

WILLKOMMEN IM MASTER DIGITAL BUSINESS & MARKETING INTELLIGENCE

VERSION 2.1



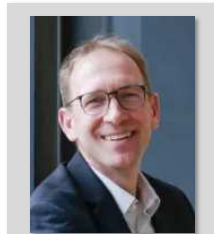
Prof. Dr. Jürgen Friedl
Gebäude M, M103
friedl@rwu.de
www.rwu.de/fdb

Gliederung

1. Fachbereich Digital Business
2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum
3. Let's Go!

1. Fachbereich Digital Business

■ Studiendekanat & Studienberatung

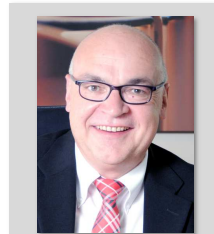


Prof. Dr. Jürgen Friedl

Production & Supply Chain Management, Internet der Dinge, Operations Research

Studiendekan Digital Business & Marketing Int., Prodekan FAK E

friedl@rwu.de
Raum M 103



Georg Kästle

Digital Business 1, Digital Business 2, Future Workplace

CIO & CDO der Vollmer Group, langjähriger Dozent, Ehrennadel RWU

georg.kaestle@rwu.de

1. Fachbereich Digital Business

■ Anlaufstellen

Studiendekanat & Studienberatung
 Prof. Michelberger (WI)
 Prof. Lazar (WI PLUS)
 Prof. Middelberg (IOM)
 Prof. Friedl (DB)

Sekretariat
 Fr. Schlagenhauf

Projektmanager
 Hr. Haag



IT
 Hr. Spieß

Praxisamtsleiter
 Prof. Rager (WI / IOM)
 Prof. Friedrich (WI PLUS)

akad. MitarbeiterInnen

Auslandsbeauftragte
 => Studiendekanat



...alle weiteren ProfessorInnen







1. Fachbereich Digital Business

■ Professorinnen und Professoren

| | | | |
|---|---|---|--|
|  <p>Prof. Dr. Christoph Andriessens</p> <p>Software Engineering, Web und Mobile Engineering, Cloud Computing</p> <p>Beauftragter für Informationssicherheit der RWU</p> <p>christoph.andriessens@rwu.de</p> <p>Raum M 202</p> |  <p>Prof. Dr. Thomas Bayer</p> <p>ERP-Systeme (SAP), Business Warehouse, OOP</p> <p>Bibliotheksbeauftragter der Fakultät E</p> <p>thomas.bayer@rwu.de</p> <p>Raum M 210</p> |  <p>Prof. Dr. Jürgen Friedl</p> <p>Production & Supply Chain Management, Internet der Dinge, Wissensmanagement</p> <p>Studiendekan Digital Business & Marketing Int., Prodekan FAK E</p> <p>friedl@rwu.de</p> <p>Raum M 103</p> |  <p>Prof. Dr. Michael Friedrich</p> <p>Internet und Verteilte Systeme, Programmierung, Datenbanksysteme</p> <p>Leiter Praktikantenamt WI + Qualitätsbeauftragter FAK E</p> <p>michael.friedrich@rwu.de</p> <p>Raum V 309</p> |
|---|---|---|--|

1. Fachbereich Digital Business

■ Professorinnen und Professoren

| | | | |
|--|---|--|--|
|  <p>Prof. Dr. Wolfram Höpken</p> <p>Business Intelligence & Data-Mining, E-Tourismus</p> <p>Leiter Institut für Digitalen Wandel</p> <p>wolfram.hoepken@rwu.de</p> <p>Raum M 203</p> |  <p>Prof. Dr. Marius Hofmeister</p> <p>Webentwicklung, Programmierung</p> <p>marius.hofmeister@rwu.de</p> <p>Raum T 109</p> |  <p>Prof. Dr. Christian Lazar</p> <p>Digital Finance, CFO 4.0, Controlling, Corporate Finance, Unternehmenssteuerung</p> <p>Studiendekan WI PLUS</p> <p>christian.lazar@rwu.de</p> <p>Raum V 111</p> |  <p>Prof. Dr. Bernd Michelberger</p> <p>Data Science, Digital Business, Geschäftsprozesse, Künstliche Intelligenz, Projektmanagement</p> <p>Studiendekan WI</p> <p>bernd.michelberger@rwu.de</p> <p>Raum V 308</p> |
|--|---|--|--|




1. Fachbereich Digital Business

■ Professorinnen und Professoren

| | | | |
|---|---|---|--|
|  <p>Prof. Dr. Nils Middelberg</p> <p>Online-Marketing Social Media Marketing Customer Relationship Marketing</p> <p>Studiendekan Internet & Online-Marketing</p> <p>nils.middelberg@rwu.de Raum M 203</p> |  <p>Prof. Dr. Bela Mutschler</p> <p>Online-Marketing, E-Commerce, E-Business</p> <p>Dekan der FAK E</p> <p>bela.mutschler@rwu.de Raum V 210</p> |  <p>Prof. Dr. Markus Rager</p> <p>Produktionsplanung, BWL, SAP, Internetökonomie, Internet der Dinge</p> <p>Leiter Praktikantenamt WI & IOM</p> <p>markus.rager@rwu.de Raum M 209</p> |  <p>Prof. Dr. Heidi Reichle</p> <p>Strategie & Controlling, International Digital Business, Rechnungswesen</p> <p>Prorektorin</p> <p>heidi.reichle@rwu.de Raum V 306</p> |
|---|---|---|--|

1. Fachbereich Digital Business

■ Sekretariat, IT, Service- und Projektmanagement

| | | |
|---|--|---|
|  <p>Petra Schlagenhauf</p> <p>Sekretariat</p> <p>petra.schlagenhauf@rwu.de Raum V 110</p> |  <p>M.Sc. Paul Spieß</p> <p>IT-Administrator</p> <p>paul.spies@rwu.de Raum V 207</p> |  <p>M.Sc. Moritz Haag</p> <p>Service- und Projektmanagement</p> <p>haagmor@rwu.de Raum V 307</p> |
|---|--|---|

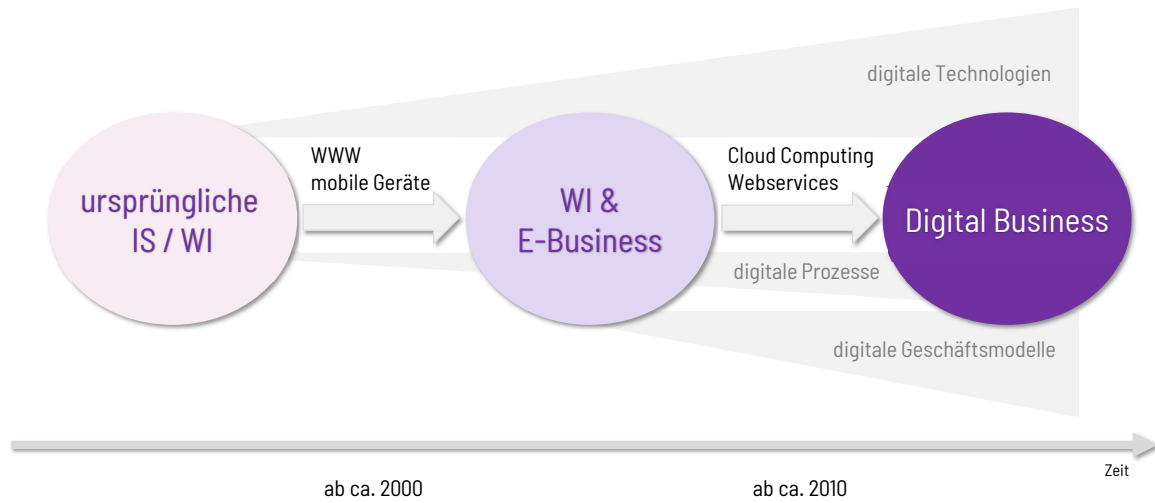
1. Fachbereich Digital Business
2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum
3. Let's Go!

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

- **Bezeichnung** Masterstudiengang Digital Business & Marketing Intelligence (engl.: Master of Digital Business & Marketing Intelligence)
- **Art** anwendungsorientiert / konsekutiv (Wirtschaftsinformatik) / in Vollzeit / Präsenzstudium
- **Gebühren** keine studiengangsspezifischen Gebühren
- **Träger** Hochschule Ravensburg-Weingarten
- **Hochschulgrad** Der Master – Studiengang schließt mit einem Master of Science ab
- **Regelstudienzeit** drei Semester
- **Vertiefungen** Digital Marketing oder Digital Business Technology (wird im Zeugnis ausgewiesen)
- **Abschlussarbeit** Master Thesis

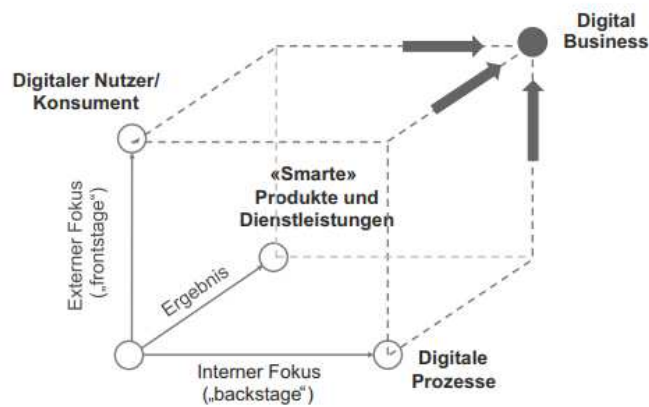
2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

- klassische Informationssysteme (ursprüngliche Wirtschaftsinformatik) → E-Business → Digital Business



2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

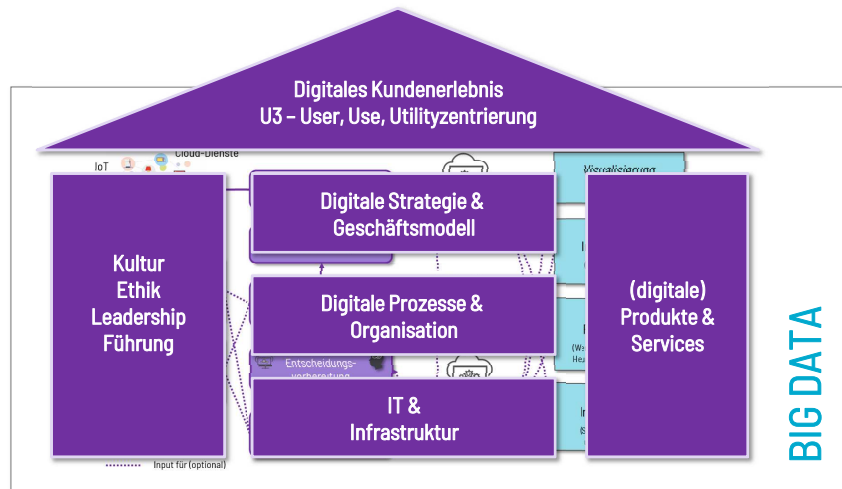
- Drei Dimensionen der Digitalisierung (Digital Business)



[Leimeister 2021, S. 6]

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

- Master „Digital Business“ adressiert den digitalen Wandel von Organisationen



In Anlehnung an: St. Galler House of Digital Business

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

- bis SS 2024

Tabelle 1: Masterstudiengang Digital Business

| Themen | Modul | Lehrveranstaltung | Art | Zugeordnetes Fachsemester | | | Benotete Prüfungsleistung | |
|---------------------------------|--|--|----------|---------------------------|--------------|--------------|---------------------------|----|
| | | | | SWS/ Credits | SWS/ Credits | SWS/ Credits | | |
| Informatik | Entwicklung digitaler Produkte | Entwicklung digitaler Produkte | V+Ü | | 4 | 5 | K90 | |
| | Software Engineering für Manager | Software Engineering für Manager | V+Ü | | 4 | 5 | PF | |
| | Advanced Cloud Computing | Advanced Cloud Computing | V+Ü | | 4 | 5 | PF | |
| Digital Business & Optimization | Digital Business 1: Strategie, Organisation & Leadership | Digital Business 1: Strategie, Organisation & Leadership | V oder S | 4 | 5 | | PF oder K90 | |
| | Digital Business 2: Produkte, Services, Prozesse | Digital Business 2: Produkte, Services, Prozesse | V oder S | | 4 | 5 | PF oder K90 | |
| | Operations Research | Operations Research | V+Ü | 4 | 5 | | PF oder K90 | |
| Management | Strategie & Controlling | Strategie & Controlling | V+Ü | 4 | 5 | | K90 | |
| | International Digital Business | International Digital Business | V+Ü | | 4 | 5 | K90 | |
| Schlüsselqualifikationen | Innovations- und Transferkompetenz | Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung | S | 2 | 3 | | PF | |
| | | Innovations- und Transferkompetenz | S | 4 | 5 | | | |
| | | Wissenschaftliches Arbeiten | S | 2 | 2 | | | |
| Wahlfach | Wahlmodul | Wahlmodul | | 4 | 5 | | \$32 (4) | |
| Thesis | Thesis | Kolloquium zur Thesis | | | | | 4 | KQ |
| | | Thesis | | | | | 26 | D |
| Summe | | | | 24 | 30 | 24 | 30 | 30 |

Summe SWS: 48, Summe ECTS: 90

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

| Themen | Modul | Lehrveranstaltung | Zugeordnetes Fachsemester | | | Benotete Prüfungsleistung | |
|---|--|--|---------------------------|----------|----------|---------------------------|------|
| | | | 1 | 2 | 3 | | |
| | | | Art | ECTS/SWS | ECTS/SWS | | |
| Digital Business & Marketing Intelligence | Strategie, Organisation & Leadership | Strategie, Organisation & Leadership | V oder S | 5/4 | | PF oder K90 | |
| | Digitale Produkte & Services | Digitale Produkte & Services | V oder S | | 5/4 | PF oder K90 | |
| | Data Science & Artificial Intelligence | Data Science & Artificial Intelligence | V+Ü | | 5/4 | M | |
| | Management Science | Management Science | V+Ü | 5/4 | | PF oder K90 | |
| | Advanced Controlling | Advanced Controlling | V+Ü | 5/4 | | K90 | |
| | International Digital Business | International Digital Business | V+Ü | | 5/4 | K90 | |
| Profil | (siehe Tabelle 2, 3) | | 5/4 | 10/8 | | | |
| Schlüsselqualifikationen | Innovations- und Transferkompetenz | Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung | S | 3/2 | | PF | |
| | | Innovations- und Transferkompetenz | S | 5/4 | | | |
| | | Wissenschaftliches Arbeiten | S | 2/2 | | | |
| Wahlmodul | Wahlmodul | Wahlmodul | | | 5/4 | §34(5) | |
| Thesis | Thesis | Kolloquium zur Thesis | | | | 4/0 | K0 |
| | | Thesis | | | | | 26/0 |
| Summe ECTS/SWS | | | | 30/24 | 30/24 | 30/0 | |

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

■ Profil „Digital Marketing“



Digitale Markenführung

(Grundlagen der Markenführung, strategische sowie operative Markenführung, rechtliche Aspekte, Controlling)

Advanced Digital Marketing

(Digitale Strategie und Planung, Marketing-Automation, Emerging Technologies, Psychologie des Verbraucherverhaltens)

Customer Journey Intelligence & Konversionsoptimierung

(Einführung in die Customer Journey, Mapping der Customer Journey, Data Analytics und Insights, A/B-Testing und multivariate Tests, Touchpoint Management)

| Themen | Modul | Lehrveranstaltung | Zugeordnetes Fachsemester | | | Benotete Prüfungsleistung |
|-------------------|--|--|---------------------------|----------|----------|---------------------------|
| | | | 1 | 2 | 3 | |
| | | | Art | ECTS/SWS | ECTS/SWS | |
| Digital Marketing | Advanced Digital Marketing | Advanced Digital Marketing | V+Ü | | 5/4 | PF oder K90 |
| | Customer Journey Intelligence & Konversionsoptimierung | Customer Journey Intelligence & Konversionsoptimierung | V+Ü | | 5/4 | PF oder K90 |
| | Digitale Markenführung | Digitale Markenführung | V+Ü | 5/4 | | PF oder K90 |

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

■ Profil „Digital Business Technology“



| Themen | Modul | Lehrveranstaltung | Zugeordnetes Fachsemester | | | Benotete Prüfungsleistung |
|-----------------------------|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------|----------|----------|---------------------------|
| | | | 1 | 2 | 3 | |
| | | | Art | ECTS/SWS | ECTS/SWS | |
| Digital Business Technology | Entwicklung digitaler Produkte | Entwicklung digitaler Produkte | V+Ü | | 5/4 | K90 |
| | Software Engineering für Manager | Software Engineering für Manager | V+Ü | | 5/4 | PF |
| | Advanced Cloud Computing | Advanced Cloud Computing | V+Ü | 5/4 | | PF |

Entwicklung digitaler Produkte
 (Methoden der Systemanalyse, Requirements Engineering, Organisationsformen in der Produktentwicklung, Innovationsmethoden)

Software Engineering für Manager
 (agile Vorgehensmodelle, Entwicklung skalierbarer Architekturen, Softwarequalität, Kollaborationswerkzeuge, Kennzahlen im Software Engineering)

Advanced Cloud Computing
 (serviceorientierte Architekturen, Cloud Computing und Cloud Services, verteilte Systeme, Integration von IT-Systemen)

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

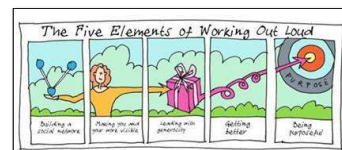
■ WS 24/25 (Vertiefungen fehlen)

| Zeit | Montag 21.10.2024 | Dienstag 22.10.2024 | Mittwoch 23.10.2024 | Donnerstag 24.10.2024 | Freitag 25.10.2024 |
|-------|----------------------|---|---|--|---|
| vor 8 | | | | | |
| 8 | | Gesellschaftliche Auswirk... 08:00 - 09:30 (wochentl) Start: 15.10.2024 Gebäude V1a1 - V 108 Seminar | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | Digital Business 1: Strat... 09:45 - 13:00 (wochentl) Start: 15.10.2024 Gebäude V1a1 - V 108 Seminar | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | Wissenschaftliches Arbeit... 11:30 - 13:00 (wochentl) Start: 16.10.2024 Gebäude M1a1 - M 807 Seminar | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | Future Workplace 14:15 - 17:30 (wochentl) Start: 22.10.2024 Gebäude V1a1 - V 108 Vorlesung | | Innovations- und Transfer... 14:15 - 17:30 (wochentl) Gebäude V1a1 - V 010 Seminar/Praktikum | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | Management Science 16:00 - 19:15 (wochentl) Vorlesung | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | CLIC Sprachzentrum - Wa... 17:45 - 19:15 (wochentl) Vorlesung |
| ab 20 | | | | | |

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

■ Wahlfach „Future Workplace“ (nur im WS!!!)

- Die Digitalisierung verändert signifikant die Zukunft der Arbeit, der „Future Workplace“ ist dabei der Fachbegriff für alle Aspekte dieses Paradigmenwechsels.
- In der Vorlesung lernen und üben wir, wie New Work aussehen kann und vor allem welche Gestaltungselemente einen wertvollen zukünftigen Arbeitsplatz ausmachen.
- Sie wollten immer schon an einem WOL Circle (Working out Loud) über 12 Wochen teilnehmen, wie das moderne Unternehmen machen.
Weiter geht es um die Grundkonzepte von Future Work, mit Mindset-Skillset-Toolset-Orgset.
- Vertiefungen mit einzelnen Bausteinen wie :
Digitale Kommunikationsplattformen – Nowland
in Nextland – Deep Working – Golden Circle –
Graswurzelinitiative – Sprial Dynamics Model –
Fehlerkultur – ...
- Die einzelnen Bausteine werden auch durch Gastvorträge ergänzt.



2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

■ SPO

§ 35 Masterstudiengang Digital Business & Marketing Intelligence

(1) Zielsetzung des Studiums

Der Studiengang befähigt dazu, datengetriebene, intelligente Entscheidungen in zunehmend digitalisierten Unternehmen zu treffen. Dies betrifft vorrangig die Digitalisierung von Produkten und Services (Digital Business) sowie deren Vermarktung (Marketing Intelligence). Studierende werden auf Managementpositionen mit Führungsfunktion vorbereitet.

Dieses Masterstudium ist für Absolventinnen und Absolventen der Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik PLUS und Internet & Online-Marketing geeignet. Das Nähere regelt die Zulassungssatzung der Hochschule Ravensburg-Weingarten.

(2) Studiendauer

Die reguläre Studiendauer beträgt drei Semester. Davon sind zwei Semester als Theoriesemester vorgesehen, das dritte Semester dient zur Anfertigung der Masterthesis.

(3) Teilnahme, Leistungsnachweise und Prüfungen

Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Module sowie die jeweils zugehörige Studien- und Prüfungsleistung sind in den nachfolgenden Tabellen 1-3 aufgeführt.

Um mit der Masterthesis beginnen zu dürfen, müssen mindestens 50 ECTS der ersten beiden Fachsemester gemäß Tabelle 1 erbracht sein.

In Tabelle 1 werden die folgenden Abkürzungen verwendet:

| Art der Veranstaltung | Prüfungsleistungen |
|-----------------------|--|
| V Vorlesung | D Dokumentation |
| Ü Übung | K(x) Klausur mit Dauer in xx Minuten |
| S Seminar | M Mündliche Prüfung |
| | PF Portfolio |
| | KQ Vortrag mit Befragung (Kolloquium) |

(4) Profile

Jede oder jeder Studierende wählt eines der zwei Profile (s. Tabellen 2 und 3):

- Digital Marketing
- Digital Business Technology.

(5) Wahlmodule

Die Studierenden können im festgelegten Umfang (siehe Tabelle 1) ein Wahlmodul aus einer Liste von Wahlmodulen wählen, die jedes Semester veröffentlicht wird. Dort wird auch die Art der Prüfungsleistung veröffentlicht. Auf Antrag kann nach Genehmigung durch den Prüfungsausschuss auch ein Wahlmodul aus dem weiteren Studienangebot der Hochschule Ravensburg-Weingarten oder

aus dem Angebot anderer Hochschulen gewählt werden. Als Wahlmodul können nur Module gewählt werden, die inhaltlich von den Pflichtmodulen deutlich verschieden sind. Alle anderen von der oder dem Studierenden frei gewählten Module bzw. Veranstaltungen sind Zusatzmodule bzw. -veranstaltungen. Sie werden nicht in die Berechnung der Gesamtnote einbezogen, aber auf Antrag im Zeugnis gegebenenfalls mit Note aufgeführt.

(6) Masterthesis

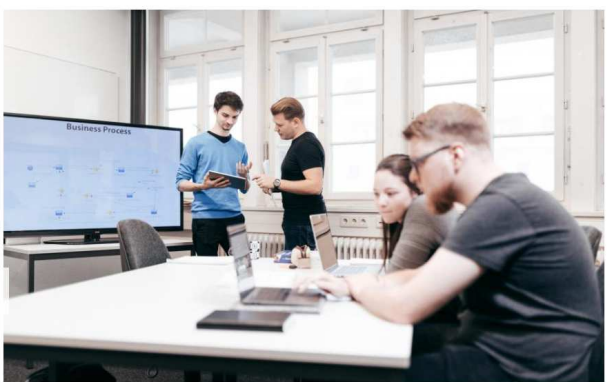
Die Masterthesis wird in der Regel an der Hochschule Ravensburg-Weingarten und ggfs. in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen durchgeführt. Ausnahmen bedürfen der Zustimmung der oder des Vorsitzenden des Prüfungsausschusses. Es gelten die Regelungen des § 10 des Allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge der Hochschule Ravensburg-Weingarten in der jeweils gültigen Fassung.

Nach Abschluss werden die Ergebnisse der Masterthesis in einer öffentlichen Veranstaltung (Kolloquium) an der Hochschule Ravensburg-Weingarten präsentiert.

- 1. Fachbereich Digital Business
- 2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum
- 3. Let's Go!

Master (Vollzeit) / Deutsch
Fakultät Elektrotechnik und Informatik

DIGITAL BUSINESS



FACHBEREICH DIGITAL BUSINESS

