

# Modulübersicht Bachelorstudium Digital Business Management

## Modulgruppe Digital Innovation

ABWL: Unternehmerisches Denken und Handeln .....	3
Aktuelle Trends und Themen .....	5
Business Process Engineering.....	6
Datenschutzrecht in der Schweiz und Europa .....	8
Digital Transformation & Disruption .....	9
Digitaler Wandel - Analyse und Strategieentwicklung .....	10
Einführung E-Business Management .....	11
Identity-Tech.....	13
Information and Data Management .....	14
Information Consulting.....	16
Projektmanagement 2.....	17
Projektmanagement .....	18
Sales in Digital Business .....	19
Strategien und Geschäftsmodelle im digitalen Umfeld .....	20

## Modulgruppe Information Technology

Architektur von Informationssystemen.....	21
Big Data – Fortgeschrittene Anwendungen .....	23
Big Data .....	24
Blockchain und Distributed Ledger .....	25
Datenbankmanagementsysteme.....	26
IT-Security .....	27
Konzeption und Umsetzung einer Webapplikation.....	28
Makerspace: IoT Use Case .....	29
Programmierung 1 .....	30
Programmierung 2 .....	31
Requirements Engineering .....	32
Webprogrammierung .....	33

Wirtschaftsinformatik.....	34
<b>Modulgruppe Praxistransfer und Bachelor Thesis</b>	
Bachelor Thesis .....	35
Fachpraktikum .....	36
Human Centric Entrepreneurship 1 .....	37
Human Centric Entrepreneurship 2 .....	38
Unternehmensprojekt.....	39
<b>Modulgruppe Sozial- und Methodenkompetenz</b>	
Business English (B2) .....	40
Business English (C1) .....	41
Doing and Designing Research.....	42
English for Academic Purposes.....	43
Entrepreneurial Accounting .....	44
Markt- und Sozialforschung & Wissensmanagement.....	45
Mathematik.....	46
Recht.....	47
Soft Skills 1 .....	48
Soft Skills 2 .....	49
Statistik.....	50
VWL-Mikroökonomie .....	51
Wissenschaftliches Arbeiten.....	52
<b>Modulgruppe User Experience</b>	
Content Marketing & Story Telling .....	53
Design Introduction.....	54
Design Thinking .....	55
Digital Marketing.....	56
E-Commerce, Customer Relationship & Web Content Management.....	57
Experience Reality .....	59
Kommunikation & Marketing.....	60
Konzeption & Prototyping .....	61
Markenführung und die ICH-Marke.....	62
Usability Engineering .....	63
User Research und Workshop-Moderation .....	64

# Modulgruppe Digital Innovation

## ABWL: Unternehmerisches Denken und Handeln

### Leitidee

- Grundlegendes (=theoretisch fundiert und praxisorientiert) Verständnis für unternehmerische In- und Umwelten. Begreifen der zentralen Wirkungszusammenhänge eines Unternehmens in einem dynamischen System.
- Erarbeitung einer betriebswirtschaftlichen Methodenkompetenz und
- konstruktiv-kritische Auseinandersetzung mit fallbasierten Problemstellungen aus verschiedenen Perspektiven in Einzel- und Gruppenarbeit.

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls können Studierende,

- betriebswirtschaftliche Methodenkompetenz demonstrieren, indem sie unterschiedliche unternehmerische Problemstellungen untersuchen und mit Methodik bearbeiten,
- bedeutende BWL-Konzepte und -Instrumente am Praxisfall einsetzen und begreifen.
- Aufträge termingerecht bearbeiten, einreichen und konstruktiv zu Gruppenarbeiten beitragen,
- Mitverantwortung für den persönlichen Lernerfolg und jenen der Gruppe tragen.
- das St. Galler Managementmodell und seine Elemente als ganzheitlichen und systematischen Ansatz, um komplexe Problemstellungen anzupacken,
- verstehen wie ein Unternehmen im Wirtschaftssystem interagiert und funktioniert,
- kennen und verstehen die Bedeutung von Anspruchsgruppen und Werten hinsichtlich langfristigem Unternehmenserfolg,
- was Strategien sind und wie sie entwickelt werden,
- und Organisationen gebildet werden,
- und beschreiben die wichtigsten Leistungs-, Prozess- und Unternehmensarten,
- verstehen, welche Rolle die Unternehmenskultur für die Erreichung von Zielen spielt,
- und unterscheiden die bedeutendsten Organisations- und Kooperationsformen.
- wenden das St. Galler Managementmodell als Analyse- und Entwicklungsraster für die Lösung unternehmerischer Problemstellungen methodisch korrekt an.
- können ausgewählte betriebswirtschaftliche Methoden, Verfahren und Instrumente am konkreten Sachverhalten/Praxisfall strukturiert anwenden

- lösen selbständig und im Team betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen und bringen eigenständige Beiträge in die Gruppe ein.

# Aktuelle Trends und Themen

## Leitidee

Um eine erfolgreiche unternehmerische Zukunft gestalten zu können, ist es unerlässlich, über aktuelle und gesellschaftlich relevante Themen informiert zu sein und mögliche Trends im digitalen Umfeld abschätzen zu können. Insbesondere in einer globalisierten, stark vernetzten Welt, welche durch zunehmende Komplexität und sich stetig verändernde Märkte und Industrien charakterisiert ist, gewinnen diese Anforderungen an Wichtigkeit. In dem Seminar werden den Studierenden verschiedene Perspektiven auf das breite Feld der Zukunftsforschung eröffnet und sie setzen sich in diesem Zusammenhang aktiv mit Fragen zu Aspekten wie Risiko und Unsicherheit auseinander. Darüber hinaus erlernen Studierende das systematische Erkennen, Analysieren und Beurteilen der Relevanz aktueller Themen und Trends. Mittels branchenüblicher Methodik werden aktuelle Themen und Trends identifiziert, analysiert und gemeinsam konsolidiert. Mit dem Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage in einem spezifischen Arbeitskontext relevante Themen und Trends für die Unternehmung gewinnbringend zu bearbeiten.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Bereiche, Aspekte und Methoden der Zukunftsforschung zu nennen
- sich selbständig mit aktuellen Trend und Themen auseinanderzusetzen und diese für einen spezifischen Kontext einzuschätzen
- Trend Monitoring- und Scanning-Methoden anzuwenden
- analysierte Trends und Themen in einem gegebenen Kontext zu bewerten
- analysierte Trends und Themen zu konsolidieren

# Business Process Engineering

## Leitidee

Der Kern der Unternehmensorganisation sind seit vielen Jahren die Geschäftsprozesse des Unternehmens. Durch diese wird die Strategie und das Geschäftsmodell umgesetzt und effiziente Erstellung von qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette oder in Wertschöpfungsnetzen gesichert.

Wesentliche Treiber der Prozessorientierung sind:

Effizienzversprechungen durch die Anwendung von Best Practices und durch Skaleneffekte, die zunehmende Digitalisierung und Standardisierung von Prozessen durch betriebliche Informationssysteme sowie die verstärkte Prozessorientierung integrierter, teilweise genormter Managementsysteme wie ISO 900x und EFQM. Das Modul greift diese Treiber und die umfassende Sicht auf und beleuchtet aus verschiedenen Dimensionen (strategisch, operativ, organisatorisch, methodisch, technisch, quantitativ, qualitativ, Betrieb, Veränderung) die Kernaufgaben und Methoden des Prozessmanagements. Entlang der Phasen des Prozessmanagements sollen die wichtigsten Aufgaben, Konzepte, Begriffe und Methoden aufgezeigt und anhand von Praxisbeispielen trainiert werden. Neben der strukturierten Durchführung der Methoden sollen auch die Grenzen und Widersprüche des Prozessmanagements kritisch reflektiert und integriert betrachtet werden.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Begriffe und Konzepte des Prozessmanagements zu definieren und auf einen betrieblichen Kontext zu übertragen
- die strategische Relevanz und den Nutzen einer integrierten Prozessorientierung zu erkennen
- basierend auf einer strategischen Unternehmensanalyse Kernprozesse für eine Wertschöpfungskette, ein Unternehmen oder eine Organisationseinheit zu definieren
- strategische Prozessarchitekturen zu beschreiben und zu analysieren
- die auf die Organisation einwirkenden Rahmenbedingungen und Faktoren strukturiert zu analysieren und bewerten sowie Konsequenzen für die Organisation abzuleiten
- sowohl ablauf- wie aufbauorganisatorische Aspekte der Unternehmensführung zu analysieren und entsprechende Gestaltungsgrundsätze anzuwenden.
- Konkrete unternehmerische Kernprozesse zu bewerten und optimieren
- verschiedene Darstellungs- und Analysemethoden im Prozessmanagement anzuwenden
- Prozesse in BPMN 2.0 zu modellieren und analysieren

- verschiedene Methoden und Instrumente des Qualitätsmanagements (Deming-Kreislauf, Ishikawa-Diagramm, Schnittstellenanalyse etc.) anzuwenden.
- Integrierte prozessorientierte Managementsysteme wie EFQM, ISO 900x zu beschreiben, anzuwenden und deren Nutzen und Grenzen zu erkennen
- Vor- und Nachteile des betrieblichen Prozessmanagements kritisch zu reflektieren und Lösungsansätze für ein wirkungsvolles und nachhaltiges Prozessmanagement zu entwickeln
- die Möglichkeiten der Digitalisierung von Prozessen abzuleiten und differenziert in Anwendungskontexten anzuwenden

# Datenschutzrecht in der Schweiz und Europa

## **Leitidee**

Aufbau eines Verständnisses für Datenschutzrechts und erkennen der Vorteile dieses in Zukunft aus dem digitalen Bereich nicht mehr wegzudenkenden Rechts. Erlangen der Kompetenz, ab welchem Zeitpunkt das Datenschutzrecht in unternehmerische Entscheidungen/ Prozesse einbezogen werden muss.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- das schweizerische und europäische Datenschutzrecht in seinen Grundzügen zu verstehen.
- zu erkennen wo in einem Unternehmensbereich, datenschutzrechtliche Vorgaben eine Rolle spielen
- zu erfassen welche Prozesse bereits datenschutzrechtlich konform sind,
- bestehenden Unternehmensprozessen und deren Vor- und Nachteile in Bezug auf das Datenschutzrecht darzustellen,
- auszuwählen welche datenschutzrechtlichen Maßnahmen getroffen werden sollten,
- zu identifizieren ob ein datenschutzrechtlicher Beratungsbedarf besteht.



# Digital Transformation & Disruption

## Leitidee

Die Studierenden

- lernen die Grundlagen der Strategiearbeit vor dem Hintergrund der fortschreitenden digitalen Transformation kennen
- sammeln Erfahrungen mit der Analyse und Beratung von Unternehmen
- können Veränderungen grundlegender Geschäftsprozesse durch die Digitalisierung erkennen
- erkennen strategisches Optimierungspotential vor dem Hintergrund der Digitalisierung in der behandelten Branche

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- sich über den Stand der Digitalisierung in den Besuchten Unternehmen einen Überblick zu verschaffen
- mögliche Ansatzpunkte für strategisches Verbesserungspotential hinsichtlich der digitalen Transformation der besuchten Unternehmen zu erkennen und zu detaillieren
- entsprechende Digitalisierungs-Strategien zu formulieren

# Digitaler Wandel - Analyse und Strategieentwicklung

## Leitidee

Die Studierenden lernen anhand einer Case Study, die Ausgangslage (Markt und Wettbewerb) einer sich verändernden Branche zu analysieren, Rahmenbedingungen und Kerntreiber zu identifizieren und daraus Handlungs- und Strategieempfehlungen für Unternehmen abzuleiten.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- sich in eine Branche / einen Unternehmenskontext einzuarbeiten
- die Ausgangslage (Markt und Wettbewerb) und Rahmenbedingungen zu analysieren
- Kerntreiber zu identifizieren und konkrete Handlungs- und Strategieempfehlungen abzuleiten

## Lernziele

- Dimensionen einer Markt- und Wettbewerbsanalyse kennen
- Ausprägungen einer definierten Branche erheben und analysieren
- eine Markt- und Wettbewerbsanalyse für eine definierte Branche durchführen

## Qualifikationsziele

- Die Studierenden verstehen die Wichtigkeit von Markt- und Wettbewerbsanalysen für unternehmerische Entscheidungen und erkennen den Zusammenhang zwischen Marktentwicklungen und Erfolgsaussichten

## Kompetenzziele

- Die Studierenden können für eine definierte Branche relevante Marktbeobachtungen zusammentragen und deren Einfluss auf ein Unternehmen analysieren/ Strategieempfehlungen ableiten
- Die Studierenden können ein Unternehmen im analysierten Wettbewerbsumfeld zuordnen

# Einführung E-Business Management

## Leitidee

Einführung in die Grundlagen und Entstehung des E-Business.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Entwicklungsphasen des Internets/Web 2.0 zu nennen
- technologische Grundlagen des Digital Business zu nennen
- die Web 2.0-Prinzipien zu nennen und wissen, welchen Einfluss diese auf Unternehmen im E-Business haben
- Relevanz, Nutzen und Risiken von digitalen Gütern im Kontext des E-Business zu erkennen
- verschiedene Digitalisierungsmaßnahmen in den 4 Bereichen «Innovation und Ideenmanagement», «Marketing & Markenkommunikation», «Kollaboration und Produktivität», «Service und Support» zu nennen
- aktuelle Themen im E-Business zu beschreiben
- die Auswirkungen des Digital Business auf die Gesellschaft und die Wirtschaft zu verstehen
- die betriebswirtschaftlichen Besonderheiten digitaler Güter sowie ökonomische Theorien und Regeln für digitale Märkte zu verstehen
- die steigende Bedeutung des Digital Business für die globale Gesellschaft und für international operierende Unternehmen zu verstehen
- ökonomische und technologische Herausforderungen des Managements im Zeitalter der Globalisierung, insbesondere im Kontext des Digital Business zu verstehen
- ein grundlegendes Verständnis für Geschäftsmodelle und Zusammenhänge im Digital Business zu entwickeln
- die Implikationen des Web 2.0 auf die Internet- Kultur und deren Auswirkungen zu verstehen
- ein grundsätzliches Verständnis über rechtliche Fragestellungen im Web 2.0 zu entwickeln
- ihr Verständnis für Web 2.0 auf den E-Business- Kontext anzuwenden
- ausgewählte Methoden, Verfahren und Werkzeuge des Digital Business anzuwenden
- ausgewählte betriebswirtschaftliche Methoden (u.a. Nutzwertanalysen, Geschäftsmodellentwicklung, Konzeptbewertung) anzuwenden
- Begrifflichkeiten aus dem E-Business-Umfeld eigenständig zu recherchieren, analysieren und präsentieren
- ihr Verständnis für E-Business auf Unternehmungen anzuwenden

- Begrifflichkeiten aus dem E-Business Umfeld zu beurteilen

# Identity-Tech

## Leitidee

Identität und Technologie verschmelzen immer stärker zu zwei sich gegenseitig beeinflussenden Schlüsselkompetenzen von Organisationen. Eine sture Trennung der beiden Bereiche bürgt die Gefahr, dass ein ungenügender Transfer zwischen den genannten Bereichen stattfindet.

Die Organisationen von morgen müssen einerseits ihre eigene Identität schärfen und andererseits ihre eigenen Kernwerte in technischen Umsetzungen berücksichtigen. Umgekehrt können technische Lösungen zu einer klareren Identität beitragen.

Die Studierenden sind sich der Abhängigkeiten der beiden Bereiche bewusst, verstehen, wie sie sich gegenseitig beeinflussen und können anhand von Beispielen Lösungsansätze zu einer starken Verknüpfung erarbeiten.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff Identity-Tech zu umschreiben
- den "Golden Circle" zu verstehen und diesen im Zusammenhang mit Identity Tech einzuordnen
- das Identity-Tech Modell in Praxisbeispielen anzuwenden
- die Bedeutung von technologischen Faktoren, welche Identität beeinflussen zu erkennen und wissen, welchen Einfluss Identität auf die Technologie hat
- den Einfluss von Algorithmen auf die Identität zu verstehen und anhand von Beispielen zu erklären
- den Lerninhalt in Praxisbeispielen anzuwenden

# Information and Data Management

## Leitidee

Vom Chaos zur Ordnung - Oder, warum auch im Internet aufgeräumt wird!

Internet der Dinge, Big Data, Google, Social Media und sonstige

Plattformen versuchen alle aus den Unmengen von Internet Daten Information für den Anwender zu generieren. Dass das nicht immer funktioniert wissen wir alle. Wie müssen Internet-Portale wie Zattoo, Amazon, Facebook, Instagram und Co. technisch organisiert, strukturiert und verknüpft werden, damit unsere Suchanfragen oder unsere Navigation auf solchen Webseiten auch tatsächlich schnell und am besten vollautomatisiert zum gewünschten Ergebnis der Suche führt? Die Antworten darauf gibt dieses Modul.

Nach einer Einführung in die „Information Science“ und deren Konzepte zur strukturierten und automatisierten Erfassung von Daten im Internet sowie den Konzepten zur Erkennung von semantischen Zusammenhänge, können die Teilnehmenden anhand verschiedener Use Cases ihr neues Wissen konkret vertiefen. Der Umgang mit Suchwerkzeugen, sowohl aus Sicht der Benutzenden, die nach (Informations-)Produkten recherchieren, als auch aus Sicht der Anbieter, die diese in den Portal Systemen ablegen erfordert entsprechende theoretischen Grundlagen der zugrundeliegenden Retrieval-Funktionen und Suchsystemen. Nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls sind Sie in der Lage beurteilen zu können, ob ihre eigenen zukünftigen Webprojekte technisch richtig und sinnvoll entwickelt und umgesetzt werden.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundkonzepte und Fragestellungen der Informationswissenschaft sowie deren Zusammenhänge zu verstehen
- die theoretischen und konzeptionellen Grundlagen der formalen und inhaltlichen Wissensorganisation- und repräsentation zu kennen und zu verstehen
- die Methoden der Wissensorganisation im World Wide Web (WWW) anzuwenden um Websites strukturiert aufzubauen und deren Inhalte zu identifizieren
- die Methoden der automatischen Erschließung digitaler Daten (im Internet) mittel Auszeichnungssprachen und der Konzepte des Semantic Web wie Ontologien zu erklären
- die Eignung von Methoden einzuschätzen und diese exemplarisch anzuwenden

Die Studierenden kennen die Technik und beherrschen die Methodik (Retrievalfunktion) von Information Retrieval Systemen als Grundlage für den Umgang mit Suchdiensten im Internet und mit Informationsdatenbanken.

Die Studierenden kennen alle Aspekte der Suche im Internet (Typologie, Anbieter, Suchstrategien etc.) und können deren Grenzen abschätzen.

# Information Consulting

## **Leitidee**

Gute Beratung ist keine Wissenschaft, sondern die lebendige Beziehung zwischen Berater und Kunden. In der Vorlesung Information-Consulting erlernen Sie die Kompetenzen, die einen hervorragenden Berater neben seinem Fachwissen auszeichnen und die Sie zu einem souveränen Partner Ihrer Kunden machen.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Beratung zu verstehen
- verschiedene Beratungsmodelle anzuwenden
- sich in Beratungssituationen in verschiedene Rollen wie Kunde, Berater und Beobachter zu versetzen
- ausgewählte Beratungsmodelle anzuwenden
- ein Beratungsgespräch gezielt zu planen, durchzuführen und zu reflektieren
- ein auf den Kundenbedarf gerichtetes Angebot zu erstellen



# Projektmanagement 2

## Leitidee

Vertiefung der Kompetenzen des Moduls Projektmanagement 1. Projekte werden immer häufiger mit agilen Methoden durchgeführt. Agilität erfordert ein hohes Mass an Proaktivität und Selbstverantwortung. Neben theoretischen, methodischen und praktischen Kompetenzen in agilen Projektmanagement-Methoden werden die nötigen persönlichen sowie sozialen Kompetenzen gefordert und gefördert.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- den Unterschied zwischen klassischem und agilen Projektmanagement zu kennen
- unterschiedliche agile Methoden und Frameworks zu kennen und die Vor- und Nachteile für Projektvorhaben oder Unternehmensorganisationen kritisch bewerten zu können
- agile Artefakte wie z.B. Produktbacklog, Burndown Charts, Planungsboards zu kennen und diese für ihre Projekte anzuwenden
- Anforderungen iterativ zu priorisieren, mit den Stakeholdern abzustimmen und mit agilen Verfahren Aufwände zu schätzen
- Projektergebnisse nach Iterationen zu bewerten und Stakeholdern vorzustellen
- Projektreviews oder Retrospektiven zu moderieren und Probleme/Impediments sachlich und transparent darzustellen
- agile PM-Kompetenzen auf einem Niveau zu kennen, sodass sie die gängigen agilen Zertifizierungen (z. B. SCRUM Master...) bestehen können

# Projektmanagement

## Leitidee

Projektmanagement eine Schlüsselkompetenz, die in allen Studien- und Arbeitsbereichen angewendet wird. Studierende sollen in die Lage versetzt werden den Projekt-Lebenszyklus bzw. die Iteration (Initialisierung, Planung, Umsetzung, Kontrolle und Abschluss) zu verstehen und für kleinere Projekte selbständig durchzuführen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul verstehen die Studierenden:

- Ein Projekt, als ein grob umrissenes, risikobehaftetes Vorhaben, mit einem verbindlichen Anfangs-, Endtermin und Budget.
- Die Bedeutung von Projektmanagement und kennen die wichtigsten Techniken und Methoden des Projektmanagements.
- Wie ICT-Anwendungen die Aufgaben des Projektmanagements unterstützen können.

Sie sind nach erfolgreicher Teilnahme am Modul in der Lage ein Projekt,

- zu initialisieren, d.h. ein geeignetes Vorgehensmodell auswählen, Anspruchsgruppen zu identifizieren und deren Bedürfnisse und Haltungen zu erfassen sowie ein gemeinsames Verständnis zu schaffen, was im Projekt zu tun ist.
- zu planen, d.h. Ziele und Zwischenziele zu definieren, den Verlauf zu planen, die Kommunikation nach aussen und projektintern festzulegen, passende Werkzeuge zur Unterstützung der Zusammenarbeit zielführend einsetzen.
- durchzuführen, d.h. den Projektfortschritt zu verfolgen und zu beurteilen, kollaborative und partizipative Entscheidungsprozesse etablieren, administrativen Belange wahrnehmen; auf Änderungen reagieren, Beteiligten und Aussenstehenden transparent informieren und zu überzeugen.
- abzuschliessen, d.h. das Projekt formal korrekt abzuschliessen, so dass Projektinformationen jederzeit auffindbar sind und nachvollzogen werden könne

Die Studierenden verfügen über PM-Kompetenzen nach IPMA und erreichen ein dementsprechendes Ausbildungsniveau, so dass sie die internationale IPMA Level-D Zertifizierung bestehen könnten.

# Sales in Digital Business

## Leitidee

Die Studierenden können nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls:

- Erlangen fundierter Kenntnisse über verschiedene Verkaufsansätze, -Prozesse und -Instrumente.
- Analyse der Verkaufsausgangslage, Erstellen von Verkaufs-Strategien, -Prozessen und -Kampagnen. Reflektieren von praktischen Verkaufsbeispielen und gezielter Einsatz von Verkaufstechniken.
- Anwendung von Kenntnissen und Fähigkeiten in eigenverantwortlich konzipierten Verkaufs-Konzepten, deren Planung sowie konkrete Umsetzung und „Lessons Learnt“ von praktischen Verkaufs-Cases.
- Selbstständiges Weiterentwickeln der eigenen Verkaufs-Kompetenz mittels geeigneter Weiterbildungsmethoden

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Verkaufskonzepte selbständig zu erarbeiten und umzusetzen
- mit den gelernten Tools & Methoden reflektiert umzugehen
- ein kundenorientiertes Verkaufsverständnis zu erlangen

# Strategien und Geschäftsmodelle im digitalen Umfeld

## Leitidee

- Erwerb eines Grundlagenwissens über Schlüsselbegriffe "Strategie, Geschäftsmodelle und Digitalisierung" und deren Schnittmengen im Kontext der Unternehmensführung/-entwicklung
- Reflektion und Anwendung unterschiedlicher Konzepte für die Analyse, Gestaltung und Innovation von (digitalen) Strategien und Geschäftsmodellen.
- Bedeutung von Kundenzentrierung und kundenorientiertem Handeln im Rahmen der Strategiearbeit und Geschäftsmodellentwicklung verstehen und relevante Implikationen abzuleiten
- Einblicke erhalten in Start-ups mit digitalen Geschäftsmodellen/Strategien und wesentliche Aspekte zum Thema "Unternehmensgründung"

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- wesentliche Muster und Merkmale von Geschäftsmodellen sowie digitaler Strategien zu identifizieren und zu erkennen
- Implikationen der Digitalisierung auf Strategien und Geschäftsmodelle von Unternehmen zu diskutieren
- Methoden und Modelle zur Beschreibung und Identifikation von digitalen Strategien und Geschäftsmodellen anzuwenden
- Kundenbedürfnisse und Wertversprechen von Unternehmen im digitalen Umfeld zu analysieren
- (digitale) Strategien und Geschäftsmodelle strukturiert zu evaluieren
- strategische Handlungsfelder und Potenziale zur Geschäftsmodellinnovation im digitalen Umfeld zu entwerfen

# Modulgruppe Information Technology

## Architektur von Informationssystemen

### Leitidee

Das Verständnis der Architektur (Struktur, Funktionsweise) von Anwendungs- und Informationssystemen ermöglicht den künftigen Informationsspezialistinnen und -Spezialisten den adäquaten Einsatz entsprechender Systeme in der Praxis Ihrer späteren Tätigkeit als Digital Business Manager.

Vermittelt werden soll das grundlegende Verständnis der Architektur von Anwendungssystem in der stattfindenden Veränderung dieser Architekturen von komplexen Anwendungssystemen zu flexiblen, oft cloudbasierten Lösungen.

Voraussetzung dazu sind grundlegende Kenntnisse der betriebswirtschaftlichen Voraussetzungen und deren modellhafte Abbildung zur praktikablen Funktionsweise von Anwendungssystemen.

Vertiefte Kenntnisse der Funktionsweise des Internets und wichtiger Internetdienste (World Wide Web, E-Mail, Cloud Computing) bilden hierzu die Grundlage. Dabei wird ebenfalls der Einsatz des aktuellen Bereiches von IOT Technologien behandelt.

Die Übungen und das Semesterprojekt werden auf einem Linux-Betriebssystem umgesetzt.

Das im Thema Cloud Computing aktuell wichtige Thema Datensicherheit und die Auseinandersetzung mit entsprechenden Konzepten zur Umsetzung runden das Modul ab.

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:

- Die grundlegende Struktur und die Funktionsweise von Anwendungssystemen (ERP-Systemen) zu beschreiben,
- das Konzept einer datengetriebenen Webapplikation zu skizzieren,
- Notwendige Datenkonzepte sowie Schnittstellentechnologien für den erfolgreichen Betrieb von Anwendungssystemen zu beschreiben
- die Funktionsweise und Kommunikationsweise einer Auswahl an IoT-Objekten zu kennen,
- Grundlegende Konzepte des Linux-Betriebssystems zu verstehen, gängige Linux-Kommandos anzuwenden und einfache Shell-Skripts zu schreiben
- Einfache Schnittstellen Technologien zur Verknüpfung von Anwendungen zu beschreiben

- Bedrohungen der Sicherheit von Informationssystemen zu verstehen / zu erkennen und grundlegende Konzepte der Verschlüsselung digitaler Inhalte und der digitalen Signatur anzuwenden.

# Big Data – Fortgeschrittene Anwendungen

## Leitidee

Das Modul baut auf dem Modul "Big Data" auf und widmet sich stärker praktischen Themen wie der statistischen Datenanalyse, Administration und Verwendung von Big Data Systemen wie Hadoop oder MongoDB. Diese praktischen Anteile sollen in selbständigen Gruppenarbeiten in unterschiedlichen Domänen umgesetzt werden.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Besuch des Moduls verfügen die Studierenden umfassende Kenntnisse über:

- Recherche nach passenden Datensätzen in unterschiedlichen Domänen
- Eigene Anwendung von Big-Data-Technologien
- Kenntnisse Techniken aktueller Technologien und Plattformen wie Hadoop und Spark
- Erlernen praktischer Fähigkeiten zum Einsatz dieser Plattformen
- Anwendung der erlernten Fähigkeiten im Rahmen eines kleinen Praxisprojektes
- Praktische Durchführung auf einem Cluster

Die Studierenden lernen dabei die Big Data Integration und Verarbeitung kennen, sowie erste Einblicke in Machine Learning. Der Kurs umfasst die Erlangung von Daten aus dem Web, von APIs und von Datenbanken in verschiedenen Formaten und die danach erfolgende Aufbereitung und Reinigung. Danach wird der Kurs Grundlagen in Konzepten wie Training und Tests Sets, Overfitting und Fehlerraten vermitteln. Das Modul wird zudem auch eine Reihe von modellbasierten und algorithmischen maschinellen Lernmethoden einschließlich Regression, Klassifizierungsbäume, Naive Bayes und Random Forests vorstellen.

Inhaltlich wird sich der Kurs in Kombination mit dem Basismodul «Big Data und Business Intelligence» zudem an einem Zertifikat wie CCA (Cloudera Certified Associate) oder HCA (Hortonworks Certified Associate) orientieren, welche im Selbststudium nach Kursende weiterverfolgt werden können

# Big Data

## Leitidee

Das Modul setzt sich aus zwei Bereichen betrieblicher Data Science zusammen:

Es werden die Grundlagen von Business Intelligence (ETL, Reporting, Data Mining) mittels praktischer Anwendungen eines Data Warehouses vermittelt

Aufbauend darauf wird die Verarbeitung unstrukturierter Daten in einem Big Data Cluster aufgezeigt

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul verfügen die Studierenden umfassende Kenntnisse über:

- Data Warehouses und ihre Anwendungsgebiete
- Import mittels ETL-Prozessen o Reportingfunktionalitäten
- OLAP Cubes und ihre statistische Auswertung durch Data Mining Techniken
- Verwendung von Big Data Clustern für unstrukturierte Daten
- Anwendung von Hadoop Bestandteilen wie HDFS, YARN, MapReduce, Hbase, Hive, Spark und Pig
- Praktische Durchführung auf einem Big Data Cluster
- Einblick in den Bereich Machine Learning

Die Studierenden lernen dabei die ersten Schritte in den Bereichen Data Warehouse, Business Intelligence, Big Data und deren Verwendung in der statistischen Datenverarbeitung von strukturierten und unstrukturierten Daten.



# Blockchain und Distributed Ledger

## Leitidee

Die Studierenden erwerben ein Grundlagen-Verständnis für Blockchain- und andere distributed Ledger-Technologien (DLT). Studierende erhalten einen Einblick in unterschiedliche Anwendungsfälle, Geschäftsmodelle und können einfache Tokens selbst erstellen.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Historie der Blockchain-Technologie aufzuzeigen und wichtige Ereignisse zu benennen
- die relevantesten Kryptowährungen Dritten reflektiert zu erklären
- einen eigenen Token ohne Zusatzfunktionen, basierend auf der Ethereum Blockchain aufzusetzen und die Prozesse dahinter zu verstehen.
- einzelne Geschäftsmodelle basierend auf Blockchain/DLT-Technologie zu analysieren und differenzieren
- im Themengebiet der Tokenisierung Anwendungsfälle zu analysieren und zu bewerten
- regulatorische Grundanforderungen im Zusammenhang mit Blockchain-Services nachzuschlagen und zu verstehen

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul haben die Studierenden,

- das Potenzial der Blockchain Technologie verstanden und können die Technologie Dritten erklären.
- die „Dark Side“ der Blockchain kennen gelernt und verstehen, wie Risiken vermieden werden können.

# Datenbankmanagementsysteme

## Leitidee

(Relationale) Datenbanken sind Bestandteil nahezu aller Informationssysteme. Die Modellierung von Daten und die Erstellung der zugehörigen Schemata stehen meist zu Beginn der Systementwicklung.

Das Modul Datenbankmanagementsysteme bietet eine Einführung in dieses Thema und vermittelt Methoden, um (i) Datenbanken zu modellieren, (ii) die Qualität von Datenbankmodellen zu bewerten, (iii) bestehende Datenmodelle systematisch zu verbessern und (iv) Datenbanken mittels der Structured Query Language zu erstellen und abzufragen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach Abschluss dieses Moduls verfügen die Studierenden umfassende Kenntnisse über:

- die Grundkonzepte und Architektur von relationalen Datenbanksystemen und den Vorteil von Datenbanken gegenüber konventionellen Ansätzen,
- das Entity-Relationship (ER) Modell und dessen Erweiterungen,
- das relationale Datenmodell,
- semantische Integritätsbedingungen, funktionale Abhängigkeiten, Normalformen und Data Design,
- die Structured Query Language (SQL) und deren praktische Anwendung zur Erstellung und Abfrage von Datenbanken.
- Grundsätzliche Kenntnisse über verschiedene SQL Serversysteme,
- Grundlagen Postrelationale Datenbanken und Big Data Systeme.

Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage das erworbene Wissen praktisch anzuwenden, also (i) umfassende Problemstellungen im ER Modellen zu modellieren, (ii) diese in das relationale Datenmodell zu übertragen, (iii) die entsprechenden Tabellen mittels der Structured Query Language (SQL) in einer Datenbank anzulegen und Datenbankabfragen zu programmieren, (iv) die Qualität von Datenbankmodellen zu bewerten, optimale Tabellenzerlegungen vorzunehmen und diese auf Erhaltung der funktionalen Abhängigkeiten und Verbundstreuung zu überprüfen und (v) zu beurteilen, welche Datenbanklösungen für praktische Problemstellungen am besten geeignet sind. Zudem sind sie in der Lage (vi) verschiedene Datenbanksysteme zu identifizieren sowie (vii) verschiedene Inhalte aus den Bereichen Datenintegrität, Business Intelligence und Big Data zu beschreiben

# IT-Security

## Leitidee

Das Modul vermittelt IT-Security aus verschiedenen Perspektiven. Dabei wird sowohl die Sicht des Angreifers als auch des Systemverantwortlichen vermittelt, um einen tieferen technischen und operativen Einblick zu erhalten.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Stärken und Schwächen zentraler technischer Verfahren und Protokolle in Informationssystemen aus sicherheitstechnischer Sicht zu bewerten
- die im E-Business auftretenden Sicherheitsprobleme und Datenschutzaspekte auch aus rechtlicher Sicht zu beleuchten und einzuordnen
- unter der Vielzahl prinzipiell geeigneter Technologien die richtige Auswahl zu treffen
- die Nutzung und Bereitstellung von alltäglichen Informationsangeboten im Web in Hinsicht auf aktuelle Sicherheits-Aspekte zu beurteilen

# Konzeption und Umsetzung einer Webapplikation

## Leitidee

Thema: Implementierung eines Spiels als Weblösung (z.B. Brettspiels „4gewinnt“). Dabei müssen 2-n Personen gegeneinander spielen können, wobei ‚n‘ die Höchstspieleranzahl repräsentiert. Das Spiel muss auch mobiloptimiert dargestellt werden können.

Im Vorfeld vom Modul werden Ideen gesammelt. Die Machbarkeit wird gemeinsam überprüft und das zu implementierende Spiel wird entsprechend ausgewählt.

Bei der Implementierung soll der gesamte Lifecycle des Software Entwicklungsprozesses durchlaufen werden:

Anforderungsmanagement, (agiles) Projektmanagement, UX-Design, Software-Architektur, Implementierung, Testmanagement, Roll-out.

Ziele sind:

- Vertiefung der Programmierkompetenzen der Modulen „Programmierung“ und „Webprogrammierung“
- Einsatz von relationaler Datenbank
- Einsatz von Querkompetenzen der Modulen „Projektmanagement 1/2“, „Requirements Engineering“, „UX“

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Kompetenzen der PROM-Module und Anforderungsmanagement erfolgreich und integrativ für Projekte einzusetzen
- mit einer unspezifischen Themabeschreibung umzugehen und ihren eigenen Vorschlag auszuarbeiten
- agile Artefakte wie z. B. Produktbacklog, Planungsboards für ihre Projekte anzuwenden
- für qualitative Software-Architektur / Software-Design sensibilisiert zu sein
- ihre Programmierkenntnisse auf neue Anwendungen zu transferieren
- Aspekte des Testmanagements anzuwenden

# Makerspace: IoT Use Case

## Leitidee

- Verstehen des Konzepts des Makerspaces und des Internet of Things
- Kennenlernen verschiedener Makerspace und IoT-Technologien
- Planung, Erstellung, Dokumentation und Präsentation eines IoT-Prototypen

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Sich über neueste Makerspace- und IoT-Technologien einen Überblick zu verschaffen
- Ein IoT-Projekt selbstständig zu entwickeln (Konzeption, Konstruktion, Dokumentation, Evaluation)
- Den Aufwand und die Kosten eines IoT-Projekts einzuschätzen

# Programmierung 1

## Leitidee

Dieses Modul soll Studierende zum einen in die Lage versetzen kleinere Programme oder Programmanpassungen selbst realisieren zu können, sowie mit Systementwicklern auf Augenhöhe zu sprechen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Programmier-Paradigmen, zugehörige Programmiersprachen und ihre Anwendungsschwerpunkte zu erinnern,
- verschiedene Datentypen zu unterscheiden und deren Anwendungsgebiete zu kennen,
- grundlegende Programmierkonzepte (Funktionen, Kontrollstrukturen wie z.B. Sequenzen, Verzweigungen, Wiederholungen, Auswahl) zu verstehen und bei der Entwicklung von Algorithmen einzusetzen,
- Methoden und Techniken zum Entwurf von Algorithmen (z.B. Struktogramm oder Programmablaufplan) anzuwenden,
- einfache informationsmethodische Problemstellungen (primär Zeichenketten-basiert) in Algorithmen abzubilden und diese in der Programmiersprache Python zu implementieren.

# Programmierung 2

## **Leitidee**

Dieses Modul dient dazu den Studierenden Erfahrung in der Programmierung und eine praktische Einsicht in den Softwareentwicklungsprozess zu geben.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- eine kleinere bzw. prototypische Web Applikation mit Python und Flask zu entwickeln
- Aufgrund der eigenen Erfahrung den benötigten Aufwand bei der Entwicklung von Software besser einzuschätzen und zu beurteilen
- ein Softwareprojekt auf dessen Anforderungen hin zu analysieren
- Git für grundlegende Code-Verwaltung anzuwenden.

# Requirements Engineering

## Leitidee

Das Requirements Engineering (RE) ist essentiell für die erfolgreiche, den Kunden zufriedenstellende Entwicklung von Systemen. Eine Hauptaufgabe des Requirements Engineering ist es, aus Vorstellungen und Ideen des (potentiellen) Kunden eine möglichst vollständige, korrekte und widerspruchsfreie Anforderungsspezifikation zu erarbeiten. Dies soll durch eine systematische, qualitätsgesteuerte Erhebung, Formulierung und Dokumentation der Anforderungen erreicht werden. Eine Teildisziplin des RE, das Requirements Management, konzentriert sich auf die Konsolidierung, Priorisierung, Versionierung und Archivierung der ermittelten Anforderungen über den gesamten Life Cycle des Systems hinweg. Dies ist auch in agilen Projektsettings nach wie vor valide.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- potentielle Anforderungsquellen zu identifizieren
- eine Anforderungserhebung anhand verschiedener Erhebungstechniken durchzuführen
- eine Anforderungsspezifikation zu erarbeiten und deren Einzelelemente bedarfsgerecht zu dokumentieren
- zu skizzieren, wenn man Anforderungen mit Vertragspartnern abstimmt und priorisiert
- zu erläutern, wie man Anforderungen konsistent verwaltet und archiviert



# Webprogrammierung

## Leitidee

Moderne Webauftritte sind keine reinen Webseiten mehr, sondern interaktive und multimediale Webapplikationen. Die Studierenden lernen, wie sie die Konzeption und Erstellung solcher Anwendungen mit verschiedenen Technologien (wie Programmierung mit JavaScript, AJAX, XML und JSON) verbessern können. Diese Kenntnisse sind notwendig, um benutzerfreundliche, interaktive und moderne Webapplikationen zu bauen.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- JavaScript als Clientseitige Programmiersprache anwenden zu können
- mit einem aktuellen JavaScript Framework umzugehen und interaktive Web-Anwendungen mit AJAX zu realisieren
- RESTful als Web-Service für die Maschine-zu-Maschine Kommunikation anzuwenden
- den Aufwand für die Realisierung von Webportalen und Webanwendungen einzuschätzen
- eine Softwareentwicklungsmethode anzuwenden
- zu verstehen, wie Webprojekte ablaufen

# Wirtschaftsinformatik

## Leitidee

Die Grundlagen der Informatik bilden die Eingangskompetenzen für alle weiteren Module im Bereich Informations- und Kommunikationssysteme.

Sie dienen der Bewältigung von Aufgaben in der Unternehmenspraxis, um potenzielle Lösungsmöglichkeiten mit digitalen Werkzeugen zu erkennen, zu beurteilen und zu bewältigen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden:

- die gängigen Rechnertypen, deren Betriebssysteme und Einsatzgebiete unterscheiden;
- Zahlen in verschiedenen Zahlensystemen darstellen und verschiedene Zeichenkodierungen differenzieren;
- den grundsätzlichen Aufbau und die Arbeitsweise eines Rechners wiedergeben;
- den Aufbau von Computernetzwerken und des Internets beschreiben;
- System- und Anwendungssoftware definieren und differenzieren;
- die Grundlagen der Datensicherheit und des Datenschutzes kennen und verstehen;
- die wichtigsten Dokument- und Dateiformate charakterisieren und zugehörige Anwendungssysteme nennen;
- fachspezifische Kenntnisse pro Studiengang (siehe unter Inhalte).

# Modulgruppe Praxistransfer und Bachelor Thesis

## Bachelor Thesis

### Leitidee

Studierende des Studienangebots beweisen mit der Erstellung einer eigenständigen, systematisch und nach wissenschaftlichen Kriterien erstellte Qualifikationsarbeit im Studiumfeld, die Reife für den akademischen Titel "Bachelor of Science".

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

12 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Ein studiumsrelevantes Thema selbstständig zu Recherchieren
- Den aktuellen Stand der Forschung für ein Thema zu evaluieren
- Eine eigenständige wissenschaftliche Thesis unter selbstständiger Anwendung angemessener Forschungsmethoden zu verfassen und zu verteidigen.

# Fachpraktikum

## Leitidee

Im Fachpraktikum sollen die Studierenden anhand konkreten Aufgabenstellungen oder Projekten in einer einschlägigen Organisation berufspraktische Erfahrungen sammeln und die im Studium erworbenen Kompetenzen anwenden.

Die erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen aus der Praxis sollen die Motivation für den letzten Studienabschnitt fördern und es den Studierenden erleichtern, ihr Studium fachlich zu fokussieren. Das Praktikum dient auch dazu, den einschlägigen Arbeitsmarkt im In- oder Ausland kennen zu lernen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

6 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- eine praktische Aufgabenstellung systematisch und mit den bis dahin im Studium erworbenen Kompetenzen anzugehen;
  - einen Projektbericht über ein im Fachpraktikum bearbeitetes Themengebiet zu verfassen;
  - spezifische Arbeitsmethoden und -mittel anzuwenden;
  - Arbeitsorganisation und Organisation der Institution wieder zu geben;
  - ein Problembewusstsein für Arbeitsabläufe und -organisation zu entwickeln;
  - Prinzipien von Kooperation und Koordination zu erkennen und anzuwenden;
  - die gemeinschaftliche Arbeit in Arbeitsgruppen zu praktizieren;
- an der Lösung spezieller Arbeitsaufgaben in der Praxis teilzunehmen.

# Human Centric Entrepreneurship 1

## **Leitidee**

Im Projektkurs wenden die Studierenden die erlernten Kompetenzen in Gruppen auf eigene Projekte an. Über mehrere Semester hinweg kann an einem oder mehreren Projekten, selbstständig, gearbeitet werden.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Studieninhalte der jeweiligen Semester auf eigene Projekte und Fragestellungen anzuwenden
- eigene Projektideen überzeugend zu präsentieren
- ihre Projekte selbst zu planen und umzusetzen
- Ideen im Kontext des Digital Business in Gruppen voranzutreiben
- über die eingebrachten Kompetenzen zu reflektieren

## Human Centric Entrepreneurship 2

### **Leitidee**

Im Projektkurs wenden die Studierenden die erlernten Kompetenzen in Gruppen auf eigene Projekte an. Über mehrere Semester hinweg kann an einem oder mehreren Projekten, selbstständig, gearbeitet werden.

### **Typ**

Wahlpflichtmodul

### **Umfang**

4 ECTS-Punkte

### **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Studieninhalte der jeweiligen Semester auf eigene Projekte und Fragestellungen anzuwenden
- eigene Projektideen überzeugend zu präsentieren
- ihre Projekte selbst zu planen und umzusetzen
- Ideen im Kontext des Digital Business in Gruppen voranzutreiben
- über die eingebrachten Kompetenzen zu reflektieren

# Unternehmensprojekt

## Leitidee

Im Unternehmensprojekt wenden die Studierenden die erlernten Kompetenzen in Gruppen auf eigene Projekte an. Die Studierenden beschäftigen sich mit einem Praxisprojekt aus der Wirtschaft oder gründen ggf. die eigene Unternehmung.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Studieninhalte der jeweiligen Semester auf eigene Projekte und Fragestellungen anzuwenden
- eigene Projektideen überzeugend zu präsentieren
- Projekte selbst zu planen und umzusetzen
- Ideen im Kontext des Digital Business voranzutreiben
- über die eingebrachten Kompetenzen zu reflektieren

# Modulgruppe Sozial- und Methodenkompetenz

## Business English (B2)

### Leitidee

Die Studierenden verstehen die englische Sprache, als wichtiges Medium der internationalen Verständigung in der Geschäftswelt, und wenden sie an. Sie verständigen sich in englischer Sprache in alltäglichen Situationen im beruflichen und persönlichen Umfeld erfolgreich.

Sie bearbeiten wirtschaftliche, berufliche, soziale und kulturelle Themen und reagieren situativ angemessen.

Sie werden zudem für kulturell begründete Unterschiede im Kommunikationsverhalten sensibilisiert.

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, auf dem Niveau B2 des GERS:

- Texte aus der Geschäftswelt zu erfassen, zu analysieren und angemessen auf sie zu reagieren
- verschiedene Lesearten anzuwenden (reading for gist and detail, skimming and scanning)
- mit Textsorten wie Zeitungsartikeln, Wirtschaftstexten, Case Studies, Tabellen und Grafiken, Memoranden und Berichten situationsgerecht umzugehen
- Englisch aus verschiedenen Quellen wie Diskussionsrunden, Radio- und Fernsehsendungen, Videoaufzeichnungen zu verstehen und wirksam zu reagieren
- Informationen in verschiedenen Kontexten angemessen und adressatengerecht zu kommunizieren
- ihre Absichten situationsabhängig in (Geschäfts-) Briefen, Memoranden, Protokollen und Essays unmissverständlich darzustellen
- sprachliche Standardausdrücke der Gesprächs- und Verhandlungsführung zu erkennen und anzuwenden
- Sitten und Gebräuche englischsprachiger Kulturen zu kennen und das eigene Verhalten im Geschäftsumfeld entsprechend anzupassen



# Business English (C1)

## Leitidee

Die Studierenden verstehen die englische Sprache, als wichtiges Medium der internationalen Verständigung in der Geschäftswelt, und wenden sie an. Sie verständigen sich in englischer Sprache in alltäglichen Situationen im beruflichen und persönlichen Umfeld erfolgreich.

Sie bearbeiten wirtschaftliche, berufliche, soziale und kulturelle Themen und reagieren situativ angemessen.

Sie werden zudem für kulturell begründete Unterschiede im Kommunikationsverhalten sensibilisiert.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, auf dem Niveau C1 des GERS:

- Texte aus der Geschäftswelt zu erfassen, zu analysieren und angemessen auf sie zu reagieren
- verschiedene Lesearten anzuwenden (reading for gist and detail, skimming and scanning)
- mit Textsorten wie Zeitungsartikeln, Wirtschaftstexten, Case Studies, Tabellen und Grafiken, Memoranden und Berichten situationsgerecht umzugehen
- Englisch aus verschiedenen Quellen wie Diskussionsrunden, Radio- und Fernsehsendungen, Videoaufzeichnungen zu verstehen und wirksam zu reagieren
- Informationen in verschiedenen Kontexten angemessen und adressatengerecht zu kommunizieren
- ihre Absichten situationsabhängig in (Geschäfts-)Briefen, Memoranden, Protokollen und Essays unmissverständlich darzustellen
- sprachliche Standardausdrücke der Gesprächs- und Verhandlungsführung zu erkennen und anzuwenden
- Sitten und Gebräuche englischsprachiger Kulturen zu kennen und das eigene Verhalten im Geschäftsumfeld entsprechend anzupassen

# Doing and Designing Research

## Leitidee

In dem Modul entwickeln Studierende Ihr eigenes Forschungsprojekt und durchlaufen dabei alle relevanten Phasen – von der Erarbeitung einer Forschungsfrage, über die Auswahl einer geeigneten Forschungsmethode, bis hin zur Datensammlung, -auswertung und -präsentation. Darüber hinaus werden die Studierenden für den Umgang mit wissenschaftlicher Forschung im Allgemeinen sensibilisiert und lernen, wie man Studien richtig liest, Forschungsmethoden bewertet und Befunde einordnet. Ziel ist es, das in anderen Kursen separat erlernte Wissen (Methoden, Statistik, wissenschaftliches Arbeiten) zu kombinieren und im Rahmen eines Projektes praktisch anzuwenden.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach der erfolgreichen Teilnahme am Modul, sind die Studierenden in der Lage,

- ein eigenes Forschungsprojekt wie beispielsweise ihre Bachelorarbeit zu konzipieren und durchzuführen
- geeignete Forschungsfragen zu formulieren und die zu ihrer Beantwortung passende Forschungsmethode auszuwählen
- Daten zu sammeln, auszuwerten und aufzubereiten
- Befunde wissenschaftlicher Studien fachkundig zu bewerten und kritisch einzuordnen

# English for Academic Purposes

## Leitidee

Das Ziel dieses Moduls ist die pragmatische Anwendung der englischen Sprache im akademischen Kontext. Die Studierenden erwerben zudem die relevanten sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten für den Umgang mit englischsprachigen Quellen im Studium an der FHGR.

Darüber hinaus unterstützt dieses Modul den Erwerb der notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten für die erfolgreiche Kommunikation auf akademischem Niveau.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, auf dem Niveau C1 des GERS:

- Texte aus dem akademischen Umfeld zu erfassen, sie von allgemeinsprachlichen Englischtexten bzw. Texten anderer Fachrichtungen abzugrenzen, sie zu analysieren und angemessen auf sie zu reagieren
- die für akademische Texte typischen Lesearten anzuwenden
- Englisch aus verschiedenen Quellen wie Fachdiskussionen, Präsentationen und Videoaufzeichnungen zu verstehen und wirksam zu reagieren
- Informationen im akademischen Kontext angemessen und adressatengerecht schriftlich und mündlich zu kommunizieren
- englische Standardausdrücke aus Wissenschaft und Forschung zu erkennen und anzuwenden
- sprachliche Unterschiede zwischen englischsprachigen und deutschsprachigen akademischen Texten zu erkennen und bei der Interpretation zu berücksichtigen

# Entrepreneurial Accounting

## Leitidee

Im Rechnungswesen müssen Personen in Entscheidungspositionen oft Probleme aus verschiedenen Bereichen des Finanz- und Rechnungswesens bearbeiten, wie z.B. Unternehmensfinanzierung, Finanzplanung, Investitionsrechnung und Finanzanalyse. Dabei sind Kenntnisse über die Zusammenhänge zwischen den Kernfunktionen des Managements «Investitionen», «Finanzierung» und «Operative Tätigkeit» zentral, unabhängig von der Branche oder der Unternehmensgrösse. Das Modul vermittelt auf den wesentlichen Punkten des finanziellen Managements Einblick und Verständnis.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- ein Buchhaltungssystem zu verstehen
- administrative Rahmenbedingungen für die finanzielle Führung zu schaffen
- laufende Geschäftsfälle, Lohnbuchhaltung und Mehrwertsteuer zu verwalten
- Budgetplanung und Cash-Flow Rechnung durchzuführen
- eine Investitionsrechnung zu erstellen und beurteilen
- eine Jahresrechnung zu erstellen
- eine einfache Kostenrechnung durchzuführen
- Kennzahlensysteme zu verstehen und anzuwenden
- Grundlagen der Finanzierung zu beurteilen

# Markt- und Sozialforschung & Wissensmanagement

## **Leitidee**

Das Modul führt in die Methodologie der Markt- und Sozialforschung ein. Die Studierenden werden in die Thematik des Wissensmanagements eingeführt und erlernen dessen Potenziale.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

6 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage Methoden der Markt- und Sozialforschung sowie des Wissensmanagements zu evaluieren und anzuwenden.

# Mathematik

## Leitidee

Die intensive Schulung des Denkens in der Mathematik-Ausbildung ist von zentraler Bedeutung. Die Fähigkeit des flexiblen formalen und operativen Denkens und der logischen Verknüpfungen ist im industriellen und wirtschaftlichen Umfeld ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Der Erwerb von mathematischen Kenntnissen und Fähigkeiten erweitert nicht nur den eigenen Erkenntnishorizont, sondern führt auch zur Entwicklung innovativer Ideen und besonders zur Interdisziplinarität.

Bei der Bereitstellung der mathematischen Werkzeuge orientiert sich der Mathematikunterricht an den Bedürfnissen der Module und Kurse in den Dienstleistungs- und Wirtschaftsstudiengängen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden

- können grundlegende arithmetische Operationen ausführen.
- kennen und verstehen die elementarsten Grundlagen der Funktionenlehre.
- kennen und verstehen die grundlegendsten Eigenschaften linearer und quadratischer Funktionen.
- können einfachere lineare Gleichungen und Gleichungssysteme lösen.
- können einfachere quadratische Gleichungen lösen.
- können einfachere Ausdrücke logarithmieren.
- können die Zinseszins- und Rentenrechnung in ausgewählten einfacheren Beispielen anwenden.
- kennen und verstehen die einfachsten Grundbegriffe der Differentialrechnung.
- können einfachere Polynom- und elementarste Exponentialfunktionen ableiten.
- können die Differentialrechnung für Kurvendiskussion, Minima- und Maximaufgaben in ausgewählten einfacheren Problemstellungen der Wirtschaftswissenschaften anwenden.
- können Grenzkosten-, Grenzertrags- und Grenzprofit-Funktionen in ausgewählten einfacheren Beispielen mit Hilfe der Differentialrechnung bestimmen.
- kennen und verstehen die einfachsten Grundbegriffe der Integralrechnung.
- können einfachere Polynom- und elementarste Exponentialfunktionen integrieren.
- können Konsumenten- und Produzentenrenten in ausgewählten einfacheren Beispielen mit Hilfe der Integralrechnung bestimmen.

# Recht

## **Leitidee**

Das Modul bestrebt das Erreichen einer rechtlichen Mitsprachekompetenz für allgemeine rechtliche Themen sowie Themen im Kontext von Informations- und Medienrecht im Speziellen.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, Rechtsfragen aus den Gebieten Personen-, Sachen-, Gesellschafts-, Haftpflicht-, allgemeines Vertragsrecht sowie Informations- und Kommunikationsrecht korrekt einordnen und lösen.

# Soft Skills 1

## **Leitidee**

Das Modul führt in die Themen Psychologie und Wirtschaftsethik ein und bietet ein Fundament für die Ausbildung verantwortungsvoller Führungskräfte.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- ein erweitertes Verhaltensrepertoire im Sinne von "Soft Skills" im beruflichen und persönlichen Alltag erfolgreich einsetzen.
- die Vielfalt betroffener Interessen und die involvierten Macht- und Gewaltanteile zu analysieren, bewerten und unterschiedliche Lösungswege für Konflikte aufzuzeigen, die in verschiedenen Gesellschaftsbereichen auftreten können.



## Soft Skills 2

### **Leitidee**

Das Modul führt in die Themen Nachhaltige Entwicklung und Innovationsmanagement ein. Die Studierenden erlernen die wichtigsten Konzepte und Methoden nachhaltiger Entwicklung und erlernen Methoden zielgerichteter und nutzenstiftender Durchsetzung neuer Problemlösungen.

### **Typ**

Pflichtmodul

### **Umfang**

4 ECTS-Punkte

### **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- den Nachhaltigkeitsbezug von verschiedenen Themen aus dem öffentlichen, beruflichen und privaten Umfeld zu erkennen und kritisch zu beurteilen, erwünschte Zukunftsszenarien mit Blick auf eine nachhaltige Entwicklung zu formulieren und sich aktiv für eine nachhaltige Entwicklung einzubringen.
- die Ziele, Aufgaben und Prozesse des Innovationsmanagements zu erläutern und Modelle und Prozesse anzuwenden

# Statistik

## Leitidee

Das Modul „Statistik“ vermittelt unabdingbare Kenntnisse, im Unternehmenskontext Daten zu erheben, aufzubereiten, zu analysieren und damit Informationen zu gewinnen, welche die Entscheidungsgrundlagen des Managements stärken.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Masszahlen der beschreibenden Statistik (Mittelwerte, Streuungsmasse, Häufigkeiten, Verhältniszahlen, Konzentrationsmasse und Korrelationskoeffizienten) zu berechnen und zu interpretieren
- wahrscheinlichkeitstheoretische Überlegungen anzuwenden
- von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit zu schliessen sowie hypothesentestende Verfahren (Mittelwerttest, Test auf Differenz von Mittelwerten, Test auf Unabhängigkeit, lineare Einfachregression) anzuwenden und zu interpretieren
- Excel oder R zur Lösung statistischer Problemstellungen effizient zu nutzen

# VWL-Mikroökonomie

## Leitidee

Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Gesetzmässigkeiten sind zentral für die Herleitung unternehmerischer Entscheide und Strategien.

Die Mikroökonomie befasst sich mit dem Funktionieren und Zusammenspiel von Märkten und Politik. Deren Kenntnisse sind eine Voraussetzung für den optimalen Einsatz knapper Ressourcen in marktwirtschaftlichen Aktivitäten und bei staatlichen Eingriffen.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

- Die Studierenden kennen die Grundkonzepte der mikroökonomischen Theorie (insbesondere Angebot und Nachfrage, Marktgleichgewicht, Elastizitäten, Konsumenten- und Produzentenrente) und deren Anwendung in unterschiedlichen Bereichen.
- Sie verstehen das grundlegende ökonomische Problem der Allokation knapper Ressourcen und die Anwendung der Mikroökonomie zur Lösung dieses Problems. Dies umfasst insbesondere ein fundiertes Verständnis des Angebots- und Nachfrageverhaltens von Akteuren, der Funktionsweise von Märkten (inkl. Formen des Marktversagens), sowie der Preisbildung bei verschiedenen Marktformen und die Wirkung staatlicher Eingriffe.
- Sie können die Funktionsweise, Stärken und Grenzen von Märkten sowie die Rolle und Wirkung staatlicher Eingriffe selbstständig abschätzen und beurteilen und dies auf ihr eigenes Arbeitsumfeld (ihre Branche) übertragen.

# Wissenschaftliches Arbeiten

## **Leitidee**

Die Studierenden erhalten eine praktische Vertiefung in den gesamten Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens, indem sie eine erste Studienarbeit begleitend verfassen.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach der erfolgreichen Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- selbständig eine wissenschaftliche Studienarbeit zu verfassen;
- den gesamten Prozess der Anfertigung einer schriftlichen Studienarbeit als Projekt zu verstehen und in einzelnen Schritten erfolgreich zu realisieren.

# Modulgruppe User Experience

## Content Marketing & Story Telling

### Leitidee

Studierenden wird das Rüstzeug für den erfolgreichen Einsatz von Content Marketing in Unternehmen praxisnah vermittelt.

Nach Besuch des Wahlpflichtfachs kennen die Studierenden Content Marketing nicht nur in Theorie, sondern können das erworbene Wissen auch in die Praxis umsetzen (Enabling).

Die Praxiserfahrung ermöglicht den Studierenden bei Delegation von Content-Marketing-Aufgaben bessere Entscheidungen zu treffen.

### Typ

Wahlpflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- das für Content Marketing zwingende Mindset für den Erfolg von Content Marketing anzuwenden und in Organisationen weiterzugeben
- die wichtigsten strategischen Ansätze für Content Marketing in Organisationen zu entwickeln
- eine Content Marketing Strategie selbständig zu entwickeln
- die Erfolgsfaktoren für eine zielgerichtete und nachhaltige Umsetzung von Content Marketing in Organisationen zu verstehen
- die unterschiedlichen Disziplinen für den effektiven Einsatz von Content (Design, Text, Video, SEO, Distribution/Advertising, etc.) zu bewerten
- einschlägige Content-Marketing-Tools (SEO, Analytics, Planung, Content Creation Tools, etc.) zielführend anzuwenden

# Design Introduction

## **Leitidee**

Vermittlung von Gestaltungsgrundlagen um Design besser analysieren und bewerten zu können.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- gutes von schlechtem Design unterscheiden zu können und neuralgische Punkte zu benennen
- eigene Gestaltungswelten zu entwickeln
- die Wahl der Gestaltungselemente zu begründen
- Gestaltungselemente zu analysieren und differenzieren
- Gestaltungsprinzipien anzuwenden
- Gestaltungsmaßnahmen zu erkennen, verstehen und beschreiben.
- grundsätzliche Gestaltungsprinzipien zu kennen

# Design Thinking

## **Leitidee**

Vermitteln der Design Thinking Methodologie und Tools anhand eines praktischen Fallbeispiels von Partnerfirmen, das die Lernenden während der Veranstaltung in Gruppenarbeit und unterstützt von Coaches entwickeln.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Prototypen mit Dokumentation und Präsentation gegenüber Firmenvertretern zu erstellen
- Design Thinking Methodologie und Kreativitätstechniken anzuwenden
- Präsentationstechniken und Interviewtechniken anzuwenden
- Teambuilding, Selbstreflektion (unterstützt durch Coach) und Feedbackprozesse zu verstehen

# Digital Marketing

## Leitidee

Studierende erwerben folgende Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen:

### Kenntnisse

Erlangen fundierter Kenntnisse über Online Marketing-Strategie, Prozesse und -Instrumente.

### Fähigkeiten

Analyse der Marketingausgangslage, Erstellen von Online Marketing-Strategien, -Prozessen und Kampagnen. Reflektieren von Marketingtrends und gezielter Einsatz von Analysetools.

### Kompetenzen

Anwendung von Kenntnissen und Fähigkeiten in eigenverantwortlich konzipierten Online Marketing-Konzepten, deren Planung sowie konkrete Umsetzung und Auswertung von Online Marketing-Kampagnen. Selbstständiges Weiterentwickeln der eigenen Online Marketing-Kompetenz mittels geeigneter Recherchemethoden.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- selbständig Marketingkonzepte zu erarbeiten und umzusetzen
- Mit Instrumente und Tools des Online Marketings reflektiert umzugehen und diese einzusetzen
- ein kundenorientiertes Marketingverständnis zu erlangen



# E-Commerce, Customer Relationship & Web Content Management

## Leitidee

Nahezu jedes Unternehmen befindet sich derzeit in der digitalen Transformation. Egal ob pure Digitalplayer, klassische B2C Unternehmen, Retailer oder Hersteller komplexer B2B Produkte - kein Unternehmen kann es sich heute mehr erlauben das Digital Business nicht ernst zu nehmen. Eine Webseite auf Basis eines Content Management Systems (CMS) stellt hierbei die Basis das eigene Angebot online zu präsentieren, E-Commerce Lösungen die Basis für den Online Shop und Customer Relationship Management Lösungen die Basis für Verkaufs- und Supportprozesse. Das Ziel dieses praxisnahen Moduls ist es am eigenen Beispiel einen geführten Einblick in CMS, E-Commerce und CRM zu erhalten. Das Modul folgt einem typischen Ausschreibungsprozess eines fiktiven Unternehmens, Studierende nehmen die Rolle des Digitaldienstleisters ein, das Projekt endet mit der Abschlusspräsentation ("Pitch") und der schriftlichen Beantwortung von Detailfragen ("Use Case"). Das Modul ist praxisorientiert und wird von Mitarbeitern eines Digitaldienstleisters (Namics AG) unterrichtet. Ein Unternehmensbesuch ist Teil der Präsenzveranstaltungen.

## Kenntnisse

Erlangen fundierter Kenntnisse über Anforderungen, Prozesse und Systeme im Bereich E-Business-Plattformen

## Fähigkeiten

Analyse der Ausgangslage der E-Business- Plattform, Erstellen von Konzepten für Content-Management, E-Commerce und Einbeziehung des CRM, Umsetzung der Konzepte mit gängigen Open-Source-Tools und gezielter Einsatz von Analysetools. Pitch-Präsentation der Konzepte und des Projekts.

## Kompetenzen

Anwendung von Kenntnissen und Fähigkeiten in einem eigenverantwortlich konzipierten Projektkonzept für eine E-Business-Plattform sowie konkrete Umsetzung dieser "E-Business-Plattform". Selbstständiges Weiterentwickeln der eigenen Kompetenz in den Bereichen Content-Management, E-Commerce und CRM mittels geeigneter Recherchemethoden.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

### **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle als Digital Business Consultants oder Web-, Online-Marketing- oder E-Commerce-Manager zu übernehmen
- eigenständig Lösungskonzepte für das Digital Business zu entwickeln und zu präsentieren
- bestehende Situationen in Unternehmen bzgl. einer digitalen Reife bewerten zu können
- Anforderungen von Unternehmen bzgl. der Digitalisierung zu analysieren, dokumentieren und bewerten
- CMS, E-Commerce und CRM Systeme grundsätzlich zu verstehen und in der Basis anwenden zu können
- die erweiterten Anforderungen weltweit agierender Unternehmen im Vergleich zu KMUs oder Startups zu verstehen

# Experience Reality

## Leitidee

Bis vor ein paar Jahren wurde xR (Augmented, Mixed und Virtual Reality) häufig als Hype belächelt. Doch mittlerweile investieren sämtliche grossen Player horrende Summen in die Technologien. Es kommen laufend bessere Anwendungen und Devices auf den Markt und niemand zweifelt mehr am enormen Wachstumspotenzial und den sich neu erschliessenden Möglichkeiten. In diesem Wahlpflichtfach lernen Sie das Potenzial von XR kennen, setzen sich aber auch mit resultierenden Herausforderungen auseinander: Was muss bei der Konzeption von XR-Anwendungen beachtet werden? Welche Technologien stehen zur Verfügung? (Sie erhalten beispielsweise einen Einblick in die Game Engine «Unity».) Wie verändert sich Storytelling in dreidimensionalen Räumen? Was gibt es bezüglich User Experience zu beachten? Das alles lernen Sie anhand eines eigenen Projekts, für das Sie ein Konzept erstellen, Prototypen konzipieren und testen. Mithilfe des Feedbacks aus den Kontaktblöcken entwickeln Sie dieses stetig weiter und verfeinern es. Am Schluss stellen Sie Ihre Resultate vor.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Grundlagen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Virtual, Augmented und Mixed Reality zu kennen
- verschiedene Anwendungsfelder und Best Practice-Beispiele zu nennen
- die derzeit erhältlichen Devices zu kennen
- die verschiedenen Tracking-Methoden und deren Grundprinzipien zu verstehen
- die Bedeutung von umfassenden User Testings zu verstehen
- ihr Verständnis für UX/UI in einem VR/MR/AR-Konzept anzuwenden
- ein zielführendes User-Testing zu entwickeln
- die Ergebnisse der User Testings in die Weiterentwicklung eines Prototyps einfließen zu lassen
- VR/AR/MR-Projekte in Bezug auf UX/UI zu beurteilen

# Kommunikation & Marketing

## **Leitidee**

Das Modul vermittelt eine Einführung in den Marketing Planungsprozess sowie ein grundlegendes Verständnis für eigenes und fremdes Verhalten in der Kommunikation und deren Einordnung.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreichem Besuch des Moduls sind Studierende in der Lage,

- anhand des erworbenen Wissens eigenes und fremdes Verhalten in der Kommunikation beschreiben, erklären und reflektieren und so in unterschiedliche Alltagssituationen erfolgreich steuern.
- Marketing als Grundfunktion eines Unternehmens zu verstehen und einfache Methoden des Marketings anzuwenden.

# Konzeption & Prototyping

## Leitidee

Eine Stärke des nutzerzentrierten Design Prozess ist die zeitlich frühe Visualisierung von Ideen und Lösungsansätzen, um sie mit Nutzern zu testen und mit Stakeholdern zu diskutieren oder als Teil des Designprozesses.

In diesem Modul werden die Arbeitsschritte von der Idee bis zur Erstellung von präsentierbaren, testbaren Prototypen erlernt. Es werden verschiedene Arten von Prototyping für verschiedene Zwecken behandelt.

Gestartet wird mit Papierprototyping. Darauf folgen Mischformen, die teilweise mit Prototyping Tools erstellt werden. Schlussendlich wird eine Projektidee mit dem FrontEnd Framework Bootstrap umgesetzt.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Webdesigns anzuwenden
- die in der Praxis gängigen Formen de Prototypings anzuwenden
- die richtige Art von Prototyping zur Erfüllung der Projektzwecke anzuwenden
- ihre Prototyping-Werkzeuge sorgfältig auszuwählen, die ToolWahl systematisch durchzuführen, und ihre Entscheidung zu begründen
- Prototypen auf Nutzbarkeit und Usability zu testen und Feedback einzuarbeiten
- Kundengespräche über Prototypen zu führen, Prototypen zu präsentieren und Feedback zu verarbeiten
- die grundlegenden Funktionen von Bootstrap anzuwenden
- mit Bootstrap einfache Websites zu prototypen und umzusetzen

# Markenführung und die ICH-Marke

## Leitidee

Die Studierenden lernen Zusammenhänge von Marke, Strategie und Kommunikation besser zu verstehen, damit sie ihre Business- und Multimediakompetenz später in Beratung, Führung und Produktion einsetzen können. Anhand von vertieftem Einblick in markennahes mobiles Webdesign sollen sie gleichzeitig ihr Gefühl für Design in den digitalen Medien weiterentwickeln und ihre eigenen, bereits erworbenen Design- und Managementfähigkeiten im Web einsetzen können. Es wird eine Übersicht über gängige Markenmodelle und Tools der Markenentwicklung vorgestellt. Der Fokus liegt dabei auf Unternehmensmarken und Unternehmenskommunikation, weshalb Modelle und Tools gelehrt werden, mit denen Markenidentität analysiert und Unternehmensmarken strategisch geplant, entwickelt und geführt werden können. Marketing-Methoden oder -Tools sind ausdrücklich nicht Gegenstand des Moduls.

Die Theorie wird in einem praktischen Teil für die eigene ICH-Marke prototypisch angewendet – mit zweifachem Effekt: Einerseits wird dadurch gelerntes Wissen ansatzweise und spielerisch als Fertigkeit erfahren. Andererseits lernen die Studierenden sich selbst besser kennen und können sich deshalb in den Sozialen Kanälen bewusster positionieren und abgrenzen.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensmarken zu erkennen und deren strategische, operative Führung im Betrieb zu erläutern
- Eigene Markenwerte zu erkennen, Moods zu erstellen und eine eigene ICH-Marke zu konzipieren, visuell auszugestalten und als interaktiven Prototypen umzusetzen.
- Die eigene Karriere als Designprozess zu verstehen und Gestaltungsmöglichkeiten zu erkennen und zu reflektieren

Die Absolventen und Absolventinnen kennen die Wirkung und die Funktionsweise von Marke und deren strategische Bedeutung für Unternehmen. Sie sind fähig, in der Kommunikation und in Strategieprozessen Marke in die Konzeption mit einzubeziehen, geeignete Modelle und Methoden der Markenführung zu evaluieren und an der Schnittstelle zur visuellen Kommunikation zu arbeiten. Als Side Effect und Added Value haben sie ein Gefühl und vielleicht eine Vorstellung dafür entwickelt, wie sie sich selbst im digitalen Raum zeigen und damit positionieren wollen.

# Usability Engineering

## Leitidee

Für erfolgreiche interaktive Systeme (z.B. Website, Software, Consumer Electronics) ist es essentiell, dass diese nicht nur technischen Ansprüchen genügen, sondern auch auf die Bedürfnisse von Anwendern zugeschnitten sind. Hierfür muss während der Entwicklung das gesamte Anforderungsspektrum berücksichtigt werden. Der Nutzungskontext spielt dabei ebenso eine Rolle wie kulturelle Faktoren. Für die nutzerzentrierte Entwicklung sind daher interdisziplinäre Fähigkeiten (z.B. Informatik, Design, Psychologie) erforderlich. Der Kurs behandelt die Grundlagen des User-Centered-Designs (UCD) sowie dem Usability Engineering, wobei der Fokus auf Evaluationen liegt. Neben einer Einführung in die Entstehung dieser Fachgebiete werden Grundlagen der Kognitionspsychologie sowie von Lerntheorien behandelt. Daneben werden die Elemente einer Nutzungskontextanalyse (Aufgaben, Nutzereigenschaften, Umgebung) behandelt sowie entsprechend geeignete Erhebungsformen. Darauf aufbauend werden ausgewählte Usability-Evaluationsmethoden vorgestellt und deren Stärken und Schwächen aufgezeigt. In Ergänzung hierzu wird das Thema „Accessibility“ behandelt.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Anforderungen hinsichtlich der (Weiter-)Entwicklung von interaktiven Systemen systematisch zu erheben und zu dokumentieren (z.B. Personas, Szenarien)
- Für ein spezifisches Produkt/Projekt geeignete Evaluationsmethoden auszuwählen und diese praktisch anzuwenden
- Interaktive Systeme hinsichtlich ihrer Gebrauchstauglichkeit zu bewerten
- Basierend auf Evaluationsresultaten grundlegende Optimierungsvorschläge für festgestellte Fehler und Mängel zu erarbeiten
- Die Barrierefreiheit von Software/Websites grundlegend zu beurteilen

# User Research und Workshop-Moderation

## Leitidee

Zwei wichtige Schlüsselkompetenzen, die im nutzerzentrierten Design Prozess benötigt werden, sind die Nutzerforschung (User Research) und die Workshop-Moderation.

Um interaktive Systeme gestalten zu können, muss ein gesamtheitliches Verständnis über Nutzer, Kontext, Systeme und Aufgaben erarbeitet werden. Dazu dienen verschiedene qualitative Forschungsmethoden – wie kontextuelle Arbeitsbeobachtung oder Interviews.

Mit erfolgreichen Workshops gelingt es im Projekt gemeinsame Lösungen zu erarbeiten, die von allen Stakeholdern getragen werden. Dazu ist die Kenntnis der Workshop-Techniken, des stringenten Aufbaus eines Workshops und der praktischen Wahrnehmung der Moderatorenrolle besonders wichtig.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die qualitativen Forschungsmethoden des User Research anzuwenden
- die Unterschiede und die Anwendungsmöglichkeiten von verschiedenen Forschungsmethoden wie Interview, Nutzerbeobachtungen oder Tagebuchmethode anzuwenden
- User Research für ein Projekt zu planen
- ein Contextual Inquiry (kontextuelle Arbeitsbeobachtung) und Interviews vorzubereiten, durchzuführen und auszuwerten
- die wichtigsten Workshop-Techniken, -Phasen und -Funktionen, sowie die Rolle des Moderators anzuwenden
- ein Workshop-Design zu erarbeiten, einen Leitfaden zu erstellen und einen Workshop vorzubereiten
- die Moderatorenrolle in einem Workshop einzunehmen und die Erfolgsfaktoren guter Moderation zu nennen