

Version WS 2017/2018, Ausgabestand 04.10.2017

MODULHANDBUCH

BACHELORSTUDIENGANG
E-COMMERCE

1. und 2. Fachsemester

Web-Programmierung I (6100120)

Englischer Titel	Web Programming I		
Modulverantwortliche(r)	Schillinger, Rolf		
Dozent(in)	Schillinger, Rolf		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht, Übung		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	Keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Die Web-Programmierausbildung im Bachelor EC besteht aus drei aufeinander aufbauenden Kursen. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, komplexe Anforderungen durch das Erstellen einer performanten und sicheren Web Anwendung lösen zu können. Im ersten Teil dieser Kurse sollen die Studierenden die Rahmenbedingungen und mögliche Vorgehensweisen bei der Softwareentwicklung generell, sowie vor allem auch die Besonderheiten der Softwareentwicklung im Web kennen lernen und darauf aufbauend erste Web Applikationen entwickeln.		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen der Softwareentwicklung- Grundlagen der IT Sicherheit- Das Web Umfeld (Web Server und Protokolle)- HTML / CSS- PHP		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.		

Grundlagen der Informatik und E-Commerce (6100510)

Englischer Titel	Introduction to Computer Science and E-Commerce		
Modulverantwortliche(r)	Junker-Schilling, Klaus		
Dozent(in)	Junker-Schilling, Klaus; Völkl-Wolf, Christina		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Die Studierenden kennen grundlegende Begriffe der Informationsverarbeitung im Kontext von Informatik und E-Commerce. Die Studierenden kennen grundlegende Methoden zur Modellbildung innerhalb der Informatik und sind in der Lage, diese Methoden anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden kennen Verfahren zu Beschreibung von Datenstrukturen und sind in der Lage, einfache dynamische Systeme zu analysieren und mit Zustandsdiagrammen zu beschreiben. Die Studierenden können das Prinzip eines Algorithmus erklären. Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeiten zum logischen und analytischen Denken und können einfache Aufgabenstellungen mit einer Turing-Maschine umsetzen.</p> <p>Die Studierenden haben Kenntnisse über den grundsätzlichen Aufbau die Funktionsweise eines Computers und eines Mikroprozessors. Die Studierenden kennen die Aufgaben von Betriebssystemen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen des elektronischen Handels, sowie den Aufbau und die Funktionsweise von E-Commerce Systemen. Die Studierenden besitzen Kenntnisse zu den grundlegenden Problemlösungsverfahren im E-Commerce, in dem anhand von Fallstudien aus der Praxis entsprechende Fragestellungen analysiert und gelöst werden.</p>		
Inhalte	<p>Information, Informationsgehalt, Informationscodierung, Darstellung von Zahlen und Zeichen</p> <p>Modelle und Modellbildung als grundlegendes Prinzip in der Informatik</p> <p>Beschreibung von Datenstrukturen mit der erweiterten Backus-Naur-Form</p> <p>Modellierung dynamischer Systeme und ihre Beschreibung mit Zustandsdiagrammen</p> <p>Der Begriff des Algorithmus, Berechenbarkeit, Halteproblem, Funktionsweise und Programmierung von Turing-Maschinen</p> <p>Aufbau und prinzipielle Arbeitsweise eines Computers und Mikroprozessors</p> <p>Aufgaben von Betriebssystemen</p> <p>Grundlagen des elektronischen Handels</p> <p>E-Commerce aus wirtschaftlicher Sicht</p> <p>Management von EC-Projekten</p>		

- Aufbau eines Online-Shops
 Begriff Online Marketing und Bereiche des Online-Marketing:
- Suchmaschinenmarketing,
 - E-Mail-Marketing,
 - Social Media,
 - Web Analytics, etc.

Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard
Literatur	Gumm, Heinz-Peter; Sommer, Manfred: Einführung in die Informatik. 10. Auflage, Oldenbourg, 2013. Herold, Helmut; Lurz, Bruno; Wohlrab, Jürgen: Grundlagen der Informatik. 2. Auflage, Pearson, 2012. Seifert, Dirk: Electronic-Commerce - Mobile-Commerce - Social-Commerce Guide. 1. Auflage, Books on Demand, 2013. Thome, Rainer; Schinzer, Heiko; Hepp, Martin (Hrsg.): Electronic Commerce und Electronic Business. 3. Auflage, Verlag Vahlen, 2005. Fischer, Mario: Website Boosting 2.0, 2. Auflage, mitp, 2008.

Oberflächengestaltung und Usability (6102310)

Englischer Titel	Interfacedesign and Usability		
Modulverantwortliche(r)	Aubele, Tobias		
Dozent(in)	Aubele, Tobias		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht, Übung		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Die Teilnehmer lernen, wie man nutzerorientierte Weboberflächen plant, entwickelt, umsetzt, auf Akzeptanz testet und diese fortlaufend weiter optimiert. Die wesentlichen theoretischen Basiskonzepte zur Entwicklung von weborientierten Benutzeroberflächen und deren Anwendungsmöglichkeiten in der Praxis sind bekannt. Eigenständige Planung, Entwicklung und Erfolgskontrolle der Benutzerfreundlichkeit von Webanwendungen und -sites ist möglich.		
Inhalte	Theoretische Konzepte für weborientiertes Informationsdesign; Navigationskonzepte; mentale Benutzermodelle; Informationsaufnahme und -verarbeitung beim User; Webusability; Conversionoptimierung; Gestaltung von Bestell- und Bezahlstrecken; Bilder- und Textwirkung; a/b und multivariates Testen; Unterschiedliche Test- und Prüfkonzepte zur Prüfung der Nutzerakzeptanz, insb. Eyetracking; Durchführung bzw. praktische Anwendung von Eyetracking-Tests und Interpretation von Ergebnissen		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Livetests, spez. Laborequipment für Eye-Tracking		
Literatur	Preim: Entwicklung interaktiver Systeme Shneiderman: User Interface Design Stary: Interaktive Systeme Raskin: Das intelligente Interface Ash: Landing Pages Morys: Conversion Optimierung Sarodnick; Brau: Methoden der Usability Evaluation Heinsen; Vogt: Usability praktisch umsetzen Nielsen; Loranger: Web Usability Kalbach: Handbuch der Webnavigation Krug: Don't make me think Blaß; Teufel: Texte schreiben fürs Web Fischer: Website Boosting		

Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften (6100600)

Englischer Titel	Basics of Economics		
Modulverantwortliche(r)	Wedlich, Eva		
Dozent(in)	Wedlich, Eva; Zahn, Sebastian		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	Keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen und Verstehen der zentralen Grundbegriffe und wichtigsten Zusammenhänge der Volks- und Betriebswirtschaft. - Die Studierenden können ökonomische Zusammenhänge beurteilen und nachvollziehen. - Sie sind in der Lage wirtschaftswissenschaftliche Texte (u. a. auch aus Wirtschaftszeitungen) zu verstehen und richtig zu interpretieren. 		
Inhalte	Grundlagen und Begriffe der Volkswirtschaftslehre Preisbildung Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung Volkswirtschaftliche Ziele Grundlagen und Begriffe der Betriebswirtschaftslehre Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens Standortwahl Rechtsformen		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Bartling, H.; Luzius, F.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre; 16. Aufl.; Vahlen, München, 2008 Baßeler, U.; Heinrich, J.; Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft; 19. Aufl.; Schäffer-Poeschel; Stuttgart, 2010 Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 3. Aufl., 2010. Mankiw, G.; Taylor, M.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre; 5. Aufl.; Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2012 Balderjahn, I.; Specht, G.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre,; 6. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2011. Vahs, D.; Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre; 56. Aufl.; Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2012 Wöhe, G.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre; 24. Aufl.; Vahlen;		

München, 2010

English for E-Commerce (6100820)

Englischer Titel	English for E-Commerce		
Modulverantwortliche(r)	Dunphy, Graeme		
Dozent(in)	Kreiner-Wegener, Andrea		
Sprache	Englisch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	approx. 6 years of school English		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Students have English language skills focussed on the field of e-commerce so that they can work or study in an English speaking country without major language difficulties.		
Inhalte	Technical and commercial vocabulary; reading, understanding and working on technical texts (e.g. project descriptions, excerpts from computing magazines, authentic technical reading material); listening comprehension (authentic recordings on computer-related topics) oral communication skills (esp. talking about studies, work, and intercultural situations); written communication (esp. emails, abstracts, applications, CVs)		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Lecture script, different articles, listening materials		

Mathematik I (6100310)

Englischer Titel	Mathematics I		
Modulverantwortliche(r)	Schneller, Walter		
Dozent(in)	Schneller, Walter; Gnuschke-Hauschild, Dietlind; u.a.		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	Schulmathematik		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Math.-naturwiss. Grundlagen: Die Studierenden lernen erste Grundlagen der Mathematik kennen, die für die Wirtschaftsinformatik/E-Commerce relevant sind.</p> <p>Fertigkeit zur Entwicklung und zum Umsetzen von Lösungsstrategien: Durch Lösen von mathematischen Aufgaben wird die Fertigkeit zur Entwicklung und zum Umsetzen von Lösungsstrategien geschult.</p> <p>Fertigkeit zum logischen, analytischen und konzeptionellen Denken: Durch Lösen von mathematischen Aufgaben wird die Fähigkeit zum logischen Denken geschult.</p>		
Inhalte	<p>Lineare Algebra: Lineare Gleichungssysteme, Matrizen, Vektoren, Skalarprodukt, Rechnen mit Matrizen, inverse Matrizen.</p> <p>Logik: Logische Verknüpfungen, Wahrheitstabellen, Aussagenalgebra, Normalformen.</p> <p>Zahlentheorie: Modulo-Rechnung, erweiterter Euklidischer Algorithmus, Satz von Euler-Fermat, RSA-Verschlüsselungsverfahren.</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Bartholomé, Andreas; Rung, Josef; Kern, Hans: Zahlentheorie für Einsteiger; Vieweg + Teubner, Wiesbaden Beutelspacher, Albrecht; Zschiegner, Marc-Alexander: Diskrete Mathematik für Einsteiger; Vieweg + Teubner, Wiesbaden Brill, Manfred: Mathematik für Informatiker; Hanser Verlag; München/Wien		

Gramlich, Günter: Lineare Algebra – Eine Einführung; Fachbuchverlag Leipzig im Carl Hanser Verlag
Hartmann, Peter: Mathematik für Informatiker; Vieweg + Teubner, Wiesbaden
Papula, Lothar: Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler 1 und 2; Vieweg + Teubner; Wiesbaden
Pommersheim, James E.; Marks, Tim K.; Flapan, Erica L.: Number Theory: A Lively Introduction with Proofs, Applications, and Stories; John Wiley & Sons
Schubert, Matthias: Mathematik für Informatiker; Vieweg + Teubner, Wiesbaden

3. und 4. Fachsemester

Web-Programmierung III (6100230)

Englischer Titel	Web Programming III		
Modulverantwortliche(r)	Schillinger, Rolf		
Dozent(in)	Schillinger, Rolf		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung			
Empfohlene Voraussetzung	Web-Programmierung I Web-Programmierung II		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	In dieser Veranstaltung sollen die Studierenden ihre bisherigen Kenntnisse und Erfahrungen aus der Web Programmierung I und II konsolidieren und in weitere Gebiete der (Web-) Programmierung transferieren. Zuerst lernen sie dabei die Möglichkeiten und Grenzen von Skriptsprachen als Erweiterung moderner Web Browser kennen und lernen dabei, wie man moderne Web Applikationen auf Client Seite interaktiv gestalten und die Grenzen zwischen Web Applikation und nativer Applikation sprengen kann. Im weiteren Verlauf lernen die Studierenden dann, wie Skriptsprachen als generische Problemlöser auch außerhalb von Web Browsern eingesetzt werden.		
Inhalte	- JavaScript / HTML5 - Python		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.		

Online-Marketing (6102210)

Englischer Titel	Online-Marketing		
Modulverantwortliche(r)	Fischer, Mario		
Dozent(in)	Fischer, Mario		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Vorlesung	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 50	Eigenstudium 100
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Die Studierenden lernen alle Formen, Arten und Methoden des Online Marketings kennen und sind in der Lage, diese selbst zu planen, umzusetzen, zu steuern, im laufenden Betrieb zu optimieren und deren Erfolg zu beurteilen sowie deren Budgetverteilung vorausschauend zu kontrollieren.</p> <p>Sie sind weiterhin in der Lage, jeweils den richtigen Online-Marketing-Mix zur Erreichung der jeweiligen Unternehmensziele unter Zuhilfenahme geeigneter Methoden und Werkzeuge einzuschätzen.</p> <p>Der Zusammenhang und die Integrations- und Abstimmungsbedarfe des Online Marketings mit dem traditionellen Marketing und anderen betroffenen betrieblichen Bereichen sind den Studierenden bekannt. Notwendiges Wissen zur Steuerung externer Agenturen und spezieller Abrechnungsmodi ist vorhanden.</p>		
Inhalte	<p>Arten und Formen des Online Marketings, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Display-Werbung • Affiliate Marketing • Virales und Guerilla Marketing • Suchmaschinenmarketing <ul style="list-style-type: none"> o Funktionsweise und Bedeutung von Suchmaschinen; o Ermittlung geeigneter Keywords; o SEA - Bezahle Suchmaschinenwerbung am Beispiel Google AdWords; o SEO - Optimierungsmöglichkeiten für organische Suchergebnisse, Universal Search; o Strategien für Suchmaschinen-Marketing; o Funktionsweise von Spam-Filtern und algorithmische Update bei Suchmaschinen • Mobile und lokale Werbestrategien • Social Media Marketing / Soziale Netzwerke • E-Mail und Newsletter-Marketing • Bezug von Online Marketing-Maßnahmen zu Websites, insb. Landingpages • Kennzahlen und Werkzeuge zur Erfolgsbeurteilung • Neue Formen/Entwicklungen des Online Marketings 		

Studien-/
Prüfungsleistungen

schriftliche Prüfung

Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Tools
Literatur	Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinen-Optimierung Schwarz, Torsten: Leitfaden E-Mail Marketing 2.0 Grabs, Anne; Bannour Karim-Patrik: Follow me, Erfolgreiches Social Media Marketing Underhill, Paco: Why we buy - The Science of Shopping Fischer, Mario: Website Boosting 2.0 Alexander Beck: Google AdWords Rand Fishkin et al.: The Art of SEO Esther Düweke, Stefan Rabsch: Erfolgreiche Websites, SEO, SEM, Online Marketing Andre Alpar, Dominik Wojcik: Webselling Weiss, Sandra: Affiliate Marketing Stuber, Reto: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter, Google+ u. a.

Rechnungswesen (6102010)

Englischer Titel	Accountancy		
Modulverantwortliche(r)	Wedlich, Eva		
Dozent(in)	Völkl-Wolf, Christina; Zahn, Sebastian; u.a.		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht, Übung		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden lernen die Grundlagen des Rechnungswesens (intern/extern) aus betrieblicher Sicht kennen. - Die Studierenden kennen die Grundkenntnisse der Geschäftsbuchführung (GB) und der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR). - Sie können die doppelte Buchführung und die KLR anwenden in Übungen und Planspielen anwenden. 		
Inhalte	<p>A. Grundlagen und Begriffsdefinitionen</p> <p>Aufgaben des Rechnungswesen Kennzahlen Berichtswesen in Unternehmen Rechtliche Grundlagen</p> <p>B. Externes Rechnungswesen</p> <p>Inventar und Inventur Bilanz, Bilanzgliederung und Bilanzanalyse System der doppelten Buchführung Verbuchung laufender Geschäftsvorfälle Weiterführende Aspekte (Steuer, Warenbewegung, Abschreibung)</p> <p>C. Internes Rechnungswesen</p> <p>Abgrenzung zum externen Rechnungswesen System der Vollkostenrechnung System der Teilkostenrechnung</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Präsentation		

Literatur

Bornhofen, M. et al.: Buchführung 1: Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe, 24. Aufl., Wiesbaden, 2012.
Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Datenbanken (6101210)

Englischer Titel	Databases		
Modulverantwortliche(r)	Schleif, Frank-Michael		
Dozent(in)	Rott, Michael		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	sem. Unterricht, Übung	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	Grundlegende Programmierkenntnisse		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Die Studierenden haben grundlegende Datenbank-Konzepte wie das relationale Datenmodell und die Relationen-Algebra verstanden. Sie sind mit Hilfe der vermittelten Modellierungs- und SQL-Kenntnisse in der Lage, Datenbank-Lösungen zu entwerfen und praktisch umzusetzen. Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis der spezifischen Anforderungen an die Datenhaltung in mehrschichtigen Software-Architekturen, insbesondere Web-Anwendungen. Sie haben einen Überblick über Datenbank-Technologien für Performance und Skalierbarkeit.</p> <p>Fundierte fachliche Kenntnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Informatik: Vermittlung des Begriffes der Persistenz von Daten; Implementierung der Persistenz mit und ohne Hilfe eines RDBMS - Fachspezifische Vertiefungen: Vermittlung von Techniken zur Datenmodellierung und Datenhaltung <p>Problemlösungskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fertigkeit zur Analyse und Strukturierung technischer Problemstellungen: Konzeptionelle Datenmodelle werden in logische und physische Modelle transformiert und normalisiert, um Daten strukturiert und performant verwalten zu können - Fertigkeit zur Entwicklung u. zum Umsetzen von Lösungsstrategien: Auf Basis der Analyse fachlicher Informationsbedarfe werden datenbank-basierte Lösungskonzepte erarbeitet - Kompetenz zur Vernetzung unterschiedlicher Fachgebiete: Die Funktionsweise der Schnittstelle zwischen Programmierung und Datenbanken wird anhand von JDBC vermittelt. Die Verbindung der Entwicklung von Datenbanken zum Software-Engineering wird u. a. über ERM-Modelle hergestellt. <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fertigkeit zum logischen, analytischen und konzeptionellen Denken: Durch strukturierte Analyse müssen aus fachlichen Anforderungen für Informationsbedarfe konzeptionelle Modelle entwickelt werden. Hierbei sind logische Vorgehensweisen und analytische Fähigkeiten Voraussetzung bzw. Lerngegenstand. <p>Praxiserfahrung und Berufsbefähigung</p>		

- Kenntnisse von praxisrelevanten Aufgabenstellungen: Die Konzeption, die Implementierung und die Nutzung von kleinen und großen Datenbanken sind Bestandteil praktischer jeder IT-Anwendung.

Wissenschaftliche Arbeitsweise

- Fähigkeit zur Analyse und Strukturierung komplexer Aufgabenstellungen: Analyse von Diskurswelten und Modellierung als Entity-Relationship-Modell; Analyse von komplexen Informationsbedarfen und Umsetzung in formale Abfragesprachen

Inhalte	<p>Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persistente Datenhaltung - Anforderungen an Datenbanksysteme <p>Relationales Datenmodell (*)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relationen und relationale Algebra - Integritätsbedingungen - Normalisierung <p>Datenbankentwurf (*)</p> <ul style="list-style-type: none"> - konzeptionelle Datenmodellierung - logische Datenmodellierung - Normalformen <p>SQL (*)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen DDL, DML - Einfache und komplexe SQL-Anfragen - Anfrageverarbeitung <p>Transaktionsverarbeitung</p> <p>Datenbanken in mehrschichtigen Architekturen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Performance und Skalierbarkeit - Nicht-relationale Datenbanken (NoSQL) <p>* Schwerpunktthema</p>
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard relationales Datenbanksystem
Literatur	Piepmeyer, Lothar: Grundkurs Datenbank-systeme; 1. Aufl.; Hanser; München, 2011 Heuer, Andreas; Saake, Gunter: Datenbanken - Konzepte und Sprachen; 5. Aufl.; MITP-Verlag; Bonn, 2013

Software Engineering (6101600)

Englischer Titel	Software Engineering		
Modulverantwortliche(r)	John, Isabel		
Dozent(in)	Fertig, Tobias; John, Isabel		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Vorlesung	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	Grundkenntnisse in objektorientierter Programmierung		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Fähigkeit zur eigenständigen Umsetzung der Prinzipien des Software Engineerings bei der Softwareentwicklung. - Kenntnis von grundlegenden Techniken für die Entwicklungsphasen (objektorientierten Softwareanalyse, Anforderungsmodellierung, Testtechniken) - Fähigkeit zur Modellierung von Anforderungen auf der Basis der von UML für die Analyse bereitgestellten Diagrammtypen (Use Case Diagramme, Klassendiagramme, Aktivitätendiagramme, Sequenzdiagramme, etc.). - Kennen und Anwenden der Grundlagen des Software Engineerings 		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe - Zielsetzungen und Prinzipien des Software Engineerings - Grundlagen der objektorientierten Funktions- und Datenmodellierung - Objektorientierte Analyse auf der Basis von UML (Use Case Modellierung, Erstellung statischer Modelle, Erstellung dynamischer Modelle) 		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	Skript/Folien E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Oestereich, Bernd: Analyse und Design mit UML 2; Oldenbourg; München Balzert, Helmut: Lehrbuch der Software-Technik, Band 1, Software-Entwicklung; Spektrum, akad. Verlag; Heidelberg Rupp, Chris: UML 2 glasklar; Hanser; München McLaughlin: Objektorientierte Analyse und Design von Kopf bis Fuß , O'Reilly		

Mobile Systeme und Anwendungen (6102710)

Englischer Titel	Mobile Systems and Applications		
Modulverantwortliche(r)	Huffstadt, Karsten		
Dozent(in)	Huffstadt, Karsten		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden lernen die Grundlagen mobiler Systeme und Anwendungen - Die Studierenden kennen wesentliche Gesichtspunkte zur Auswahl, Gestaltung, Entwicklung und Implementierung mobiler und ubiquitärer Anwendungen. - Sie können Unternehmen bei der Einführung mobiler Anwendungen beraten. 		
Inhalte	<p>A. Einführung in Mobile Systeme</p> <p>Abgrenzung zu nicht-mobilen Systemen Grundlagen mobiler Plattformen und Implementierungstechniken</p> <p>B. Mobile Techniken</p> <p>Cross-Platform und Web-Development vs. nativer Entwicklung Development-Frameworks</p> <p>C. Mobile Anwendungen</p> <p>Business- und Einsatzszenarien mobile Lösungen für das E-Commerce Wirtschaftlichkeitsbetrachtung mobiler Lösungen</p> <p>D. Ausblick auf neue Techniken</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Präsentation Projektmanagement-Software		
Literatur	Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben		

5. Fachsemester

Praxismodul (6102410)

Englischer Titel	Internship Module		
Modulverantwortliche(r)	Aubele, Tobias		
Dozent(in)	Aubele, Tobias; Völkl-Wolf, Christina		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	1 SWS Seminar, Übung		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	750	15	735
Kreditpunkte	25		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Studienbeginn 01.10.2013 und später: 91 CP; Studienbeginn 01.10.2012-30.09.2013: 91 CP, Modul PROGI, Modul MATH; Gesamtaufwand 860 Stunden Studienbeginn 01.10.2011-30.09.2012: 91 CP, Modul ALG, Modul PROGI, Modul MATH; Gesamtaufwand 860 Stunden		
Empfohlene Voraussetzung	Keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Projekterfahrung - Teamarbeit Fähigkeit, die in den theoretischen Semestern vermittelten Kenntnisse auf die Praxis zu übertragen. Die Studierenden können weiterhin wissenschaftliche sowie praxisbezogene Arbeiten erstellen und Inhalte durch professionelles Präsentieren vermitteln.		
Inhalte	Die begleitete Praxisphase hat einen Umfang von 20 Wochen. In dieser Zeitspanne soll ein dem zeitlichen Gesamtumfang angemessenes Projekt durchgeführt werden. Dieses Projekt ist im Vertrag zu benennen. Ansprechpartner/Betreuer an der FH ist der Beauftragte für die Praxissemester. Über dieses Projekt wird nach Abschluss der Praxisphase eine Präsentation gehalten.		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Präsentation und Dokumentation		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Moderationstafeln und -kästen, Video		
Literatur	keine allgemeine Literaturempfehlung möglich, wird fallweise vertiefend von den unterschiedlichen Dozenten ausgegeben.		

Soft und Professional Skills (6101110)

Englischer Titel	Soft and Professional Skills		
Modulverantwortliche(r)	Fischer, Mario		
Dozent(in)	Fischer, Mario; Müßig, Michael		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	6 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	50	100
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Projekterfahrung - Teamarbeit</p> <p>Die Studierenden haben grundlegende theoretische und praktische Kenntnisse über Teambildung, Moderationstechnik, Körpersprache (insb. Mimik, Gestik, Haltung sowie äußere Erscheinung), über die Entstehung von Konflikten und dessen Lösung, über die Grundsätze des sachbezogenen Verhandeln.</p> <p>Die Studierenden übernehmen anspruchsvolle Praxisaufgaben innerhalb einer Gruppe oder eines Teams und können die jeweils passenden Techniken und Lösungsstrategien anwende.</p> <p>Sie lernen anhand von praktischen Beispielen und selbst durchgeführten Übungen die Wichtigkeit des methodisch sauberen Einsatzes der Methoden unterschiedlicher Soft- und Professional Skills und deren (beeinflussende) Wirkung auf andere.</p>		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Moderationstechnik mittels der Metaplan Methode • Verhandlungstechnik (Harvard Methode) • Körpersprache • Teammanagement • Konfliktmanagement • Grundlagen des Anfertigen wissenschaftlicher und praxisbezogener Arbeiten. • Erlernen verschiedener Präsentationsmethoden und praktische Anwendung 		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Präsentation		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Moderationstafeln und –kästen Video		
Literatur	Keine allgemeine Literaturempfehlung möglich, wird fallweise vertiefend von den unterschiedlichen Dozenten ausgegeben.		

6. und 7. Fachsemester

Wirtschafts- und IT-Recht (6102600)

Englischer Titel	Business and IT Law		
Modulverantwortliche(r)	Junker-Schilling, Klaus		
Dozent(in)	Lexa, Carsten; Malakas, Konstantin		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS sem. Unterricht		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Grundlegende Kenntnisse der wichtigsten rechtlichen Tatbestände im öffentlichen und privaten Recht (BGB, HGB) insb. Vertrags- und Markenrecht mit IT- und speziellem Onlinebezug. Daraus resultierend grundsätzliche Kenntnisse zur Vermeidung von Rechtsnachteilen.		
Inhalte	Aufbau der verschiedenen Gerichtsinstitutionen; Allgemeines Vertragsrecht; Urheber- und Markenrecht, Schadensersatzpflicht, Grundzüge des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts, einschlägige Teile des Strafrechts. Einschlägige Besonderheiten der Informationstechnologie, insb. für Online-Recht. Interpretation und Deutung von aktuellen Urteilen im Umfeld des Internets.		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Einschlägige Gesetze (insb. BGB, HGB, UrhG, BDSG), spezielle aktuelle Literatur und Fallstudien werden vom Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.		

Bachelor-Arbeit/Bachelor-Seminar (6103600)

Englischer Titel	Bachelor Thesis / Bachelor Seminar		
Modulverantwortliche(r)	Fischer, Mario		
Dozent(in)	Aubele, Tobias; Völkl-Wolf, Christina		
Sprache			
SWS / Lehrform	1 SWS		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 450	Präsenzstudium 40	Eigenstudium 410
Kreditpunkte	15		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	150 CP, Lehrveranstaltungen 6102400 und 6102800		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Mit der Bachelorarbeit / dem Bachelorseminar erbringt der Bearbeiter/die Bearbeiterin den Nachweis, dass er/sie fähig ist zur selbständigen Lösung einer anspruchsvollen Aufgabenstellung aus der Informatik (ggf. fachübergreifend), dass er/sie dabei die methodischen und wissenschaftlichen Grundlagen des Faches beherrscht und das Ergebnis adäquat darstellen kann.		
Inhalte	<p>Die Bachelorarbeit umfasst unter anderem eigene Studien und Recherchen über den Stand der Technik des jeweiligen Themengebiets. Insbesondere muss die Arbeit von Randbedingungen abstrahieren, die ihrer Natur nach nicht technisch begründet sind, sondern aus den spezifischen Gegebenheiten der Firma/des Betriebs resultieren. Soweit softwaretechnische Lösungen als Teil der Aufgabe gefordert sind, heißt das in der Regel, dass im Rahmen der Bachelorarbeit Prototypen implementiert werden, nicht aber die Sicherstellung von Produkteigenschaften (inkl. begleitender Handbücher, etc.) eingeschlossen ist.</p> <p>Das Bachelorseminar umfasst unter anderem eigene Studien und Recherchen über den Stand der Technik des jeweiligen Themengebiets. Insbesondere muss die Arbeit von Randbedingungen abstrahieren, die ihrer Natur nach nicht technisch begründet sind, sondern aus den spezifischen Gegebenheiten der Firma/des Betriebs resultieren. Soweit softwaretechnische Lösungen als Teil der Aufgabe gefordert sind, heißt das in der Regel, dass im Rahmen der Bachelorarbeit Prototypen implementiert werden, nicht aber die Sicherstellung von Produkteigenschaften (inkl. begleitender Handbücher, etc.) eingeschlossen ist.</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Präsentation		
Medienformen	Selbstständige Erarbeitung der Ergebnisse unter ständiger Betreuung eines Professors.		
Literatur	in Abhängigkeit des gestellten Themas; Die Bachelorarbeit soll wissenschaftlich angefertigt werden, d. h. Literatur ist entsprechend des Themas intensiv zu sichten und verwenden		

Anhang 1: FWPM

Big Data & Analytics (5003084)

Englischer Titel	Big Data & Analytics		
Modulverantwortliche(r)	Schleif, Frank-Michael		
Dozent(in)	Gröger, Harald		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS Seminar		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Big Data & Analytics beinhaltet die komplexe Analyse großer Datenmengen, die häufig auch unstrukturiert sind bzw. in Echtzeit ausgewertet werden müssen. Beispiele sind ein besseres Kundenverständnis auf Basis sozialer Medien wie Facebook oder die Logfileanalyse zur Vorhersage von Maschinenausfällen.</p> <p>In diesem FWPM werden Kundenbeispiele und Einsatzszenarien vorgestellt, wichtige technische Grundlagen vermittelt und Datenschutzaspekte behandelt. Die Vorlesung wird durch Übungen und eine Exkursion in ein Entwicklungslabor ergänzt.</p> <p>Auch in deutschen Firmen wird die Nachfrage nach sogenannten „Data Scientists“ immer größer, die Big Data analysieren und dadurch Geschäftsvorteile realisieren können. Das FWPM führt in dieses neue Berufsbild ein.</p>		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Einführung Big Data und Einsatzszenarien• Internet der Dinge und Wearables• NoSQL & Hadoop für unstrukturierte Daten• Hadoop Übungen an eigener VMware• Echtzeit Datenströme & Analytische Datenbanken• Analyseansätze (Vorhersagen, kognitive Analysen)• Analyse-Übungen in verschiedenen Umgebungen• Governance und Datenintegration• Datenschutz und Datensicherheit• Cloud & Connected Car• Exkursion Labor Böblingen		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Kolloquium		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Big Data Hadoop VMware für Übungen		

Literatur

Internet- und Literatur-Recherche für Referate, wird in der Vorlesung besprochen

Der strategische Weg zum eigenen Corporate Design (5003137)

Englischer Titel	CD - The strategic away to own corporate design		
Modulverantwortliche(r)	Völkl-Wolf, Christina		
Dozent(in)	Kuntz, Alexandra; Rempel, Verena		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	Bereitschaft zum kreativen Gestalten, hohe Motivation zur eigenständigen Arbeit und im Team, Motivation sich mit den Programmen Adobe InDesign und Photoshop zu beschäftigen, kreatives Denken, Ideen visualisieren, realisieren und diskutieren		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden lernen eigenständig einen kreativen Entwicklungsprozess von der Ideenfindung bis zum „fertigen Logo Layout“ zu durchlaufen und entwickeln Ihre eigenes Corporate Design (CD). Die eigene Identifikation und Selbst-Präsentation erleichtert den Einstieg in den Arbeitsmarkt. Die Analyse der visuellen Struktur und der gesamten CI eines Unternehmens gibt Einblick in die reale Arbeitswelt.		
Inhalte	CD Corporate Design: Praxisbetonte Grundlagen im Entwurf und Design von Print- und Bildschirmmedien zur Unterstützung einer eigenen CI mit Hilfe von manuellen Entwurfstechniken sowie anhand der Grafik- und Layoutprogramme Adobe InDesign und Photoshop Erstellung einer Geschäftsausstattung unter Berücksichtigung des erarbeiteten Corporate Designs. Inhalt: Logo, Visitenkarten, Briefpapier, Web-Startseite, Shop etc. Grundlagen der visuellen Wahrnehmung digitaler Medien. Fertigkeiten zur Analyse und Kritik ästhetischer Aspekte der visuellen Kommunikation in realen Projekten Verständnis und Sensibilität für Digitale- und Printmedien sowie deren gestalterische Besonderheiten. Gefühl für Form, Farbe, Kontraste und Komposition Analyse und differenzierte Bewertung von Entwurf, Wirkungsabsicht und tatsächlicher Wirkung		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Kolloquium + prakt. Studienleistung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Tutorials und Live-Demo Flip-Chart		
Literatur	David Ogilvy Ogilvy über Werbung Naomi Klein No Logo!		

index Schrift | Ralf Herrmann
index logo | Claudia Leu
index Farbe | Jim Krause
Corporate Identity und Corporate Design | Hrsg. v. Matthias Beyrow, Norbert Daldrop
u. Petra Kiedaisch
Strategie und Technik der Markenführung | Franz-Rudolf Esch

Design mobiler Anwendungen (5003124)

Englischer Titel	Design of Mobile Applications		
Modulverantwortliche(r)	Huffstadt, Karsten		
Dozent(in)	Huffstadt, Karsten		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	Keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> - differenzierte Personas und Nutzungsszenarien zu beschreiben und zu veranschaulichen. - Design Patterns zu beurteilen und anzuwenden. - typografische Details zu hinterfragen und zu bewerten. - Interface Designs zu gestalten. - Interface Designs zu bewerten. 		
Inhalte	<p>Folgende Inhalte sind Bestandteil der Veranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wahrnehmung, Semiotik - App Konzeption - User Experience, User Centered Design, Design Thinking - Prototyping - Design Patterns, Typografie - Onboarding - Inclusive Design - Natural Language Interfaces 		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Portfolio		
Medienformen	<ul style="list-style-type: none"> • E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) • Digitalprojektor/Standardsoftware • Whiteboard 		
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.		

E-Commerce-Recht in der Praxis (5003086)

Englischer Titel	E-Commerce-Law in Practice		
Modulverantwortliche(r)	Junker-Schilling, Klaus		
Dozent(in)	Kessler, Clemens		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	(Rechts-)Sicher im Sattel; Erkennen von Gefahren und Fallstricken, Nutzen von Möglichkeiten und Chancen: Personen in verantwortlichen Positionen im E-Commerce-Business werden so gut wie sicher mit Rechtsstreiten konfrontiert werden. Startups im E-Commerce werden sogar regelmäßig mit rechtlichen Angriffen geradezu überzogen. In der Vorlesung „E-Commerce-Recht“ werden Ihnen vertiefte Kenntnisse der Rechtspraxis anhand aktueller Beispiele aus der Rechtsprechung vermittelt.		
Inhalte	<p>Wie funktioniert Recht in der Praxis? Grundlagen der Rechtsanwendung; Immaterialgüterrechte (Marken, Designs, Patente u.ä.) und Wettbewerbsrecht – notwendige Kenntnisse für Praktiker; Angriff und Verteidigung im E-Commerce-Recht, dargestellt anhand aktueller Fälle aus der Rechtsprechung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abmahnungen - Unterlassungserklärungen - Schutzschriften - einstweilige Verfügungen - Klageverfahren 		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/materialien/Skript/Skript_Internetrecht_April_2015.pdf In der Vorlesung wird ein eigenes Skript ausgegeben		

Introduction in Machine Learning (5003139)

Englischer Titel	Introduction in Machine Learning		
Modulverantwortliche(r)	Schleif, Frank-Michael		
Dozent(in)	Simian, Dana		
Sprache	Englisch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	Keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop a basic understanding of the field of machine learning and theory behind it. • acquire theoretical knowledge about the most effective machine learning techniques. • identify basic theoretical principles, algorithms, and applications of machine learning. • identify and compare different solutions based on machine learning techniques. • apply different techniques to improve the results. • learn how to evaluate the performance of machine learning algorithms. • gain the practical know-how needed to apply machine learning techniques to practical problems. • know how to code a machine learning algorithm in python using machine learning library scikit-learn. • apply machine learning techniques in developing practical projects. 		
Inhalte	<p>This module introduces the core ideas and the basis techniques of machine learning. It covers theory, algorithms and applications, focusing on real understanding of the principles of inductive learning theory and of several machine learning techniques.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concept Learning • Decision Tree Learning • Bayesian Learning • Artificial Neural Networks • Support Vector Machines <p>Python is the programming language used in this module but prior knowledge of Python programming is not required. Students will gain all required knowledge in a step-by-step fashion, through examples.</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Kolloquium		
Medienformen	<ul style="list-style-type: none"> • E-Learning Plattform of HAW Würz-burg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) • Projector • Whiteboard • Practical exercises and projects • Computer Applications (Language Python, Operating System: Ubuntu/Windows, 		

Literatur

Tom M. Mitchel, Machine Learning, McGraw-Hill, 1997, [http://www.cs.cmu.edu/~tom/scikit-learn user guide](http://www.cs.cmu.edu/~tom/scikit-learn%20user%20guide), http://scikit-learn.org/stable/_downloads/scikit-learn-docs.pdf
Andrej Karpathy - Hacker's guide to Neural Networks,
<http://karpathy.github.io/neuralnets/>

Online-Marketing in der Praxis (5003065)

Englischer Titel	Online Marketing in practice		
Modulverantwortliche(r)	Fischer, Mario		
Dozent(in)	Aden, Timo; Luft, Christian		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS Seminar		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	40	110
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	vorherige oder gleichzeitige Teilnahme am Vertiefungsmodul E-Commerce		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden lernen, wie sie theoretisch erworbenes Wissen über Online Marketing in der Praxis in verschiedenen Branchen anwenden können, welche Besonderheiten es für den jeweiligen Einsatz zu berücksichtigen gibt und wie der Erfolg gemessen werden kann.		
Inhalte	Anwendung, Zusammenwirken und Erfolgskontrolle von Online Marketing Maßnahmen in der Praxis anhand von Fallstudien und Übungsbeispielen.		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	Wird in der Vorlesung bekannt gegeben		

SEO Professionell (5003127)

Englischer Titel	SEO Professional		
Modulverantwortliche(r)	Fischer, Mario		
Dozent(in)	Fischer, Mario		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS Seminar		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	Erfolgreiches Bestehen der Veranstaltung "Online Marketing" und Teilnahme an der Vertiefung "Web Management".		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Die Studierenden lernen alle Formen, Arten und Methoden der Suchmaschinenoptimierung (SEO) kennen und sind in der Lage, diese selbst zu planen, umzusetzen, zu steuern, im laufenden Betrieb zu optimieren und deren Erfolg zu beurteilen und zu kontrollieren. Sie sind in der Lage, das Themenumfeld intern oder als externer Berater in Unternehmen richtig zu vertreten und zu verargumentieren.</p> <p>Sie sind weiterhin in der Lage, jeweils den richtigen Einsatz von relevanten Tools zur Erreichung der jeweiligen Ziele einzuschätzen und diese Tools effektiv und effizient einzusetzen. Zusätzlich lernen Sie, neue Methoden kritisch zu hinterfragen und die Qualität vor allem von Webquellen richtig einzuschätzen.</p>		
Inhalte	<p>Alle wesentlichen Arten und Formen der Suchmaschinenoptimierung, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none">o vertiefte Funktionsweise von Suchmaschinen;o Ermittlung geeigneter Keywords und Themencluster auf semantisch-holistischer Basis;o OnPage-, OnSite-, Offsite-Optimierungo Strategien für SEO;o Funktionsweise von Spam-Filtern und algorithmische Update bei Suchmaschineno gezielter Einsatz von Toolso Aktuelle Innovationen im Umfeld von SEO und Suchmaschinen		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Kolloquium		
Medienformen	<ul style="list-style-type: none">• E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de)• Digitalprojektor/Standardsoftware• Whiteboard• Einsatz von SEO-Tools		
Literatur	<p>Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinen-Optimierung Fischer, Mario: Website Boosting 2.0 Rand Fishkin et al.: The Art of SEO</p>		

Esther Düweke, Stefan Rabsch: Erfolgreiche Websites, SEO, SEM, Online Marketing sowie weitere aktuelle Publikationen, die in der Veranstaltung bekannt gegeben werden.

Shopware als Plattform (5003143)

Englischer Titel	Shopware as a Platform		
Modulverantwortliche(r)	Schillinger, Rolf		
Dozent(in)	Schillinger, Rolf		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Web Technologien • Grundkenntnisse in HTML, JS und PHP • Bei Interesse an der Entwicklung von komplexeren Plugins sind Kenntnisse der OOP in PHP ratsam 		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Aktuelle Shopsysteme gehen weit über die grundlegenden Shop Funktionalitäten Katalog, Warenkorb und Bestellvorgang hinaus. Sie bieten z.B. CMS Funktionalität, übergreifende Analysefunktionen, integrierte Warenwirtschaftssysteme oder Recommender Systeme. Um diesen breit gestreuten funktionalen Anforderungen gerecht zu werden ist eine solide technische Basis nötig, die für die notwendige Erweiterbarkeit des Kernsystems sorgt.</p> <p>Ein aktuelles Shopsystem mit sehr guter Erweiterbarkeit ist das unter Open Source Lizenz erscheinende Produkt Shopware. Anhand dieses zur Zeit weit verbreiteten Shopsystems lernen die Studierenden exemplarisch die Grundfunktionalität und die Architektur eines Shopsystems kennen.</p> <p>Eine zentrale Aufgabe in E-Commerce Projekten ist immer wieder die build or buy Entscheidung. Die Studierenden nähern sich diesem Thema über Anforderungen aus realen E-Commerce Projekten, die sie in Shopware entweder über Anpassungen der Grundfunktionalitäten, Einsatz von vorgefertigten Plugins oder Eigenentwicklung von Plugins lösen können.</p>		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Architektur von Shopware • Einsatz von Shopware Themes und Plugins • Anpassung und Erweiterung von Shopware Komponenten, Themes und Plugins • Eigenentwicklung von Plugins • Methoden zur Entscheidungsunterstützung bei build or buy Entscheidungen 		
Studien-/ Prüfungsleistungen	praktische Studienleistung		
Medienformen	<ul style="list-style-type: none"> • E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) • Digitalprojektor/Standardsoftware • Whiteboard 		
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Startpunkt: https://developers.shopware.com/ • Skripte 		

Software Industry, Education and Economy in India (5003030)

Englischer Titel	Software industry, education and economy in India		
Modulverantwortliche(r)	Braun, Peter		
Dozent(in)	Braun, Peter; Schleif, Frank-Michael		
Sprache	Englisch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine		
Empfohlene Voraussetzung	Interesse an interkulturellem Austausch angemessene Englisch-Kenntnisse		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	Erfahrungen im Bereich verteilter Entwicklungsprojekte über Länder-, Sprach- und Kulturgrenzen hinweg Interkulturelle Zusammenarbeit in weltweit verteilten Teams Bereits in frühen Semestern haben die Studierenden Globalisierung und interkulturelle Kompetenz erfahren und damit einen ersten Schritt in Richtung Internationalisierung des Studiums getan.		
Inhalte	Die Fakultät bietet Studierenden die Möglichkeit eines 2-wöchigen Seminars an der Christ University in Bangalore, Indien nach einer entsprechenden über das Semester verteilten u.a. interkulturellen Vorbereitung. Zudem werden in Zusammenarbeit mit der Christ University während des Semesters Projekte von gemischten indisch-deutschen Studentengruppen bearbeitet		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Kolloquium		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard Video- und Telefonkonferenzen		
Literatur	n.a.		

Web-based Projects in Finish-German Cooperation (5003145)

Englischer Titel	Web-based projects in finish-german cooperation		
Modulverantwortliche(r)	Völkl-Wolf, Christina		
Dozent(in)	Hennermann, Frank; Völkl-Wolf, Christina		
Sprache	Englisch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine		
Empfohlene Voraussetzung	English courses		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	The students should be able to collaborate in international interdisciplinary groups together. They use different tools for e-collaboration and work on one topic. Finally they present their results at the end of the course.		
Inhalte	<p>Process:</p> <p>10 students from finland and 10 students from germany (20 students, min. 4 students in one group, 5 groups, 5 topics)</p> <p>4 days in Finland (Mon-Fr) 3x 8 hours in oct.</p> <p>4 days in Germany (Mon-Fr) 3x 8 hours in dec.</p> <p>during this time: (project work collaboration) in each project group</p> <p>Expected optional involved businesses will be contacted beforehand in germany and finland and possible topics discussed. These topics will be eligible in the course starting in Finland</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	praktische Studienleistung		
Medienformen	<p>E-Learning-Plattform of UAS Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de)</p> <p>Presentation</p> <p>E-Collaboration (Hangouts, Asana, Google Docs, Skype, Slack...)</p> <p>Whiteboard</p> <p>Live-Demo</p>		
Literatur	to be defined, depending on the topics		

Anhang 2: Vertiefungen

Vertiefung II: Geschäftsmodellentwicklung & Gründung (5008202)

Englischer Titel	Business Model Development & Start-Up		
Modulverantwortliche(r)	Müßig, Michael		
Dozent(in)	Müßig, Michael		
Sprache	Englisch		
SWS / Lehrform	4 SWS Seminar		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	50	100
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Lehrveranstaltung PXPB; 120 CP		
Empfohlene Voraussetzung			
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>The student will achieve</p> <ul style="list-style-type: none">• Professional Skills in Building a new and discussing an existing Business Model to use this as fundamentals for establishing new start ups or innovate existing companies.• Methodical Knowledge about Business Models in general and Business Model and Value Proposition Design Canvas in Specially.• Application to define the next steps of establishing a new startup Company with a high professional team of founders.• Interdisciplinary skills in comparing and interpreting Business Models and Business plans in the field of digital transformation and digital products & services.		
Inhalte	<p>Contents The seminar provides knowledge about the design, the structure and the use of various forms of representation of business models. Based on actual examples business models are analyzed, outlined, sketched and modified. The business content serve current trends of the digital transformation and the specific features of digital goods. Technical, social and organizational concepts such as shareconomy, crowdsourcing and the Internet of Things are exactly as Waerables and Mobile Solutions presented and considered.</p> <p>For establishing and operating a business model in addition to the idea a suitable team, special forms of fundraising, special forms of presentation and particular characteristics of the business plan are required</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Hausarbeit		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de)		

Literatur

List of recommended literature, primarily in language of instruction.

- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley Verlag
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves et al. (2014): Value Proposition Design: How to create Products and Services Customers Want (Strategyzers). Wiley Verlag
- Gassmann, Oliver; Frankenberger, Karolin (2014): The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business. Pearson Education Ltd.
- Ries, Eric (2011): The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses. Portfolio Pingu-in.

Vertiefung II: Information Security Management (5104212)

Englischer Titel	Information Security Management		
Modulverantwortliche(r)	Weber, Kristin		
Dozent(in)	Weber, Kristin		
Sprache	Englisch		
SWS / Lehrform	4 SWS Seminar		
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Lehrveranstaltung PXPB; 120 CP		
Empfohlene Voraussetzung	Keine		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden erhalten einen tiefen Einblick in das Aufgabengebiet eines Information Security Managers. Der Fokus liegt dabei auf der Rolle des „Faktors“ Mensch für die Informationssicherheit in Unternehmen. - Sie kennen die wichtigsten Methoden und Modelle des Information Security Managements und können diese situationsbedingt auswählen und anwenden. - Sie verstehen die z. T. gegensätzlichen Anforderungen der verschiedenen Information Security Anspruchsgruppen in der Praxis und können in diesem Spannungsfeld agieren. - Sie sind in der Lage, sich selbständig in neue Wissensgebiete einzuarbeiten, sich über aktuelle Entwicklungen auf dem Gebiet der Information Security zu informieren und deren praktische Bedeutung richtig einzuschätzen. - An Praxisbeispielen setzen die Studierenden konkrete Sicherheitsanforderungen praktisch um und erproben deren Wirksamkeit. 		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Basics Concepts in Information Security Management - Information Security Policy - Mobile Security - The Human Factor in Information Security - Information Security Program - Information Security Frameworks - Organising for Information Security 		
Studien-/ Prüfungsleistungen	Kolloquium		
Medienformen	E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de) Digitalprojektor/Standardsoftware Whiteboard		
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Fröschle, H. (Hrsg.): Mobile Security, HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik, Band 51, Ausg. 1, Februar 2014 - Hadnagy, C.: Social Engineering – The Art of Human Hacking, 2011 - Harich, T.: IT-Sicherheitsmanagement, mitp, Heidelberg, 2012 - Harkins, M.: Managing Risk and Information Security: Protect to Enable, Apress, 2013 		

- Helisch, M.; Pokoyski, D. (Hrsg.): Security Awareness – Neue Wege zur erfolgreichen Mitarbeiter-Sensibilisierung, Vieweg+Teubner, Wiesbaden, 2009
- Kersten, H.; Klett, G.: Der IT Security Manager, 3. Aufl., Springer Vieweg, Wiesbaden, 2012
- Klipper, S.: Information Security Risk Management, Vieweg+Teubner, Wiesbaden, 2011
- Vacca, J.: Managing Information Security, Syngress Media, 2. Aufl., 2013
- Whitman, M.; Mattord, H.: Management of Information Security, Course Technology, 4. Aufl., 2013

Vertiefung II: Quantitative und qualitative Nutzerforschung (6106202)

Englischer Titel	Qualitative and Quantitative User Research		
Modulverantwortliche(r)	Aubele, Tobias		
Dozent(in)	Aubele, Tobias		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt	Präsenzstudium	Eigenstudium
	150	60	90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Lehrveranstaltung PXPB; 120 CP		
Empfohlene Voraussetzung	Oberflächengestaltung und Usability Online-Marketing Content Engineering Statistik		

Lernziele, angestrebte Lernergebnisse

Die Studierenden lernen theoretische Kenntnisse der qualitativen Nutzerforschung und werden diese u.a. in Form der Konzeption, Durchführung und Auswertung von Interviews, Befragungen und moderierten Usability-Studien anwenden. Sie haben verstanden, wie quantitative Daten insbesondere durch Webanalyse- und CRM-Systeme erhoben und ausgewertet werden. Die Studierenden wissen, wie diese Systeme funktionieren und sind in der Lage, selbst ein marktübliches Webanalyse-Tool inklusive Website-Testing-Tools aufzusetzen, individuelle Berichte anzufertigen und daraus fundierte Erkenntnisse abzuleiten. Die Validität und Reliabilität von Daten wird mittels statistischen Verfahren auf Signifikanz geprüft.

Quantitative und qualitative Nutzerforschung trägt zu den Gesamtlehrzielen von EC wie folgt bei:

Fundierte fachliche Kenntnisse

- Fachspezifische Vertiefungen: Auf den Bedarf des Studiengangs zugeschnittene Vorstellung von Methoden und Technologien um Websites und Prozesse an die Bedürfnisse der Besucher anzupassen.
- Fachübergreifende Kenntnisse: Einbindung bzw. Wiederauffrischung von Kenntnissen aus den Veranstaltungen zu Online-Marketing, Oberflächengestaltung und Usability, Content Engineering sowie Statistik.

Methodenkompetenz

- Fertigkeit zum logischen, analytischen und konzeptionellen Denken: Die Veranstaltung deckt ein breites Spektrum sowohl an fachlichen als auch an technischen Themen ab. Die Verknüpfung von beidem erfordert in hohem Maße analytisches und konzeptionelles Denken.
- Auswahl und sichere Anwendung geeigneter Methoden: Für konkrete Anwendungsfälle in der Webseitengestaltung werden Vorgehensweisen und Technologien beschrieben und die Einsatzmöglichkeiten diskutiert.

Praxiserfahrung und Berufsbefähigung

- Kenntnisse von praxisrelevanten Aufgabenstellungen: Die Erzeugung und

Optimierung von nutzerzentriertem Content sowie Erforschung der zugrundeliegenden Konsumentenbedürfnisse sind Kernaufgaben im Bereich E-Commerce.

Inhalte	Zielsetzungen im E-Commerce Konsumentenverhalten / Konsumpsychologie / Verhaltensökonomie Grundlagen der Webanalyse Quantitative Analyse <ul style="list-style-type: none">• Multivariate Statistik, Gütemaße• Testtheoretische Grundlagen• Erstellung eines Testentwurf (Fragebogen)• Prüfung der Reliabilität und Validität• Empirische Überprüfung von Testkonzepten Qualitative Analyse <ul style="list-style-type: none">• Techniken qualitativer Inhaltsanalyse• Gütekriterien der Inhaltsanalyse• Usability-Studien (think aloud; Leitfadeninterview)
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung
Medienformen	<ul style="list-style-type: none">• E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de)• Whiteboard• Beamer• Praktische Übungen mit diversen Testing-Tools
Literatur	Kroeber-Riel, Werner; Gröppel-Klein, Andrea: Konsumentenverhalten, Vahlen, 2013 Sauro, Jeff: Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research, Morgan Kaufmann, 2012 Bühner, Markus: Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, Pearson, 2010 Sedlmeier, Peter: Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, Pearson, 2013 Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Beltz, 2015 Bühl, Achim: SPSS 22, Pearson, 2014 Vollmert, Markus; Lück, Heike: Google Analytics: Das umfassende Handbuch. Inkl. Google AdWords-Integration und Google Webmaster Tools, Gallileo, 2014

Vertiefung II: Web-Intelligence (6104203)

Englischer Titel	Web-Intelligence		
Modulverantwortliche(r)	Völkl-Wolf, Christina		
Dozent(in)	Kratz, Karl; Völkl-Wolf, Christina		
Sprache	Deutsch		
SWS / Lehrform	4 SWS	Seminar	
Arbeitsaufwand (in Stunden)	Gesamt 150	Präsenzstudium 60	Eigenstudium 90
Kreditpunkte	5		
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Lehrveranstaltung PXPB; 120 CP		
Empfohlene Voraussetzung	Grundlagen Informatik und E-Commerce Online Marketing Oberflächengestaltung und Usability		
Lernziele, angestrebte Lernergebnisse	<p>Vorgehen bei der systematischen Analyse (Sammlung, Auswertung und Darstellung) von Unternehmensdaten aus Online-Aktivitäten (Web Intelligence)</p> <p>Die Studierenden lernen theoretische Grundlagen der Web Intelligence.</p> <p>Sie erhalten Fertigkeit zur Entwicklung und zum Umsetzen von Lösungsstrategien und Kompetenz zur Vernetzung unterschiedlicher Fachgebiete.</p> <p>Sie erhalten aktuelles Praxiswissen und sind nach der Veranstaltung in der Lage, dies für Unternehmen auch praktisch einzusetzen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage neue Themenfelder durch die Integration von Kenntnissen, Fertigkeiten und sozialen sowie methodischen Fähigkeiten in Arbeits- oder Lernsituationen selbständig zu erarbeiten (Portfolio).</p> <p>Die Studierenden werden befähigt konkrete praktische Problemstellungen zu diskutieren. Gemeinsam werden Lösungsansätze auf Basis methodischer Herangehensweisen eingeübt.</p>		
Inhalte	<p>Grundlagen von Web Intelligence (Web Controlling, Web Analytics)</p> <p>Möglichkeiten der Datenerhebung in der Web Analyse;</p> <p>Messmethoden im Online Marketing (im Vgl. zu Methoden im traditionellen Marketing)</p> <p>Zielsetzungen im Online Marketing</p> <p>Analyse von Besuchern, Besucherquellen, Werbung, Content & Conversions</p> <p>Web Analytics am Beispiel gängiger Tools am Markt (z. B. Google Analytics)</p> <p>Visualisierung von Daten</p> <p>Herausforderungen der Integration von Daten aus unterschiedlichen Quellen</p>		
Studien-/ Prüfungsleistungen	schriftliche Prüfung		
Medienformen	<p>E-Learning-Plattform der HAW Würzburg-Schweinfurt (https://elearning.fhws.de)</p> <p>Digitalprojektor/Standardsoftware</p> <p>Whiteboard</p> <p>Fachspezifische Software (Tools)</p> <p>Workshops in Kleingruppen</p>		
Literatur	<p>Aktuelle Artikel aus WSB, Internet World Business, Suchradar, etc.</p> <p>Haberich, Ralf (Hrsg.): Future Digital Business. 1. Auflage, mitp; 2013.</p> <p>Düweke, Esther; Rabsch, Stefan: Erfolgreiche Webseites, SEO, SEM, Online-</p>		

Marketing, Usability. 2. Auflage, Galileo Press Bonn, 2012.
Meier Andrea; Zumstein, Darius: Web Analytics & Webcontrolling, Webbasierte
Business Intelligence zur Erfolgssicherung. 1. Auflage, dpunkt Verlag, 2012.

Inhaltsverzeichnis

1. und 2. Fachsemester	2
Web-Programmierung I (6100120)	2
Grundlagen der Informatik und E-Commerce (6100510)	3
Oberflächengestaltung und Usability (6102310)	5
Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften (6100600)	6
English for E-Commerce (6100820)	8
Mathematik I (6100310)	9
3. und 4. Fachsemester	11
Web-Programmierung III (6100230)	11
Online-Marketing (6102210)	12
Rechnungswesen (6102010)	14
Datenbanken (6101210)	16
Software Engineering (6101600)	18
Mobile Systeme und Anwendungen (6102710)	19
5. Fachsemester	20
Praxismodul (6102410)	20
Soft und Professional Skills (6101110)	21
6. und 7. Fachsemester	22
Wirtschafts- und IT-Recht (6102600)	22
Bachelor-Arbeit/Bachelor-Seminar (6103600)	23
Anhang 1: FWPM	24
Big Data & Analytics (5003084)	24
Der strategische Weg zum eigenen Corporate Design (5003137)	26
Design mobiler Anwendungen (5003124)	28
E-Commerce-Recht in der Praxis (5003086)	29
Introduction in Machine Learning (5003139)	30
Online-Marketing in der Praxis (5003065)	32
SEO Professionell (5003127)	33
Shopware als Plattform (5003143)	35

Software Industry, Education and Economy in India (5003030)	36
Web-based Projects in Finish-German Cooperation (5003145)	37
Anhang 2: Vertiefungen	38
Vertiefung II: Geschäftsmodellentwicklung & Gründung (5008202)	38
Vertiefung II: Information Security Management (5104212)	40
Vertiefung II: Quantitative und qualitative Nutzerforschung (6106202)	42
Vertiefung II: Web-Intelligence (6104203)	44