



Modulhandbuch

Wirtschaftsinformatik Master

Stand: 29.07.2022

Curriculum in der Fassung von: 2013

Semester: 1

1 Business Process Management	3
2 Mitarbeiterführung	6
3 Quantitative Entscheidungslehre	8
4 Wirtschafts- und IT-Recht	10

Semester: 2

5 ERP und BI mit SAP	12
6 IT-Governance	14
7 Management Ethics	16
8 Requirements Engineering	19

Semester: 3

9 Forschungsprojekt Wirtschaftsinformatik	21
10 IT-Sicherheit	23
11 Social Media Management	25

Semester: 4

12 Masterarbeit	28
-----------------------	----

1 Business Process Management	
Semester	1
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Dirk Frosch-Wilke, Fachhochschule Kiel
Teilnahmevoraussetzungen	
Lernergebnisse	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses sind Sie in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des BPM im Hinblick auf den strategischen Erfolg eines Unternehmens und die Effektivität und Effizienz des operativen Betriebs zu erklären, • die Zusammenhänge zwischen Geschäftsstrategie und BPM zu erläutern, • die Gestaltung und Organisation von Geschäftsprozessen zu beschreiben, • die Bedeutung von Prozessmodellen und Modellierungssprachen, wie z.B. von BPMN (Business Process Modeling Notation) darzulegen, • die wesentlichen Risiken von Geschäftsprozessen, Methoden zur Risikoanalyse sowie zur Prozessverbesserung zu erklären, • zu beschreiben, wie bei der Einführung des BPM in einem Unternehmen vorgegangen werden kann und welches die Erfolgs- und Misserfolgskriterien sind, • die IT-Architekturen prozessorientierter Anwendungen zu beschreiben und kennen die Bedeutung der BPMN bei der Implementierung einer solchen Architektur. <p>Des Weiteren sind Sie in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mit Hilfe der BPMN Prozesse sowohl auf der konzeptionellen als auch auf der Ebene des IT-Entwurfes zu modellieren. • die semantischen Modelle systematisch zu analysieren, zu validieren und Verbesserungspotentiale innerhalb der Prozesse zu identifizieren. • eigenständig die Grundstruktur einer IT-Architektur zur Realisierung prozessgesteuerter Softwaresysteme zu entwickeln.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 85 h Präsenzstudium: ca. 30 h Gruppenarb./Projekt: ca. 35 h
Präsenzart	In Online-Konferenz möglich
Prüfungsform	Hausarbeit (50%) und Klausur (50%)

weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten
------------------	---

Studieninhalte

1 Einleitung und Grundlagen

- 1.1 Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements
- 1.2 Hintergründe, Ziele und Historie des BPM
- 1.3 Grundlegende Begriffe
- 1.4 Strategisches und operatives BPM - Definitionen und Aufgabenfelder
- 1.5 BPM im Kontext zu anderen betriebswirtschaftlichen Managementkonzepten und IT-Konzepten
- 1.6 Übungen zu Kapitel 1

2 Einführung des Business Process Management in Unternehmen

- 2.1 Reifegradmodelle des BPM
- 2.2 Vorgehensweisen
- 2.3 Entwicklung einer BPM-Governance
- 2.4 Übungen zu Kapitel 2

3 Planung, Kontrolle, Steuerung und Verbesserung von Geschäftsprozessen

- 3.1 Prozesscontrolling
- 3.2 Leistungsparameter und Kennzahlen - Grundlagen
- 3.3 Prozessmonitoring
- 3.4 Ausgewählte Kennzahlen und deren Berechnung
- 3.5 Prozesskostenrechnung und BPM
- 3.6 Prozessverbesserung
- 3.7 Übungen zu Kapitel 3

4 Geschäftsprozessstandardisierung und -modellierung

- 4.1 Standardisierung von Geschäftsprozessen
- 4.2 Modellierung von Geschäftsprozessen
- 4.3 Übungen zu Kapitel 4

5 Geschäftsprozessmodellierung mit BPMN 2.0

- 5.1 Einleitung zu Kapitel 5
- 5.2 Grundidee und Grundkonzeption
- 5.3 Basiselemente - Einführung
- 5.4 Aktivitäten
- 5.5 Sequenzfluss, Gateways und das Token-Konzept
- 5.6 Pool, Lane und Aufgabenträger
- 5.7 Kollaboration, Nachrichtenflüsse
- 5.8 Choreographie
- 5.9 Ereignisse
- 5.10 Datenobjekte, Datenspeicher und Datenflüsse
- 5.11 Vorgehensweise bei der Modellierung mit der BPMN
- 5.12 Übungen zu Kapitel 5
- 5.13 Modellierungsaufgaben zu Kapitel 5

6 IT-Unterstützung für das Geschäftsprozessmanagement

- 6.1 Einleitung IT-Unterstützung
- 6.2 BPM-Systeme – Grundlagen

6.3 Prozessgesteuerte Anwendungen - Referenzeigenschaften

6.4 Beispiel: JBoss jBPM

6.5 Übungen zu Kapitel 6

2 Mitarbeiterführung	
Semester	1
Dauer (Semester)	einsemestrig
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	jährlich
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Achim Michalke, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Kurses sind Sie in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Sich der Notwendigkeit und der Komplexität von Führung bewusst zu sein und die Schwierigkeit von Führungsaufgaben adäquat einschätzen zu können. • Sich eine Auswahl von Führungswerkzeugen und –methoden anzueignen und diese situationsgerecht einsetzen können. • Sich mit den ethischen Aspekten von Führung auseinandersetzen und individuelle Wertvorstellungen für Führungstätigkeit zu entwickeln. • Die rechtlichen Rahmenbedingungen bei der Führung von Mitarbeitern zu kennen und in den eigenen Führungssituationen berücksichtigen zu können. • Die sozialen Aspekte von Führung zu verstehen und auf die sozialen Bedürfnisse der Beteiligten eingehen zu können.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 120 h Präsenzstudium: 30 h
Prüfungsform	mündliche Prüfung/ Referat (30 min.) Die Studierenden führen ein Logbuch zur Dokumentation ihrer Lernergebnisse und dem Transfere in die Praxis. Die Ergebnisse werden am Ende des Semesters in zusätzlichen Webkonferenzen durch kurze Vorträge den Kommilitonen und Prüfern präsentiert.
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte

1 Grundlagen der Mitarbeiterführung

1.1 Definition von Führung

1.2 Qualität von Führung

1.3 Aufgaben von Führung

1.4 Erlernen von Führung

1.5 Entscheidungsfindung

2 Organisation von Führung im Unternehmen

2.1 Führung in Organisationsstrukturen

2.2 Arbeitsrechtliche Grundlagen der Mitarbeiterführung

2.3 Mitarbeiterauswahl

2.4 Mitarbeiterentwicklung

3 Ethische und soziale Aspekte der Führung

3.1 Verantwortung und Delegation

3.2 Kommunikation bei der Führung

3.3 Motivation

3.4 Konfliktmanagement

3.5 Werteorientierte Führung

3 Quantitative Entscheidungslehre	
Semester	1
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	jährlich
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. habil. Torsten Sander, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Die Studierenden kennen einerseits die Grundbegriffe der Graphentheorie nebst einer Reihe graphentheoretischer Algorithmen. Auf der anderen Seite kennen Sie diverse unternehmensbezogene diskrete Entscheidungsprobleme und können diese im Kontext der Graphentheorie modellieren und nach Auswahl eines geeigneten Algorithmus lösen. Sie haben verstanden, dass bereits kleine Veränderungen am Problemtyp seine Lösbarkeit erheblich erleichtern oder erschweren können. Die Studierenden können die vermittelten Methoden selbständig und zielgerichtet anwenden. Die erworbenen Fähigkeiten des abstrakten und analytischen Denkens können auch in anderen Kontexten nutzbringend angewendet werden.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 120 h Präsenzstudium: 20 h Gruppenarb./ Projekt: 12 h
Präsenzart	In Online-Konferenz möglich
Prüfungsform	mündliche Prüfung/ Referat (30 min.) mündliche Prüfung (80%)/ Referat (30 Min.) und Forschungsfrage (20%)
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte
<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung: Planungs- und Entscheidungsprozesse, Beispielprobleme, Beitrag kombinatorischer Lösungsmethoden 2. Enumeration 3. Entscheidungsbäume 4. Wege 5. Rundreisen

- 6. Gerüste
- 7. Korrespondenzen
- 8. Färbungen

4 Wirtschafts- und IT-Recht	
Semester	1
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	jährlich
Modulverantwortliche(r)	Christian Stücke, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Moduls sollten Sie in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die eigene unternehmerische Tätigkeit einordnen zu können und die rechtlichen Anforderungen zu erfüllen. • die Notwendigkeit externe Hilfe zu benötigen zu erkennen und dies kommunizieren zu können. • die rechtlichen Grundlagen der im Modul behandelten Themengebiete zu erkennen, die Besonderheiten im IT-Recht zu erläutern und fachkompetent mit diesem Fachwissen umzugehen. • sich neue Themengebiete eigenverantwortlich und diszipliniert zu erschließen. • kommunikations-, kooperations-, team- und konfliktfähig zu arbeiten, zu diskutieren und zu handeln. • die eigenen Arbeitsergebnisse sachgerecht darzustellen und zu vertreten. <p>Wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Erreichen dieser Ziele.</p>
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: 60 h Präsenzstudium: 30 h Gruppenarb./ Projekt: 60 h
Präsenzart	In Online-Konferenz möglich
Prüfungsform	Klausur (120 min.)
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte

1 Einführung in die rechtlichen Grundlagen des Wirtschafts- und IT-Rechts

- 1.1 Einteilung des deutschen Rechtssystems
- 1.2 Bedeutung des Wirtschaftsprivatrechts

- 1.3 IT-rechtliche Besonderheiten des Wirtschaftsrechts
- 1.4 Verfassungsrechtliche Grundlagen des Rechts der Medien
- 1.5 Weitere rechtliche Grundlagen des Informations- und Telekommunikationsrechtes

2 Vertragsrecht unter Einbeziehung der Informationstechnologie

- 2.1 Vertragstypen des BGB unter Berücksichtigung IT-spezifischer Besonderheiten einschließlich Gewährleistungsrechte
- 2.2 Zustandekommen von Verträgen einschließlich Formerfordernissen und Allgemeine Geschäftsbedingungen
- 2.3 Grenzüberschreitende Verträge
- 2.4 Vertragsgestaltung
- 2.5 Verbraucherschutz bei Fernabsatzverträgen
- 2.6 Besonderheiten für den Unternehmer im eCommerce

3 Schutz des geistigen Eigentums unter besonderer Berücksichtigung IT-rechtlicher Besonderheiten

- 3.1 Begriff des Urhebers
- 3.2 Urheberrechte
- 3.3 Spezielle Vertragstypen des Urheberrechts
- 3.4 Verwandte Schutzrechte
- 3.5 Digitale Besonderheiten des Urheberrechts

4 Wettbewerbsrecht und Werbung im Internet

- 4.1 Grundzüge des Wettbewerbsrechts
- 4.2 Werberecht im Internet
- 4.3 Besonderheiten bei der Bewerbung von Kindern und Jugendlichen
- 4.4 Grundzüge des gewerblichen Rechtsschutzes und Besonderheiten im Internet

5 Domainrecht

- 5.1 Vergabe und Registrierung von Domains
- 5.2 Schutz von Internet Domains

6 Datenschutzrecht im Internet

- 6.1 Gegenstand des Datenschutzes
- 6.2 Datenverarbeitung
- 6.3 Begebung von Rechten an Daten
- 6.4 Rechte von Dateninhabern und Durchsetzung

7 Grundzüge des IT-Strafrechts

- 7.1 Einordnung des IT-Strafrechts
- 7.2 Vom Straftatbestand zur Strafe
- 7.3 Einige für die IT besonders relevante Straftatbestände

5 ERP und BI mit SAP	
Semester	2
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stephan Schneider, Fachhochschule Kiel; Prof. Dr. Dirk Frosch-Wilke, Fachhochschule Kiel
Teilnahmevoraussetzungen	
Lernergebnisse	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • besitzt du grundlegende Kenntnisse über den operativen und dispositiven Aufgabenbereich eines Unternehmens sowie damit zusammenhängende IT-systemische Konzepte. • benennst und erläuterst du grundlegende Begriffe des Business Intelligence auch im Zusammenhang mit den SAP-Systemen ERP und BW. • gibst darüber Auskunft, wie die Zusammenhänge zwischen der Geschäftsstrategieentwicklung und dem BI sind. • weißt, wie Informationsflüsse systemtechnisch gestaltet und organisiert werden. • beschreibst und erläuterst die grundlegende Architektur und die wesentlichen Komponenten der beiden SAP-Systeme ERP und BW. • weißt, wie Informationsflüsse in den beiden SAP-Systemen gestaltet sind.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: 80 h Präsenzstudium: 30 h Gruppenarb./ Projekt: 40 h
Präsenzart	In Online-Konferenz möglich
Prüfungsform	Hausarbeit (50%) und Klausur (50%)
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte**1 Integrierte Informationssysteme und ERP**

1.1 Informationsmanagement im Unternehmen

1.2 Informationssysteme im Einsatz

1.3 Standardsoftware, Architektur von ERP-Systemen und Konzepte der Datenanalyse

1.4 ERP-Systeme: Auswahl und Einführung

2 Business Intelligence

2.1 Grundlagen „Business Intelligence“

2.2 BI-Strategie und BI-Projekte

2.3 Data Warehouse

2.4 Datenqualität

2.5 Datenmodellierung in BI-Systemen

2.6 OLAP – Mehrdimensionale Datenanalysen

2.7 Business Intelligence mit SAP Business Warehouse 7.3

6 IT-Governance	
Semester	2
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	jährlich
Modulverantwortliche(r)	Henrich Brandes, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Studierende haben Kenntnisse über IT Services und deren Integration in Geschäftsprozesse. Um einheitliche und überprüfbare Qualitätsstandards in allen Phasen des Lebenszyklus von IT Services gewährleisten zu können und Compliance mit rechtlichen Anforderungen zu ermöglichen, haben die Studierenden einen Überblick über einsetzbare Referenzmodelle und Zertifizierungen. Die Studierenden sind in der Lage selbstständig die Anforderungen an die IT Governance in der Organisation zu ermitteln. Auf Basis dieser Anforderungen können Sie einschätzen welche Referenzmodelle die Anforderungen der IT Governance unterstützen können und können daraus Strategien für die Weiterentwicklung der IT Organisation ableiten. Weiterhin sind die Studierenden in der Lage die Sicht der IT Governance als Bestandteil der Governance im Unternehmen insgesamt zu betrachten.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 90 h Präsenzstudium: 30 h Gruppenarb./ Projekt 30 h
Präsenzart	In Online-Konferenz möglich
Prüfungsform	Hausarbeit
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte
<p>1 Einführung IT Governance</p> <p>1.1 Was ist Governance</p> <p>1.2 Geschäftsprozesse, Services, IT Services</p> <p>1.3 Was ist IT Governance</p> <p>1.4 Risikomanagement</p> <p>1.5 Beispiele für Rechtliche Rahmenbedingungen</p>

2 COBIT - IT Governance Framework

2.1 Kernprinzipien

2.2 Enabler

2.3 Reifegrad

2.4 Kennzahlensysteme

3 ITIL - Good Practices für das IT Service Management

3.1 Der IT Service Lifecycle

3.2 Die Phasen des Service Lifecycles

3.3 Prozesse zur Steuerung des Service Lifecycles

3.4 Diskussion

4 CMMI for Development - Referenzmodell zur Beurteilung der Qualität von Entwicklungsprozessen

4.1 Übersicht CMMI

4.2 Prozessgebiete

4.3 Fähigkeits- und Reifegrade

4.4 Assessments und Prozessverbesserung

4.5 Einordnung SPICE, CMMI und Diskussion

5 Übersicht weiterer Referenzmodelle**6 IT Governance und aktuelle Trends in der IT**

7 Management Ethics	
Semester	2
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	jährlich
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Matthias Kirspel, Jade Hochschule
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	<p>After you have successfully finished the course you will be able to identify ethical issues and dilemmas. You will be able to establish rules and management processes to solve these issues.</p> <ul style="list-style-type: none"> • You will be capable of explaining that management ethics combine methods developed in the fields of psychology, philosophy and economics. • You will understand basic ethical theories like deontological theories, utilitarianism and justice theory. • You be able to apply basic ethical principles like the golden rule und understand the concept of institutional ethics. you will realise that the market economy was based on an ethical concept. • You will have the ability to apply modern economic methods like rational choice and game theory in ethical issues. • You will understand the concept of ethical dilemmas and the importance of rules and institutions to solve them. • You will understand the concepts of stakeholder management, corporate social responsibility and corporate governance.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 130 h Präsenzstudium: 20 h
Prüfungsform	Hausarbeit
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Englisch angeboten

Studieninhalte

1 Ethics in the World of Management

- 1.1 Why Management Ethics
- 1.2 Basic Concepts and Principles
- 1.3 Exercises - 1
- 1.4 Solutions - 1

2 Ethical Theories

- 2.1 Ethics and Morality
- 2.2 Morality, Ethics and Ethical Reasoning
- 2.3 Basic Ethical Principles
- 2.4 Ethical Theories - Examples
- 2.5 Exercises - 2

3 Homo oeconomicus

- 3.1 Methodological Individualism
- 3.2 Rational Choice or the Rational Actor Model
- 3.3 Self-Interest, Free Markets and Welfare
- 3.4 Managerial Decision, Self-Interest and Free Markets
- 3.5 Exercises - 3
- 3.6 Solutions - 3

4 Ethical Decision Making

- 4.1 A Holistic View of Decision Making
- 4.2 Ethical Analysis of a Decision Process
- 4.3 Exercises - 4

5 Ethical Dilemmas and their Impact on Management Decisions

- 5.1 Concept of Game Theory for Describing Dilemmas
- 5.2 Solving the Conflicts
- 5.3 Exercises - 5
- 5.4 Solutions - 5

6 Management Ethics and Rational Choice

- 6.1 Potential Conflicts between Ethical Behaviour and Rational Choice
- 6.2 Solving the Conflict
- 6.3 Ethical Behaviour as Rational and Required for Sustainable Management Decisions
- 6.4 Exercises - 6

7 The Impact of Economic Institutions on Ethics in Management

- 7.1 Ethical Quality of Good Institutions
- 7.2 Ethical Dilemmas in Case of Missing/Failing Institutions
- 7.3 Ethical Management to face the Lack of Institutional Rules
- 7.4 Exercises - 7

8 Stockholder or Stakeholder Management

- 8.1 The Stockholder Theory of Management Obligations
- 8.2 The Stakeholder Theory of Management Obligations
- 8.3 Exercises - 8

9 Corporate Social Responsibility

- 9.1 Definition and History of Corporate Social Responsibility
- 9.2 The Debate about CSR as a “Norm” for Corporations

9.3 CSR in Practice

9.4 Implementation of CSR

9.5 Exercises - 9

10 Global Governance

10.1 The Concept of Corporate Governance

10.2 Corporate Governance in National and Supranational Organisations

10.3 Goals and Social Values of the Corporation

10.4 Corporate Governance and Control

10.5 Ethical Evaluation of Corporate Governance

10.6 Exercises - 10

8 Requirements Engineering	
Semester	2
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Dirk Frosch-Wilke, Fachhochschule Kiel
Teilnahmevoraussetzungen	
Lernergebnisse	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Kurses sind Sie in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung des Requirements Engineering für die Entwicklung hochwertiger auf die Kundenanforderungen ausgerichteter Softwaresysteme zu erklären. • Darüber Auskunft zu geben, wie die Einbettung des Requirements Engineering in die wesentlichen generischen Softwareprozesse erfolgt und diese Einbettung kritisch zu diskutieren. • Systematisch, kundenzentriert und unter Verwendung geeigneter Methoden und Werkzeuge Anforderungen an softwareintensive Systeme zu sammeln, zu analysieren, zu strukturieren, zu dokumentieren und zu verwalten. • Die Anforderungen nicht nur natürlich sprachlich zu dokumentieren, sondern sind auch in der Lage eigenständig modellbasierte Dokumentationen auf Basis der Unified Modeling Language zu entwickeln. • Soziale und kommunikative Kompetenzen sowie die Fähigkeit im Falle von Konflikten zielgerichtet, im Sinne des Requirements Engineerings, einzusetzen.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: 80 h Präsenzstudium: 30 h Gruppearb./ Projekt: 40 h
Prüfungsform	Hausarbeit (50%) und Klausur (50%)
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte

1 Einleitung und Grundlagen

- 1.1 Motivation
- 1.2 Vorstellung des durchgängigen Beispiels
- 1.3 Grundlagen
- 1.4 Lernaufgaben für das 1. Kapitel

2 Anforderungsermittlung

2.1 Bevor es losgeht

2.2 Quellen von Anforderungen

2.3 Grundlegende Hindernisse bei der Ermittlung von Anforderungen und Eigenschaften des Requirements Analysts

2.4 Techniken zur Ermittlung von Anforderungen

2.5 Zusammenfassung

2.6 Lernaufgaben für das 2. Kapitel

3 Anforderungsdokumentation

3.1 Ziele und Nutzen

3.2 Qualitätskriterien für Anforderungen und Anforderungsdokumente

3.3 Arten der Dokumentation

3.4 Struktur der Dokumentation

3.5 Metadaten für die Beschreibung einer Anforderung

3.6 Lernaufgaben für das 3. Kapitel

4 Natürlich-sprachliche Dokumentation von Anforderungen

4.1 Umgang mit Transformationsprozessen

4.2 Verwendung von strukturierter natürlicher Sprache

4.3 Satzschablone des Sophisten-Regelwerkes

4.4 Lernaufgaben für das 4. Kapitel

5 Semi-formale Dokumentation von Anforderungen

5.1 Konstruktionsorientierter Modellbegriff

5.2 Modellarten, Ziel- und Kontextmodelle

5.3 Anforderungsmodelle für das Systemverhalten

5.4 Anforderungsmodelle für Systemfunktionen

5.5 Anforderungsmodelle für die Systemstruktur

5.6 Integrierte Anforderungsmodelle

5.7 Lernaufgaben für das 5. Kapitel

6 Prüfung, Abstimmung und Priorisierung von Anforderungen

6.1 Prüfen von Anforderungen

6.2 Abstimmen von Anforderungen

6.3 Priorisieren von Anforderungen

6.4 Lernaufgaben für das 6. Kapitel

7 Verwalten von Anforderungen

7.1 Identifikation, Klassifikation und Strukturierung von Anforderungen

7.2 Kontextbezogene Generierung von Informationen über Anforderungen

7.3 Management von Anforderungsänderungen

7.4 Lernaufgaben für das 7. Kapitel

9 Forschungsprojekt Wirtschaftsinformatik	
Semester	3
Credit Points	10
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	laufend
Modulverantwortliche(r)	Jeweils betreuender Professor/ betreuende Professorin
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	<p>Fachliche Kompetenzen Die Studierenden können ein wissenschaftliches Forschungsprojekt konzipieren, durchführen, ihre Ergebnisse verschriftlichen und in den Stand der Forschung kritisch einordnen. Sie können eine systematische, kritische und internationale Literaturanalyse durchführen.</p> <p>Personale Kompetenzen Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls können die Studierenden ihre Auffassung bzw. Standpunkt zu einem Forschungsthema sachgerecht vertreten, andere Auffassungen oder Interpretationen in ihre Argumentation einbeziehen und Lösungen durch Diskussion oder Teamarbeit gemeinsam erarbeiten. Die Auseinandersetzung mit den Fragen des wissenschaftlichen Arbeitens in der Gruppe stärkt die Beurteilungs- und Kritikfähigkeit der Teilnehmer. Daneben wird die Präsentationsfähigkeit der Teilnehmer durch die Vorträge (Zwischenpräsentationen) verbessert.</p>
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 30 h Gruppenarb./ Projekt: 270 h
Prüfungsform	Kursarbeit Referat
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Anleitung und Coaching der Studierenden zu den von Ihnen ausgewählten Themenstellungen. Wissenschaftliche Begleitung der Studien bis zur Veröffentlichungsreife • Gruppenbildung zu ausgewählten Themen • Themenstrukturierung

- Festlegung der Vorgehensweise
- Aufgabenverteilung in der Gruppe
- Literaturstudium
- Empirische Datenerhebung und Analyse
- Themenpräsentation
- Kursarbeit als wissenschaftlicher Abschlussbericht

10 IT-Sicherheit	
Semester	3
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	jährlich
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ulrich Klages, Fachhochschule Braunschweig/ Wolfenbüttel
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses sind Sie in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der IT-Sicherheit und des Datenschutzes für die grundlegende Funktion einer Organisation sowie deren langfristigen Erfolg einschätzen und sind in der Lage, Organisationsziele hieraus abzuleiten. • die grundsätzliche Technologie von IT-Systemen zu kennen und Bedrohungen auf diese Systeme einzuschätzen. • Schutzkonzepte für IT-Systeme für internen und externen Gebrauch zu entwerfen und ihre Umsetzung zu überwachen. • Sicherheits- oder datenschutzrelevante Vorfälle zu analysieren und sie technisch-juristisch zu bewerten. • Problemorientierte Vorgehensweisen zu entwickeln und Aufgabenstellungen der IT-Sicherheit/Datenschutz fundiert zu strukturieren und mit Lösungsansätzen zu versehen.
Medien-/ Lernform	Online-Lehrveranstaltung mit Lehrmaterial zum Selbststudium sowie Gruppenarbeiten und regelmäßige Videokonferenzen/Chats
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 90 h Präsenzstudium: 30 h Gruppenarb. / Projekt: 30 h
Prüfungsform	Klausur (120 min.)
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte
<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlegende Architektur von IT-Systemen unter Sicherheitsaspekten 2. Nutzererwartungen an IT-Sicherheit 3. Rechtliche Rahmenbedingungen Datenschutz, Compliance, „G10“-Beschränkungen, Out-In-Sourcing, Provider-Privilegien/-Pflichten 4. Bedrohungsszenarien

5. Schutzmaßnahmen

IT-Sicherheitsstrategie, Managementmodelle, Auditing, Maßnahmen nach BSI-Grundsatz

In Abgrenzung zum Modul Wirtschafts- und IT-Recht wird hier insbesondere auf technische und informationsverarbeitende Themen eingegangen um die Realisierung rechtlicher Forderungen zu gewährleisten.

11 Social Media Management	
Semester	3
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	Jährliches Angebot nach Bedarf der Hochschulen des VFH-Verbundes / ggf. kann der Einsatz des Moduls zusätzlich in anderen Studiengängen erfolgen. Dieses Modul läuft über den Zeitraum eines Semesters.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Antje Baumgarten, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Erwartungen	Die Studierenden sollten Kenntnisse zu den Grundlagen des Marketings mit dem Fokus auf den Marketing-Mix, von Analysemethoden im Marketing (zur Ableitung von Zielen und Strategie) sowie grundlegende Kenntnisse des Konsumentenverhaltens mitbringen.
Lernergebnisse	Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die Veränderungen, die Social Media mit sich bringt, einzuschätzen und die Bedeutung von Social Media für Unternehmen darzustellen. • die wichtigsten Begriffe, Konzepte und Instrumente im Umfeld von Social Media zu erläutern. • einzuschätzen, was bei der Entwicklung von Social Media Zielen und Strategien zu beachten ist und wie Social Media in ein Unternehmen implementiert werden kann. • die einschlägigen Informationsquellen zu kennen, um sich selbst über zukünftige Neuerungen im Social Media Bereich zu informieren. • eigene Social Media Zielsysteme und Strategien zu entwickeln, umzusetzen und zu bewerten. • für Unternehmen eigene Social Media Kanäle und Communities aufzubauen und langfristig zu pflegen. • Social Media Krisen zu erkennen und entsprechend zu engagieren. • Social Media im Unternehmen zu verankern und Social Media in verschiedenen Unternehmensbereichen anzuwenden. • ihre sozialen Fähigkeiten im Rahmen von Diskussionen und Peer Reviews auszubauen.
Medien-/ Lernform	Selbstlernphase mittels multimedial aufbereitetem Online- Studienmodul, Diskussionen im Forum, Webkonferenzen, mentorielle Betreuung über die Lernplattform, Präsenzveranstaltung
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 130 h Präsenzstudium: 20 h

Präsenzinhalte	Neben einer kurzen Einführung und Klärung offener Fragen präsentieren die Studierenden in der Präsenzphase das Thema und die methodische Vorgehensweise für ihre Hausarbeiten. Im Rahmen eines Peer Review wird dies von allen Teilnehmern diskutiert. Dabei erhalten die Studierenden auch einen Überblick über die Bandbreite von Social Media in unterschiedlichen Unternehmen und Kontexten.
Prüfungsform	Hausarbeit
Literatur	<p>Aßmann, St.; Röbbeln, St. (2013), Social Media für Unternehmen. Das Praxishandbuch für KMU, Bonn</p> <p>Babka, St. (2016), Social Media für Führungskräfte. Behalten Sie das Steuer in der Hand, Wiesbaden.</p> <p>Beilharz, F. (2014), Social Media Marketing im B2B, Heidelberg</p> <p>Grabs, A.; Bannour, K.-P. (2012), Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co., 2. Aufl., Bonn</p> <p>Li, Ch.; Bernoff, J. (2011), Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies. 2. Aufl., New York City</p> <p>Pein, V. (2015), Der Social Media Manager: Handbuch für Ausbildung und Beruf, 2., akt. Aufl., Bonn.</p> <p>Schindler, M.-Ch.; Liller, T. (2012), PR im Social Web: Das Handbuch für Kommunikationsprofis. 2. Aufl., Köln</p> <p>Zerfaß, A.; Pleil, T. (Hrsg.) (2012), Handbuch Online-PR: Strategische Kommunikation in Internet und Social Web, Konstanz</p>
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte	
<p>1 Social Media Grundlagen</p> <p>1.1 Zur Historie von 'Social'</p> <p>1.2 Zur Entwicklung von Social Media</p> <p>1.3 Bedeutung von Social Media für die Nutzer</p> <p>1.4 Was ist Social Media?</p> <p>1.5 Verständnisfragen Social Media Grundlagen</p> <p>2 Ermittlung des Social Media Status</p> <p>2.1 Social Media Management Prozess</p> <p>2.2 Der Social Media Status</p> <p>2.3 Analyse der Gespräche in Social Media</p> <p>2.4 Analyse von Nutzergruppen und deren Verhalten</p> <p>2.5 Social Media in der Consumer Journey</p> <p>2.6 Bestimmung der Consumer Energy</p> <p>2.7 Analyse des Wettbewerbs</p> <p>2.8 Analyse von Branche und Produkt</p> <p>2.9 Bereitschaft des Unternehmens feststellen</p>	

3 Festlegung von Social Media Zielen

- 3.1 Ziele in Unternehmen
- 3.2 Operationalisierung von Zielen
- 3.3 Beziehungen von Zielen (Zielsysteme)
- 3.4 Zielbildungsprozess
- 3.5 Verständnisfragen Social Media Ziele

4 Ableitung von Social Media Strategien

- 4.1 Strategische Planung der Social Media Aktivitäten
- 4.2 Grundprinzipien von Social Media Strategien
- 4.3 Methoden zur Ableitung einer Social Media Strategie
- 4.4 Social Media Strategiezirkel
- 4.5 Verständnisfragen Social Media Strategien

5 Definition des Social Media Mix

- 5.1 Social Media Instrumente
- 5.2 Ableitung des Social Media Mix
- 5.3 Fazit: Social Media Mix
- 5.4 Verständnisfragen Social Media Mix

6 Management von Social Media Krisen

- 6.1 Social Media in der Krisenkommunikation
- 6.2 Der Shitstorm
- 6.3 Handlungsempfehlungen für eine Social Media Krise
- 6.4 Fazit: Social Media Krisenkommunikation
- 6.5 Verständnisfragen Social Media Krisen und Shitstorms

7 Social Media Monitoring und Analytics

- 7.1 Definition – Social Media Monitoring
- 7.2 Rolle des Monitoring in Social Media
- 7.3 Zusammenhang von Strategie und Monitoring
- 7.4 Social Media Monitoring als Frühwarnsystem
- 7.5 Fallbeispiel Nokia
- 7.6 Social Media Monitoring in verschiedenen Unternehmensbereichen
- 7.7 Konzeption eines professionellen Social Media Monitorings
- 7.8 Return on Investment für Social Media
- 7.9 Fallstudie Maggie: Messung des ROI von Facebook
- 7.10 Limitationen und Ausblick
- 7.11 Fazit Social Media Monitoring und Analytics
- 7.12 Verständnisfragen Social Media Monitoring und Analytics

8 Integration von Social Media in das Unternehmen

- 8.1 Dimensionen der Integration
- 8.2 Organisatorische Integration
- 8.3 Social Media Guidelines
- 8.4 Fazit Integration von Social Media in das Unternehmen
- 8.5 Verständnisfragen Integration von Social Media in das Unternehmen

12 Masterarbeit	
Semester	4
Credit Points	30
Pflicht/ Wahlpflicht	Pflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	laufend
Modulverantwortliche(r)	Jeweils betreuender Professor/ betreuende Professorin
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	<p>Fachkompetenz Die Studierenden beherrschen berufsfeldbezogene, aktuelle und zukunftssträchtige wissenschaftliche Methoden, Strukturen und Instrumente, die in der Thesis auf eine reale Aufgabenstellung angewandt werden sollen, um eine Problemlösung zu entwickeln. Die Studierenden beherrschen die Techniken, Methoden und Methodologien des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie können bekannte wirtschaftsinformatische Methoden hinsichtlich ihrer Eignung zur Problemlösung im Kontext der Thesis bewerten und bei Bedarf transferiert einsetzen.</p> <p>Personale Kompetenz Die Studierenden können mit ggf. Mitgliedern einer Organisation, zu der Aufgabenstellung Bezug hat, und dem Betreuer effektiv, effizient und human in verschiedenen Rollen zusammenarbeiten. Die Studierenden können unklare und widersprüchliche Situationen bzw. offene Problemstellungen wissenschaftlich gestützt und selbstständig strukturieren und praktisch lösen. Sie können, obwohl nicht alle Facetten des Problems durchdrungen werden können ("Komplexität") und obwohl sich die betrachteten Einflussfaktoren auf eine Entscheidung doch in nicht-vorhergesagter Weise entwickeln können ("Unsicherheit"), Entscheidungen treffen bzw. vorschlagen. Sie können sich neues (Fach-)Wissen aneignen und reflektieren/verändern Haltungen und Handlungsweisen im sozialen Kontext der Erstellung der Thesis. Die Studierenden sind in der Lage sich und ihre eigene Arbeit völlig selbstständig und wissenschaftlich gestützt zu organisieren.</p> <p>Das Kolloquium ist eine mündliche studienabschließende Prüfung, die sich schwerpunktmäßig an den Fachgebieten der Masterarbeit orientiert. Der Studierende soll die Masterarbeit kurz erläutern sowie die Ergebnisse vertreten und ggf. auch verteidigen. Auch soll der Studierende zeigen, dass er in der Lage ist, vom Gegenstand der Arbeit ausgehend weitere Probleme zu erkennen und für diese mit den im</p>

	Studium erworbenen Kompetenzen Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen.
Medien-/ Lernform	Gruppen- oder Einzelarbeit, Videokonferenzen/Chats, Kolloquiumspräsenz
Arbeitsaufwand	Präsenz und Kolloq.: 60 h Gruppen- oder Einzelarbeit: 840 h
Prüfungsform	Hausarbeit Vortrag
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte

Je nach fachlichem Kontext, Reflektionen, Audits