tabellen erstellen, ändern und löschen ◦ SQL DML: Datensätze einfügen, ändern, löschen ◦ SQL DQL: Datenabfragen -> Projektion, Selektion, Joins etc. ◦ Indices, Views, Stored Procedures • Datenbankstransaktionen • Anbindung SQL-Datenbanken in Java und PHP • Aktuelle Entwicklungen mit Bezug zum E-Commerce: NoSQL-Datenbanken, High-Performance-Anwendungen 					
4	Lehrformen					
	Dozentenvortrag, Praktikum					

5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine												
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine												
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (120 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch												
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung und bestandenenes Praktikum (bearbeitete Aufgabenzettel als(Voraussetzung für Klausurteilnahme)												
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul	Energieinformatik_BPO2017	Pflichtmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status												
Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul												
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul												
Energieinformatik_BPO2017	Pflichtmodul												
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul												
Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Pflichtmodul												
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits												
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Geisler, Frank: Datenbanken – Grundlagen und Design, 5. Auflage, mitp, Heidelberg u.a. 2014. Kudraß, Thomas: Taschenbuch Datenbanken, 2.Auflage, Carl Hanser Verlag, München 2015. Steiner, Rene: Grundkurs Relationale Datenbanken, 8.Auflage, Vieweg + Teubner, Wiesbaden 2014. Piepmeyer, Lothar: Grundkurs Datenbanksysteme, Carl Hanser Verlag, München 2011. Kemper, Alfons; Eickler, André: Datenbanksysteme – Eine Einführung, 9. Auflage, Oldenbourg Verlag, München 2013. Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.</p> <p>Das Modul wird für den Studiengang E-Commerce am Standort Mülheim angeboten.</p>												

Mathematik 1 (Ingenieurmathematik)

Modulname		Mathematik 1 (Ingenieurmathematik)			
Modulname englisch		Mathematics 1			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. nat. Jürgen Vorloeper			
Dozent/in		Prof. Dr. Jürgen Vorloeper			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MAT 1	180 h	6	2. Semester	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 4 SWS Übung: 2 SWS	Kontaktzeit 6 SWS (= 90 h)	Selbststudium Gesamt: 90 h Vor- und Nacharbeit: 60 h Prüfungsvorbereitung: 30 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Übung max. 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen grundlegende mathematische Begriffe und Methoden und können diese in Anwendungskontexten zielgerichtet einsetzen. • kommunizieren schriftlich und mündlich ihre Arbeitsergebnisse unter Verwendung mathematischer Terminologie. • bewerten alleine und im Team fachgerecht ihre Arbeitsergebnisse. • können die mathematischen Methoden am Computer exemplarisch umsetzen. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Mathematische Grundbegriffe • Grundlagen der deskriptiven Statistik • Vektoren, Matrizen und lineare Gleichungssysteme • Folgen und Reihen • Differential- und Integralrechnung • Optimierungsverfahren Fachspezifische Anwendungen und Praxisbeispiele, Grundlagen zur Umsetzung der Methoden am Computer.				
4	Lehrformen Vorlesung mit begleitenden Übungen				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (120 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch				

8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																				
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Studiengang</th> <th style="text-align: left;">Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2010</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2013</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2013</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Angewandte Informatik_BPO2010	Pflichtmodul	Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul	Energieinformatik_BPO2013	Pflichtmodul	Energieinformatik_BPO2017	Pflichtmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Pflichtmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status																				
Angewandte Informatik_BPO2010	Pflichtmodul																				
Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul																				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul																				
Energieinformatik_BPO2013	Pflichtmodul																				
Energieinformatik_BPO2017	Pflichtmodul																				
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul																				
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul																				
Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Pflichtmodul																				
Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Pflichtmodul																				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																				
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • J. Arrenberg: Wirtschaftsstatistik für Bachelor, utb • J. Arrenberg: Wirtschaftsmathematik für Bachelor, utb • Ch. Dietmaier: Mathematik für Wirtschaftsingenieure, Carl Hanser Verlag • T. Martin: Finanzmathematik, Hanser • I. Terveer: Mathematik für Wirtschaftswissenschaften, utb 																				

Online-Marketing

Modulname		Online-Marketing			
Modulname englisch		Online Marketing			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Prof. A (FB01)			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
OMAR	180 h	6	2. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Gruppenprojekt: 2 SWS Vorlesung: 2 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Gruppenprojekt max. 150 bzw. 120 Vorlesung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sind mit alle Formen, Arten und Methoden des Online Marketings vertraut und sind befähigt, diese selbst zu planen, umzusetzen, zu steuern, im laufenden Betrieb zu optimieren und deren Erfolg zu beurteilen sowie deren Budgetverteilung vorausschauend zu kontrollieren. Sie sind weiterhin in der Lage, jeweils den richtigen Online-Marketing-Mix zur Erreichung der jeweiligen Unternehmensziele unter Zuhilfenahme geeigneter Methoden und Werkzeuge einzuschätzen. Der Zusammenhang und die Integrations- und Abstimmungsbedarfe des Online Marketings mit dem traditionellen Marketing und anderen betroffenen betrieblichen Bereichen sind den Studierenden bekannt. Notwendiges Wissen zur Steuerung externer Agenturen und spezieller Abrechnungsmodi ist vorhanden.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung des Online Marketings in die E-Commerce-Gesamtstrategie • Prozesse des Marketing-Managements und der Ausgestaltung der Online-Marketing-Strategie • Instrumente des Online Marketings, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> ◦ Corporate Website ◦ Content Marketing ◦ Online-Werbung ◦ Search Engine-Advertising / Key Word Advertising (SEA) ◦ Affiliate Marketing ◦ Suchmaschinenoptimierung (SEO) ◦ E-Mail--Marketing ◦ Mobile Marketing ◦ Social Media Marketing • Orchestrierung der einzelnen Online Marketing Instrumente • Kennzahlen (KPIs) und Werkzeuge des Online Marketing Controlling 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, Gruppenarbeiten, Fallanalysen/-beispiele				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				

7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Seminararbeit (100%) Prüfungssprache: Deutsch</p>				
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Erfolgreiche Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Studiengang</th> <th style="text-align: left;">Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>				
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Grabs, A.; Bannour, Karim-Patrick; Vogl, Elisabeth: Follow me! - Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co., 4. Auflage, Rheinwerk 2017</p> <p>Heinrich, S.: Content Marketing: So finden die besten Kunden zu Ihnen, SpringerGabler 2017</p> <p>Kreutzer, R.: Online-Marketing, Studienwissen kompakt, SpringerGabler 2016</p> <p>Lammenett, E.: Online Marketing Konzeption, 2. Auflage. Lammenett 2017</p> <p>Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing, 6. Auflage, SpringerGabler 2017</p> <p>Steireif, A; Rieker, R.; Bückle, M.: Handbuch Online-Shop - Strategien, Erfolgsrezepte, Lösungen, Reinwerk 2015</p> <p>Süss, Y.: E-Commerce für klein- und mittelständische Unternehmen, SpringerVieweg 2016</p> <p>Weiter Literatur wird im Laufe der Veranstaltung bekannt gegeben</p>				

Prozessmanagement im E-Commerce

Modulname		Prozessmanagement im E-Commerce			
Modulname englisch		eCommerce Process Management			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Prof. D (FB01)			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
PME	180 h	6	2. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung: 2 SWS Online-Betreuung: 1 SWS	3 SWS (= 45 h)	Gesamt: 135 h Vororttermine bei 10 h Praxispartner: 30 h Erstellung Projektarbeit: 95 h Vor- und Nacharbeit: h	Vorlesung max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden kennen die grundlegende Bedeutung von Geschäftsprozessen für die Umsetzung der operativen und strategischen Ziele von Unternehmungen. Sie haben praktische Erfahrungen im Prozessmanagement, insbesondere auch in der praktischen Definition und Modellierung von Prozessen. Die Studierenden kennen die Kernprozesse im E-Commerce als Grundlagen für die relevanten IT-Systeme (SCM, CRM, Warenwirtschaft, Web Shop etc.) insbesondere im Online-Handel.				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffliche Grundlagen: Aufbau- und Ablauforganisation, Geschäftsprozess vs. Workflow, Primäre / sekundäre Geschäftsprozesse • Wertkette nach Porter als allgemeines Unternehmensprozessmodell • Prozessmanagement als Instrument zur Umsetzung der Unternehmensstrategie und Realisierung der Unternehmensziele • Elemente des Prozessmanagements: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Prozessidentifikation ◦ Prozessbeschreibung/-modellierung (z.B. Flussdiagramme, EPK / eEPK, BPMN / BPEL, UML) ◦ Prozesscontrolling ◦ Kontinuierliche Prozessverbesserungen/-optimierungen • Definierte Geschäftsprozesse als Basis von ERP-, CRM- und SCM-Systemen • Kernprozesse im stationären Handel: Sortimentsgestaltung, Bedarfsermittlung und Einkaufsplanung, Beschaffungsplanung, Warenwirtschaft etc. • Wertschöpfungsketten im E-Commerce, Besonderheiten des Prozessmanagements im Online-Handel • Modellierung von E-Commerce-Prozessen in der Praxis (Handel, Industrie, Dienstleister) 				
4	Lehrformen				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wissensimpuls durch Dozentenvortrag, 2. aktive Vermittlung von Praxispartnern: 2-3 Vororttermine beim Partner zur Erhebung der 				

	<p>Prozesse, Spezifika der Unternehmen</p> <p>3. Projektarbeiten in Zusammenarbeit mit Praxispartnern (Modellierung von E-Commerce Prozessen anhand eines Prozessmodellierungs- und analyseprojekt in Handels- bzw. E-Commerce Unternehmen bzw. bezogen auf E-Commerce Prozesse),</p> <p>4. Online-Betreuung der Projektarbeiten</p>				
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>				
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>				
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Projektarbeit inkl. Präsentation Prüfungssprache: Deutsch (100%)</p>				
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Erfolgreich bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="0"> <tr> <td>Studiengang</td> <td>Status</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>				
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>				

Rechtliche Grundlagen des E-Commerce

Modulname		Rechtliche Grundlagen des E-Commerce			
Modulname englisch		eCommerce Law			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. iur. Jutta Lommatzsch			
Dozent/in		Prof. Dr. Jutta Lommatzsch			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ECLAW	180 h	6	2. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Übung: 1 SWS Vorlesung mit integrierter Übung: 3 SWS	4 SWS (= 60 h)	Gesamt: 120 h	Übung	max. 30
				Vorlesung mit integrierter Übung	max. 150 bzw. 120
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden kennen die wichtigsten allgemeinen Rechtsgrundlagen und speziellen Rechtsvorschriften mit Bezug zum E-Commerce sowie dem Online-Handel und können diese anwenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertragsabschlüsse via Internet / Fernabsatzverträge • Anbieterkennzeichnung / Impressumspflicht • Informationspflichten auf der Bestellseite (Button-Lösung), zur Online-Streitschlichtung, nach dem Verbraucherstreitbeteiligungsgesetz • Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr • Widerrufsrecht und Rückgaberecht • Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) • Namens- und Markenrecht (z.B. bzgl. Internet-Domains) • Urheber- und Geschmacksmusterrecht • Wettbewerbsrecht • Datenschutz / Datenschutzerklärungen 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • allgemeinen Rechtsgrundlagen (Bürgerliches Gesetzbuch, Handelsgesetzbuch, Urheberrechtsgesetz, Verbraucherkreditrecht, Gewerbeordnung, Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, Strafgesetzbuch usw.) • spezielle Rechtsvorschriften: Telemediengesetz (TMG), E-Commerce- und Fernabsatzrecht des Bürgerlichen Gesetzbuches (§§ 312 b ff.BGB), Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (Art. 246 EGBGB), Signaturgesetz (SigG) sowie Preisangabenverordnung (PAngV) und ggf. Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung (DL-InfoV). • Datenschutz im E-Commerce und den sozialen Medien 				
4	Lehrformen				

	Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, aktuelle Fallanalyse				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (90 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Rohrlich, M.: Recht für Webshop-Betreiber: Das umfassende Handbuch, Rheinwerk 2017. Solmecke, C.; Kocatepe, S.: Recht im Online-Marketing, Rheinwerk 2016. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben.				

Pflichtmodule 3. Semester

Angewandte Statistik

Modulname		Angewandte Statistik			
Modulname englisch		Applied Statistics			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr.-Ing. Frank Kreuder			
Dozent/in		N. N.			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Ang. Stat.	180 h	6	3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 3 SWS Übung: 1 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Übung max. 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden <ol style="list-style-type: none"> können zentrale Begriffe und Konzepte der deskriptiven und der Inferenz-Statistik definieren und die Unterschiede zwischen beiden erläutern. kennen notwendige Schritte der Aufbereitung (z.B. mittels Faktorenanalyse) bzw. Bereinigung eines Datensatzes (z.B. um Ausreißer) und können diese begründet und selbständig auf (eigene) Datensätze anwenden kennen relevante Verfahren der beurteilenden Statistik zur Analyse von Daten und können diese entlang einer vorgegebenen Fragestellung (z.B. Testung auf Unterschiede oder Zusammenhänge) selbständig anwenden und deren Ergebnisse (z.B. SPSS-Outputs) selbständig bewerten und interpretieren können den idealtypischen Verlauf des Forschungsprozesses (Beobachtung, Theoriebildung, Hypothesenbildung, etc.) skizzieren, zentrale Schritte im Gesamtzusammenhang benennen und begründen und auf eigene Forschungsideen anwenden kennen wichtige Regeln einer guten Fragebogengestaltung und Gestaltung von Frage- bzw. Antwortformaten sowie zu beachtende Probleme bei der Durchführung von Versuchen (z.B. Reaktivität, Versuchsleiterartefakte, ethische Fragestellungen, etc.) und können diese im Kontext ihres eigenen Projekts anwenden und bewerten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der deskriptiven Statistik und der Inferenzstatistik Schritte im Forschungsprozess (Beobachtung, Theoriebildung, Hypothesenbildung, Auswahl von Variablen, Datenerhebung etc.) Hypothesentests, Verfahren zur Unterschieds und Zusammenhangstestung (u.a. Varianzanalyse und Korrelationsanalyse) Grundlagen der Fragebogengestaltung und Studienplanung, Versuchsplanung und -durchführungen (inkl. Versuchsleiterartefakte, Reaktivität, Ethik) 				

4	Lehrformen Vorlesung und praktische Übungen						
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine						
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine						
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (120 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch						
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung						
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Gesundheits- und Medizintechnologien</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul	Gesundheits- und Medizintechnologien	Pflichtmodul
Studiengang	Status						
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul						
Gesundheits- und Medizintechnologien	Pflichtmodul						
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits						
11	Sonstige Informationen / Literatur						

Bilanz- und Erfolgsrechnung

Modulname		Bilanz- und Erfolgsrechnung			
Modulname englisch		Financial Statement Analysis			
Modulverantwortliche/r		Jelena Kuß			
Dozent/in		Prof. Jelena Kuß (Milatovic) LL.M			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BWL II	180 h	6	3. Semester	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Übung:	4 SWS (= 60 h)	Gesamt: 120 h	Vorlesung mit integrierter Übung	max. 150 bzw. 120
	3 SWS 1 SWS			Übung	max. 30
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden haben Einblick genommen in die handelsrechtlichen Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften, den Zweck des Jahresabschlusses sowie den Umfang der Berichterstattung. Dazu gehören u.a. ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Beschreibung der Auswirkungen, Unterschiede und Behandlung gängiger Geschäftsvorfälle in der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung nach nationalen und internationalen Normen sowie nach den Postulaten der Bilanztheorie; • die Auswertung von Bilanzinformationen - Behandlung der einzelnen Bilanzpositionen der Aktiv- und Passivseite. • die Bilanzanalyse - Besprechung des Inhalts und Aufbaus der Gewinn- und Verlustrechnung, des Anhangs, des Lageberichts und weiterer Informationsinstrumente; • Grundlagen der Rechnungslegung nach IFRS im Vergleich zum HGB. 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen - Aufgaben des Jahresabschlusses • Bilanz - Bilanzierungspflichten, Bilanzierungswahlrechte, Bilanzierungsverbote • Zuordnung und Erfassung der Vermögensgegenstände - Anschaffungskosten und Herstellungskosten als Bewertungsmaßstäbe <ul style="list-style-type: none"> ◦ Anlagevermögen ◦ Umlaufvermögen • Aktive und Passive Rechnungsabgrenzungsposten • Eigenkapital • Rückstellungen • Verbindlichkeiten • Gewinn- und Verlustrechnung • Bestandteile des Jahresabschlusses - Anhang und Lagebericht • Weitere Informationsinstrumente • Gegenüberstellung der Grundlagen IFRS - HGB 				
4	Lehrformen				
	Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, aktuelle Fallanalyse				

5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls in:

	Studiengang	Status
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Pflichtmodul
	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2011/12	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2012/13	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2013/14	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2015/16_WS2016/17	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2018/19	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Pflichtmodul
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	

11	Sonstige Informationen / Literatur
-----------	---

	Literatur: Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben
--	--

Customer Relationship Management (CRM) und Web Controlling

Modulname		Customer Relationship Management (CRM) und Web Controlling			
Modulname englisch		Customer Relationship Management (CRM) and Web Controlling			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Prof. D. (FB 01)			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
CRM	180 h	6	3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 2 SWS Praktikum: 2 SWS Seminar: 1 SWS	Kontaktzeit 5 SWS (= 75 h)	Selbststudium Gesamt: 105 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Praktikum max. 15 Seminar 15	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden haben gelernt, dass aufgrund der Interaktivität des Mediums Internet Online-Handel und Customer Relationship Management (CRM) untrennbar verbunden sind. Sie kennen die operativen und strategischen Ziele sowie Aufgaben des CRM und haben praktische Erfahrungen in der Nutzung und Konfiguration von CRM-Systemen.</p> <p>Die Studierenden können Käuferverhalten analysieren und interpretieren. Sie kennen die wichtigsten Einflussfaktoren und damit Steuerungsmöglichkeiten auf der Kunden auf Kaufverhalten als Grundlage für eine effektives Customer Relationship Management.</p> <p>Wichtige Kennzahlen und Zielgrößen des CRM und Web Controlling sind Ihnen bekannt und sie können diese handlungsorientiert in ihre Arbeit einfließen lassen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Bereich CRM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Einordnung des CRM im E-Commerce • Kundenlebenszyklus und Normstrategien im CRM: Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenwertsteigerung • Kundendatenmanagement, Aufbereitung relevanter Kundendaten aus dem Warenwirtschaftssystem, Big Data-Problematik • Komponenten und Funktionen IT-gestützter, ggf. webbasierter CRM-Lösungen <p>Bereich Kunden- und Kaufverhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelle des Kunden- und Kaufverhaltens • Einflussfaktoren auf das Kunden- und Kaufverhalten (sozial, kulturell, persönlich, psychologisch etc.) • Analyse des Käuferverhaltens <p>Bereich Web Controlling und CRM Kennzahlen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielsetzung und Regelkreis des Web Controlling • Kennzahlen und Zielgrößen (Seitenaufwurf-Statistik, Clickmap, Conversion und Churn Rate, Customer Journey) • IT-gestützte Lösungen (z.B. Google Analytics) und Datenschutz 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretation der Kennzahlen (Leistungsmessung / Effektivität, Optimierung etc.) 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, seminaristischer Unterricht, Praktikum (Arbeiten an CRM-Systemen, Web-Analyse-Tools etc.)				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Module 'Prozessmanagement im E-Commerce', 'Online-Marketing' und 'Rechtliche Grundlagen des E-Commerce'				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (120 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Erfolgreiche Modulprüfung, Möglichkeit über Referat im Seminar 10 Bonuspunkte zu erhalten				
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Binckebanck, Lars; Elste, Rainer (Hrsg.): Digitalisierung im Vertrieb, SpringerGabler 2016. Freiknecht, Jonas: Big Data in der Praxis, Hanser 2014. Gronwald, Klaus-Dieter: Integrierte Business-Informationssysteme: ERP, SCM, CRM, BI, Big Data Analytics, SpringerVieweg 2015 Helmke, Stefan; Uebel, Matthias; Dangelmaier, Wilhelm (Hrsg.): Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation, 6. Auflage, Springer Gabler 2017 Heinemann, Gerrit: Der neue Online-Handel, 8. Auflage, SpringerGabler 2017. Hildebrandt, Tilo: Web-Business - Controlling und Optimierung: Wie das Web erfolgreich im Unternehmen genutzt wird, Deutscher Betriebswirte-Verlag 2016 Walter, Olga: CRM für Online-Shops: Make Big Data Small - Erfolgreiches CRM im E-Commerce, mitp 2016				

Investition und Finanzierung

Modulname		Investition und Finanzierung			
Modulname englisch		Finance (Investment and Financing)			
Modulverantwortliche/r		Alexander Bönner			
Dozent/in		Prof. Dr. Bönner, Alexander			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BWL VI	180 h	6	3. Semester	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Übung:	3 SWS 4 SWS (= 60 h)	Gesamt: 120 h	Vorlesung mit integrierter Übung	max. 150 bzw. 120 max. 30
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden können nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls:				
	<ul style="list-style-type: none"> • die wesentlichen Prinzipien und Charakteristika aus den Themenkreisen der Investition und Finanzierung darstellen; • die Vorteilhaftigkeit von Investitionen mit unterschiedlichen Verfahren der Investitionsrechnung, wie der Kapitalwertmethode oder der Methode des internen Zinsfußes berechnen; • Investitionsentscheidungen und die Ergebnisse von Investitionsrechnungen kritisch beurteilen; • die Grundlagen der Unternehmensbewertung anwenden; • die wesentlichen Formen der externen und internen Unternehmensfinanzierung unterscheiden und deren Einsatz beurteilen; • spezielle und alternative Finanzierungsformen erläutern; • wichtige Kennzahlen berechnen und deren Ergebnisse kommentieren und • die grundlegenden ethischen Dimensionen von Finanzierungen und Investitionen anhand von realen Beispielen beurteilen. 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Investition und Finanzierung sind die zwei Ausprägungen der betrieblichen Finanzwirtschaft. Während die Investition sich primär mit der effizienten Allokation von Kapital im Unternehmen auseinandersetzt, liegt der Fokus der Finanzierung auf der effizienten Kapitalbeschaffung. Beide Ausprägungen bedingen einander und sollten nicht unabhängig voneinander betrachtet werden. <ul style="list-style-type: none"> ◦ Grundprinzipien der betrieblichen Finanzwirtschaft ◦ Investitionsrechnung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Statische Verfahren der Investitionsrechnung ▪ Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung ▪ Investitionsentscheidungen bei unvollkommenem Kapitalmarkt ▪ Grundlagen der Unternehmensbewertung ◦ Finanzierung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Außenfinanzierung und Innenfinanzierung ▪ Eigen- und Fremdfinanzierung ▪ Ausgewählte alternative Finanzierungsformen und Finanzinnovationen 				

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanzplanung ▪ Gestaltung der Kapitalstruktur und wichtige Kennzahlen ○ ethische Dimensionen von Finanzierungen und Investitionen 																														
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Übungen, Bearbeitung von Fallstudien																														
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																														
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																														
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch																														
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																														
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Studiengang</th> <th style="text-align: left;">Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energie- und Wassermanagement_WS2011/12</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energie- und Wassermanagement_WS2012/13</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energie- und Wassermanagement_WS2013/14</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Pflichtmodul	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul	Energie- und Wassermanagement_WS2011/12	Pflichtmodul	Energie- und Wassermanagement_WS2012/13	Pflichtmodul	Energie- und Wassermanagement_WS2013/14	Pflichtmodul
Studiengang	Status																														
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Pflichtmodul																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Pflichtmodul																														
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul																														
Energie- und Wassermanagement_WS2011/12	Pflichtmodul																														
Energie- und Wassermanagement_WS2012/13	Pflichtmodul																														
Energie- und Wassermanagement_WS2013/14	Pflichtmodul																														

	Energie- und Wassermanagement_WS2015/16_WS2016/17	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2018/19	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Pflichtmodul
	Wirtschaftsingenieurwesen - Maschinenbau_BPO2013	Pflichtmodul
	Wirtschaftsingenieurwesen - Maschinenbau_BPO2015	Pflichtmodul
	Wirtschaftsingenieurwesen - Maschinenbau_BPO2018	Pflichtmodul
	Wirtschaftsingenieurwesen-Bau_BPO2014 BPO 2016 BPO 2017	Pflichtmodul
10	Stellenwert der Note für die Endnote	
	Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	
11	Sonstige Informationen / Literatur	
	Literatur: Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben	

Softwaretechnik

Modulname		Softwaretechnik			
Modulname englisch		Software Engineering			
Modulverantwortliche/r		Malte Weiß			
Dozent/in		Prof. Dr. Malte Weiß (Bottrop); Prof. Dr. Fatih Gedikli (Mülheim)			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
SWT	180 h	6	3. Semester	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 3 SWS Übung: 2 SWS	Kontaktzeit 5 SWS (= 75 h)	Selbststudium Gesamt: 105 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Übung max. 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden haben die Grundlagen moderner Softwareentwicklung verstanden und sind in der Lage diese insbesondere in objektorientierten Softwareprojekten anzuwenden. Sie kennen die grundlegenden Modellierungstechniken. Sie haben erste Erfahrungen mit Design Patterns sammeln können und sind in der Lage diese in der Praxis zu erkennen und einzusetzen. Darüber hinaus haben die Studierenden die Wichtigkeit einer geeigneten Teststrategie verstanden und sie sind in der Lage auf Basis moderner Werkzeuge entsprechende Tests zu implementieren.				
3	Inhalte Zunächst wird das Thema der Anforderungsanalyse mit Hilfe moderner Werkzeuge wie UML Use-Case Diagrammen erörtert. Aufbauend darauf werden die Grundprinzipien objektorientierter Softwareentwicklung mit den Studenten zusammen erarbeitet. Zum vertiefenden Verständnis und als Mittel für die Entwicklung besserer Software werden aktuelle Methoden zur Modellierung von Software vorgestellt. Aufbauend auf den im Bereich Modellierung erworbenen Fähigkeiten werden Design Patterns, insbesondere objektorientierter Sprachen, vorgestellt. Um das Bild aktueller Softwaretechnik für die Studenten abzurunden werden zusätzlich noch aktuelle Vorgehensweisen des Testmanagements dargestellt. Last but not least findet ein kurzer Exkurs in den Bereich des IT-Projektmanagements statt.				
4	Lehrformen Vorlesung mit begleitenden Übungen				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> • Fundierte Java-Kenntnisse • Grundkenntnisse über Zahlensysteme (binär, oktal, hexadezimal) Diese inhaltlichen Voraussetzungen sind erfüllt, wenn das Modul 'Grundlagen der Informatik und Programmiersprachen' (für Java) oder das Modul 'Programmierung 2' absolviert wurden.				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Testat und schriftliche Klausurarbeit (120 min.) Prüfungssprache: Deutsch (100%)				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits				

	Bestandene Modulprüfung und erfolgreiche Teilnahme am Testat																		
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2010</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2013</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Angewandte Informatik_BPO2010	Pflichtmodul	Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul	Energieinformatik_BPO2017	Pflichtmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Pflichtmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status																		
Angewandte Informatik_BPO2010	Pflichtmodul																		
Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul																		
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul																		
Energieinformatik_BPO2017	Pflichtmodul																		
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul																		
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul																		
Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Pflichtmodul																		
Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Pflichtmodul																		
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>																		
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Skript zur Vorlesung</p>																		

Pflichtmodule 4. Semester

Entrepreneurship

Modulname		Entrepreneurship			
Modulname englisch		Entrepreneurship			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller-Roterberg			
Dozent/in		Prof. Dr. Christian Müller-Roterberg			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ENT	180 h	6	4. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Online-Betreuung:	2 SWS 0,5 SWS	2,5 SWS (= 37,5 h)	Gesamt: 142,5 h	max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wirtschaftliche Bedeutung, Rahmenbedingungen sowie Erfolgsfaktoren von Unternehmensgründungen auf nationaler und internationaler Ebene • analysieren anhand von wissenschaftsbasierten Modelle und Methoden die en Geschäftsmodellen; • wenden Schlüsselqualifikationen für die Umsetzung erfolgreicher Gründungen an, • erstellen selbstständig einen vollständigen Businessplan und können diesen überzeugend präsentieren; • diskutieren Fallbeispiele und argumentieren aus unterschiedlichen Positionen. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung, Entwicklungen und Trends des Entrepreneurship • Aufgaben, Anforderungen und Bestandteile eines Businessplans • Bewertung von Businessplänen • Methoden zur Generierung, Bewertung und Auswahl von Geschäftsideen • Umsetzung des Gründungsprozesses • Schlüsselqualifikationen für Unternehmensgründer 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen				

	Schriftliche Ausarbeitung (15 Seiten) (75%) Vortrag (10 min.) (25%)	Prüfungssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung	
9	Verwendung des Moduls in: Studiengang Status E-Commerce_BPO 2017 Pflichtmodul	
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	
11	Sonstige Informationen / Literatur Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben	

MMI und GUI Programmierung

Modulname		MMI und GUI Programmierung			
Modulname englisch		MMI and GUI Programming			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. nat. Stefan Geisler			
Dozent/in		Prof. Dr. Stefan Geisler oder Lehrauftrag			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MMI	180 h	6	4. Semester	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Praktikum: 2 SWS Vorlesung mit integrierter Übung: 3 SWS	5 SWS (= 75 h)	Gesamt: 105 h Klausurvorbereitung: 20 h Praktikum inkl. Projektarbeit: 85 h	Praktikum max. 15 Vorlesung mit integrierter Übung max. 150 bzw. 120	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • können GUI-Konzepte mit einer SW-Bibliothek/API programmieren. Sie kennen die dazu notwendigen Softwarearchitekturmodelle und können diese praxisorientiert anwenden. • kennen die Grundzüge der benutzerzentrierten Entwicklung sowie die wichtigsten Normen und Richtlinien für gebrauchstaugliche Software. 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Mensch-Maschine-Interaktion: Ausgewählte Methoden des Interaktionsdesigns, Normen, Gesetze, Richtlinien, Software-Ergonomie, Interaktionsformen, Grafische Benutzerschnittstellen, Evaluierung von Benutzerschnittstellen, Usability Engineering. • Den überwiegenden Teil des Moduls nimmt die Programmierung grafischer Benutzerschnittstellen (GUI) mit einer ausgewählten API und Entwicklungsumgebung ein. Derzeit wird Qt mit C++ verwendet. • Aufbauend auf den vorausgesetzten Kenntnissen der objektorientierten Programmierung wird der grundsätzliche Aufbau der API mit deren Grundkonzepten eingeführt. Verschiedene Widgets und Mechanismen, insbesondere das Model-View-Controller-Pattern, werden im Detail behandelt, in Praktikumsaufgaben geübt. • In der begleitenden Projektarbeit soll ein interaktives System implementiert. 				
4	Lehrformen				
	Vorlesung mit integrierter Übung, Projektarbeit im Praktikum				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				
	Erfahrung in objektorientierter Programmierung				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				
7	Prüfungsformen				

	Klausur (120 min, 50%)Erfolgreiche Teilnahme am Praktikum (50 %), bestehend aus Pflichtaufgaben und benoteter Projektarbeit																				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																				
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2010</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul	Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul	Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul	Energieinformatik_BPO2017	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Wahlmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Wahlmodul
Studiengang	Status																				
Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul																				
Angewandte Informatik_BPO2017	Pflichtmodul																				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul																				
Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul																				
Energieinformatik_BPO2017	Wahlmodul																				
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul																				
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul																				
Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Wahlmodul																				
Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Wahlmodul																				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																				
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Literatur zur Programmierung in C++ mit Qt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bjarne Stroustrup: „Einführung in die Programmierung mit C++“, Pearson Studium • Ulrich Breymann: „Der C++ Programmierer“, Hanser • Helmut Erlenkötter: C++: Objektorientiertes Programmieren von Anfang an, rororo • Qt-Projektseite (Download der Entwicklungsumgebung, Dokumentation, Beispiele und Tutorials): <ul style="list-style-type: none"> ◦ http://www.qt.io/ <p>Literatur zur Mensch-Maschine-Interaktion:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markus Dahm: Grundlagen der Mensch-Computer-Interaktion, Addison-Wesley Verlag, 1995, ISBN-13: 978-3827371751 • Bernhard Preim, Raimund Dachselt: Interaktive Systeme: Band 1: Grundlagen, Graphical User Interfaces, Informationsvisualisierung, Springer Berlin Heidelberg, 2010, ISBN-13: 978-3642054013 • Bernhard Preim, Raimund Dachselt: Interaktive Systeme: Band 2: User Interface Engineering, 3D-Interaktion, Natural User Interfaces, Springer Berlin Heidelberg, 2015, ISBN-13: 978-3642452468 • Ben Shneiderman, Catherine Plaisant: Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction, Addison-Wesley Longman, 2009, ISBN-13: 978-0321601483 • Jakob Nielsen: Usability Engineering, Morgan Kaufmann, 1994, ISBN-13: 978-0125184069 • Deborah J. Mayhew: The Usability Engineering Lifecycle: A Practitioner's Handbook for User 																				

Operations und Supply Chain Management

Modulname		Operations und Supply Chain Management			
Modulname englisch		Operations and Supply Chain Management			
Modulverantwortliche/r		Richard Gräßler			
Dozent/in		Prof. Dr.-Ing. Richard Gräßler			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
OSCM	180 h	6	4. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: 4 SWS	4 SWS (= 60 h)	Gesamt: 120 h	Vorlesung mit integrierter Übung	max. 150 bzw. 120
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden...				
	<ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Ziele, Aufgaben, Entwicklungen und Trends in Produktion und Logistik • veranschaulichen betriebliche Produktions- und Logistikprozesse, deren enge Verzahnung sowie deren Einordnung in die Prozesskette der Produktentstehung im Maschinen- und Anlagenbau • beurteilen die Vor- und Nachteile der einzelnen Transportträger sowie der unterschiedlichen Lagerhaltungs- und Kommissionierungssysteme • wenden Methoden aus der Beschaffungslogistik wie Materialbedarfsermittlung, Bestimmung von Bestellmengen und -zeitpunkten an • führen Methoden aus der Produktionswirtschaft durch, z.B. Produktionsplanung und -steuerung • verstehen die Grundlagen der Distribution, des Supply Chain Managements und der Entsorgung • strukturieren betriebliche Abläufe in Produktion und Logistik effizient • bewerten aktuelle Themen des Logistik- und Produktionsmanagements im Maschinen- und Anlagenbau aus unterschiedlichen Positionen 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Aufgaben, Entwicklungen und Trends in Logistik und Produktion • Basisaufgaben der Logistik (Transport, Umschlag, Lagerung, Kommissionierung) • Beschaffung und Beschaffungslogistik • Produktion und Produktionslogistik, Produktionsplanung und -steuerung • Distribution und Distributionslogistik • Supply Chain Management • Entsorgung und Entsorgungslogistik 				
4	Lehrformen				
	Vorlesung mit integrierten Übungen: Dozentenvortrag, Übungsaufgaben, moderierte Diskussion, Fallstudien				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				

6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur: Pflichtlektüre und weiterführende Literatur werden in jedem Semester bekannt gegeben.				

Shop- und Warenwirtschaftssysteme

Modulname		Shop- und Warenwirtschaftssysteme			
Modulname englisch		Web Shops and Retail Systems			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Prof. D (FB 01)			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
SWW	180 h	6	4. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 1 SWS	3 SWS (= 45 h)	Gesamt: 135 h Vororttermine bei Praxispartnern: 10 h Erstellung Projektarbeit: 30 h Vor- und Nacharbeit: 95 h	Vorlesung mit integrierter Übung max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden ...				
	<ul style="list-style-type: none"> • kennen die wichtigsten Prozesse im Hintergrund von Online-Shops und Warenwirtschaftssystemen und können eigenständig neue Prozesse modellieren • können Architekturen von Shopsystemen interpretieren, eigenständig Lösungsansätze konzipieren und bei der Systemauswahl nutzen • haben Erfahrungen im Umgang mit den Funktionalitäten und der Betreuung / Pflege von Online-Shops und Warenwirtschaftssystemen (Praxisphase) • erlangen ein grundlegendes Verständnis für juristische Fragestellungen des Online-Handels bezogen auf Webshop und Warenwirtschaft • sind in der Lage eigenständig ein eigenes kleineres Web-Shop-Projekt (von der Anforderungsanalyse bis zur Systemeinführung) durchzuführen 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Relevante E-Commerce Prozesse für Online-Shops und Warenwirtschaftssysteme • Onlineshop-Systeme <ul style="list-style-type: none"> ◦ Architekturen und technische Grundlagen, Funktionalitäten sowie Anbieter / Lösungen (Magento, Shopware etc.) ◦ Frontend des Webshops: Usability, User Account, Suchfunktionen, Mehrsprachigkeit etc. ◦ Checkout-Prozess: Warenkorb, Kundenkonto, Zahlungsarten, Kaufbestätigung ◦ Online Category Management: Artikelstammdaten, Kategorisierung und den Aufbau der Katalogstruktur im Online Shop • Warenwirtschaftssysteme im Handel <ul style="list-style-type: none"> ◦ Architekturen und technische Grundlagen, Funktionalitäten sowie Anbieter / Lösungen ◦ Funktionen und Bestandteile eines Warenwirtschaftssystems • Anbindung von Shopsystemen an Warenwirtschaftssysteme • Durchführung eines eigenen Web-Shop-Projektes in Zusammenarbeit mit dem Praxispartner 				

4	<p>Lehrformen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wissensimpuls durch Dozentenvortrag, 2. aktive Vermittlung von Praxispartnern: 2-3 Vororttermine beim Partner zur Erhebung der Prozesse, Spezifika der Unternehmen 3. Projektarbeiten in Zusammenarbeit mit Praxispartnern (Modellierung von E-Commerce Prozessen anhand eines Prozessmodellierungs- und analyseprojekt in Handels- bzw. E-Commerce Unternehmen bzw. bezogen auf E-Commerce Prozesse), 4. Online-Betreuung der Projektarbeiten 				
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Modul 'Prozessmanagement im E-Commerce (Projekt)' und 'Rechtliche Grundlagen des E-Commerce'</p>				
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>				
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Projektarbeit erfolgt in Zusammenarbeit mit einem Praxispartner.</p>				
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p> <p>Die Projektarbeit erfolgt in Zusammenarbeit mit einem Praxispartner.</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Studiengang</th> <th style="text-align: left;">Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>				
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Härtig, N: Online-Shops und Startups: Plattformen rechtssicher gründen und betreiben, C.H.Beck 2016</p> <p>Hertel, J.; Zentes, J., Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, 2. Auflage, Springer 2011</p> <p>Kollewe, T.; Keukert, M.: Praxiswissen E-Commerce: Das Handbuch für den erfolgreichen Onlineshop, O'Reiley, 2. Auflage, 2016</p> <p>Michels, B.: Onlineshops - Planen. Leiten. Optimieren, 2014</p> <p>Solmecke, C.; Kocatepe, S: Recht im Online-Marketing, Rheinwerk 2016</p> <p>Steireif, A.; Rieker, R.; Bückle, M: Handbuch Online-Shop, Rheinwerk 2015</p> <p>Weitere Literatur wird im Lauf der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>				

Webtechnologien und mobile Anwendungen

Modulname		Webtechnologien und mobile Anwendungen			
Modulname englisch		Web Technologies and mobile Applications			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. nat. Marc Jansen			
Dozent/in		Prof. Dr. Marc Jansen			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
APP	180 h	6	4. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Praktikum:	3 SWS 2 SWS	5 SWS (= 75 h)	Gesamt: 105 h	max. 150 bzw. 120 max. 15
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden können aktuelle Techniken und Methoden zur Realisierung multimedialer Web-Anwendungen (z.B. Websites) für ausgewählte Problemstellungen anwenden. Darüber hinaus können sie client- und serverseitigen Webtechnologien analysieren und ausgewählte komplexe interaktive Web-Anwendungen im Team entwerfen, implementieren und dokumentieren. Sie kennen die Grundlagen der Softwareentwicklung für mobile Systeme (z.B. Apps), primär Smartphones und Tablet, und können diese anwenden. Darüber hinaus lernen die Studierenden die grundlegenden Techniken für die Entwicklung von Software in sozialen Netzwerken.				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Clientseitige Webtechnologien: Fortgeschrittenes HTML5 und JavaScript • Serverseitige Webtechnologien: PHP, MYSQL • Asynchrone Interaktion von Client und Server • Webframeworks • Android: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Activity Layout Design mit XML ◦ Lifecycles von Activities ◦ SQLite in Android ◦ Broadcasts, Services und Notifications ◦ Widgets ◦ Sicherheit und Rechteverwaltung von Apps • iOS: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Einführung in Swift, Objective-C und Cocoa ◦ Arbeiten mit der Entwicklungsumgebung Xcode ◦ Analyse der Apps mittels Instruments ◦ Model View Controller, Creation-, Structural- und Behavioral Patterns ◦ Core Data Model, Application Kit, Views, Bindings & Controller • plattformunabhängige Apps mit HTML5, CSS3 und JavaScript: 				
4	Lehrformen				
	tbd				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				

	Modul 'Datenbanken', Modul 'Einführung in die Informatik und Programmierung'						
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine						
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (120 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch						
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung						
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Gesundheits- und Medizintechnologien</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul	Gesundheits- und Medizintechnologien	Pflichtmodul
Studiengang	Status						
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul						
Gesundheits- und Medizintechnologien	Pflichtmodul						
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits						
11	Sonstige Informationen / Literatur Fehr, Hauke: Eigene Apps programmieren: Schritt für Schritt mit LiveCode zur eigenen App - für Windows, Mac, iOS und Android, Rheinwerk 2016 Franke, F.; Ippen, J.: Apps mit HTML5, CSS3 und JavaScript: Für iPone, iPad und Android, Rheinwerk 2015 Kofler, M.: Swift 3: Das umfassende Praxisbuch. Apps entwickeln für iOS, macOS und AppleTV, Rheinwerk 2016 Kröner, P.: HTML5. Webseiten innovativ und zukunftssicher, open source press 2011 Nixon, R.: Learning PHP, MySQL & JavaScript: With jQuery, CSS & HTML5, O'Reilly 2014 Roden, G.: Node.js & Co: Skalierbare, hochperformante und echtzeitfähige Webanwendungen professionell in JavaScript entwickeln Semler, Jan: App Design: Alles zu Gestaltung, Usability und User Experience - Apps für iOS, Android sowie Webapps, Rheinwerk 2016 Wenz, Ch: JavaScript und AJAX: Das umfassende Handbuch, 8. Auflage, Galileo Computing 2008 Wenz, Ch, Hauser, T.: Das Website Handbuch - komplett in Farbe, Programmierung und Design, Markt / Technik 2016						

Pflichtmodule 5. Semester

Geschäftsmodelle im E-Commerce

Modulname		Geschäftsmodelle im E-Commerce				
Modulname englisch		eCommerce Business Models				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch				
Dozent/in		Prof. C (FB 01)				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
EBM	180 h	6	5. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 2 SWS Seminar: 3 SWS	Kontaktzeit 5 SWS (= 75 h)	Selbststudium Gesamt: 105 h		geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Seminar 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen des Innovationsmanagements, der Geschäftsmodellentwicklung und von Handelsmodellen • können eigenständig Geschäftsmodellideen insbesondere für den E-Commerce entwickeln und diese in strukturiert beschreiben • haben erste praktische Erfahrungen mit dem Implementierung von E-Commerce-Geschäftsmodellen 					
3	Inhalte Geschäftsmodelle (Basics) <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen Geschäftsmodelle: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Grundlagen des Innovationsmanagements ◦ Charakteristika von Geschäftsmodellen ◦ Geschäftsmodelldimensionen und -Elemente • Vorgehensmodell der Geschäftsmodell-Entwicklung • Techniken der Geschäftsmodell-Ideen-Gewinnung • Implementierung von Geschäftsmodellen • Beispielhafte Geschäftsmodelle Geschäftsmodelle im Handel <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Handelsmodelle: Online-Marktplätze, Online-Händler, Intermediäre, Katalogversender, stationäre Händler, Hersteller • Entwicklung der Modelle im Zeitablauf und Perspektiven • Beispielhafte innovative Geschäftsmodelle im E-Commerce: Curated Shopping, Fundraising Shopping, Co-Shopping, Abo-Commerce, Customer Co-Creation, Augmented Reality Online Shopping • Entwicklung eigener Geschäftsmodell-Ideen und Evaluierung in Kooperation mit Starbuzz, Tengelmann Ventures und Metro Accelerator 					

4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Vorherige Teilnahme am Modul 'Entrepreneuership' wird empfohlen				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Projektarbeit inkl. Präsentation (100%) Prüfungssprache: Deutsch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Graf, A.; Schneider, H.: Das E-Commerce-Buch: Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien, dfv Mediengruppe 2016 Härtling, N.: Online-Shops und Startups: Plattformen rechtssicher gründen und betreiben, C.H. Beck 2016 Schallmo, D.: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren, SpringerGabler 2013. weitere Literatur wird im Laufe der Veranstaltung bekannt gegeben.				

Marktforschung - Statistische Auswertung mit SPSS

Modulname		Marktforschung - Statistische Auswertung mit SPSS			
Modulname englisch		Market Research - Statistical Analyse with SPSS			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Ellen Roemer			
Dozent/in		Prof. Dr. Ellen Roemer			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
EDVI	180 h	6	5. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 2 SWS Übung: 2 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Übung max. 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Bei erfolgreichem Abschluss des Moduls werden Studierende in der Lage sein... <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen der Marktforschung zu verstehen, • unterschiedliche Erhebungsmethoden zu diskutieren und geeignete Erhebungsmethoden an Fallbeispielen auszuwählen, • grundlegende Entscheidungen im Rahmen der Datenerhebung zu treffen (wie z.B. die Auswahl der Erhebungseinheiten, Formulierung und Gestaltung eines Fragebogens), • eigenständig Daten zu erheben und zu bereinigen, • geeignete Verfahren der deskriptiven Statistik und der multivariaten Datenanalyse auszuwählen, • multivariate Verfahren mit Hilfe von SPSS anzuwenden, • Ergebnisse der Datenanalyse mit Hilfe geeigneter Graphiken (mit Hilfe von Microsoft Excel) und Tabellen darzustellen, zu interpretieren und kritisch zu diskutieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Marktforschung • Methoden der Datenerheben • Multivariate Verfahren der Datenanalyse • Datenanalyse mit Hilfe von SPSS 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, SPSS- und Microsoft Excel Übung				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Test (30 min.) (30%) Vortrag (15 min.) (70%) <p style="text-align: right;">Prüfungssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch</p>				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits				

9	Bestandene Modulprüfung	Status
	Verwendung des Moduls in:	
	Studiengang	
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Wahlpflichtmodul
	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2011/12	Wahlmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2012/13	Wahlmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2013/14	Wahlmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2015/16_WS2016/17	Wahlmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2018/19	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Wahlmodul

	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Wahlmodul
10	Stellenwert der Note für die Endnote	
	Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	
11	Sonstige Informationen / Literatur	
	Literatur: Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben	
	IHL BPO 15/16 und älter: Wahlkatalog Handel	
	IHL BPO 18/19, BPO 15/16 und älter: Wahlkatalog Logistik	

Social Commerce und Social Media

Modulname		Social Commerce und Social Media			
Modulname englisch		Social Commerce and Social Media			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Prof. C (FB01)			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
SCSM	180 h	6	5. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 1 SWS Seminar: 2 SWS Praktikum: 2 SWS	Kontaktzeit 5 SWS (= 75 h)	Selbststudium Gesamt: 105 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Seminar 15 Praktikum max. 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • haben die kontinuierlich steigende Bedeutung der Sozialen Medien (Social Media) und des Social Commerce im Kontext des E-Commerce verstanden • kennen die wichtigsten Kategorien von Social Media Plattformen, mögliche plattformspezifische Social Media Maßnahmen (anhand von ausgewählten Fallbeispielen) und übergreifende Social Media Strategien • sind befähigt Social Media Maßnahmen hinsichtlich ihres Erfolges zu bewerten (Social Media Monitoring und Online Reputation Management) • können ein Social Commerce Projekt von der ersten Idee bis zur Risikobetrachtung eigenständig konzipieren und realisieren • kennen die Grenzen und Risiken des Social Commerce, z.B. bzgl. Datenschutz und ethischer Aspekte 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Einordnung „Social Commerce“ und Klärung wichtiger Begriffe des Social Commerce (P2P-Economy, Social Shopping, Join-Shops, Affiliate Stores, Live-Shopping, Conversational Marketing....) • Hintergrundwissen zum veränderten Nutzungs- und Kaufverhalten im Internet sowie Social Media Nutzertypen (Creator, Conversationalists, Critics, Collectors, Joiners, Spectators, Inactives) • Social Media Plattformen soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Twitter), Foto- und Videonetzwerke (z.B. YouTube, musically), mobile Communities (z.B. Instagram, Snapchat), Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype), Blogs (z.B. Tubmlr., Wordpress), Foren und Bewertungsplattformen (z.B. gutefrage.net), Wikis / Open Source Plattformen (z.B. Wikipedia), Musik- und Audioplattformen (z.B. Spotify), Sharingplattformen (z.B. Slideshare) • Plattformspezifische und plattformübergreifende Strategie und Maßnahmen • Erfolgskontrolle mittel Social Media Monitoring: Monitoring-Tools, Kennzahlen, Online Reputation Management, „Shitstorms“ • Grenzen des Social Media Marketing: Datenschutz, ethische Fragestellungen etc. Social Media Projekt: Entwicklung einer eigenen Idee auf der Basis der erlernten Grundlagen, sowie die prototypische Umsetzung und die Einschätzung des eigenen Erfolgs und Risikobetrachtung 				

4	Lehrformen Dozentenvortrag, Lösung praktischer Aufgabenstellungen und Erarbeiten von Lerninhalten in Praktikumsgruppen, E-Learning via Moodle (Kommunikation (Chat, Wiki, Termine etc.), Materialien, Aufgaben, Projektmanagement, ePortfolio usw.)				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Modul 'Rechtliche Grundlagen des E-Commerce'				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Seminararbeit als Gruppenarbeit inkl. Präsentation Prüfungssprache: Deutsch (100%)				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfungen				
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Pflichtmodul				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Alt, R.; Reinhold, O.: Social Customer Relationship Management: Grundlagen, Anwendungen und Technologien, SpringerGabler 2017 Grabs, A; Bannour, K-P.; Vogl, E.: Follow me! - Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co., 4. Auflage, Rheinwerk 2017 Krings, T.: Social Media Marketing: Wie Sie Facebook und Instagram richtig nutzen, Ihre Bekanntheit erhöhen und mehr Kunden gewinnen 2016 Wieter, F.: Social Media Marketing für Anfänger 2016 Weitere Literatur wird im Verlauf der Veranstaltung bekannt gegeben.				

Wahlmodule

Big Data

Modulname		Big Data			
Modulname englisch		Big Data			
Modulverantwortliche/r		Fatih Gedikli			
Dozent/in		Prof. Dr. Fatih Gedikli			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Praktikum:	3 SWS 2 SWS	5 SWS (= 75 h)	Gesamt: 105 h	Vorlesung mit integrierter Übung Praktikum
					max. 150 bzw. 120 max. 15
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein,				
	<ul style="list-style-type: none"> • Big-Data-Probleme zu erkennen und passende Big-Data-Analyse-Lösungen zu entwickeln • theoretisch beliebig große Datenmengen zu erfassen, zu verarbeiten und zu visualisieren • Muster in den Daten zu erkennen und verborgenes Wissen aus den Daten abzuleiten • das Apache-Hadoop-Ökosystem für Big Data zu überblicken und dessen Komponenten einzuordnen • aktuelle Big-Data-Architekturen zu beschreiben und zu diskutieren • State-of-the-Art Technologien und Werkzeuge für Big Data einzusetzen 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Big Data Einführung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Grundlagen ◦ Herausforderungen ◦ Chancen ◦ Risiken • Beliebige große Datenmengen speichern <ul style="list-style-type: none"> ◦ Hochverfügbare und verteilte Dateisysteme ◦ NoSQL Datenbanken ◦ Hadoop Distributed File System (HDFS) ◦ Amazon Simple Storage Service (S3) • Beliebige große Datenmengen aufbereiten <ul style="list-style-type: none"> ◦ Echtzeitverarbeitung sehr großer Datenmengen ◦ Einsatz von MapReduce ◦ Wissensentdeckung in Datenbanken • Beliebige große Datenmengen visualisieren <ul style="list-style-type: none"> ◦ Werkzeuge zur Datenvisualisierung • Big-Data-Werkzeuge <ul style="list-style-type: none"> ◦ Einsatz von Apache Hadoop und Erweiterungen wie z.B. Apache Spark • Big-Data-Architekturen 				

	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Lambda-Architektur ◦ Elastic Stack (Elasticsearch, Logstash, Kibana) 																				
4	Lehrformen <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit integrierter Übung • Teamarbeit im Praktikum 																				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> • Erfahrung in objektorientierter Programmierung mit Java • Grundlegende Kenntnisse im Bereich Webtechnologien (HTML, CSS, JavaScript) 																				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (90 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch <i>Durch aktive und erfolgreiche Teilnahme am Praktikum können Bonuspunkte gesammelt werden. Dadurch kann eine Verbesserung der Modulnote erreicht werden.</i>																				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																				
9	Verwendung des Moduls in: <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Studiengang</th> <th style="text-align: left;">Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2010</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul	Angewandte Informatik_BPO2017	Wahlmodul	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul	Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul	Energieinformatik_BPO2017	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Wahlmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Wahlmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Wahlmodul
Studiengang	Status																				
Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul																				
Angewandte Informatik_BPO2017	Wahlmodul																				
E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul																				
Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul																				
Energieinformatik_BPO2017	Wahlmodul																				
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Wahlmodul																				
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Wahlmodul																				
Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Wahlmodul																				
Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Wahlmodul																				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																				
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Holden Karau, Andy Konwinski, Patrick Wendell, Matei Zaharia, 'Learning Spark', O'Reilly, 2015. • Jonas Freiknecht, 'Big Data in der Praxis: Lösungen mit Hadoop, HBase und Hive. Daten 																				

speichern, aufbereiten, visualisieren', Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2014.

- Nathan Marz, James Warren, 'Big Data: Entwicklung und Programmierung von Systemen für große Datenmengen und Einsatz der Lambda-Architektur', mitp Professional, 2016.
- Tom White, 'Hadoop: The Definitive Guide', O'Reilly, 2015.
- Viktor Mayer-Schönberger, Kenneth Cukier, 'Big Data: Die Revolution, die unser Leben verändern wird', Redline Verlag, 2013.
- Viktor Mayer-Schönberger, Kenneth Cukier, 'Lernen mit Big Data: Die Zukunft der Bildung', Redline Verlag, 2014.

Case Study Seminar in International Retail Management (English)

Module Title		Case Study Seminar in International Retail Management (English)			
Module Title in English		Case Study Seminar in International Retail Management			
Module Leader		Prof. Dr. rer. pol. Ellen Roemer			
Teaching Staff		Prof. Dr. Ellen Roemer			
Courselanguage/		English			
Code	Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration
Handel III	180 h	6	as of 5th semester	Every semester	1 semester
1	Type of Course Seminar: 4 h/week	Scheduled Learning 4 h/week (= 60 h)	Independent Study Total: 120 h	Approx. Number of Participants Seminar 15	
2	Learning Outcomes / Competences At the end of the module students will be able to ... <ul style="list-style-type: none"> • to repeat earlier acquired knowledge and / or to independently search for new knowledge regarding international retail management, • to apply this knowledge in order to solve case studies in international retail management, • to work in groups, to discuss different solutions and to come to an agreement regarding one preferred solution, as well as • to present case study solutions in class. 				
3	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Solution of case studies in international retail management • Principles of retail management • Strategies and strategic options • Internationalisation of retail management 				
4	Teaching Methods Problem based learning key competences: elaboration and systematization of new knowledge, team work, presentations, academic writing.				
5	Content-Related Module Prerequisites keine				
6	Formal Module Prerequisites keine				
7	Type of Exams presentation (10 min.) (50%) report (2000 words) (50%) <p style="text-align: right;">Examlanguage: English Examlanguage: English</p>				
8	Prerequisite for the Granting of Credits Pass all assessment forms				

<p>9</p>	<p>This Module Appears in:</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th data-bbox="268 230 496 259">Course of Studies</th> <th data-bbox="1193 230 1278 259">Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="268 293 1034 360">Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13</td> <td data-bbox="1193 293 1342 360">Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 394 1034 461">Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14</td> <td data-bbox="1193 394 1342 461">Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 495 1034 562">Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19</td> <td data-bbox="1193 495 1342 562">Compulsory Module</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 595 560 624">E-Commerce_BPO 2017</td> <td data-bbox="1193 595 1385 624">Elective Module</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 658 596 687">Modules in English at HRW</td> <td data-bbox="1193 658 1385 687">Elective Module</td> </tr> </tbody> </table>	Course of Studies	Status	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Compulsory Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Compulsory Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Compulsory Module	E-Commerce_BPO 2017	Elective Module	Modules in English at HRW	Elective Module
Course of Studies	Status												
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Compulsory Module												
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Compulsory Module												
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Compulsory Module												
E-Commerce_BPO 2017	Elective Module												
Modules in English at HRW	Elective Module												
<p>10</p>	<p>Weighting of Grade in Relationship to Final Grade</p> <p>Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits</p>												
<p>11</p>	<p>Additional Information / Literature</p> <p>The module lessons are in English. Any form of the assignment will be in English as well.</p> <p>Required reading will be announced every semester.</p>												

Computergrafik und Visualisierung

Modulname		Computergrafik und Visualisierung			
Modulname englisch		Computer Graphics and Visualisation			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr.-Ing. Gordon Müller			
Dozent/in		Prof. Dr. Gordon Müller			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
CGV	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Praktikum: 2 SWS Vorlesung mit integrierter Übung: 3 SWS	5 SWS (= 75 h)	Gesamt: 105 h	Praktikum	max. 15
				Vorlesung mit integrierter Übung	max. 150 bzw. 120
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden können,				
	<ul style="list-style-type: none"> • ausgewählte Algorithmen zur Visualisierung von technischen und gesellschaftlichen Fragestellungen anwenden. • Techniken zur Modellierung zwei- und dreidimensionaler Objekte anwenden. • komplexe Algorithmen für fotorealistische und medizinische Visualisierung in Anwendungsprogrammen einsetzen. • ausgewählte 3D-Frameworks analysieren. • im Team nach eigenem Plan Anwendungen zur Animation dreidimensionaler Objekte erschaffen und dokumentieren. 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Mathematische Grundlagen • Licht und Farbe • Affine Transformationen, Homogene Koordinaten • Animationen, Partikelsysteme • 2D-Kurven: Polynome, Splines, Bezierkurven, B-Splines • 3D-Modellierung: Meshes, Indexed-Face-Sets, Half-Edge-Darstellung • Geometriepipeline: Virtuelle Kameras, Projektionen, Clipping, lokale Beleuchtungsmodelle • Rasterisierung: 2D-Rasterisierung, Sichtbarkeit, ZBuffer, Schattierungsverfahren, Texturierung, Anti-Aliasing • Shaderprogrammierung • Globale Beleuchtung: Ray Tracing, Path Tracing, Photon Tracing, Beschleunigungsdatenstrukturen • Volumenvisualisierung • 3D Frameworks, 3D im Web 				
4	Lehrformen				
	Vorlesung mit begleitenden Übungen und Praktikum				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				

	Gute Kenntnisse der ProgrammierungInhalte der Module 'Mathematik 1' und 'Mathematik 2' oder vergleichbar												
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine												
7	Prüfungsformen Klausur (120 min, 60%) und Pflichtaufgaben im Praktikum (40%)												
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfungen												
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2010</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Energieinformatik_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul	Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status												
Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul												
E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul												
Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul												
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Pflichtmodul												
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul												
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits												
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Nischwitz, Fischer, Haberäcker, Socher: Computergrafik und Bildverarbeitung (Band I), 2011 • Zeppenfeld: Lehrbuch der Grafikprogrammierung, Spektrum Verlag, 2004 • Encarnacao, Straßer, Klein: Graphische Datenverarbeitung 1, 1996 • Shirley: Fundamentals of Computer Graphics, 2009 • Foley, Van Dam, Feiner: Computer Graphics: Principles and Practice, 2009 • Akenine-Möller, Haines, Hoffman: Real-Time Rendering, 2008 												

Current Topics of Operations & Supply Chain Management (English)

Module Title		Current Topics of Operations & Supply Chain Management (English)				
Module Title in English		Current Topics of Operations & Supply Chain Management				
Module Leader		Richard Gräßler				
Teaching Staff		Prof. Dr.-Ing. Richard Gräßler				
Courselanguage/		English				
Code		Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration
WM CTOSCM		180 h	6	4th semester	Every Winter semester	1 semester
1	Type of Course	Scheduled Learning	Independent Study		Approx. Number of Participants	
	Lecture including Exercise: 4 h/week	4 h/week (= 60 h)	Total: 120 h		Lecture including Exercise	max. 150 bzw. 120
2	Learning Outcomes / Competences On successful completion of the module students will be able for Operations Management and Supply Chain Management (including Logistics Management)... <ul style="list-style-type: none"> • to repeat the conceptual principles, tasks, trends and evolution of these areas, • to define the objectives and strategies of these two areas of a specific application • to explain the distinction and similarities of these two areas of responsibility, • organization, planning, managing and controlling it to analyze and discuss implications, • apply special methods for these topics. 					
3	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Introduction to Operations & Supply Chain Management (OSCM) • Tasks and principles, objectives and strategies, trends and development, differentiation and similarities of these two areas of responsibility • Organization, planning, management and control in the OSCM • Selected current topics in these two areas, e.g. Lean Manufacturing, Postponement, global Production and Logistics Networks 					
4	Teaching Methods Faculty lecture, moderated discussions, current case studies					
5	Content-Related Module Prerequisites keine					
6	Formal Module Prerequisites none					
7	Type of Exams report (20 pages) (60%) presentation (30 min.) (40%) Examlanguage: English Examlanguage: English					
8	Prerequisite for the Granting of Credits Passing the exam.					

Project (100%): typically done in teamwork, e.g. report (20 content pages per student) (60%), presentation (30 min. per student) (40%). Preliminary work in the form of a successfully passed oral exam. The details will be communicated during the first lecture.

9 This Module Appears in:

	Course of Studies	Status
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Elective Module
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Elected Specialization
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Elected Specialization
	E-Commerce_BPO 2017	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Elective Module
	Modules in English at HRW	Compulsory Module
10	Weighting of Grade in Relationship to Final Grade	

	Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits
11	Additional Information / Literature The module lessons are in English. Any form of the assignment is in English as well. Literature: Compulsory reading and further reading are announced in each semester. IHL: Wahlkatalog Logistik

Digitales Mediendesign

Modulname		Digitales Mediendesign			
Modulname englisch		Digital Media Design			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. nat. Stefan Geisler			
Dozent/in		Lehrbeauftragte/r			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
DMD	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 1 SWS Übung: 1 SWS Praktikum: 2 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Übung max. 30 Praktikum max. 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden haben grundlegende und breite Kenntnisse im digitalen Mediendesign erworben. Sie kennen die relevanten Arbeitstechniken und haben den Umgang mit geeigneten Softwarewerkzeugen erlernt. Sie sind in der Lage selbständig digitale Bitmap- sowie Vektorgrafiken und Animationen zu erzeugen.				
3	Inhalte Überblick über aktuelle Formate digitaler Medien Gestaltung; Farben und Formen, Flächen und Strukturen, Darstellung dreidimensionaler Objekte, Effekte Arbeiten mit Bitmap- und Vektorgrafiken, Grundlagen der Typografie, Layouts, Styleguides, Icondesign Animationen				
4	Lehrformen Vorlesung mit begleitenden Übungen und Praktikum				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Benotete Praktikumsaufgaben (100%)				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in:				

	Studiengang	Status
	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul
	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul
10	Stellenwert der Note für die Endnote	
	Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	
11	Sonstige Informationen / Literatur	

EDV-gestützte Abwicklung betrieblicher Geschäftsprozesse I

Modulname		EDV-gestützte Abwicklung betrieblicher Geschäftsprozesse I			
Modulname englisch		Business Processes			
Modulverantwortliche/r		Richard Gräßler			
Dozent/in		Prof. Dr.-Ing. Richard Gräßler			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
EDV II	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Übung: 4 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Übung max. 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> • verstehen Ziele der Geschäftsprozessmodellierung und können einfache Prozesse abbilden; • erhalten Einblicke in die Anwendungsmöglichkeiten und die Praxis ausgewählter Softwarelösungen (z.B. SAP R/3 Module) zur Buchhaltung, zum Controlling, Verkauf, Einkauf, Produktion, Lagerhaltung oder Personalwesen; • lernen, die vorgestellten EDV-Lösungen im Unternehmen zielgerichtet anzuwenden. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Prozessmanagements und der Prozessmodellierung • ERP-Systeme • Bereich des externen Rechnungswesens mit der Haupt- und Geschäftsbuchhaltung sowie den gesetzlich vorgeschriebenen Nebenbüchern • Verwaltung und Überwachung des Sachanlagevermögens • Controlling • Personalwesen 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, aktuelle Fallanalyse				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in:				

	Studiengang	Status
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Wahlmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Wahlmodul
	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Wahlmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Wahlmodul
10	Stellenwert der Note für die Endnote	
	Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	
11	Sonstige Informationen / Literatur	
	Literatur: Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben	

Empfehlungssysteme im E-Commerce

Modulname		Empfehlungssysteme im E-Commerce			
Modulname englisch		Recommender Systems in E-Commerce			
Modulverantwortliche/r		Fatih Gedikli			
Dozent/in		Prof. Dr. Fatih Gedikli			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Vorlesung mit integrierter Übung: Praktikum:	3 SWS 5 SWS (= 75 h) 2 SWS	Gesamt: 105 h	Vorlesung mit integrierter Übung Praktikum	max. 150 bzw. 120 max. 15
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • können die Anwendung von Empfehlungssystemen im E-Commerce und darüber hinaus im gesamten World Wide Web motivieren • können die unterschiedlichen Empfehlungsverfahren benennen und die Funktionsweise und die Vor- und Nachteile dieser Verfahren beschreiben • können passende Empfehlungssysteme für unterschiedliche Anwendungsfälle und Datenmengen auswählen • können den Erfolg von Empfehlungssystemen anhand gängiger Evaluierungsmethoden messen • sind in der Lage, unterschiedliche Empfehlungsverfahren miteinander zu vergleichen • können bereits implementierte Empfehlungsverfahren aus freien Software-Bibliotheken erfolgreich in Projekten einsetzen und einfache Empfehlungsverfahren auch selbst implementieren 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Wie arbeiten Empfehlungssysteme? <ul style="list-style-type: none"> ◦ Kollaborative Systeme ◦ Inhaltsbasiertes Filtern ◦ Wissensbasierte Systeme ◦ Hybride Systeme • Wie wird der Erfolg eines Empfehlungssystems gemessen? <ul style="list-style-type: none"> ◦ Verschiedene Evaluierungsstrategien ◦ Fallstudien • Ausgewählte Themen <ul style="list-style-type: none"> ◦ Benutzerschnittstelle (User Interface) ◦ Erklärbarkeit von Empfehlungen (Transparenz) ◦ Multikriterielle Bewertungen ◦ Kontextsensitive Empfehlungen ◦ Angriffe auf kollaborative Empfehlungssysteme 				
4	Lehrformen				

	c																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> • Erfahrung in objektorientierter Programmierung mit Java • Grundlegende Kenntnisse im Bereich Webtechnologien (HTML, CSS, JavaScript) 																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (90 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch <i>Durch aktive und erfolgreiche Teilnahme am Praktikum können Bonuspunkte gesammelt werden. Dadurch kann eine Verbesserung der Modulnote erreicht werden.</i>																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2010</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Angewandte Informatik_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2013</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Wirtschaftsinformatik_BPO2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul	Angewandte Informatik_BPO2017	Wahlmodul	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Wahlmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Wahlmodul	Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Angewandte Informatik_BPO2010	Wahlmodul																
Angewandte Informatik_BPO2017	Wahlmodul																
E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul																
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Wahlmodul																
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Wahlmodul																
Wirtschaftsinformatik_BPO2013	Wahlmodul																
Wirtschaftsinformatik_BPO2017	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • André Klahold, 'Empfehlungssysteme: Recommender Systems - Grundlagen, Konzepte und Lösungen', Vieweg+Teubner Verlag, 2009. • Dietmar Jannach, Markus Zanker, Alexander Felfernig, Gerhard Friedrich, 'Recommender Systems: An Introduction', Cambridge University Press, 2010. • Francesco Ricci, Lior Rokach, Bracha Shapira, 'Recommender Systems Handbook', Springer, 2015. • Gediminas Adomavicius, Alexander Tuzhilin, 'Toward the next generation of recommender systems: A survey of the state-of-the-art and possible extensions', IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering, 17(6):734–749, 2005. 																

Handelscontrolling

Modulname		Handelscontrolling			
Modulname englisch		Management Accounting for Retail Businesses			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Isabel Lausberg			
Dozent/in		Prof. Dr. Isabel Lausberg			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Handel IV	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Seminar: 4 SWS	4 SWS (= 60 h)	Gesamt: 120 h	Seminar 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Bei erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben des Handelscontrollings zu erläutern und dessen Bezugsobjekte zu differenzieren, • die Vorgehensweisen, Prämissen und Anwendungsmöglichkeiten wichtiger Instrumente der Umwelt- und Unternehmensanalyse für den Handel darzulegen, • die Zwecke, die Bedeutung und die Instrumente des Erlös- und Kostencontrollings zu erläutern, deren Aussagekraft kritisch zu beurteilen sowie Berechnungen selbständig durchzuführen, • unterschiedliche Kennzahlen und -systeme im Handel darzustellen, zu berechnen und ihre Eignung zu beurteilen, • geeignete Methoden zur Analyse und Bewertung der Kunden und der Kundenzufriedenheit zu beschreiben, anzuwenden und kritisch zu beurteilen, • Methoden und Kennzahlen zum Standortcontrolling und zum Sortiments- und Logistikcontrolling zu erläutern, anzuwenden und kritisch zu beurteilen, • die Ziele, Spezifika und Probleme der Hersteller-Händler-Beziehungen und insbesondere des Category Managements darzulegen. <p>Zudem sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • ausgewählte Themengebiete des Handelscontrollings in einem Team zu bearbeiten, sich in der Gruppe zu koordinieren und die Ergebnisse im Rahmen einer Präsentation unter Einsatz entsprechender Software (ppt o.ä.) vorzustellen und kritisch zu reflektieren. 				
3	Inhalte				
	Inhalte				
	1 Einführung in das Handelscontrolling				
	2 Strategisches Handelscontrolling				
	<ul style="list-style-type: none"> • Strategieprozess • Strategische Planung, Analyse und Kontrolle 				
	3 Instrumente und Methoden des operativen Handelscontrollings				

Internationales Management

Modulname		Internationales Management			
Modulname englisch		International Management			
Modulverantwortliche/r		Michael Vogelsang			
Dozent/in		Prof. Dr. Michael Vogelsang			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BWL XI	90 h	3	ab dem 5. Semester	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 1 SWS Übung: 1 SWS	Kontaktzeit 2 SWS (= 30 h)	Selbststudium Gesamt: 60 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Übung max. 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen des internationalen Managements • die theoretischen Erklärungen für die Internationalisierung der Unternehmung • die Operationsfelder und Formen der Internationalisierung • Auswirkungen der Internationalisierung auf die Unternehmung • Strategisches Management der Internationalisierung 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen der Internationalisierung von Unternehmung • Hintergrund und Rahmenbedingen internationaler Unternehmung • Formen und Operationsfelder internationaler Unternehmung • Management von Internationalisierung der Unternehmung • Praxisbeispiele des internationales Managements 				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, Übungen, moderierte Diskussion, aktuelle Fallanalyse				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausur (i.d.R. 60 min) (50%), Präsentation (i.d.R. 20 min) (50%)				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in:				

	Studiengang	Status
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Pflichtmodul
	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Pflichtmodul
	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2013/14	Pflichtmodul
	Energie- und Wassermanagement_WS2015/16_WS2016/17	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Pflichtmodul
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Pflichtmodul
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits	
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur: Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben	

Let's battle for some attention: Brand Development and Marketing (project-based) (English)

Module Title		Let's battle for some attention: Brand Development and Marketing (project-based) (English)			
Module Title in English		Let's battle for some attention: Brand Development and Marketing (project-based)			
Module Leader		Sandra Meyer			
Teaching Staff		ZfK / Sandra Meyer			
Courselanguage/		English			
Code	Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration
MAENG	180 h	6	as of 5th semester	Every semester	1 semester
1	Type of Course	Scheduled Learning	Independent Study		Approx. Number of Participants
	Seminar: 4 h/week	4 h/week (= 60 h)	Total: 120 h		Seminar 15
2	Learning Outcomes / Competences				
	<p>Upon successful completion of this module, students will have been introduced to relevant topics in the context of brand development and marketing on a basic level. The focus of this seminar, however, is not designed to provide expert knowledge within the fields of brand development and marketing, but is supposed to further develop language skills with a specific focus on these areas. Thus, the seminar focusses upon providing an authentic English-speaking setting in which students can access their marketing knowledge acquired prior to this course. They will improve their fundamental knowledge of marketing terminology in English including the ability to describe marketing strategies and concepts in English. Additionally, they will improve their negotiation and meeting skills with the help of various case studies. A marketing project during which students develop a product and try to successfully launch it will give them some hands-on experience concerning marketing strategies.</p>				
3	Contents				
	<p>Technical terminology Marketing and Brand Development Product Development/Brand Names Branding, Corporate Branding, Brand Equity Brand Extension Marketing Strategies/Marketing Plans/Marketing Mix Marketing Communication/Selling to the Consumer Market Research Questionnaires Negotiations Meetings Case Studies Presentation Skills</p>				
4	Teaching Methods				
	Seminar, project-based group work				
5	Content-Related Module Prerequisites				
	<p>This course is taught in English. Your English skills need to be at least on the B2 level of the Common European Framework for languages. In case you are not sure whether your language skills are good enough please take the English test on the ZfK website or contact Sandra.Meyer@hs-</p>				

	ruhrwest.de.																														
6	Formal Module Prerequisites none																														
7	Type of Exams presentation (15 min.) (50%) term paper (10 pages) (50%) Exam language: English Exam language: English																														
8	Prerequisite for the Granting of Credits successful participation + attendance + passing of exam																														
9	<p>This Module Appears in:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Course of Studies</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Angebote des ZfK</td> <td>Elected Specialization</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Modules in English at HRW</td> <td>Elective Module</td> </tr> </tbody> </table>	Course of Studies	Status	Angebote des ZfK	Elected Specialization	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Elective Module	E-Commerce_BPO 2017	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Elective Module	Modules in English at HRW	Elective Module
Course of Studies	Status																														
Angebote des ZfK	Elected Specialization																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Elective Module																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Elective Module																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Elective Module																														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Elective Module																														
E-Commerce_BPO 2017	Elective Module																														
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Elective Module																														
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Elective Module																														
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Elective Module																														
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Elective Module																														
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Elective Module																														
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Elective Module																														
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Elective Module																														
Modules in English at HRW	Elective Module																														
10	Weighting of Grade in Relationship to Final Grade Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits																														
11	Additional Information / Literature Other information / literature: The module lessons are in English. Any form of the Assignment is in																														

English as well

IHL: Wahlkatalog Handel

Required reading will be announced every semester.

Mensch und Technik I - Grundlagen Psychologie und Ergonomie

Modulname		Mensch und Technik I - Grundlagen Psychologie und Ergonomie			
Modulname englisch		Human-Machine Interaction 1 - Fundamentals of Psychology and Ergonomics			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. nat. Stefan Geisler			
Dozent/in		Lehrbeauftragte/r // Prof. Dr. rer. nat. Stefan Geisler			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S-MT1, GPE	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 3 SWS Seminar: 2 SWS	Kontaktzeit 5 SWS (= 75 h)	Selbststudium Gesamt: 105 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Seminar 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • haben Kenntnisse der sicherheitsrelevanten Grundlagen der Psychologie und Ergonomie erworben, • verfügen über ein Verständnis zentraler Begriffe, Theorien sowie Methoden der Psychologie und Ergonomie • sind in der Lage, diese zu bewerten, Fallbeispiele zu benennen und in konkreten Anwendungsfeldern zu integrieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Historische Betrachtung und Verankerung der Human Factors in den Disziplinen • Menschliche Sinne und deren Grenzen • Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Situation Awareness • Denken und Handeln • Sicherheitsbegriff, Zuverlässigkeit, Fehler • Methoden der Human Factors Forschung • Fallbeispiele • ausgewählte Schwerpunkte und praktische Anwendungsfelder: Stabsarbeit, Militär, Patientensicherheit, Luftfahrt 				
4	Lehrformen Vorlesung mit integrierten Übungen, (interaktive) Gruppenarbeiten, Seminar zur Behandlung ausgewählter Schwerpunkte				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Klausur (60 Minuten, 70 %) und interaktiver Seminarvortrag (40 Minuten, 30 %). Gruppenprojekt -- Hier handelt es sich um eine freiwillige Leistung. Es können bis zu 15 Bonuspunkte für die Klausur erreicht werden. Die Klausur muss jedoch zuvor als bestanden bewertet worden sein, siehe BPO §				

	11 (3).						
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Erfolgreiches Bestehen der Klausur und erfolgreicher interaktiver Seminarvortrag.						
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0"> <thead> <tr> <th>Studiengang</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td>Sicherheitstechnik_BPO2014</td> <td>Pflichtmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul	Sicherheitstechnik_BPO2014	Pflichtmodul
Studiengang	Status						
E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul						
Sicherheitstechnik_BPO2014	Pflichtmodul						
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits						
11	Sonstige Informationen / Literatur Primär:Badke-Schaub, P., Hofinger, G. & Lauche, K. (Hg.) (2008) Human Factors. Psychologie sicheren Handelns. Heidelberg: Springer.Goldstein, B. (2002). Wahrnehmungspsychologie. Spektrum.Brand, M. & Schiebener, J. (2014). Allgemeine Psychologie I. Kohlhammer.Daneben:Wickens, C. D., Lee, J. Liu, Y. D., & Gordon-Becker, S. (2004). An introduction to human factors engineering (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.Sanders, M. S. & McCormick, E. J. (1993). Human factors in engineering and design (7th ed.). New York: McGraw-Hill.Casey, S. M. (1998). Set phasers on stun. Santa Barbara, CA: Aegean.Chaffin, D. B., Andersson, G. B. J., & Martin, B. J. (2006). Occupational biomechanics (4th ed.). New York: Wiley-Intersciences.Stanton, N., Hedge, A., Brookhuis, K., & Salas, E. (Eds.). (2004). Handbook of human factors and ergonomics methods. Boca Raton, FL: CRC Press.Wilson, J. R. & Corlett, E. N. (Eds.) (2005). Evaluation of human work: A practical ergonomics methodology (3rd ed.). Philadelphia: Taylor & Francis.Norman, D. A. (2002). The design of everyday things. New York: Basic Books.						

Net Economy (English)

Module Title		Net Economy (English)			
Module Title in English		Net Economy			
Module Leader		Prof. Dr. rer. pol. Ellen Roemer			
Teaching Staff		Prof. Dr. Ellen Roemer			
Courselanguage/		English			
Code	Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration
	180 h	6	as of 5th semester	Every Winter semester	1 semester
1	Type of Course	Scheduled Learning	Independent Study		Approx. Number of Participants
	Online Mentoring: 2 h/week Exercise: 2 h/week	4 h/week (= 60 h)	Total: 120 h		Online Mentoring Exercise max. 30
2	Learning Outcomes / Competences On completion of this module, students should: knowledge and understanding <ul style="list-style-type: none"> • have an enhanced understanding of net economy topics such as Social Media, Web 2.0, Social Commerce, Viral Marketing, etc.; discipline skills <ul style="list-style-type: none"> • be able to analyse and apply net economy concepts and frameworks to business situations; personal transferable skills <ul style="list-style-type: none"> • be able to work together in international groups of students using web-based tools such as Skype, Ning, GoogleSites, GoogleDocs, etc. 				
3	Contents Students will work together in teams on net economy topics such as Social Media, Web 2.0, Social Commerce, Viral Marketing, etc. However, the team members will not be together in class, but spread all over Germany and even all over the world. Regular class sessions will be held on the Internet. Students will get to know their team mates via a platform called Ning which is very similar to Facebook. They will work together using web-based tools such as Skype, Ning, GoogleSites, GoogleDocs, etc.				
4	Teaching Methods Web-meetings, group work, presentations and tutorials				
5	Content-Related Module Prerequisites English language proficiency				
6	Formal Module Prerequisites none				
7	Type of Exams				

	Mid-Term-Test (30 minutes) (10%) and project work in groups (90%)																																		
8	Prerequisite for the Granting of Credits Pass all assessment forms																																		
9	This Module Appears in:																																		
	<table border="0"> <thead> <tr> <th>Course of Studies</th> <th>Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13</td> <td>Elective Module</td> </tr> <tr> <td>Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14</td> <td>Elective Module</td> </tr> </tbody> </table>	Course of Studies	Status	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Elective Module	E-Commerce_BPO 2017	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Elective Module	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Elective Module
Course of Studies	Status																																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_SS2012	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2011/12	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2012/13	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2013/14	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2015/16	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrielles Dienstleistungsmanagement_WS2018/19	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2012/13	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2013/14	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2015/16	Elective Module																																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Handelsmanagement und Logistik_WS2018/19	Elective Module																																		
E-Commerce_BPO 2017	Elective Module																																		
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2013/14	Elective Module																																		
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets (Bachelor Plus)_WS2015/16	Elective Module																																		
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2011/12	Elective Module																																		
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2012/13	Elective Module																																		
Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2013/14	Elective Module																																		

	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2015/16	Elective Module
	Internationale Wirtschaft - Emerging Markets_WS2018/19	Elective Module
	Modules in English at HRW	Elective Module
10	Weighting of Grade in Relationship to Final Grade	
	Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits	
11	Additional Information / Literature	
	Other information / literature: The module lessons are in English. Any form of the Assignment is in English as well	
	IHL: Wahlkatalog Handel	
	Literature will be announced every semester.	

Positive Computing und Diversity in der Mensch-Technik-Interaktion

Modulname		Positive Computing und Diversity in der Mensch-Technik-Interaktion			
Modulname englisch		Positive Computing and Diversity in Human Technology Interaction			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Sabrina Eimler			
Dozent/in		Prof.'in Dr. Sabrina Eimler			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 2 SWS Seminar: 1 SWS Projekt: 1 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Seminar 15 Projekt 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse der Begrifflichkeiten, Konzepte, Theorien, Experimente und Methodenaus den Bereichen Positive Computing und Diversity verstanden und können diese praxisorientiert anwenden. Die Studierenden können verschiedene Differenzkonstruktionen (Doing Race, Doing Class, Doing Gender, Doing Age und Doing Dis_ability) benennen und diese in ihren Eigenheiten und spezifischen Folgen in der Nutzung, Wirkung und Gestaltung von Technologien beschreiben. Sie sind mit der Positive Computing Perspektive auf Anwendungssysteme vertraut.				
3	Inhalte Positive Computing (Modelle, Methoden,...)Diversity, DiversitätskonstruktionenDiversität in der Mensch-Technik-InteraktionFallbeispiele				
4	Lehrformen Vorlesung mit praktischen Phasen, Seminar, Praktikum				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine (Vorkenntnisse aus den Bereichen Usability/User Experience, Psychologie sinnvoll!)				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen Klausur 40%Projektarbeit 60%				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Klausur, erfolgreiches Projekt, Anwesenheit bei 80% der Projektbesprechungen				
9	Verwendung des Moduls in:				

	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="268 197 730 226">Studiengang</td> <td data-bbox="746 197 1410 226">Status</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 259 730 288">E-Commerce_BPO 2017</td> <td data-bbox="746 259 1410 288">Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 322 730 351">Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td data-bbox="746 322 1410 351">Pflichtmodul</td> </tr> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul
Studiengang	Status						
E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul						
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Pflichtmodul						
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>						
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calvo, R. A. & Peters, D. (2014). Positive Computing - Technology for Wellbeing and Human Potential. MIT Press. • http://www.positivecomputing.org/ • Pawlowski, J., Eimler, S., Jansen, M., Stoffregen, J., Geisler, S., Koch, O., ... & Handmann, U. (2015). Positive Computing. <i>Business & Information Systems Engineering</i>, 57(6), 405-408. • Calvo, R. A., D'Mello, S., Gratch, J., & Kappas, A. (Eds.). (2014). <i>The Oxford handbook of affective computing</i>. Oxford University Press, USA. • Fereidooni, K. & Zeoli, A. (Eds.) (2016). <i>Managing Diversity</i>. Springer Fachmedien: Wiesbaden. • Schiebinger, L., Klinge, I., Paik, H. Y., Sánchez de Madariaga, I., Schraudner, M., and Stefanick, M. (Eds.) (2011-2016). <i>Gendered Innovations in Science, Health & Medicine, Engineering, and Environment</i> (genderedinnovations.stanford.edu). 						

Projekt: Benutzerschnittstellen für Mobilgeräte

Modulname		Projekt: Benutzerschnittstellen für Mobilgeräte			
Modulname englisch		Project User Interfaces for Mobile Devices			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. nat. Stefan Geisler			
Dozent/in		Prof. Dr. Stefan Geisler, Henrik Detjen			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
PBM	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
			Gesamt: 180 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden können das in den anderen zum Schwerpunkt gehörenden Fächern erworbene Fachwissen problemorientiert anwenden und sind in der Lage, sich neues Wissen selbständig anzueignen. Sie können zielgerichtet und interdisziplinär arbeiten und Lösungen in einem festen Zeitraum eigenständig entwickeln und präsentieren.				
3	Inhalte				
	Je nach konkreter Aufgabenstellung aus dem Themenkomplex Benutzerschnittstellen für Mobilgeräte, von der Anforderungsanalyse, Konzeptentwicklung, Prototypentwicklung bis zu Benutzertests, interdisziplinär unter Beachtung technischer, psychologischer und gestalterischer Aspekte.				
4	Lehrformen				
	Größtenteils eigenständige Projektarbeit				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				
7	Prüfungsformen				
	Projektarbeit mit Präsentation				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits				
	Bestandene Projektarbeit und Präsentation				
9	Verwendung des Moduls in:				
	Studiengang				Status
	E-Commerce_BPO 2017				Wahlmodul
	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013				Wahlpflichtmodul
	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017				Wahlpflichtmodul

10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur

Virtual und Augmented Reality

Modulname		Virtual und Augmented Reality			
Modulname englisch		Virtual and Augmented Reality			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr.-Ing. Gordon Müller			
Dozent/in		Prof. Dr. Gordon Müller			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
AR	180 h	6	ab dem 5. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung: 2 SWS Praktikum: 2 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 120 h	geplante Gruppengröße Vorlesung max. 150 bzw. 120 Praktikum max. 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden haben die vorgestellten Inhalte verstanden und können sie praxisorientiert anwenden. Das Wissen um den Aufbau und die Programmierung von sowohl VR- als auch AR-Systemen soweit vertieft, dass sie die erlernten Techniken in eigenen Software- und Hardwareprojekten einsetzen und anwenden können.				
3	Inhalte Grundlagen und ausgewählte Schwerpunkte mit Anwendungsbezug, z.B. <ul style="list-style-type: none">• Wahrnehmungsaspekte von VR• Virtuelle Welten• VR-Eingabegeräte• VR-Ausgabegeräte• Interaktionen in Virtuellen Welten• Echtzeitaspekte von VR-Systemen• Tracking• Augmented Reality und Kommunikation• AR Anwendungsszenarien• AR basierte Geschäftsmodelle• AR Potentiale, Risiken und Grenzen				
4	Lehrformen Vorlesung und Praktikum				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen <i>Klausur (120 min, 50%) und Projektarbeit (50%)</i>				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits <i>Bestandene Modulprüfungen</i>				

9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="268 230 730 264">Studiengang</th> <th data-bbox="746 230 1418 264">Status</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="268 293 730 327">E-Commerce_BPO 2017</td> <td data-bbox="746 293 1418 327">Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 360 730 394">Energieinformatik_BPO2013</td> <td data-bbox="746 360 1418 394">Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 427 730 461">Energieinformatik_BPO2017</td> <td data-bbox="746 427 1418 461">Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 495 730 528">Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013</td> <td data-bbox="746 495 1418 528">Wahlmodul</td> </tr> <tr> <td data-bbox="268 562 730 595">Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017</td> <td data-bbox="746 562 1418 595">Wahlmodul</td> </tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul	Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul	Energieinformatik_BPO2017	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Wahlmodul	Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Wahlmodul
Studiengang	Status												
E-Commerce_BPO 2017	Wahlmodul												
Energieinformatik_BPO2013	Wahlmodul												
Energieinformatik_BPO2017	Wahlmodul												
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2013	Wahlmodul												
Mensch-Technik-Interaktion_BPO2017	Wahlmodul												
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>												
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Dörner, Broll, Grimm, Jung: <i>Virtual und Augmented Reality</i>, Springer Vieweg, 2013 · Tönnis: <i>Augmented Reality</i>, Springer, 2010 · Mehler-Bicher, Steiger: <i>Augmented Reality</i>, 2014 												

Praxissemester

Praxissemester

Modulname		Praxissemester			
Modulname englisch		Internship			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		alle Lehrenden möglich			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Praxis	780 h	26	ab dem 6. Semester	jedes Semester	Praxissemester Vollzeitliches Praktikum: 20 Wochen
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
			Gesamt: 780 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> das im Studium erlernte Fachwissen auf eine konkrete Aufgabenstellung problemorientiert anzuwenden an praktischen, anwendungsbezogenen oder wissenschaftlichen Themen im Team mitzuarbeiten, ihre Erfahrungen / Ergebnisse angemessen und nachvollziehbar zu dokumentieren und zu präsentieren mitzuarbeiten, ihre Erfahrungen / Ergebnisse angemessen und nachvollziehbar zu dokumentieren zu präsentieren. die gemachten Erfahrungen zu reflektieren 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> Wissenschaftliche oder anwendungsbezogene Tätigkeit im Bereich E-Commerce Inhalte werden vom jeweiligen Projektanbieter vorgegeben 				
4	Lehrformen				
	Praktikum				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen				
	Alle Prüfungen der ersten beiden Semester und mindestens 100 Credits				
7	Prüfungsformen				
	Praxissemesterbericht und Praxisseminar				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits				
	Erfolgreiche Teilnahme am Praktikum und bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in:				

	<table> <tr> <td>Studiengang</td> <td>Status</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Praxissemester</td> </tr> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Praxissemester
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Praxissemester				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Nur Anerkennung von Credits, keine Verrechnung auf die Endnote				
11	Sonstige Informationen / Literatur				

Praxisseminar

Modulname		Praxisseminar			
Modulname englisch		Seminar			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		alle Lehrende möglich			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Praxis	60 h	2	ab dem 6. Semester	jedes Semester	Praxissemester
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
			Gesamt: 60 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden sind in der Lage, die Themen, Methodik und Ergebnisse ihres Praxissemesters anschaulich zu präsentieren und die Inhalte in einer Diskussion zu vertreten.				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung von Methodik, Konzepten und Ergebnissen des Praxissemesters • Führen einer Diskussion; Beantwortung kritischer Fragen • Dokumentation des Anwendungsbezugs des Praxissemesters 				
4	Lehrformen				
	Dozentenbetreuung auf Anfrage				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen				
	Alle Prüfungen der ersten beiden Semester und mindestens 100 Credits				
7	Prüfungsformen				
	Praxissemesterbericht und Praxisseminar				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits				
	Bestandenes Praxisseminar				
9	Verwendung des Moduls in:				
	Studiengang	Status			
	E-Commerce_BPO 2017	Praxissemester			
10	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Nur Anerkennung von Credits, keine Verrechnung auf die Endnote				

Bachelorarbeit

Bachelorarbeit

Modulname		Bachelorarbeit			
Modulname englisch		Bachelor's Thesis			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Durchführende Lehrende			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	360 h	12	7. Semester	jedes Semester	Bachelorarbeit: 12 Wochen
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
			Gesamt: 360 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • selbstständig zu arbeiten • das im Studium erlernte Fachwissen problemorientiert anzuwenden • die im Studium vermittelten wissenschaftlichen Methoden anzuwenden • in fachübergreifenden Zusammenhängen zu denken • eigenständig Projektplanung und Zeitmanagement zu organisieren • fristgerecht zu arbeiten • ihre Ergebnisse angemessen zu dokumentieren 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Selbständige Bearbeitung einer vom betreuenden Professor*in vorgegebenen wissenschaftlichen Aufgabenstellung im Bereich E-Commerce • Inhalte werden vom jeweiligen Projektanbieter vorgegeben 				
4	Lehrformen				
	Eigenständige Bearbeitung der Aufgabenstellung mit minimaler Anleitung durch die Lehrenden				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen				
	Alle Modulprüfungen der ersten fünf Fachsemester und mindestens 150 Credits.				
7	Prüfungsformen				
	Bachelorarbeit (100%)				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits				
	Bestandene Bachelorarbeit				
9	Verwendung des Moduls in:				

	<table> <tr> <td>Studiengang</td> <td>Status</td> </tr> <tr> <td>E-Commerce_BPO 2017</td> <td>Bachelorarbeit</td> </tr> </table>	Studiengang	Status	E-Commerce_BPO 2017	Bachelorarbeit
Studiengang	Status				
E-Commerce_BPO 2017	Bachelorarbeit				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur				

Bachelorarbeit (Kolloquium)

Modulname		Bachelorarbeit (Kolloquium)			
Modulname englisch		Colloquium			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Oliver Koch			
Dozent/in		Durchführende Lehrende			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Kolloq.	60 h	2	7. Semester	jedes Semester	Kolloquium: 30 Min
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
			Gesamt: 60 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden sind in der Lage, die Methodik und die Ergebnisse ihrer Bachelorarbeit (Thesis) anschaulich zu präsentieren und die Arbeit in einer wissenschaftlichen Diskussion zu vertreten.				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung von Methodik, Konzepten und Ergebnissen der Bachelor-Arbeit • Führen einer wissenschaftlichen Diskussion; Beantwortung kritischer Fragen • Dokumentation des Anwendungsbezugs der Bachelorarbeit 				
4	Lehrformen				
	Dozentenbetreuung auf Anfrage				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen				
	keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen				
	bestandene erforderliche Modulprüfungen des 1.-6. Semesters und Bewertung der Bachelorarbeit mit mindestens „ausreichend“				
7	Prüfungsformen				
	mündliche Prüfung (30 Minuten) (100%)				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits				
	bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in:				
	Studiengang	Status			
	E-Commerce_BPO 2017	Bachelorarbeit			
10	Stellenwert der Note für die Endnote				

	Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur