

WILLKOMMEN IM MASTER DIGITAL BUSINESS & MARKETING INTELLIGENCE

VERSION 2.1



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

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

1. Fachbereich Digital Business

- Studiendekanat, Studienberatung & Experte aus der Praxis



Prof. Dr.
Jürgen Friedl

Production & Supply Chain
Management, Internet der Dinge,
Management Science

Studiendekan Digital Business &
Marketing Int., Prodekan FAK E

friedl@rwu.de

Raum M 103



Georg Kästle

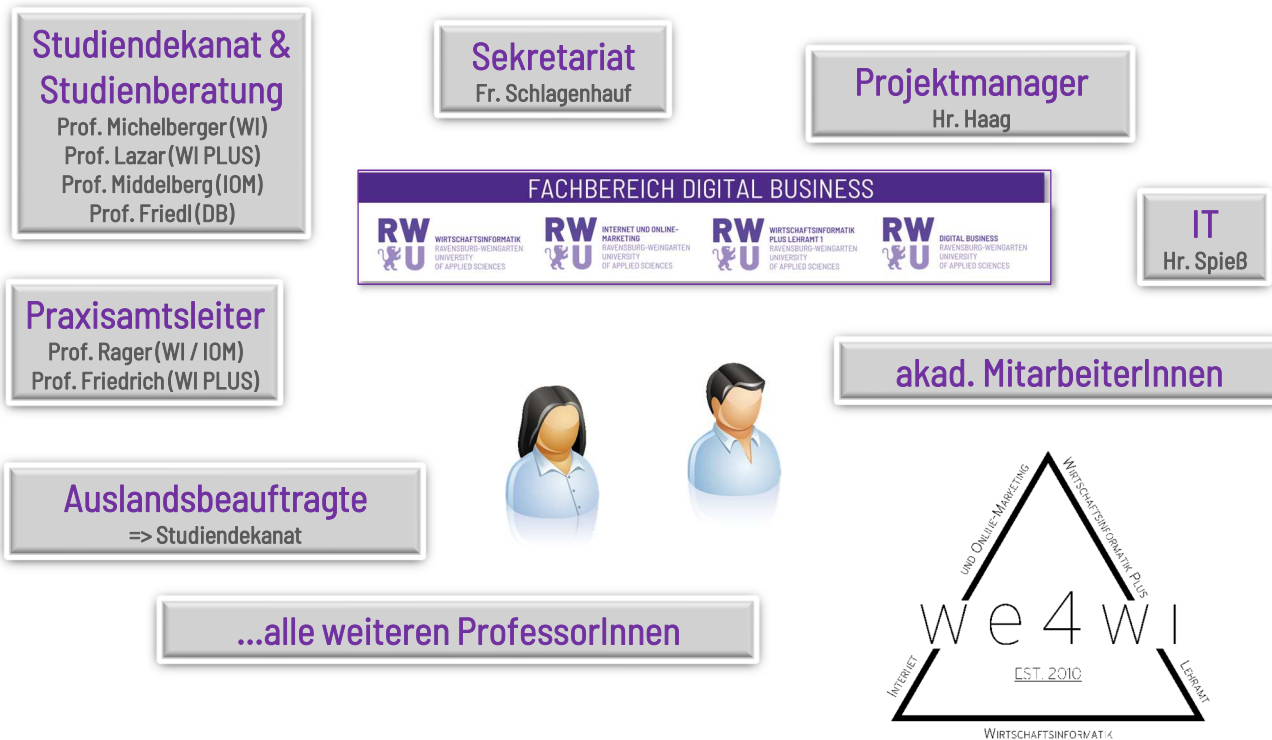
Digital Business 1,
Digital Business 2,
Future Workplace

CIO & CDO der Vollmer Group, lang-
jähriger Dozent, Ehrennadel RWU

georg.kaestle@rwu.de

1. Fachbereich Digital Business

■ Anlaufstellen



1. Fachbereich Digital Business

■ Professorinnen und Professoren



**Prof. Dr.
Christoph Andriessens**

Software Engineering,
Web und Mobile Engineering,
Cloud Computing

Beauftragter für
Informationssicherheit der RWU

christoph.andriessens@rwu.de

Raum M 202



**Prof. Dr.
Thomas Bayer**

ERP-Systeme (SAP),
Business Warehouse,
OOP

Bibliotheksbeauftragter
der Fakultät E

thomas.bayer@rwu.de

Raum M 210



**Prof. Dr.
Jürgen Friedl**

Production & Supply Chain
Management, Internet der Dinge,
Wissensmanagement

Studiendekan Digital Business &
Marketing Int., Prodekan FAK E

friedl@rwu.de

Raum M 103



**Prof. Dr.
Michael Friedrich**

Internet und Verteilte Systeme,
Programmierung,
Datenbanksysteme

Leiter Praktikantenamt WI +
Qualitätsbeauftragter FAK E

michael.friedrich@rwu.de

Raum V 309

1. Fachbereich Digital Business

■ Professorinnen und Professoren



**Prof. Dr.
Wolfram Höpken**

Business Intelligence
& Data-Mining,
E-Tourismus

Leiter
Institut für Digitalen Wandel

wolfram.hoepken@rwu.de

Raum M 203



**Prof. Dr.
Marius Hofmeister**

Webentwicklung,
Programmierung

marius.hofmeister@rwu.de

Raum T 109



**Prof. Dr.
Christian Lazar**

Digital Finance, CFO 4.0,
Controlling, Corporate Finance,
Unternehmenssteuerung

Studiendekan WI PLUS

christian.lazar@rwu.de

Raum V 111



**Prof. Dr.
Bernd Michelberger**

Data Science, Digital Business,
Geschäftsprozesse, Künstliche
Intelligenz, Projektmanagement

Studiendekan WI

bernd.michelberger@rwu.de

Raum V 308

1. Fachbereich Digital Business

■ Professorinnen und Professoren



**Prof. Dr.
Nils Middelberg**

Online-Marketing
Social Media Marketing
Customer Relationship Marketing

Studiendekan
Internet & Online-Marketing

nils.middelberg@rwu.de

Raum M 203



**Prof. Dr.
Bela Mutschler**

Online-Marketing,
E-Commerce,
E-Business

Dekan der
FAKE

bela.mutschler@rwu.de

Raum V 210



**Prof. Dr.
Markus Rager**

Produktionsplanung, BWL, SAP,
Internetökonomie, Internet der
Dinge

Leiter Praktikantenamt
WI & IOM

markus.rager@rwu.de

Raum M 209



**Prof. Dr.
Heidi Reichle**

Strategie & Controlling,
International Digital Business,
Rechnungswesen

Prorektorin

heidi.reichle@rwu.de

Raum V 306

1. Fachbereich Digital Business

■ Sekretariat, IT, Service- und Projektmanagement



Petra
Schlagenhauf

Sekretariat

petra.schlagenhauf@rwu.de

Raum V 110



M.Sc.
Paul Spieß

IT-Administrator

paul.spiess@rwu.de

Raum V 207



M.Sc.
Moritz Haag

Service- und Projektmanagement

haagmor@rwu.de

Raum V 307



Dipl.-Ing. (FH)
Ralf Warneck

akad. Mitarbeiter

ralf.warneck@rwu.de

Raum M 208



B.A.
Vera Segnscheider

akad. Mitarbeiterin

vera.segnscheider@rwu.de

Raum V 207

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

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

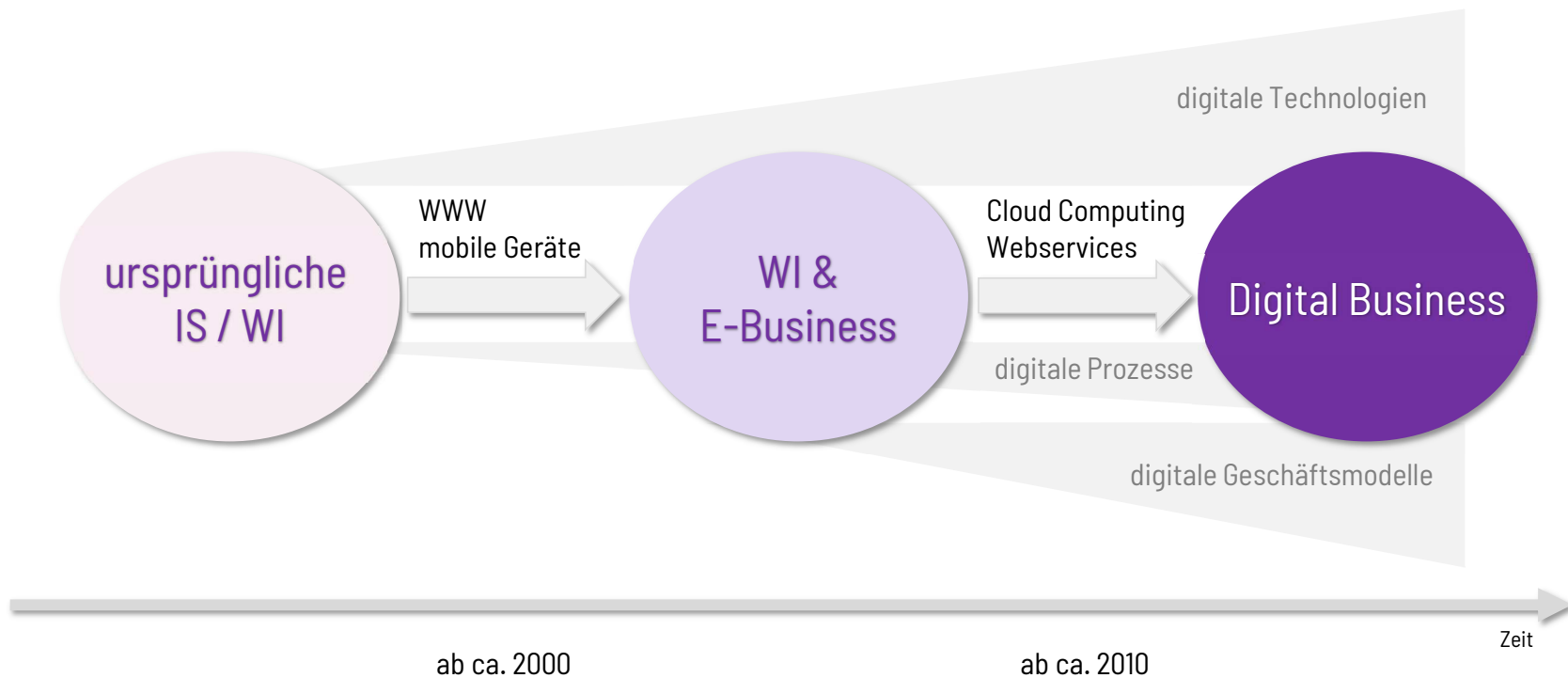
- **Bezeichnung** Masterstudiengang Digital Business & Marketing Intelligence
(engl.: Master of Digital Business & Marketing Intelligence)
- **Art** anwendungsorientiert / konsekutiv (Wirtschaftsinformatik) /
in Vollzeit / Präsenzstudium
- **Gebühren** keine studiengangsspezifischen Gebühren
- **Träger** 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

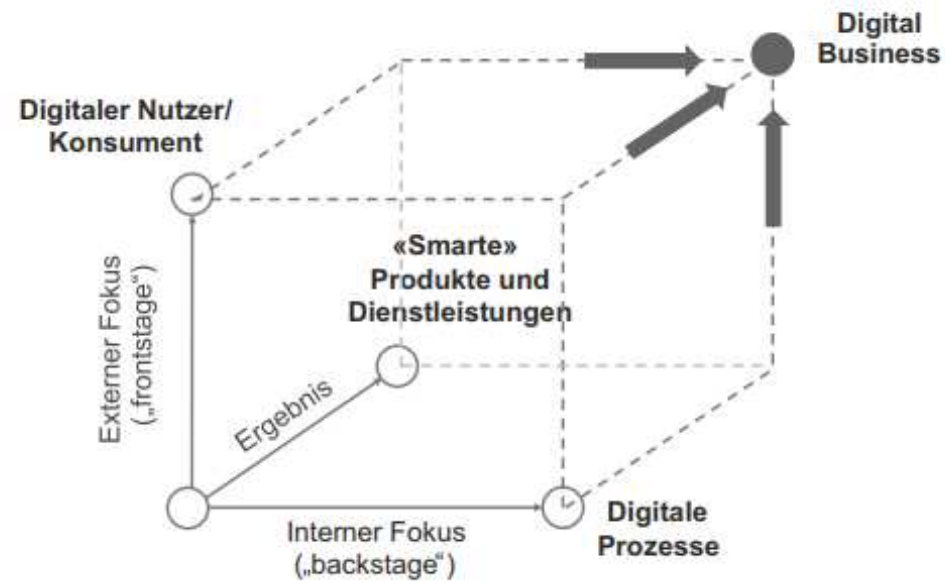
2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

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



2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

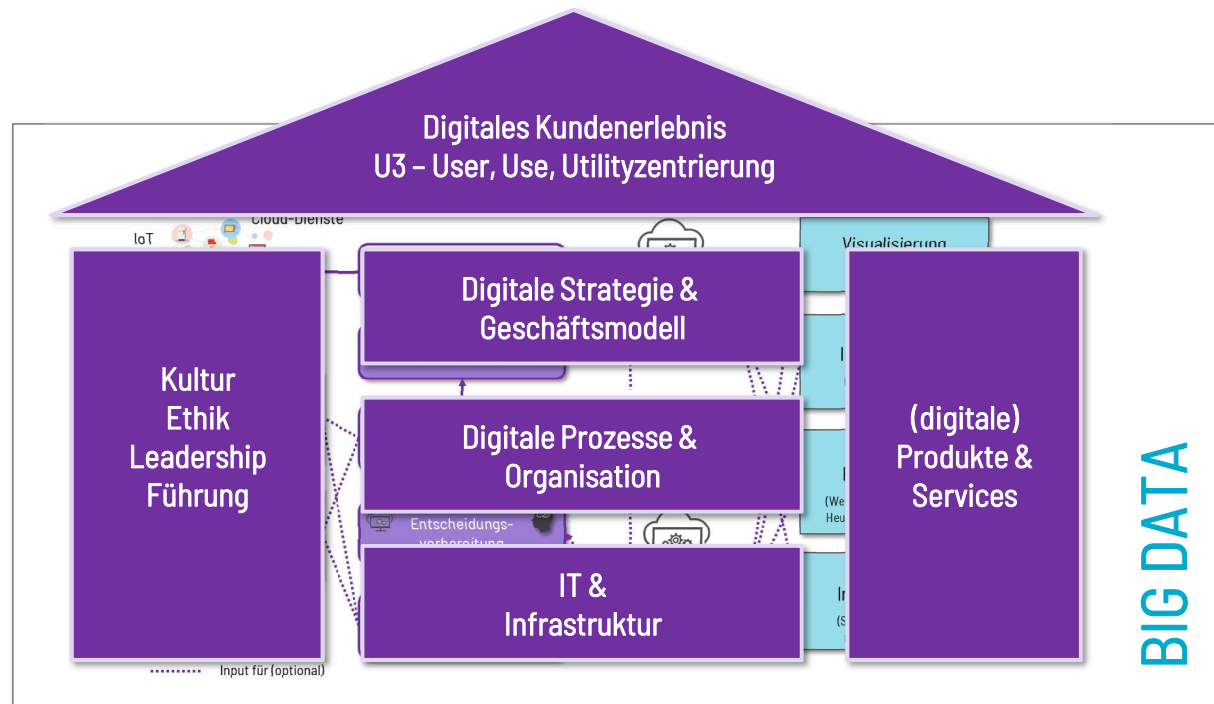
- Drei Dimensionen der Digitalisierung (Digital Business)



[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		
				1 (WS)	2 (SS)	3		
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
	Data Science	Data Science	V+Ü		4	5		M
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	

Summe SWS: 48, Summe ECTS: 90

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

Themen	Modul	Lehrveranstaltung	Zugeordnetes Fachsemester			Benotete Prüfungsleistung	
			Art	1 ECTS/ SWS	2 ECTS/ SWS		3 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	D
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	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
			Art	1 ECTS/ SWS	2 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

- SS 25 (Vertiefungen fehlen)

Zeit	Montag 24.03.2025	Dienstag 25.03.2025	Mittwoch 26.03.2025	Donnerstag 27.03.2025	Freitag 28.03.2025
vor 8					
8		Wissenschaftliches Arbeit... 08:00 - 09:30 (wöchentl.) Start: 25.03.2025 Gebäude T - T 117 Seminar <input type="checkbox"/> vormerken		Innovations- und Transfer... 08:00 - 11:15 (wöchentl.) Start: 20.03.2025 Gebäude L - L129 Seminar/Praktikum <input type="checkbox"/> vormerken	
9					
10		Digital Business 2: Produ... 09:45 - 13:00 (wöchentl.) Start: 25.03.2025 Gebäude VLaz1 - V 108 Vorlesung <input type="checkbox"/> vormerken	Software Engineering für ... 09:45 - 13:00 (wöchentl.) Start: 26.03.2025 Ende: 2.7.2025 Gebäude M/Laz5 - M 107 Vorlesung/Übung <input type="checkbox"/> vormerken		
11					
12			Advanced Digital Marketin... 09:45 - 13:00 (wöchentl.) Start: 26.03.2025 Ende: 2.7.2025 Vorlesung <input type="checkbox"/> vormerken		
13			Mathe-Werkstatt 13:00 - 16:00 (wöchentl.) Gebäude K - K 104 Übung <input type="checkbox"/> vormerken		
14		Entwicklung digitaler Pro... 14:15 - 17:30 (wöchentl.) Start: 25.03.2025 Gebäude M/Laz5 - M 106 Vorlesung/Übung <input type="checkbox"/> vormerken		Data Science 14:15 - 17:30 (wöchentl.) Start: 20.3.2025 Ende: 3.7.2025 Gebäude VLaz1 - V 206 Vorlesung <input type="checkbox"/> vormerken	
15					
16			Customer journey Intellig... 16:00 - 19:15 (wöchentl.) Start: 26.03.2025 Ende: 2.7.2025 Gebäude M/Laz5 - M 106 Vorlesung <input type="checkbox"/> vormerken	Ringseminar Künstliche In... 16:00 - 17:30 (wöchentl.) Start: 20.3.2025 Ende: 3.7.2025 Gebäude K - K 104 Seminar <input type="checkbox"/> vormerken	
17			Datenschutz 17:45 - 19:15 (Einzeiter.) Start: 26.03.2025 Ende: 26.03.2025 Gebäude H - H 142 Vorlesung <input type="checkbox"/> vormerken	Ringseminar Künstliche In... 16:00 - 17:30 (wöchentl.) Start: 20.3.2025 Ende: 3.7.2025 Gebäude H - H 002 Seminar <input type="checkbox"/> vormerken	
18					
19					

2. Fakten, Ausbildungsziel & Curriculum

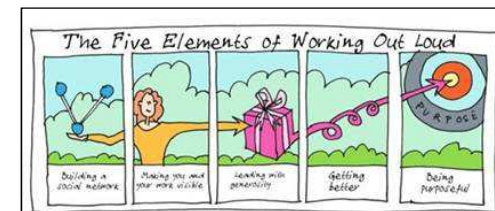
- Wahlfach „individuelle Projektarbeit“ (siehe MOODLE, Screenshot ist nur ein Ausschnitt der Liste)

Themen zum Wahlmodul - Sommersemester 2025 Masterstudiengang Digital Business & Marketing Intelligence	
Dozent	THEMA
Prof. Andriessens	Aktuelle, offene Themen zu den Projektarbeiten finden Sie immer direkt in Moodle unter: https://elearning.rwu.de/mod/page/view.php?id=51807 Das Dokument wird fortlaufend aktualisiert, so dass immer ersichtlich ist, welche Themen verfügbar sind.
Prof. Friedl	Geschäftsprozessautomatisierung & IoT - Mendix (Low Code and AI) - Microsoft Co-Pilot https://elearning.rwu.de/pluginfile.php/498414/mod_resource/content/3/202410-Abschlussarbeiten-WI.pdf
Prof. Gahler	Customer Data Platforms: Vergleich und Auswahlempfehlungen
Prof. Gahler	Customer Experience Management: Aufbau eines Feedback-Management-Systems zur kontinuierlichen Verbesserung des Kundenerlebnisses
Prof. Gahler	Customer Journey Management Tools: Vergleich und Auswahlempfehlungen für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz
Prof. Höpken	Explainable AI für Zeitreihen und Prognosen Anwendung von Techniken aus dem Bereich eXplainable AI (XAI) speziell für Zeitreihendaten und Prognosen

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(xx) 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!

3. Let's Go!

Master (Vollzeit) / Deutsch
Fakultät Elektrotechnik und Informatik

DIGITAL BUSINESS



FACHBEREICH DIGITAL BUSINESS

RWU
WIRTSCHAFTSINFORMATIK
RAVENSBURG-WEINGARTEN
UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

RWU
INTERNET UND ONLINE-
MARKETING
RAVENSBURG-WEINGARTEN
UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

RWU
WIRTSCHAFTSINFORMATIK
PLUS LEHRAMT 1
RAVENSBURG-WEINGARTEN
UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

RWU
DIGITAL BUSINESS
RAVENSBURG-WEINGARTEN
UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES