

Modulhandbuch Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

Hochschule Darmstadt

Fachbereich Media

Stand: 31.7.2014 (SS14) mit Änderungen seit WS13

Hinzugefügter Text ist so gekennzeichnet, gelöschter Text ~~hingegen so~~.

Inhaltsverzeichnis

Pflichtprogramm	4
Themenbereich: Grundlagen	4
Modul 1010: Grundlagen der Informatik	4
Modul 1020: Grundlagen der Informationswissenschaft und Medien	6
Unit 1021 1022 : Informationswissenschaft und -praxis	8
Unit 1022 1023 : Grundlagen der Medien	9
Modul 1030: Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen	11
Themenbereich: Information	13
Modul 2010: Information Broking	13
Modul 2020: Informationsmanagement I	15
Modul 2030: Informationsmanagement II	17
Modul 2040: Informationswissenschaftliches Kolloquium	20
Themenbereich: Semantik	22
Modul 3010: Semantik I	22
Modul 3020: Semantik II	24
Themenbereich: Wissensrepräsentation	26
Modul 4010: Relationale Datenbanken	26
Modul 4020: Linked Data	28
Modul 4030: Information Retrieval	30
Themenbereich: Entwicklung	32
Modul 5010: Webskripting	32
Modul 5020: Anwendungsentwicklung	34
Unit 5022: Software Engineering	35
Unit 5023: Informationsdesign	36
Modul 5030: Programmierwerkstatt	37
Themenbereich: Propädeutik	38
Modul 6010: Kommunizieren im Beruf	38
Modul 6020: Statistik	40
Wahlpflichtkatalog	42
Themenbereich: Bibliotheksmanagement	42
Modul 7101: Bibliothekarische Informationspraxis*	42
Modul 7102: Bibliotheksstrukturen und bibliothekarische Berufspraxis*	44
Modul 7103: Medienschließung*	46
Modul 7104: Virtuelle Bibliotheksdienstleistungen*	48
Modul 7105: Bibliothekarische Berufsfelder*	50
Modul 7150: Publishing*	52
Modul 7151: Mystery Shopping als Evaluierungsmethode bibliothekarischer Informationsdienstleistungen*	54
Modul 7152: Bestandsmanagement an der Campus-Bibliothek Dieburg*	56
Themenbereich: Information Broking	58
Modul 7201: Spezielles Information Broking	58
Modul 7203: Informationskompetenz jenseits Google und Wikipedia – Anforderungen der Praxis an den Nachwuchs	60
Modul 7250: Wettbewerb für Wissensmanager	62
Themenbereich: Medien und Kommunikation	64
Modul 7301: Besondere Aspekte der Erschließung und Dokumentation bildlicher und linearer Medien	64
Modul 7302: Dokumentations- und Retrieval-Systeme für bildliche und lineare Informationsobjekte	65
Modul 7303: Erschließungsstandards und Ontologien für bildliche und lineare Informationsobjekte	67
Modul 7304: Kontextdokumentation für bildliche und lineare Informationsobjekte	69
Modul 7305: Open Access: Dokumentation, Sicherung und Zugang für audiovisuelles Kulturgut	71
Modul 7306: Medienproduktions- und Publishing Systeme	73
Modul 7307: Redaktionelle Produktion mit Dokumentationsbeständen für lineare Medien	74
Modul 7308: Recherche und Themenfindung für lineare Medien	75
Modul 7309: Spezielle Informationsvermittlung und –strategie	77
Unit 73091: Corporate Communications Visuelle Informationsvermittlung	78
Unit 73092: Dokumentarfotografie	80

Modul 7310: Methoden der Technischen Dokumentation	81
Modul 7311: Mediendokumentation	83
Modul 7313: Corporate Communications	85
Modul 7350: Recherche und Themenfindung für lineare Medien	87
Modul 7351: Mediendatenbanken	89
Modul 7352: Visuelle Informationsvermittlung	91
Modul 7353: Projektgesteuerte Managementtechniken	93
Themenbereich: Online Marketing	96
Modul 7401: Selected Topics in Online Marketing	96
Modul 7402: Social Media Marketing	98
Modul 7403: Suchmaschinenmarketing (search engine advertising SEA)	100
Modul 7404: Suchmaschinenoptimierung (search engine optimization SEO)	102
Modul 7405: Web Analytics (Web Controlling)	104
Modul 7406: Online-Marketing Basics	106
Modul 7407: Grundlagen des E-Commerce	108
Modul 7408: Online Business und Marketing Grundlagen	110
Modul 7450: Methoden-Basics des angewandten Data- und Web-Mining	112
Modul 7451: Selected Topics in Online Marketing: International Search Engine Optimization	118
Modul 7452: Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung	121
Modul 7453: Suchmaschinenoptimierung	124
Themenbereich: Wirtschaftsinformation	130
Modul 7501: Ausgewählte Themen der Wirtschaftsinformation	130
Modul 7502: Corporate Finance Management	132
Modul 7503: Empirische Sozialforschung und Marktforschung	134
Modul 7504: Informationscontrolling	136
Modul 7505: Wirtschafts- und Finanzinformation	138
Modul 7506: Business Intelligence and Decision Making	140
Modul 7507: Methoden-Workshop: Business Intelligence 1.0 und 2.0	143
Themenbereich: Wissensrepräsentation und Informationsarchitektur	150
Modul 7601: Vertiefende und aktuelle IR-Themen	150
Modul 7602: Informationsarchitektur*	152
Modul 7603: XML und Anwendungen	154
Modul 7604: Arduino goes Information Science	156
Modul 7605: Entwicklung von Begriffssystemen	158
Modul 7606: Interaktive Web-Applikationen	160
Modul 7607: Hardware-Erweiterungen von Informationssystemen	163
Modul 7608: Einsatz von Ontologien im Wissensmanagement	165
Modul 7609: Social Tagging	167
Modul 7650: Evaluation der h_da-Publikationswelt	170
Themenbereich: Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium	173
Modul 7901: Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium (SuK) 1	173
Modul 7902: Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium (SuK) 2	175
Praxismodul	177
Modul 8000: Bachelor Praxismodul	177
Abschlussmodul	179
Modul 9010: Bachelor Abschlussmodul	179

Hinweis: Die mit * gekennzeichneten Module sind für die Studienrichtung Bibliothekswissenschaft (Library Science) relevant (siehe auch BBPO § 10). Die Aufstellung der relevanten Module kann semesterweise angepasst werden.

Pflichtprogramm

Themenbereich: Grundlagen

Modul 1010: Grundlagen der Informatik

Modulbezeichnung	Grundlagen der Informatik
Belegnummer	1010
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Fachbereich Informatik
Dozent(in)	Prof. Dr. Hans-Peter Wiedling
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur gemäß § 12 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">• Codierung, Daten, Symbole, Alphabete: Eigenschaften von Codes• Zahlensysteme - Stellenwertsysteme, Dualsystem• Datentypen• Algebra Formale Sprachen• XML, XSLT, Vorgehensweisen• Betriebssysteme• Internettechnologien (Internetprotokolle und -dienste)• Client-Server-Architektur
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die Grundprinzipien und Voraussetzungen der maschinellen Symbolverarbeitung. Sie beherrschen die Grundzüge der Booleschen Algebra als Instrument des Information Retrieval. Sie sind mit den Basistechniken des Semantic Web vertraut und kennen die technischen Grundlagen verteilter Systeme.
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden. Die Übungen erfolgen in Teams und erfordern bzw. üben Teamfähigkeit.
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	

Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Rechenberg P: Was ist Informatik? (Hanser 2000)• Rembold U, Levi P: Einführung in die Informatik für Naturwissenschaftler und Ingenieure (Hanser 2002)

Modul 1020: Grundlagen der Informationswissenschaft und Medien

Modul-bezeichnung	Grundlagen der Informationswissenschaft und Medien
Belegnummer	1020
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort- liche(r)	Prof. Dr. Christian Otto, Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Dr. Christian Otto, Prof. Geribert Jakob, Prof. Dr. Peter Seeger (FB GS), Lehr- beauftragte des SuK-Begleitstudiums
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur gemäß § 12 ABPO, Hausarbeit gemäß § 10 ABPO als unbenotete PVL in der LV Informationswissenschaft und -praxis
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen der Informationswissenschaft und –praxis (VL 2 SWS): Die Vorle- sung gibt einen Überblick über die Anwendungsbereiche und das Berufsfeld In- formationswissenschaft, Informationswirtschaft, praktische Informationsarbeit und Wissensmanagement. Im Einzelnen:<ul style="list-style-type: none">• Grundbegriffe des Informationsmanagements• Information als Erfolgsfaktor• Grundlagen von Information und Kommunikation• Kommunikation und Verhalten• Wahrnehmung und Motivation• Teambildung und Gruppenverhalten• Teamarbeit und Moderationstechniken• Präsentationstechniken2. Grundlagen der Medien<ul style="list-style-type: none">• Medien – Funktion, Märkte, Erscheinungsformen und (innere) Strukturen• Aufbau konkreter Medien• Ordnungsrahmen der Medien• Redaktionelle Organisation und Produktion

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziel des Moduls ist der Erwerb grundlegender Kenntnisse der Gebiete der Informationswissenschaft, des Informationswesens und des Informations- und Wissensmanagements sowie aller im informationswissenschaftlichen Kontext relevanten Instanzen, Zusammenhänge und Sachverhalte in den Medien. Lernergebnisse sind allgemein-umfassende Kompetenzen im informationswissenschaftlichen Bereich und den Medien, sowie die Befähigung zur Beurteilung, Einordnung und Anwendung der dazugehörigen Arbeitsgebiete, Vorgehensweisen, Prozesse, Methoden, Instrumente, Institutionen und sonstigen Sachverhalte und Phänomene. Die Absolventen des Moduls können die Inhalte in den darauf aufbauenden Veranstaltungen kontextuell identifizieren, sowie kontextuell die Bedeutung, Funktion und ggf. Wirkung erläutern.</p> <p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spektrum und Themen der Informationswissenschaft und der Medien kennen, • die jeweiligen Aufgabenfelder und Einsatzgebiete verstehen, • grundlegende Kenntnisse in Informationswissenschaft und –praxis erwerben, • zum Einsatz von Informations- und Wissensmanagement befähigt sein, • Institutionen und Arbeitsweisen der Medien kennen, • in der Lage sein, erworbene Kenntnisse über die Medien umzusetzen.
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informationswissenschaft und -praxis, Vorlesung (2 SWS) 2. Grundlagen der Medien, Vorlesung (2 SWS)
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Parallel: Informationsrecht
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Unit: Informationswissenschaft und -praxis

Titel der Lehrveranstaltung	Informationswissenschaft und -praxis
Belegnummer	1021 1022
gehört zu Modul	1020 Grundlagen der Informationswissenschaft und Medien
Dozent(in)	Prof. Dr. Christian Otto
Prüfungsart	Hausarbeit (PVL) gemäß § 10 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Die LV gibt einen Überblick über die Anwendungsbereiche und das Berufsfeld Informationswissenschaft, Informationswirtschaft, praktische Informationsarbeit und Wissensmanagement.</p> <p>Im Einzelnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe des Informationsmanagements • Information als Erfolgsfaktor • Grundlagen von Information und Kommunikation • Kommunikation und Verhalten • Wahrnehmung und Motivation • Teambildung und Gruppenverhalten • Teamarbeit und Moderationstechniken • Präsentationstechniken
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Lernziel der Veranstaltung ist die Kenntnis der wesentlichen Themengebiete der Informationswissenschaft und –praxis sowie des Wissensmanagements, und die Befähigung diese einzuordnen und anzuwenden.
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	64 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungszeit inkl. Vorbereitung	16 Stunden
Anteil Selbststudium	16 Stunden
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Hinweise	

Unit: Grundlagen der Medien

Titel der Lehrveranstaltung	Grundlagen der Medien
Belegnummer	1022 1023
gehört zu Modul	1020 Grundlagen der Informationswissenschaft und Medien
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob, Lehrende des SUK-Begleitstudiums
Prüfungsart	Hältiger Anteil der Modulprüfung, keine PVL
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>1. Medien – Funktion, Märkte, Erscheinungsformen und (innere) Strukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftliche Aufgabe der Medien • Reichweiten und Nutzungsintensitäten • Sender- und Verlagsfamilien, Eignerstruktur, Medienkonzentration <p>2. Aufbau konkreter Medien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zeitungsformate, Musikfarben, Wortprogramm, General/Special Interest • Mantel, Bücher, Ressort, Rubrik, Programm, Sendung, Beitrag • Redaktionelle Teile, Werbung • Meldung und Meinung, Impressum • Crossmedialität <p>3. Ordnungsrahmen der Medien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medientypunabhängige Regeln und deren konkrete Umsetzung • Ordnungsrahmen, Verantwortung und Aufsicht der öffentlichechtlichen Sender • Ordnungsrahmen, Verantwortung und Aufsicht der privaten Sender • Ordnungsrahmen, Verantwortung und Aufsicht für Presse und Internet <p>4. Redaktionelle Organisation und Produktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressortstruktur von Medien • Aufbauorganisation (Aufgaben und Verantwortung nach Rollenkonzept) • Intendant, Verleger, Herausgeber • Ablauforganisation und Koordinierung (primär Zeitung) • Informationsquellen, Agenturen • Redaktioneller Produktionsprozess • Gestaltungselemente publizistischer Beiträge • Publizistische/Journalistische Stile und ihr Zweckbezug (Meldung und Meinung) <p>Medientheorie, -geschichte, -wirkung, -sprache, -kritik, Methoden und Instrumente der Medientheorie und –empirie sind keine Bestandteile der zu vermittelnden Inhalte.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Absolventen des Moduls können die Inhalte in den vertiefenden und ergänzenden Veranstaltungen des Themenclusters Medien und Kommunikation kontextuell identifizieren, sowie kontextuell die Bedeutung, Funktion und ggf. Wirkung erläutern.
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS)

Arbeitsaufwand / Workload	64 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungs- zeit inkl. Vorberei- tung	16 Stunden
Anteil Selbststudium	16 Stunden
Literatur	Aktuelle Kursbeschreibung im eLearning-System Moodle
Hinweise	

Modul 1030: Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

Modulbezeichnung	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen
Belegnummer	1030
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dozent(in)	Prof. Dr. Martin Michelson, Prof. Dr. Bernd Jörs
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Modulklausur mit jeweils 50% Anteil aus den Veranstaltungen Betriebswirtschaftliche Methodik und Volkswirtschaftliche Grundlagen
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quellen volkswirtschaftlicher Daten • Ausgewählte Wirtschaftstheorien • Konjunktorentwicklung • Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung • Wirtschaftspolitik <p>Betriebswirtschaftliche Methodik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methodik der Herleitung und Abgrenzung betrieblicher Zielgrößen • Methodik der strategischen Planung betrieblicher Zielgrößen • Entscheidungsmethodik • Indikatoren und Methodik der konstitutiven Entscheidungsfindung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden haben ein Verständnis für volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, Konzepte und Verfahren, insbesondere auch im Bereich der Informationsökonomie. Sie kennen volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Denkschulen und können sie einordnen.
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Vorlesungen (2+2=4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	

Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Vorlesungsbegleitende Unterlagen und Übungen
Literatur	<p>Volkswirtschaftliche Grundlagen (jeweils die neueste Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baßeler, Ulrich; Heinrich, Jürgen; Utecht, Burkhard: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft • Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaft • Herz, Wilfried (Hrsg.) Die Hauptwerke der wichtigsten Ökonomen • Mankiw, Gregory: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre • Paschke; Dennis: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre • Samuelson, Paul; Nordhaus, William: Volkswirtschaftslehre • Woll, Arthur.: Allgemeine Volkswirtschaftslehre <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Methodik (jeweils die neueste Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bamberg, Günther, Coenenberg, Adolf G.; Krapp, Michael: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Meixner, Oliver; Haas, Rainer: Wissensmanagement und Entscheidungstheorie • Ortmanns, Wolfgang; Albert, Anke: Entscheidungs- und Spieltheorie • Pfeffer, Jeffrey; Sutton, Robert I.: Harte Fakten, gefährliche Halbwahrheiten und absoluter Unsinn. Berühmte Managementthesen auf dem Prüfstand • Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler-Fachzeitschriften „Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt)“, „Wirtschaft und Studium (wisu)“ <p>Weitere Literaturhinweise werden in den Veranstaltungen gegeben.</p>

Themenbereich: Information

Modul 2010: Information Broking

Modul- bezeichnung	Information Broking
Belegnummer	2010
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort- liche(r)	Prof. Dr. Heide Gloystein
Dozent(in)	Prof. Dr. Heide Gloystein
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Modulklausur (90 min)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Im Modul werden alle Aspekte des Informationsmarkts behandelt, z.B. Informationsgesellschaft, Informationsprozess und die daran beteiligten Institutionen. Weiterhin werden relevante Informationsquellen vorgestellt, mit Schwerpunkt auf wissenschaftlich orientierte Online-Datenbanken, sowie entsprechenden Web 1.0 und Web 2.0-Anwendungen.</p> <p>Inhalt der Vorlesung sind die Methoden und Vorgehensweisen zum Durchführen von Informationsrecherchen mit Hilfe verschiedener Informationsinstrumente. Inhalt der Übungen ist der Umgang mit und die Befähigung zur kompetenten Nutzung von Suchwerkzeugen.</p> <p>Behandelte Themen sind: nationale u. internationale Informationsanbieter, Datenbankproduzenten, Datenbankanbieter (Hosts), Retrievalsprachen, Boole'sches Retrieval, Syntax, Befehle und Operatoren, Recherchemethoden und -strategien, Wissenschaftliche Online-Datenbanken, Web 1.0, Web 2.0.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziel des Moduls ist der Erwerb grundlegender Kenntnisse der Informationsvermittlung, speziell der am Informationsvermittlungsprozess beteiligten Institutionen und Personen.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls sind Erwerb von Kompetenzen im Bereich der Informationsvermittlung, spezielle Kenntnisse der Vorgehensweise beim Information Broking und die Befähigung zur Durchführung einer effektiven und effizienten Informationsrecherche in vorzugsweise wissenschaftlichen, aber auch kommerziellen und allgemeinen Informationsressourcen.</p> <p>Die Studierenden sollen die verschiedenen Methoden der Informationsvermittlung kennen, sie sollen die grundlegenden Recherchetechniken anwenden können und die Ziele und Vorgehensweisen des Information Broking verstehen.</p>
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) mit Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	

Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Parallelität mit Inhaltserschließung und Informationswissenschaft- und praxis
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • R. Kuhlen et.al.: Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation. Saur Verlag 2004 • F. Franke et.al.: Schlüsselkompetenzen. Literatur recherchieren in Bibliotheken und Internet. Metzler Verlag 2010 • M. Ockenfeld: Informationskompetenz 2.0. Zukunft von qualifizierter Informationsvermittlung. 24. Oberhofer Kolloquium 2009

Modul 2020: Informationsmanagement I

Modul- bezeichnung	Informationsmanagement I
Belegnummer	2020
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort- liche(r)	Prof. Dr. Christian Otto
Dozent(in)	Prof. Dr. Heide Gloystein, Prof. Dr. Christian Otto
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Modulklausur 90 min Praktische Übung zu Unit 2 (unbenotete PVL)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>1. Anwendungen des Information Broking (V+Ü. 2 SWS): Inhalt der Lehrveranstaltung ist der Umgang mit und die Befähigung zur kompetenten Nutzung von Suchwerkzeugen in unterschiedlichen Quellen und wissenschaftlichen Datenbanken bei verschiedenen kommerziellen Hosts, z.B. Genios, Juris, Dimdi, Lexis-Nexis.</p> <p>2. Projektmanagement (V+Ü 2 SWS): In der Vorlesung werden neben den Grundbegriffen der Projektplanung, -steuerung und -organisation auch Entscheidungsprozesse und Problemlösung im Team besprochen. In der Übung werden ausgewählte Beispielsprojekte mit Hilfe einer Projektplanungssoftware implementiert.</p> <p>Die inhaltliche Grobgliederung umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none">• Projekt, Projektdefinition• Projektplanung, Zeit- und Terminplanung• Kapazitäts-, Ressourcen- und Kostenplanung• Projektüberwachung und –steuerung• Projektmanagement-Software, Projektcontrolling• Teamarbeit und Projektorganisation• Qualitätssicherung und Projektdokumentation

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziel des Moduls ist der Erwerb erweiterter Kenntnisse im Informationsmanagement, hier speziell in der Anwendung von Recherchetechniken bei verschiedenen Hosts; sowie von Kenntnissen über die Methoden und Vorgehensweisen des modernen Projektmanagements.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls sind Erwerb von Kompetenzen im Bereich der Informationsvermittlung und des Projektmanagements sowie die Fähigkeit zur Durchführung von komplexen Informationsrecherchen sowie von betrieblichen Projektaufgaben.</p> <p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die unterschiedlichen Quellen und Methoden des Information Broking kennen, • in der Lage sein komplexe Recherchetechniken anzuwenden, • Ziele und Vorgehensweisen der Informationsvermittlung verstehen; • über die Grundlagen von Projektplanung und -management Bescheid wissen, • die Werkzeuge und Methoden des Projektmanagement kennen, • in der Lage sein, betriebliche Projekte zu planen und zu steuern.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Seminar (2 SWS) + Vorlesung (1 SWS) + Übung (1 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Modul Grundlagen der Informationswissenschaft und Medien • Modul Information Broking
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<p>Anwendungen des Information Broking:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A. Goemann-Singer et.al.: Recherchehandbuch Wirtschaftsinformation. Springer 2003 • D. Lewandowski: Handbuch Internet-Suchmaschinen. Akad. Verlag 2009 <p>Projektmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • H.-D. Litke: Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Hanser 2007

Modul 2030: Informationsmanagement II

Modul-bezeichnung	Informationsmanagement II
Belegnummer	2030
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Otto
Dozent(in)	Prof. Dr. Jürgen Goebel, Prof. Dr. Christian Otto
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Modulklausur 90 min; Hausarbeit und Referat zu Unit 2 (unbenotete PVL)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>1. Informationsrecht (VL 2 SWS): Inhalte der Vorlesung sind die rechtlichen Grundlagen des Informationsmanagements. Die Schwerpunkte bilden dabei die Bereiche Datenschutzrecht, Urheberrecht und Vertragsrecht. Auf der Grundlage praktischer Fälle wird Basiswissen vermittelt und der Umgang mit rechtlichen Fragen eingeübt.</p> <p>2. Betriebliches Informationsmanagement (Sem 2 SWS): Gegenstand der LV sind sowohl die strategischen und administrativen Bereiche innerbetrieblichen Informationsmanagements, als auch die einzelnen Komponenten betrieblicher Informations- und Kommunikationssysteme. Die Themen umfassen u.a.</p> <ul style="list-style-type: none">• Einsatz betrieblicher Standardsoftware• Enterprise Resource Planning, ERP-Systeme• Führungs- und Management-Informationssysteme• Data Warehouse-Konzepte, Data Mining• CSCW, Workgroup Computing und Workflow-Management• Qualitätsmanagement und Wissensmanagement• Kosten- und Ressourcenmanagement• Sicherheits-, Risiko- und Katastrophenmanagement

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziel des Moduls ist der Erwerb erweiterter Kenntnisse im Informationsmanagement, hier speziell in grundlegenden Fragen des Informationsrechts sowie im Bereich Einsatz, Betrieb und Management betrieblicher Informationssysteme.</p> <p>Lernergebnis ist die Kompetenz zur Beurteilung und Lösung rechtlicher Fragen und Probleme im Informationsmanagement. Weiteres Lernergebnis ist das Verständnis der Prozesse und Systeme im innerbetrieblichen Informationsmanagement und der Erwerb von Kompetenzen beim Einsatz von betrieblicher Standardsoftware, von Enterprise Resource Planning- sowie CSCW-Systemen. Dies umfasst die Befähigung zur Lösung strategischer, technischer, organisatorischer, rechtlicher Probleme beim Einsatz von Informationsanwendungen in Betrieben und Organisationen.</p> <p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die rechtlichen Grundlagen des Informationsmanagements kennen, • die juristischen Auswirkungen auf Informationsanwendungen verstehen, • in der Lage sein, rechtliche Fragen abzuschätzen und zu beurteilen; • Kenntnisse haben vom Einsatz betrieblicher Informationssysteme, • die Methoden und Technologien des IT- und Informationsmanagements kennen, • in der Lage sein, den Einsatz von IT und Software im Unternehmen zu planen.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Seminar (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Modul Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen • Modul Informationsmanagement I • Modul Grundlagen der Informationswissenschaft und Medien
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	<p>Informationsrecht:</p> <ul style="list-style-type: none">• J.W. Goebel: Informationsrecht – Recht der Informationswirtschaft. In: Kuhlen, Seeger, Strauch: Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation. Saur Verlag• BDSG; UrhR; Texte weiterer Gesetze und Verordnungen <p>Betriebliches Informationsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none">• S.P. Robbins: Organisation der Unternehmung. Pearson 2001
------------------	--

Modul 2040: Informationswissenschaftliches Kolloquium

Modulbezeichnung	Informationswissenschaftliches Kolloquium
Belegnummer	2040
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Studiengangskoordinator(in)
Dozent(in)	Professorinnen und Professoren im Bachelorstudiengang
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsstudienarbeit gemäß § 13 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Die Informationswissenschaft ist breit angelegt und muss sich aufgrund der schnellen technologischen Entwicklungen immer wieder neu positionieren. Ein guter Überblick über die aktuellen Entwicklungen und eine eigene klare Position im Fachgebiet ist daher essentiell. In diesem Kolloquium sollen sich die Studierende außerhalb der üblichen Lehrveranstaltungen des Studiengangs fachlich orientieren und inhaltlich passende Angebote zu einem oder mehreren Themen wahrnehmen.</p> <p>Die Leistung im informationswissenschaftlichen Kolloquium kann durch den Besuch fachlich adäquater Tagungen, Workshops oder Messen, hauseigener Veranstaltungsreihen („MediaMonday“, „ScienceWednesday“) oder vergleichbarer wissenschaftlicher Veranstaltungen oder Informationsquellen und die Vorlage eines schriftlichen Berichts darüber erbracht werden. Als fachlich adäquate Tagungen bzw. Messen gelten z. B. die Tagungen und Workshops der DGI, der Bibliothekartag, die CeBIT oder bibliotheks- und informationswissenschaftliche Begleitveranstaltungen zur jährlich stattfindenden Buchmesse Frankfurt.</p> <p>Dabei werden die Studierenden von ihren Mentorinnen und Mentoren unterstützt und angeleitet.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen den aktuellen Stand von für sie besonders interessanten und relevanten informationswissenschaftlichen Entwicklungen. Sie sind in der Lage, sich in ihrem Fachgebiet klar zu positionieren und dies auch zu kommunizieren.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Pflichtmodule des ersten und zweiten Semesters

Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	

Themenbereich: Semantik

Modul 3010: Semantik I

Modulbezeichnung	Semantik I (Semantics I)
Belegnummer	3010
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dozent(in)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung (Bearbeitung von Übungsaufgaben) gemäß §10 ABPO (Gewicht 1/3), Klausur gemäß § 12 ABPO (Gewicht 2/3)
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die Anwendung der kontrollierten Vokabulare in der inhaltlichen Erschließung sowie der Informationsrückgewinnung wird in Theorie und Praxis verdeutlicht. <ul style="list-style-type: none">• Sprachliche Abstraktion• Begriffsentwicklung und semantische Relationen• Kontrollierte Vokabulare• Metadaten
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	In diesem einführenden Modul werden die Grundlagen sprachlicher Abstraktion, von Begriffen, kontrollierten Vokabularen, Objektsprachen und Metasprachen sowie semantischer Relationen vermittelt. Die Studierenden kennen typische kontrollierte Vokabulare wie Thesaurus und Klassifikation und wissen auf Basis welcher Prinzipien diese Vokabulare erstellt werden. Die Studierenden lernen die praktische Anwendung der kontrollierten Vokabulare und können grundlegende Analysetechniken der inhaltlichen Erschließung umsetzen. Die Schnittstellen zu informationstechnischen Nachbardisziplinen werden erkannt und deren Bedeutung für die Wissensrepräsentation verstanden.
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden

Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modul 3020: Semantik II

Modulbezeichnung	Semantik II (Semantics II)
Belegnummer	3020
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dozent(in)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung (Bearbeitung von Übungsaufgaben) gemäß §10 ABPO (Gewicht 1/3), Klausur gemäß § 12 ABPO (Gewicht 2/3)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Im Mittelpunkt dieses Moduls stehen automatische Verfahren der inhaltlichen Erschließung, wie z.B. Textmining und Informationsextraktion. Ontologien, als ausdrucksstarkes kontrolliertes Vokabular, werden eingeführt und mit typischen Repräsentationssprachen beschrieben.</p> <ul style="list-style-type: none">• Automatische Verarbeitung von Information• Automatische Verarbeitung von Wissen• Ontologische Systeme• SKOS
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden verstehen die Vor- und Nachteile der automatischen Informations- und Wissensverarbeitung und können die Verfahren praktisch anwenden. Die Schnittstellen zu informationstechnischen Nachbardisziplinen werden u.a. am Beispiel des W3CStandards SKOS verdeutlicht. Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis der Möglichkeiten und Grenzen der Wissensrepräsentation.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung mit Übung, Selbststudium (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Semantik I

Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
Medienformen	Vorlesungsbegleitende Unterlagen und Übungen
Literatur	Wird in der Veranstaltung und im Moodle bekannt gegeben.

Themenbereich: Wissensrepräsentation

Modul 4010: Relationale Datenbanken

Modul- bezeichnung	Relationale Datenbanken
Belegnummer	4010
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort- liche(r)	Prof. Dr. Elke Lang
Dozent(in)	Prof. Dr. Elke Lang
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur gemäß § 12 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">• Datenbankmodelle• Relationales Datenmodell (RDM)• Normalisierung• Semantische Datenmodellierung• Datenbankdesign• SQL• Objektorientierte Modellierung• Objektrelationale Abbildung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die Unterschiede zwischen verschiedenen Datenbankmodellen. Sie kennen Techniken zur Analyse und Modellierung von Datenbank-Schemata und können sie für die Gestaltung von Informationssystemen einsetzen. Sie können Unterschiede zwischen dem Anwendungs-Datenmodell und dem Logischen Datenmodell eines Datenbankschemas erkennen und die Modelle mit geeigneten Abbildungsverfahren ineinander umsetzen.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester

Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Vossen, G: Datenmodelle, Datenbanksprachen und Datenbank-Management-Systeme (Oldenbourg 2000)• Balzert, Heide: Lehrbuch der Objektmodellierung: Analyse und Entwurf mit der UML2 (Spektrum 2004)

Modul 4020: Linked Data

Modulbezeichnung	Linked Data
Belegnummer	4020
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dozent(in)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur nach § 12 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	Das Modul vermittelt Grundlagen und erste praktische Erfahrungen mit im Web verfügbaren strukturierten Datenbeständen (Linked [Open] Data). Dazu werden neben den Grundlagen strukturierter Datenbestände (Graphen, Netze) die entsprechenden Formate (RDF) und Werkzeuge (SPARQL) eingeführt und ihre Anwendung geübt. Darüber hinaus werden exemplarische, themenbezogene Spezifikationen und Datensammlungen vorgestellt und in ihre Nutzung eingeführt. In den Übungen werden die Themen der Vorlesung vertieft, die vorgestellten Formate und Techniken angewendet und einfache Anwendungen erprobt.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Das Modul soll die Absolventinnen und Absolventen befähigen, das Konzept der vernetzten, strukturierten und semantisch annotierten Daten zu verstehen und vorhandene Angebote zu nutzen. Weiter lernen sie Möglichkeiten, Grenzen und Anwendungen von Linked-Data-Ansätzen einzuschätzen, zu kommunizieren und einfache Anwendungen zu konzipieren und ggf. exemplarisch umzusetzen.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Übungen (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik, Semantik I, parallel: Relationale Datenbanken
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Vortrag mit Präsentation, Übungsaufgaben, Nutzung vorhandener Angebote, Entwicklung einfacher Anwendungen

Literatur	Skript zur Vorlesung, Spezifikationen und Trainingsmaterialien des W3C, exemplarische Anwendungen, aktuelles Lehrbuch.
------------------	--

Modul 4030: Information Retrieval

Modulbezeichnung	Information Retrieval
Belegnummer	4030
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dozent(in)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur nach § 12 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden einen Überblick über die Szenarien, Modelle, Methoden, Anwendungen und Bewertungsverfahren des Information Retrieval. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Verfahren zur Suche in Textsammlungen. Die wichtigsten Konzepte werden vertieft vermittelt, ohne aber auf die softwaretechnische Implementierung der Verfahren einzugehen.</p> <p>Aktuell gehören zu den Themen: Szenarien der Dokument- und Objektsuche, Boolesches Retrieval, Ansätze der automatischen Texterschließung: Stemming, das Vektorraummodell mit Gewichtungsmethoden und Ähnlichkeitsmaßen, Evaluierung von IR-Systemen, TREC-Konferenz, Suche im Web, Linktopologische Verfahren, Optimierung von Angeboten für Suchmaschinen. Diese konkreten Themen können bei Bedarf aktuellen Entwicklungen angepasst werden.</p> <p>In den Übungen können neben Aufgaben zur Vertiefung der Themen der Vorlesung auch Beispiele, spezielle Fragestellungen und Themen durch die Studierenden erarbeitet und präsentiert werden.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Das Modul soll die Absolventinnen und Absolventen befähigen, die unterschiedlichen Ansätze und Vorgehensweisen bei der inhaltlichen, rechnergestützten Suche in kontrollierten Dokument- und Objektsammlungen sowie im Web zu verstehen und darzustellen. Dabei werden sie insbesondere für Probleme und Lösungsansätze der inhaltlichen Suche sensibilisiert.</p> <p>Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen können so die Arbeitsweise von Suchmechanismen in Informationsangeboten und -diensten in ihren Möglichkeiten und Grenzen einschätzen. Sie haben die fachlichen Grundkenntnisse, um die Anforderungen an Suchmechanismen beim Aufbau von Informationsdiensten zu analysieren, geeigneten Methoden und Systeme auszuwählen und vorhandene Mechanismen zu bewerten.</p>
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	

Notwendige Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik
Empfohlene Voraussetzungen	Information Broking, Semantik I, Semantik II
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Vortrag mit Präsentation, Übungsaufgaben, Selbststudium + Recherche kleinerer Beispiele und Themen.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • R. Ferber: Information Retrieval, dpunkt-Verlag, 2003 [Siehe auch: http://information-retrieval.de]. • A. Henrich: Information Retrieval 1, Grundlagen, Modelle, Anwendungen. Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Lehrstuhl für Medieninformatik, 2001 – 2008, http://www.uni-bamberg.de/?id=23516 • Proceedings der TREC-Konferenzen. • Aktuelle Artikel und Systembeschreibungen

Themenbereich: Entwicklung

Modul 5010: Webskripting

Modul- bezeichnung	Webskripting
Belegnummer	5010
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort- liche(r)	Fachbereich Informatik
Dozent(in)	Prof. Dr. Hans-Peter Wiedling
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur nach § 12 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Grundlegende Konzepte moderner Skriptingsprachen wie z.B. PHP; exemplarisch Algorithmen und Datenstrukturen, die im Bereich Informationswissenschaft zum Einsatz kommen; Programmierung von interaktiven, webbasierten Anwendungen mit Hilfe von Standardlösungen.</p> <p>Grundlegende Konzepte:</p> <ul style="list-style-type: none">• Algorithmen• Grundlegende Sprachelemente• Kontroll- und Datenstrukturen• Prozeduren und Funktionen• Abstraktion über Funktionen und Daten• Objektorientierte Programmierung• Ausgewählte Datenstrukturen und Algorithmen (Listen, Tabellen, Bäume und Netze)• Reguläre Ausdrücke <p>Standardlösungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Serverseitig generierte, dynamische Webseiten• Formularverarbeitung• Nutzerverwaltung und Sitzungen• Dateihandling• Datenbankanbindung• Web-Services
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die wesentlichen Konzepte moderner Skriptingsprachen. Sie sind in der Lage, mit Hilfe von Standardlösungen eine interaktive, webbasierte Anwendung zu entwickeln.
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)

Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden. Die Übungen erfolgen in Teams und erfordern bzw. üben Teamfähigkeit.
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • RRZN-Handbuch „PHP Grundlagen – Erstellung dynamischer Webseiten“, RRZN Universität Hannover, Herdt-Verlag, jeweils aktuelle Auflage • RRZN-Handbuch „PHP5 – Fortgeschrittene Techniken der Web-Programmierung“, RRZN Universität Hannover, Herdt-Verlag, jeweils aktuelle Auflage • www.php.net

Modul 5020: Anwendungsentwicklung

Modul-bezeichnung	Anwendungsentwicklung
Belegnummer	5020
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernhard Thull
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernhard Thull, Prof. Dr. Elke Lang
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur nach § 12 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	Methoden und Prinzipien des Software-Engineering und Grundregeln des Webdesign. Dieses Modul ist eng verknüpft mit dem Modul Programmierwerkstatt, in dem der Übungsanteil dieser beiden Vorlesungen stattfindet.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden sind mit den Methoden und Prinzipien des Software Engineering vertraut und können sie auf Gestaltungsaufgaben im Rahmen größerer Systeme anwenden. Sie kennen die Grundregeln des Webdesigns und sind in der Lage, mit Hilfe von Richtlinien sowohl die Nutzbarkeit einer Anwendung zu evaluieren als auch eine Anwendung nutzerorientiert zu gestalten.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 x 2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	1. Software Engineering, Vorlesung (2 SWS) 2. Informationsdesign, Vorlesung (2 SWS)
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Siehe Unit-Beschreibungen

Unit: Software Engineering

Titel der Lehrveranstaltung	Software Engineering
Belegnummer	5022
gehört zu Modul	5020 Anwendungsentwicklung
Dozent(in)	Prof. Dr. Elke Lang
Prüfungsart	Klausur (Anteil 50%)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Notwendigkeit, Ziele von Software Engineering • Beispiele für größere Softwareprojekte und typische Schwierigkeiten • Vorgehensmodelle • Metriken und ihre Problematik • UML
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die Problematik bei der Gestaltung und Pflege größerer Software-Systeme. Sie sind in der Lage, aktiv bei der Gestaltung von komplexen Systemen mitzuwirken, insbesondere beim Requirements Engineering und der Gestaltung von Prototypen und Demonstratoren. Sie sind in der Lage, zwischen Fachanwendern und Software-Experten zu vermitteln und beherrschen Werkzeuge zur Modellierung, die zur Unterstützung der Koordination im Entwurfsprozess eingesetzt werden.
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	64 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungszeit inkl. Vorbereitung	16 Stunden
Anteil Selbststudium	16 Stunden
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Balzert Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik – Basiskonzepte und Requirements Engineering (Spektrum 2009) • Balzert, Heide: Lehrbuch der Objektmodellierung: Analyse und Entwurf mit der UML2 (Spektrum 2004)
Hinweise	

Unit: Informationsdesign

Titel der Lehrveranstaltung	Informationsdesign
Belegnummer	5023
gehört zu Modul	5020 Anwendungsentwicklung
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernhard Thull
Prüfungsart	Klausur (Anteil 50%)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Aufarbeitung von Grundlagen, Richtlinien und Techniken zur nutzerorientierten Gestaltung von Benutzungsschnittstellen für den Anwendungsbereich Informationswissenschaft.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungsanalyse, Fallstudien (use cases) • Informationsarchitektur, kognitive Karten • Interface Design (Orientierung und Navigation, Screen Layout, textuelle und graphische Information, Interaktivität) • Usability, Evaluierung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen, Richtlinien und Techniken zur nutzerorientierten Gestaltung von Benutzungsschnittstellen für den Anwendungsbereich Informationswissenschaft. Sie sind in der Lage, mit Hilfe von Richtlinien sowohl die Nutzbarkeit einer Anwendung zu evaluieren als auch eine Anwendung nutzerorientiert zu gestalten.
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	64 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungszeit inkl. Vorbereitung	16 Stunden
Anteil Selbststudium	16 Stunden
Literatur	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • P. Lynch und S. Horton. Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites. Yale University Press, 3. Auflage, 2008 <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • J. Nielsen. Designing Web Usability. New Riders Pub., 2000 • Th. Wirth: Missing Links - Über gutes Webdesign, Hanser, 2. Aufl., 2004
Hinweise	

Modul 5030: Programmierwerkstatt

Modul-bezeichnung	Programmierwerkstatt (Programming workshop)
Belegnummer	5030
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernhard Thull
Dozent(in)	Prof. Dr. Elke Lang, Prof. Dr. Bernhard Thull
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektbericht gemäß § 13 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	Systematische und nutzerorientierte Entwicklung einer web- und datenbankbasierten Anwendung für typische informationswissenschaftliche Anwendungsszenarien. Dazu gehören Websites für Intranets, kleinere Informationsportale oder Informationsprodukte und –dienste wie z.B. Foto- oder Musikdienste.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden sind in der Lage, eine web- und datenbankbasierte Anwendung für typische informationswissenschaftliche Anwendungsszenarien systematisch und nutzerorientiert zu entwickeln. Dazu integrieren, üben und vertiefen sie die in entsprechenden Grundlagenveranstaltungen erworbenen Kenntnisse über Semantik, Wissensrepräsentation, Webskripting, Informationsdesign und Software-Engineering.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden. Die Entwicklungen erfolgen in Teams und erfordern bzw. üben Team- und Kommunikationsfähigkeit.
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Relationale Datenbanken • Webskripting
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Sämtliche in den notwendig vorausgesetzten Modulen angegebene Literatur

Themenbereich: Propädeutik

Modul 6010: Kommunizieren im Beruf

Modulbezeichnung	Kommunizieren im Beruf
Belegnummer	6010
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft. Die Lehrveranstaltungen des Moduls stehen, wenn dies die Kapazitäten zulassen, grundsätzlich Studierenden weiterer Studiengänge der Hochschule Darmstadt offen, abhängig von den Curricula der jeweiligen Studiengänge.
Modulverantwortliche(r)	Studienbereichsleitung des SuK-Begleitstudiums
Dozent(in)	Lehrende des SuK-Begleitstudiums
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	PVL: wissenschaftliche Arbeit (nicht benotet, Bestehen Voraussetzung für Prüfungszulassung); Prüfung: Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Kennenlernen und Einübung von Regeln zur Erstellung und Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten.</p> <p>Kennenlernen und Reflexion von Kommunikationstheorien (inklusive Reflexion der Selbst- und Fremdwahrnehmung) sowie von Präsentationstechniken, inklusive praktischer Anwendung mit Feedback.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden erwerben Schlüsselkompetenzen im Bereich professioneller Kommunikation. Dazu gehören die Rezeption und Produktion von wissenschaftlichen Texten, das Präsentieren, sowie Kenntnisse über Selbst- und Fremdwahrnehmung, die Grundlagen der Kommunikation und die Kommunikation im Team.
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Seminaristischer Unterricht und / oder Vorlesung. Kombination von theoretischen Grundlagen und praktischen Übungen. 4SWS
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
------------------	--

Modul 6020: Statistik

Modul-bezeichnung	Statistik (Statistics)
Belegnummer	6020
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dozent(in)	Prof. Dr. Martin Michelson / Seyhan Okur
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Bewertete PVL (Praxis) und Klausur (Theorie). Die Endnote setzt sich zu je 50%-Anteil aus der PVL- und der Klausurnote zusammen.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Vermittlung grundlegender Kenntnisse der Methoden der deskriptiven Statistik sowie amtlicher und sonstiger öffentlicher statistischer Quellen. Die Übungen vertiefen die Kenntnisse durch praktische Anwendung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben der Statistik • Formen und Methoden der deskriptiven Statistik • Erhebungsverfahren • Auswertungsverfahren • Präsentationsverfahren • Institutionen und Informationsquellen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen statistische Erhebungs- und Auswertungsverfahren und können sie beurteilen. Sie erlernen deren Anwendung insbesondere im informationsökonomischen Kontext. Sie sind zur Lösung vorgegebener Problemstellungen fähig. Sie erwerben Erfahrungen im praktischen Umgang mit einschlägigen Softwareanwendungen.
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung mit Fallstudien und Übungen (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich

Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Vorlesungsbegleitende Unterlagen, Fallbeispiele, Präsentationen
Literatur	<p>Jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik I - Beschreibende Verfahren • Krämer, Walter: Statistik verstehen • Monka, Michael. Voß, Werner.: Statistik am PC. • Bleymüller, Josef; Gehlert, Günther; Gülicher, Herbert: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler • Kromrey, Helmut: Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.</p>

Wahlpflichtkatalog

Themenbereich: Bibliotheksmanagement

Modul 7101: Bibliothekarische Informationspraxis*

Modulbezeichnung	Bibliothekarische Informationspraxis* (Practice of Information Provision in Libraries*)
Belegnummer	7101
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dozent(in)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Praktische Übung und Hausarbeit
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Einführung in die bibliothekarische Informationsvermittlung und der grundlegenden Informationsressourcen</p> <ul style="list-style-type: none">• Auskunfts-/Beratungsprozesse in Bibliotheken• Bibliographische Informationsmittel• Biographische Informationen und weitere Sachinformationen• Fachinformation am Beispiel der Bibliothekswissenschaft
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziele des Moduls: Kennen lernen und Umgang mit fachlich einschlägigen bibliothekarischen Informationsressourcen.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls: Die Studierenden sind mit den verschiedenen Auskunfts- und Beratungsprozessen in Bibliotheken vertraut. Sie kennen die bibliotheksrelevanten Informationsressourcen und können sie adäquat im Auskunfts- bzw. Beratungsprozess anwenden.</p>
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Seminar mit Übungsanteilen / 4 SWS (max. 20 Personen)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Modul „Information Broking“

Empfohlene Voraussetzungen	Module aus dem Grundstudium, Semester 1-3; Sie sollten im eigenen Interesse das Modul "Bibliotheksstrukturen und bibliothekarische Berufspraxis" erfolgreich absolviert haben.
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Siehe http://biblio.lehrreiches.de

Modul 7102: Bibliotheksstrukturen und bibliothekarische Berufspraxis*

Modulbezeichnung	Bibliotheksstrukturen und bibliothekarische Berufspraxis*
Belegnummer	7102
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dozent(in)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Referat und Hausarbeit
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Bibliotheksstrukturen: Einführung in die Typologie des deutschen Bibliothekswesens</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bibliotheken und Informationseinrichtungen von nationaler Bedeutung • Wissenschaftliche Bibliotheken • Öffentliche Bibliotheken • Ausgewählte zentrale bibliothekarische Dienstleistungen <p>Einführung in die Grundlagen der bibliothekarischen Berufspraxis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsgang und Aufbauorganisation in Bibliotheken • weitere ausgewählte Grundfragen des Bibliotheksmanagements • exemplarische Tätigkeitsfelder
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziele des Moduls:</p> <p>Einführung in die Bibliothekstypologie sowie in bibliothekarisches Grundwissen aus den Kernbereichen des Bibliotheksmanagements.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls:</p> <p>Die Studierenden kennen die in Deutschland vorherrschenden verschiedenen Bibliothekstypen und sind in der Lage, erste Grundlagen der bibliothekarischen Berufspraxis anzuwenden. Das Modul befähigt die Studierenden, das Tätigkeitsfeld sowie die wichtigsten Aufgabengebiete innerhalb des Öffentlichen bzw. Wissenschaftlichen Bibliothekswesens angemessen einzuschätzen – besonders auch im Hinblick auf das Praxismodul.</p>
Niveaustufe / Level	Grundlegendes Niveau (basic level course)
Lehrform / SWS	Seminar / 4 SWS (max. 20 Personen)

Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	4. Semester IW oder höher
Empfohlene Voraussetzungen	Grundstudium, Semester 1-3
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Siehe http://biblio.lehrreiches.de

Modul 7103: Mediierschließung*

Modul-bezeichnung	Mediierschließung*
Belegnummer	7103
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dozent(in)	Dipl.-Bibl. Gabriele Görlich, Prof. Dr. Berthold Meier
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Modulklausur mit jeweils 50% Anteil Formal- bzw. Sacherschließung gemäß § 13 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt die Grundlagen der formalen und inhaltlichen Erschließung in Bibliotheken. In praktischen Übungen werden grundlegende Fähigkeiten der aktuell in Bibliotheken und Informationszentren praktizierten Erschließungsmethoden gelehrt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Im Bereich der Formalerschließung: Grundlagen der RAK sowie geplante Nachfolgeregelwerke. • Im Bereich der Sacherschließung: Grundlagen der klassifikatorischen bzw. verbalen Erschließung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziele des Moduls:</p> <p>Kennen lernen der Standardformate der Erschließung und Auszeichnung in Bibliotheken.</p> <p>Lernergebnisse des Moduls:</p> <p>Die Studierenden sind mit den einschlägigen Erschließungsmethoden vertraut und können diese adäquat innerhalb der formalen bzw. inhaltlichen Erschließung in Bibliotheken einsetzen.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Semantik I
Empfohlene Voraussetzungen	Sämtliche Module des 1. bis 3. Semesters

Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modul 7104: Virtuelle Bibliotheksdienstleistungen*

Modul-bezeichnung	Virtuelle Bibliotheksdienstleistungen* (Virtual Library Services*)
Belegnummer	7104
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dozent(in)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Referat / Übung sowie Hausarbeit
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Einführung in das breite Themenspektrum virtueller Bibliotheksdienstleistungen:</p> <p>Teil A: Virtuelle Informationsdienstleistungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zugang zu wissenschaftlicher Fachinformation: <ul style="list-style-type: none"> – Virtuelle Bibliotheken – Digitale Bibliotheken • spezielle Erschließungsdienstleistungen: <ul style="list-style-type: none"> – Handschriften u. frühe Druckwerke – Nachlässe sowie Sammelgut von Archiven <p>Teil B: Virtuelle Bibliotheksdienstleistungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-books • Web 2.0 / Social Media in Bibliotheken • Virtuelle Auskunft • Elektronisches Publizieren
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziele des Moduls:</p> <p>Kennen lernen und Umgang mit einschlägigen virtuellen Bibliotheksdienstleistungen</p> <p>Lernergebnisse des Moduls:</p> <p>Die Studierenden sind mit den einzelnen Möglichkeiten virtueller Bibliotheksdienstleistungen vertraut. Sie kennen das Spektrum an Dienstleistungen u. können diese adäquat in der bibliothekarischen Tätigkeit anwenden.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden

Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Module aus dem Grundstudium, Semester 1-3 Seminar modul "Bibliotheksstrukturen und bibliothekarische Berufspraxis" aus dem WP-Bereich wird dringend empfohlen! (Sonst ergibt dieses Modul keinen Sinn!)
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Siehe http://biblio.lehrreiches.de

Modul 7105: Bibliothekarische Berufsfelder*

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Bibliothekarische Berufsfelder*</u> <u>(Occupational Areas in the Field of Library Science)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7105</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Dr. Berthold Meier</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Prof. Dr. Berthold Meier</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>5 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Seminararbeit</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>
<u>Inhalt</u>	<u>Im Seminar werden wir uns mit dem facettenreichen Tätigkeitsspektrum in Öffentlichen und Wissenschaftlichen Bibliotheken exemplarisch beschäftigen. Die Veranstaltung ergänzt und vertieft die Lehrveranstaltung "Bibliotheksstrukturen und Bibliothekarische Berufspraxis". Es besteht die Möglichkeit an einer bibliothekarischen Fachtagung teilzunehmen, um so auch einen ersten Einblick in die "fachliche Community" erhalten zu können.</u>
<u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u>	<u>Das Seminar gibt Einblicke in die folgenden bibliothekarischen Berufsfelder:</u> <ul style="list-style-type: none">• <u>Leseförderung - Aufgaben und Möglichkeiten in Bibliotheken</u>• <u>Arbeitsfeld Schulbibliotheken</u>• <u>Arbeitsfeld Spezialbibliotheken</u>• <u>Arbeitsfeld Musikbibliotheken</u>• <u>Bibliothekarische Tätigkeiten auf Masterebene</u>• <u>Bibliothekarische Verbände</u>• <u>Besuch einer bibliothekswissenschaftlichen Fachtagung</u>

<u>Niveaustufe / Level</u>	<u>Grundlegendes Niveau (basic level course)</u>
<u>Lehrform / SWS</u>	<u>Seminar (4 SWS)</u>
<u>Arbeitsaufwand / Workload</u>	<u>128 Stunden</u>
<u>Units (Einheiten)</u>	
<u>Notwendige Voraussetzungen</u>	
<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	<u>Das Seminar ergänzt die Lehrveranstaltung "Bibliotheksstrukturen und bibliothekarische Berufspraxis". (7102)</u>
<u>Häufigkeit des Angebots</u>	
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	<u>Wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</u>

Modul 7150: Publishing*

Modul-bezeichnung	Publishing* (Publishing*)
Belegnummer	7150
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Elke Lang
Dozent(in)	Prof. Dr. Elke Lang
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektbericht; ggf. praktische Projektergebnisse
Sprache	deutsch/englisch
Inhalt	<p>"Publishing" steht für eine Interpretation des Begriffs, die umfassender ist als "Publikationswesen" oder "Publizieren".</p> <p>Im Projekt sollen verschiedene Aspekte der Erstellung eines Druckerzeugnisses grundsätzlich und praktisch behandelt werden, inklusive der handwerklichen Aspekte. Dabei soll primär das klassische Erstellen gedruckter Veröffentlichungen betrachtet und punktuell praktiziert werden. Bei Interesse einzelner Projektgruppen können auch aktuelle Erscheinungsformen des elektronischen Publizierens einbezogen werden.</p> <p>Geplante Roadmap des Projekts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • handwerkliche Grundlagen (Druck, Buchbinderei) - mit Exkursion und praktischen Arbeiten • Der Publikationsprozess - wie macht man ein (inhaltlich schon existierendes) Schriftstück "öffentlich" (und auffindbar)? - mit einem praktischen Beispiel (Skript oder belletristisches Buch), evtl. Exkursion zur Nationalbibliothek • Akteure und Strategien im Verlagswesen - vom Eigenverlag zu Amazon • weitere Themen nach Wunsch und Vorkenntnissen der Teilnehmenden
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Elemente, Prozesse und Rahmenbedingungen des Publikationswesens im Bereich der gedruckten Medien (und ggf. ihrer elektronischen Entsprechungen) kennen.</p> <p>Die Leitfrage: "Wie veröffentliche ich.....?" für die gängigsten Arten von Druckwerken beantworten können.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	

Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	wird im Kurs bekannt gegeben. Frei zugängliche Literatur wird im Moodle-Kurs hinterlegt.

Modul 7151: Mystery Shopping als Evaluierungsmethode bibliothekarischer Informationsdienstleistungen*

Modulbezeichnung	Mystery Shopping als Evaluierungsmethode bibliothekarischer Informationsdienstleistungen* (Evaluation of Library Services using the tool Mystery Shopping)
Belegnummer	7151
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dozent(in)	Prof. Dr. Berthold Meier
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektbericht
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>In den letzten Jahren sind Bibliotheken immer stärker an einer optimalen Kundenorientierung ihrer Dienstleistungen interessiert. Im Projekt wollen wir untersuchen, wie die speziell von Bibliotheken erbrachten Informationsdienstleistungen mithilfe geeigneter methodischer Instrumentarien evaluiert werden können.</p> <p>In diesem Zusammenhang spielt in Bibliotheken das sog. "Mystery Shopping" als qualitative Evaluierungsmethode zunehmend eine Rolle. Anhand ausgewählter Bibliotheken, insbesondere Fachhochschulbibliotheken in Hessen werden wir die konkreten Möglichkeiten dieser Methode erproben</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Projekthalte im Überblick:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empirische Sozialforschung in Bibliotheken - Methodenüberblick und Grundlagen • Mystery Shopping - Einführung • Definition bibliothekarischer (Informations-)Dienstleistungen • Erarbeitung eines Forschungs-Panels (sog. Operationalisierung) zur Messung/Evaluierung bibliothekarischer Informationsdienstleistungen • Dokumentierung u. Reflexion der gesammelten Erfahrungen
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	

Empfohlene Voraussetzungen	Dieses Projekt richtet sich ausschließlich an Studierende der Studienrichtung Bibliothekswissenschaft. Der Besuch von bibliotheksbezogenen Wahlpflichtfächern aus dem 4. Semester wird explizit vorausgesetzt.
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der LV bekannt gegeben.

Modul 7152: Bestandsmanagement an der Campus-Bibliothek Dieburg*

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Bestandsmanagement an der Campus-Bibliothek Dieburg*</u> <u>(Collection Development for the Campus Library at Dieburg)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7152</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Dr. Berthold Meier, Prof. Dr. Elke Lang</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Prof. Dr. Berthold Meier, Prof. Dr. Elke Lang</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>10 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Projektbericht</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>
<u>Inhalt</u>	<p><u>In Fachhochschulbibliotheken, die dem Bibliothekstyp der sog. Spezialbibliotheken zugeordnet werden können, haben wir kein klassisches Fachreferentensystem, das sich für ein kontinuierliches Medienbestandsmanagement verantwortlich zeichnet. In dieser Situation übernehmen die einzelnen Fachbereiche überwiegend eigenverantwortlich – unterstützt durch den jeweiligen Bibliotheksbeauftragten - in Zusammenarbeit mit den BibliothekarInnen vor Ort das sog. Medienmanagement (Bestandsaufbau).</u></p> <p><u>Im Projekt wollen wir hier die informationswissenschaftlichen Bestände des Fachbereichs Media, insbesondere die Informatik unter die Lupe nehmen und eruieren, welche Medien ausgesondert werden können/müssen und wo offensichtliche Bestandslücken vorhanden sind.</u></p>

<u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u>	<p><u>Projekthalte im Überblick:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Bestands- und Medienmanagement in wissenschaftlichen Spezialbibliotheken im Überblick</u> • <u>Kriterien für den Bestandsaufbau sowie –abbau</u> • <u>Vorort-Untersuchung einzelner informationswissenschaftlicher Teildisziplinen sowie speziell das Gebiet der Informatik</u> • <u>Befragung ausgewählter DozentInnen zum Medienbedarf der von ihnen vertretenen Fachgebiet</u> • <u>Erarbeitung von konkreten Vorschlagslisten für den Bestandsaufbau bzw. -abbau</u> • <u>Dokumentierung u. Reflexion der gesammelten Erfahrungen</u>
<u>Niveaustufe / Level</u>	<u>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</u>
<u>Lehrform / SWS</u>	<u>Projekt (4SWS)</u>
<u>Arbeitsaufwand / Workload</u>	<u>256 Stunden</u>
<u>Units (Einheiten)</u>	
<u>Notwendige Voraussetzungen</u>	
<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	<u>Das Projekt richtet sich ausschließlich an Studierende der Studienrichtung Bibliothekswissenschaft / Library Science.</u>
<u>Häufigkeit des Angebots</u>	
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	<u>Wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</u>

Themenbereich: Information Broking

Modul 7201: Spezielles Information Broking

Modul-bezeichnung	Spezielles Information Broking
Belegnummer	7201
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Heide Gloystein
Dozent(in)	Prof. Dr. Heide Gloystein
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Die Modulnote ergibt sich aus beiden Teilprüfungsleistungen zu je 50%. Teilprüfungsleistungen sind jeweils Hausarbeit mit Referat.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Unit 1 beinhaltet die Erstellung eines aussagekräftigen Branchenberichts, in dem alle relevanten Quellen ausgewertet und aufbereitet werden und der damit einen vollständigen Überblick über eine ausgewählte Branche gibt und als unternehmerische Entscheidungshilfe dienen kann.</p> <p>Behandelte und in die Praxis umgesetzte Themen sind:</p> <ul style="list-style-type: none">• Recherche im Invisible Web• Recherche im Deep Web• Fachspezifische Recherchen in Firmen- und Marktdatenbanken• Klassifikationssysteme: SIC, NACE• Inhalts- und Qualitätsanalysemethoden• Nutzerspezifische Aufbereitung von Ergebnissen• Präsentation von Informationsdienstleistung <p>Unit 2 befasst sich mit der Analyse und Qualitätsbeurteilung von allgemeinen und fachspezifischen Informationsquellen sowie mit der nutzerspezifischen Aufbereitung von Rechercheergebnissen, deren Qualitätsbewertung sowie Präsentation.</p> <p>Behandelte und in die Praxis umgesetzte Themen sind:</p> <ul style="list-style-type: none">• Inhalts- und Qualitätsanalysemethoden• Kritische Evaluierung von Sachverhalten• Selektion, Inhaltsanalyse und Qualitätsbewertung von Informationsressourcen• Gezielte Verwendung von Informationsquellen

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Lernziel ist der Erwerb vertiefender Kenntnisse der Methodik, Durchführung, Bewertung und Präsentation von Informationsdienstleistungen und Informationsrecherchen.</p> <p>Lernergebnis ist die Befähigung zur Durchführung branchenspezifischer Recherchen auf sowohl natur- als auch sozialwissenschaftlichen Gebieten, zur professionellen Aufbereitung und Darstellung, sowie zur Qualitätsbeurteilung der relevanten Informationsressourcen. Fachübergreifend werden Kompetenzen in nutzerbezogener Präsentation, Darstellung und Marketing erworben.</p> <p>Die Studierenden sollen über die weiterführenden Methoden und Quellen des Information Broking Bescheid wissen, sie sollen in der Lage sein Informationen sowohl quantitativ als auch qualitativ zu beurteilen und zu bewerten und diese in Form eines Berichtes eigenständig zusammen zu führen.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Modul Information Broking • Modul Informationsmanagement I
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • R. Michaeli: Competitive Intelligence. Springer 2006 • A. Goemann-Singer et.al.: Recherchehandbuch Wirtschaftsinformation. Springer 2003 • W. Stock: Informationswirtschaft. Management externen Wissens. Oldenbourg 2000 • Sonderheft „Competitive Intelligence“. Information, Wissenschaft & Praxis, 2007

Modul 7203: Informationskompetenz jenseits Google und Wikipedia – Anforderungen der Praxis an den Nachwuchs

Modulbezeichnung	Informationskompetenz jenseits Google und Wikipedia – Anforderungen der Praxis an den Nachwuchs
Belegnummer	7203
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Dr. Luzian Weisel
Dozent(in)	Dr. Luzian Weisel, Gernot Zindel
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Praktische Übungen + Hausarbeit + Präsentation
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Was ist das Problem?</p> <p>Die Informationsflut („Information Overload“) im Allgemeinen und die Zunahme an wissenschaftlichen Publikationen im Besonderen stellen hohe Anforderungen an Ihre Fähigkeiten, diese Informationsmengen zu verarbeiten. Gleichzeitig werden die Informationsaufgaben und -prozesse in Wissenschaft und Wirtschaft immer komplexer und die Erwartungen der Arbeitgeber an Ihre Fertigkeiten als Absolventen der „Informationswissenschaft und Bibliothekspraxis“ immer größer.</p> <p>Der kompetente Umgang mit Information ist ein wesentliches Element guter wissenschaftlicher Praxis und damit ein unverzichtbares Ziel Ihrer Ausbildung in der Informationswissenschaft und der Bibliothekspraxis. Informationskompetenz steigert Ihre Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt. Gezielt Informationsbedarf zu erkennen, Informationen zu ermitteln, zu beschaffen sowie zu bewerten und effektiv zu nutzen fördert die Lernkultur, ermöglicht Innovation in Wissenschaft und Forschung und ist eine wichtige Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg.</p>

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Was lernen Sie in diesem Kurs? Mit welcher Methode?</p> <p>Sie sollen Ihre im Studium entwickelten Grundkenntnisse der Informationsermittlung bei wichtigen Anbietern von hochwertigen Informationen für die Wissenschaft und Praxis festigen. Unter Anleitung des Dozenten werden Sie in Gruppenarbeit an Fallbeispielen z. B. mittels SWOT-Analysen den Sinn und den Nutzen von Recherchen in kommerziellen Datenbanken und im „freien“ Internet erarbeiten sowie präsentieren. Schwerpunkte bilden hierbei das Erkennen des Informationsbedarfes und die fundierte Quellenkritik: die Entwicklung des kritischen Urteilsvermögens beim Suchen und Finden für das nachfolgende Bewerten und Verwenden von Informationen.</p> <p>Ein weiteres Lernziel ist die Entwicklung des Verständnisses für Informationskompetenz als Unterstützungsprozess im Informationsmarkt und in der gesamten wissenschaftlichen Wertschöpfungskette. Damit verbunden ist der Erwerb von Orientierungswissen z.B. zur Informationsbranche und zu neuartigen semantischen Retrieval-Methoden, zur Datenanalyse und -visualisierung, zum Information Mining im Umgang mit „Big Data“, zu den Fragen des Geistigen Eigentums, des Urheberrechts, sowie von Open Access.</p> <p>Als zukünftiger Informationsspezialist werden Sie somit Informationsdienstleister und Partner der Forscher, Entwickler oder Berater auf Augenhöhe sein: Sie stärken dessen individuell erworbene Informationskompetenz auf fachlich exzellentem Niveau und sichern damit die Qualität des wissenschaftlichen Arbeitens.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar mit Übungen (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Skript des Dozenten und in den Übungsaufgaben

Modul 7250: Wettbewerb für Wissensmanager

Modulbezeichnung	Wettbewerb für Wissensmanager
Belegnummer	7250
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Heide Gloystein
Dozent(in)	Prof. Dr. Heide Gloystein
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektbericht und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Das Projekt „Wettbewerb für Wissensmanager“ (ReQuest)“ ist ein hochschulübergreifender Researchwettbewerb zum Thema Recherchieren – Qualifizieren – Kommunizieren im deutschsprachigen Raum. Dieser Wettbewerb richtet sich an Studierende, deren Aufgabe die Aufbereitung von Informationen zu handlungsrelevantem Wissen ist. An diesem Wettbewerb nehmen verschiedene Hochschulen und Universitäten teil.</p> <p>Im Projekt werden erlerntes Wissen und erworbene Retrievalfähigkeiten praktisch umgesetzt. Die Aufgabe besteht darin, über ein zentral vergebenes Thema Informationen aus unterschiedlichen Quellen zu recherchieren. Der Auftraggeber der Studie wird ein internationales Unternehmen sein, das auf Grund seiner Erfahrungen im strategischen Management eine Aufgabe von großer Aktualität und praktischem Nutzen stellt.</p> <p>Die Ergebnisse werden qualitativ ausgewertet und als handlungsrelevante Studie aufbereitet. Vertreter der besten drei Teams werden ihre Ergebnisse auf einer wissenschaftlichen Fachtagung präsentieren. Dort wird dann das Siegerteam ermittelt.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Das Lernziel besteht darin, eine komplexe Fragestellung eines informationswissenschaftlichen Problems zu bearbeiten und in Form einer anwendungs-spezifischen Studie mit handlungsrelevanten Empfehlungen aufzubereiten.</p> <p>Lernergebnis ist die Befähigung, erlerntes Wissen und erworbene Retrievalfähigkeiten in einer Projektarbeit praktisch umzusetzen. Es werden sowohl fachlich-inhaltliche Kompetenzen im Bereich Informationsvermittlung erworben als auch persönlich-soziale Kompetenzen in Teamwork, Kommunikation, Präsentation und Moderation.</p> <p>Die Studierenden haben Kenntnisse im Information Broking und verfügen über die Fertigkeiten, für einen externen Auftraggeber ein komplexes, praxisnahes Thema zu bearbeiten. Sie sind in der Lage, das Thema in Form einer Studie zu bearbeiten und in Form einer Präsentation vorzustellen.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt, 4 SWS
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden

Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Modul Information Broking • Modul Informationsmanagement I • Modul Informationsmanagement II
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	

Themenbereich: Medien und Kommunikation

Modul 7301: Besondere Aspekte der Erschließung und Dokumentation bildlicher und linearer Medien

Modulbezeichnung	Besondere Aspekte der Erschließung und Dokumentation bildlicher und linearer Medien
Belegnummer	7301
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	-
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die thematische Konkretisierung findet im jeweiligen Semester statt.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Ziel ist die Befähigung der Absolventen des Moduls zur Lösung anspruchsvoller Projektaufgaben in der (teil-)automatisierten Mediendokumentation, speziell für bildliche und lineare Informationsobjekte.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik, Anwendungsentwicklung, Webskripting, Relationale Datenbanken, Linked Data, Information Retrieval, Programmierwerkstatt (variierend)
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modul 7302: Dokumentations- und Retrieval-Systeme für bildliche und lineare Informationsobjekte

Modul-bezeichnung	Dokumentations- und Retrieval-Systeme für bildliche und lineare Informationsobjekte
Belegnummer	7302
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und/oder Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Erschließung und Featureextraktion für Bild und lineares Material • Retrieval und native Interfaces für Bild und lineares Material • Besonderheiten des Systemdesigns bei Bild und linearem Material • Dokumentationsprozesse für AV
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen des Moduls können System- und Objektstrukturen und Prozesse, Metadaten in kontextueller Erschließung, sowie relevante Retrievalmethodik in der Dokumentation bildlicher und linearer Medieninformationsobjekte erläutern, begründen, beschreiben, ausführen / anwenden und systemisch gestalten.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik, Anwendungsentwicklung, Webskripting, Relationale Datenbanken, Linked Data, Information Retrieval, Programmierwerkstatt, Semantik I, Semantik II, Vertiefende und aktuelle IR-Themen, XML und Anwendungen, Semantic Web
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Blanken, H.M.; de Vries, A.P.; Blok, H.E.; Feng, L. (Eds.): Multimedia Retrieval - Series: Data-Centric Systems and Applications, Springer, 2007, 372 p. 152 illus.• http://grail.cs.washington.edu/projects/query/• AMR proceedings, insb. zum 8th Workshop, Linz, Austria, 2010
------------------	--

Modul 7303: Erschließungsstandards und Ontologien für bildliche und lineare Informationsobjekte

Modul-bezeichnung	Erschließungsstandards und Ontologien für bildliche und lineare Informationsobjekte
Belegnummer	7303
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und/oder Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • EXIF, IPTC-NAA/IIM, XMP, MXF, SMPTEE, MPEG7, MPEG21, MP3 etc. • RDF, OWL, Ontologien für Audio und Video und deren Kontexte • Metadaten- und Ontologieeditoren • Embedded Metadata und Sidecars • Erschließungsautomatisierung für Bild, Audio und Video
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen des Moduls können Metadaten/-standards und Ontologien für die Dokumentation bildlicher und linearer Medieninformationsobjekte, soweit Standardisiert auffinden, erläutern, entwickeln und adaptieren und anwenden
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Vertiefende und aktuelle IR-Themen, XML und Anwendungen, Semantic Web, Linked Data, Information Retrieval, Semantik I, II
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • http://www.exif.org/specifications.html • http://www.iptc.org/cms/site/index.html?channel=CH0108 • http://www.adobe.com/products/xmp/ • http://www.smpte.org/standards/ • http://www.film-tv-video.de/index.php?id=glossar_entries&type=0&uid=415&cHash=1678995 • http://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev_291-devlin.pdf • http://www.gi.de/no_cache/service/informatiklexikon/informatiklexikon-detailansicht/meldung/mpeg-7-52.html • http://www2.tu-ilmenau.de/mediaevent/archiv/fktg/regionalveranstaltungen/Skripte/mpeg7.PDF • http://www.gi.de/service/informatiklexikon/informatiklexikon-detailansicht/meldung/mpeg-21-multimedia-framework-202.html • http://www.fh-jena.de/contrib/fb/et/personal/ansorg/mp3/mp3_2_res.htm • http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.97.9559&rep=rep1&type=pdf • http://www.acemedia.org/ESWC2005_MSW/papers/ESWC_2005_MMSW_Isaac_Case_study
------------------	--

Modul 7304: Kontextdokumentation für bildliche und lineare Informationsobjekte

Modul-bezeichnung	Kontextdokumentation für bildliche und lineare Informationsobjekte
Belegnummer	7304
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Dr. Michael Crone, Prof. Geribert E. Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und/oder Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Multimediale Dokumentation; • Analyse und Verknüpfung medienübergreifender Produktionsprozesse; • Dokumentation von Programmerstellung; • Entwicklung von Systemarchitekturen für die Abbildung von Kontextdokumenten; • Cross-Recherche
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen dieses Moduls können die Bedeutung von Kontextdokumentation für jede Form einer (Langzeit-) Archivierung von AV-Medien begründen und Strategien und Lösungsansätze für eine Realisierung entwickeln. und anwenden
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Semantik II
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	VDA (Hrsg), Archive im digitalen Zeitalter. Überlieferung - Erschließung - Präsentation (Tagungsdokumentation des 79. Deutschen Archivtags 2009), Fulda: Selbstverlag des VDA 2010
------------------	--

Modul 7305: Open Access: Dokumentation, Sicherung und Zugang für audiovisuelles Kulturgut

Modul-bezeichnung	Open Access: Dokumentation, Sicherung und Zugang für audiovisuelles Kulturgut
Belegnummer	7305
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Michael Crone,
Dozent(in)	Prof. Dr. Michael Crone, Prof. Geribert E. Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und/oder Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Open Access • Open Archives; • AV-Langzeitarchivierung; • Festlegung von Selektions- & Bewertungskriterien; • Entwicklung von Verwertungsstrategien
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen des Moduls können zwischen Produktions- und Endarchiven differenzieren und sind in der Lage, unterschiedliche politische Positionen zur Erhaltung des AV-Kulturgutes einzuordnen. Sie beherrschen die Selektionskriterien für die Einstufung der Archivwürdigkeit und können die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen analysieren und einordnen sowie Modelle zur Realisierung eines freien Zugangs entwickeln.
Niveaustufe / Level	Spezialisierung (specialized level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	XML und Anwendungen, Semantic Web, Semantik I, Semantik II
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Michael Crone, Produktion ist nicht alles - auch die Sicherung des AV-Kulturerbes ist unsere Aufgabe, Vortragsmanuskript VFM 2011; • VDA (Hrsg), Lebendige Erinnerungskultur für die Zukunft Tagungsdokumentation des 17. Deutschen Archivtags 2007), Fulda: Selbstverlag des VDA 2008; • H. Neuroth u.a. (Hrsg), nestor Handbuch. Eine kleine Enzyklopädie der digitalen Langzeitarchivierung, Version 2.0; Boizenburg: vwh 2009 • http://www.theseus-programm.de/anwendungsszenarien/contentus/default.aspx • http://aksw.org/Events/2011/LeipzigerSemanticWebDay/Programm?v=hru (Kerntag, Nachmittag) • http://www.kulturerbe-digital.de/de/projekte/9_38_393836.php • http://www.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=22293 • http://www.langzeitarchivierung.de/publikationen/index.htm • http://www.europeana.eu/portal/aboutus.html
-------------------------	---

Modul 7306: Medienproduktions- und Publishing Systeme

Modul-bezeichnung	Medienproduktions- und Publishing Systeme
Belegnummer	7306
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Hybride/cross-mediale Publishing-Systeme • Produktions- und Playoutsysteme für lineare Medien und bildliche Information
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen des Moduls können Systemstrukturen und Kerngeschäftsprozesse in der Medienproduktion und im Publishing/Playout erläutern, in Teilen ausführen und systemisch gestalten. Darüber hinaus kennen sie die für die Erschießung relevanten Merkmale der Medienproduktion und –gestaltung und können diese dokumentarisch anwenden.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik, Anwendungsentwicklung, Webskripting, Relationale Datenbanken, Linked Data, Information Retrieval, Programmierwerkstatt, Vertiefende und aktuelle IR-Themen, XML und Anwendungen, Semantic Web
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	State-of-the-Art des Content Management im deutschsprachigen Raum: http://iris.ebs.edu/accessdb/WWW/iris_pub_web.nsf/wwwPublAuthorSingleEng/7505AAEE410057

Modul 7307: Redaktionelle Produktion mit Dokumentationsbeständen für lineare Medien

Modulbezeichnung	Redaktionelle Produktion mit Dokumentationsbeständen für lineare Medien
Belegnummer	7307
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob, Prof. Dr. Michael Crone
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	-
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die thematische Konkretisierung findet im jeweiligen Semester statt.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Ziel ist die Befähigung der Absolventen des Moduls zur Lösung anspruchsvoller Projektaufgaben in der Mediendokumentation und redaktionell-journalistischen Informationsvermittlung (Produktion) in Radio und Fernsehen. Konkretisierungsbeispiele: <ul style="list-style-type: none"> • Hintergrundinformationsmagazin (Radiosendung) zur (Thema) • Fernsehdokumentation zu (Thema)
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Produktions- und Publishing Systeme, Informationsmanagement I, Spezielles Information Broking, (Kontextdokumentation für bildliche und lineare Informationsobjekte), Journalistisch-redaktionelle Recherche und Themenfindung
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modul 7308: Recherche und Themenfindung für lineare Medien

Modul-bezeichnung	Recherche und Themenfindung für lineare Medien
Belegnummer	7308
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • journalistische Themenfindung - INA, nr, investigative Recherche • journalistische Recherche und Methoden • validierende und ausstattende Recherche, Hintergrundberichterstattung • Rechercheprozesse und -methoden für den Hörfunk • Rechercheprozesse und -methoden für das Fernsehen • Recherchesysteme für Sender - SPHINX, PHARAO, Adamo, Fesad, etc
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen des Moduls beherrschen alle essentiellen Instrumente* und den vollständigen Rechercheprozess im Kontext redaktioneller Informationsbedarfe und –beschaffungsaufträge, speziell im Hörfunk und Fernsehen. Sie können über medienspezifischen Information Broking Aufgaben hinaus im journalistischen Umfeld zudem eigenständige investigative Recherchen, bzw. Themenfindung betreiben und beherrschen alle dazu notwendigen Instrumente und Methoden.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Information Retrieval, Suche; Information Broking
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur

- <http://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/radiobox/recherche.php>
- <http://www.netzwerk-mediatheken.de/html/partner/profile/hr.html>
- http://www.bertz-fischer.de/index.php?cPath=1_37 (Bibliografie)
- <http://www.nachrichtenaufklaerung.de/>
- <http://www.netzwerkecherche.de/Publikationen/> (Bibliografie)

Modul 7309: Spezielle Informationsvermittlung und –strategie

Modul-bezeichnung	Spezielle Informationsvermittlung und –strategie
Belegnummer	7309
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob;
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und ggf. Workshopergebnispräsentation
Sprache	Deutsch deutsch
Inhalt	Die thematische Konkretisierung findet im jeweiligen Semester statt.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Ziel ist die Befähigung der Absolventen des Moduls zur Beherrschung von Problemfindungs- und Analysestrategien, der Gestaltung und Umsetzung von Lösungskonzepten in besonderen Bereichen medialer Kommunikation, Beispielsweise Corporate Communications, Bildungsfernsehen u.vglb.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	1. Corporate Communications Visuelle Informationsvermittlung, Seminar (2 SWS) ; 25 Teilnehmer 2. Dokumentarfotografie, Seminar (2 SWS)
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Statistik, Information Broking, Informations- und medienwissenschaftliche Grundlagen
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Unit: **Corporate Communications** Visuelle Informationsvermittlung

Titel der Lehrveranstaltung	Corporate Communications <u>Corporate Communications</u> <u>Visuelle Informationsvermittlung</u>
Belegnummer	73091
gehört zu Modul	7309 Spezielle Informationsvermittlung und –strategie
Dozent(in)	Jürgen Pitzer <u>Prof. Geribert Jakob</u>
Prüfungsart	Seminararbeit, Präsentation
Sprache	deutsch
Inhalt	<p><u>Ziel des Projekts ist die (weitere) Entwicklung eines Wiki-basierten Style Guides und Handbuchs für statische Informationsgrafiken sowie die konkrete Umsetzung anhand einiger journalistisch relevanter Tatbestände</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmenskommunikation <u>Infografik und Datenjournalismus</u> • Instrumente <u>Lernpsychologische und –physiologische Grundlagen</u> • Pressemitteilung <u>Einsatzbereiche und Zwecke</u> • Pressekonferenz <u>Datenquellen für Infografik</u> • Informantenpflege <u>Grundformen der Infografik</u> • Terminkalender <u>Gestaltungselemente der Infografik</u> • Messen und Ausstellungen <u>Einfache Komposita</u> • Interessen <u>Komplexe Infografik</u> • Wirkung der Maßnahmen Verfahren und Standardgeschäftsprozesse Ursachen Relationship Types und Standardmaßnahmen Krisen Strukturveränderungen Marktentwicklung Innovationen <u>Gestaltungsregeln</u> <p>Stake Holder (intern/extern)-</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Absolventen dieses Kurses kennen alle am Unternehmenskommunikationsprozess beteiligten generischen Gruppen und <u>Absolventen dieses Moduls können die grundlegenden Interessenslagen, Instrumente, Abläufe und Wirkungseffizienz von CC-Maßnahmen im Innen- und Außenverhältnis erläutern sowie einfache PR-Mitteilungen im Rahmen einer überschaubaren PR-Maßnahme verfassen</u> <u>Ergebnisse von Rechercheaufträgen in der Prozessphase Informationsvermittlung eigenständig und unter Anwendung von Erkenntnissen der Lernpsychologie und -physiologie sowie darauf beruhenden Gestaltungsrichtlinien verdichtende und weitgehend publikationsreife Visualisierungen statt reinen Rohmaterials liefern.</u></p>
Lehrform / SWS	Seminar (2 SWS), 25 Teilnehmer
Arbeitsaufwand / Workload	64 Stunden

Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungszeit inkl. Vorbereitung	16 Stunden
Anteil Selbststudium	16 Stunden
Literatur	
Hinweise	Teil des Moduls " 7309 <u>7312</u> Spezielle Informationsvermittlung und -strategie <u>-strategie</u> ". Dieses Modul kann nur als Ganzes belegt werden.

Unit: Dokumentarfotografie

Titel der Lehrveranstaltung	Dokumentarfotografie (Documentary Photography)
Belegnummer	73092
gehört zu Modul	7309 Spezielle Informationsvermittlung und –strategie
Dozent(in)	Martin Oeser
Prüfungsart	"Mappe", Textbeiträge, Präsentation
Sprache	deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Technische Grundlagen der Fotografie • Grundlagen der Bildgestaltung, hier im Besonderen der goldene Schnitt • Dokumentarfotografie und Fotojournalismus im Wandel der Zeit • Persönlichkeiten der Dokumentar- und Reportagefotografie • Historischer Abriss von der Ur-Leica zur digitalen Fotografie • Probleme der digitalen Datensicherung und Datenmigration • Digitale Bildbearbeitung • Diskurs über Ethik und Selbstverständnis in der Dokumentarfotografie und im modernen Fotojournalismus • Wahrnehmungsphänomene und psychologische Aspekte in der Fotografie • Erstellung einer Fotodokumentation über ein frei zu wählendes Thema
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Absolventen dieses Kurses kennen die technischen, formalen und handwerklichen Besonderheiten der Dokumentarfotografie und können dieses durch eigene Fotografie vertieftes Wissen im informationswissenschaftlichen Kontext von Fotos (Erschließung und relevante Metadaten, Archivierungswertschätzung, Recherche) professionell anwenden.
Lehrform / SWS	Seminar (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	64 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungszeit inkl. Vorbereitung	16 Stunden
Anteil Selbststudium	16 Stunden
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Feininger, Andreas: Die Hohe Schule der Fotografie (22. Aufl.; 2005 oder neuer), München: Heyne (TB) • siehe aktuelle Kursbeschreibung auf dem eLearning-Portal Moodle der h_da
Hinweise	Teil des Moduls " 7309-7312 Spezielle Informationsvermittlung und –strategie". Dieses Modul kann nur als Ganzes belegt werden.

Modul 7310: Methoden der Technischen Dokumentation

Modulbezeichnung	Methoden der Technischen Dokumentation (Technical Documentation)
Belegnummer	7310
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dozent(in)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Präsentationen und Berichte
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Technische Dokumentation ist ein Arbeitsfeld für Informationswissenschaftler. Im Rahmen der Vorlesung lernen die Studierenden Anforderungen an unterschiedliche Textsorten kennen und sammeln praktische Erfahrung in der Ausarbeitung von Redaktionsleitfäden und Erstellung technisch orientierter Textsorten.</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Kontrollierte Sprache • Korrektheit • Verständlichkeit • Konsistenz • Übersetzbarkeit • Sprachtechnologie zur Prüfung von Stil, Grammatik, Rechtschreibung und Terminologie (Controlled Language Checker) • Mehrsprachige Technische Dokumentation • Terminologiemanagement • Informationsmodellierung • Leichte Sprache
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden können Dokumente erstellen, die den Vorgaben von Konsistenz, Korrektheit, Verständlichkeit und Übersetzbarkeit genügen. Sie kennen die Methoden der technischen Redaktion und können sie anwenden.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	

Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Semantik I und II
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Drewer, P., & Ziegler, W. (2011). Technische Dokumentation: Eine Einführung in die übersetzungsgerechte Texterstellung und in das Content-Management. Vogel-Buchverl. Weitere Literatur wird im Moodle-Kurs angeboten.

Modul 7311: Mediendokumentation

Modulbezeichnung	Mediendokumentation
Belegnummer	7311
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert E. Jakob, Prof. Dr. Micheal Crone
Dozent(in)	Prof. Dr. Micheal Crone, Prof. Geribert E. Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit und/oder Präsentation
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Im Rahmen der Wiki-basierten Seminararbeiten sollen zum einen die u.a. Facetten der Mediendokumentation erarbeitet werden und zum anderen ein kuratorisches Konzept für die Neugestaltung der Ausstellung der im Hause befindlichen Technologiesammlung von Prof. Söll (Glaskästen in den Gängen)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienrelevante Informationsobjekte • Finden und Auswahl medienrelevanter Informationsobjekte (mit dokumentarischer Bedeutung) • Bestimmung dokumentarischer Relevanz (Faktoren, Prozeduren) • Erschließung medienrelevanter Informationsobjekte • Kontextdokumentation medienrelevanter Informationsobjekte • Umgang mit AV-Kulturgut (auch im internationalen Vergleich) • Open Data/ OpenArchive (zugang zu Archiven) • Kuratieren • Ausstellungskonzepte
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen dieses Moduls können die grundlegenden Fakten und Mechanismen in der Mediendokumentation und für Ausstellungskonzepte erläutern und in definierten Umgebungen eigenständig anwenden
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	

Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Glauert, Mario; Walberg, Hartwig, Archivmanagement in der Praxis, Potsdam: Brandenburgisches Landeshauptarchiv 2011 • VdA (Hrsg), Lebendige Erinnerungskultur für die Zukunft. 77. Deutscher Archivtag 2007, Fulda: VdA 2008 <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben</p>

Modul 7313: Corporate Communications

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Corporate Communications</u> <u>(Corporate Communications)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7313</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Geribert Jakob</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Jürgen Pitzer</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>5 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Seminararbeit, Präsentation</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>
<u>Inhalt</u>	<ul style="list-style-type: none">• <u>Corporate Communications: Begriffe, spezifische Zielsetzungen sowie Gemeinsamkeiten und Abgrenzungen zu anderen Formen der Unternehmenskommunikation</u>• <u>Moderne Aufgabenstellung: Eine kleine Entwicklungsgeschichte mit Hintergrund</u>• <u>Von den Zielgruppen zu Stakeholder: Ziele, Mittel und Methoden</u>• <u>Gesellschaftliche, ökonomische und mediale sowie technische Rahmenbedingungen für die CC</u>• <u>Medienarbeit: Grundlagen, Voraussetzungen und Durchführungsmuster</u>• <u>Konzeption, Planung und Durchführung von PR- bzw. Presseaktivitäten an ausgewählten Beispielen</u>• <u>Der besondere Stellenwert der Mitarbeiterkommunikation</u>• <u>Trends und Zukunftsaussichten: Wer macht was</u>

<u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u>	Die Absolventen kennen alle wichtigen am CC-Prozess beteiligten Gruppen. Sie kennen die erforderlichen grundlegenden Interessen, Ziele und Methoden sowie Wirkungszusammenhänge, um CC-Massnahmen für ausgewählte Aufgabenstellungen zu konzipieren, ihre Effizienz und Effektivität zu beurteilen und Standard-Budgets zu vergeben.
<u>Niveaustufe / Level</u>	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
<u>Lehrform / SWS</u>	Seminar (4 SWS)
<u>Arbeitsaufwand / Workload</u>	128 Stunden
<u>Units (Einheiten)</u>	
<u>Notwendige Voraussetzungen</u>	
<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	
<u>Häufigkeit des Angebots</u>	
<u>Anerkannte Module</u>	Siehe § 19 ABPO
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	

Modul 7350: Recherche und Themenfindung für lineare Medien

Modul-bezeichnung	Recherche und Themenfindung für lineare Medien
Belegnummer	7350
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	folgt Projektbericht und Präsentationen (mehrere)
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>folgt-</p> <ul style="list-style-type: none"> • journalistische Themenfindung - INA, nr. investigative Recherche • journalistische Recherche und Methoden • validierende und ausstattende Recherche, Hintergrundberichterstattung • Rechercheprozesse und -methoden für den Hörfunk • Rechercheprozesse und -methoden für das Fernsehen • Recherchesysteme für Sender - SPHINX, PHARAO, Adamo, Fesad, etc.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>folgt Absolventen des Moduls beherrschen alle essentiellen Instrumente und den vollständigen Rechercheprozess im Kontext redaktioneller Informationsbedarfe und -beschaffungsaufträge, speziell im Hörfunk und Fernsehen. Sie können über medienspezifischen Information Broking Aufgaben hinaus im journalistischen Umfeld zudem eigenständige investigative Recherchen, bzw. Themenfindung betreiben und beherrschen alle dazu notwendigen Instrumente und Methoden. Sie sind qualifiziert in der Lage, Schnittlisten aus Archivmaterial und systematisch zusammengestellte Hintergrundinformationen an Redaktionen zu definierten Themen zu liefern.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	

Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	

Modul 7351: Mediendatenbanken

Modul-bezeichnung	Mediendatenbanken
Belegnummer	7351
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert E. Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert E. Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektdokumentation und Präsentation
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Ziel des Projekts ist der Bau eines Datenbankarchivs für Text, Bild, Wort, Musik, Video/Film mit dem Verwendungszusammenhänge dokumentiert werden können und das als Basissystem in transmedialen Redaktionen einsetzbar ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienobjekthierarchie • Semantisches, physisches Daten-/Objektmodell in ER-Notation, physisches Datenbankmodell • Relationale vs. OO/XML-Implementierung • Client/Server Architektur für webbasierte Datenbankanwendungen • Dynamisch gebundenes embedded SQL für das Retrieval • Dynamische Webseitengenerierung mit CSS • ...
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen dieses Moduls können einfache Ontologien für medial relevante (komplexe) Informationsobjekte bauen und sie in einem Datenbanksystem implementieren sowie auf Metadatenstandards (i.W. mpeg7) beruhende Erschließungstatbestände ergänzen, und darauf aufbauende Retrievalstrategien interfacetechnisch realisieren.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Vollständig bestandene Informatikmodule (incl. Programmierwerkstatt) der ersten drei Semester
Häufigkeit des Angebots	

Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Realisierungsplattform: XAMPP.
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Modul 7352: Visuelle Informationsvermittlung

Modul-bezeichnung	Visuelle Informationsvermittlung
Belegnummer	7352
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert E. Jakob
Dozent(in)	Prof. Geribert E. Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektdokumentation und Präsentation
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Ziel des Projekts ist die (weitere) Entwicklung eines Wiki-basierten Style Guides und Handbuchs für statische Informationsgrafiken sowie die konkrete Umsetzung anhand einiger journalistisch relevanter Tatbestände</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infografik und Datenjournalismus • Lernpsychologische und –physiologische Grundlagen • Einsatzbereiche und Zwecke • Datenquellen für Infografik • Grundformen der Infografik • Gestaltungselemente der Infografik • Einfache Komposita • Komplexe Infografik • Gestaltungsregeln
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen dieses Moduls können Ergebnisse von Rechercheaufträgen in der Prozessphase Informationsvermittlung eigenständig und unter Anwendung von Erkenntnissen der Lernpsychologie und –physiologie sowie darauf beruhenden Gestaltungsrichtlinien verdichtende und weitgehend publikationsreife Visualisierungen statt reinen Rohmaterials liefern.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	

Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Modul 7353: Projektgesteuerte Managementtechniken

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Projektgesteuerte Managementtechniken</u> <u>(Project driven management techniques)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7353</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Astrid Pieper</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Astrid Pieper</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>10 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Präsentation</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>

<p><u>Inhalt</u></p>	<p>Der Managementregelkreis mit Ursprung in der Kybernetik, dient in der Projekt-LV als Orientierungshilfe und Anschauungsmodell für lebende, mechanische und soziale Systeme mit ihren identischen Mustern und kreisförmiger Abläufe (u.a. auch dreidimensional).</p> <p>Wir betrachten den Begriff des Managements in funktionaler (Abfolge von Funktionen) oder/und in institutionaler (eine Organisation führen) Hinsicht.</p> <p>Die Projekt-LV widmet sich nicht nur den klassischen Management-Techniken und übergibt praxisnahe Fälle, sondern sammelt, betrachtet und beurteilt ebenso Kritik und Mythen des Begriffs und der Person des Managers/in:</p> <ol style="list-style-type: none"> <u>1. Zielorientierte Managementtechniken</u> <u>2. Planungsunterstützende Managementtechniken</u> <u>3. Realisationsunterstützende Managementtechniken</u> <u>4. Grundsätze erfolgreichen Managements</u> <u>5. Werkzeuge erfolgreichen Führens</u> <u>6. Funktionsintegrierende Managementtechniken</u> <u>7. Qualitätsorientierte Managementtechniken</u> <u>8. Strategische Managementmethoden</u>
<p><u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u></p>	<p><u>Ziel der Veranstaltung:</u></p> <p>In dieser Projekt-LV sollen über kurze theoretische Inputsequenzen, gepaart mit praktischen Übungen grundlegende Kenntnisse zum Thema Management (funktional und institutional) vermittelt werden. Anhand verschiedener Unternehmensbereiche wie z.B. Einkauf, Produktion, Rechnungswesen, Vertrieb, Logistik, oder Verwaltung, etc. werden klassische Managementmethoden querschnittsorientiert vermittelt.</p> <p>Theoriebegleitend werden praxisnahe projektgesteuerte Situationsaufgaben und Fallsimulationen übergeben, anhand derer verschiedene Managementtechniken und -methoden erarbeitet, geübt und als Prüfungsleistung präsentiert werden.</p> <p>Diese Projekt-LV widmet sich nicht nur den klassischen Management-Techniken sondern sammelt, betrachtet und beurteilt ebenso Kritik und Mythen des Begriffs Management und der Person des Managers/in.</p>
<p><u>Niveaustufe / Level</u></p>	<p>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</p>
<p><u>Lehrform / SWS</u></p>	<p>Projekt (4SWS)</p>
<p><u>Arbeitsaufwand / Workload</u></p>	<p>256 Stunden</p>
<p><u>Units (Einheiten)</u></p>	
<p><u>Notwendige Voraussetzungen</u></p>	

<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	<u>Neugierde</u>
<u>Häufigkeit des Angebots</u>	<u>1mal wöchentlich mit 4 SWS</u>
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	<u>Flipchart, Pinnwand, Beamer, Rechner</u>
<u>Literatur</u>	<u>wird in der LV bekanntgegeben</u>

Themenbereich: Online Marketing

Modul 7401: Selected Topics in Online Marketing

Modulbezeichnung	Selected Topics in Online Marketing
Belegnummer	7401
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
Sprache	Deutsch
Inhalt	Studierende werden mit ausgewählten, aktuellen Themen aus dem Bereich des Online and Social Media Marketing bzw. Performance Marketing konfrontiert, die es im Rahmen der Projektarbeit und in Kooperation mit Unternehmen praxisnah aufzubereiten gilt.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Eigenständige, praxisbezogene Lösung ausgewählter Problem- und Aufgabenstellungen des Online- bzw. Performance Marketing mithilfe methodisch-technisch ausgereifter Instrumente. Professionelles Zeit- und Projektmanagement erlernen und ebenso zeitnah und zielgruppengerecht präsentieren und dokumentieren können. Bau und Implementierung von elektronischen Plattformlösungen zur Problemlösung. Qualifikation für das „Market Engineering“, das ein systematisches und theoretisch fundiertes Vorgehen zur Analyse, Gestaltung, Einführung, Qualitätssicherung und Weiterentwicklung elektronischer Märkte sowie ihrer rechtlichen Rahmenbedingungen auf Basis einer integrierten Sicht von Mikrostruktur, Infrastruktur, Businessstruktur beinhaltet.</p> <p>Im Fokus stehen dabei folgende Grundsatzfragen, Analysen und Evaluationen von:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mikrostrukturen: „Wer, was, wann und mit wem“ tauschen sich die Teilnehmer auf dem elektronischen Markt aus. Infrastruktur: Palette der analogen und digitalen Informations- u. Kommunikationstechnologien, die dafür zur Verfügung stehen (werden). • Businessstruktur: Ermittlung der Zulassungs- u. Teilnahme-Transaktionskosten: Gebühren, Provisionen, Umsatzbeteiligungen, Vergütungen, Abos. • Mess- und Zielgrößen: Reichweite, Erreichbarkeit, Zugangsregelung, Skalierbarkeit, Verteilungsmuster, Security, Akzeptanz und Vertrauen
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)

Arbeitsaufwand / Workload	256 h, davon außerfachlich: 32
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Ab 3.Semester.
Empfohlene Voraussetzungen	„Anwendungsentwicklung“, „Programmierwerkstatt“, „Information Retrieval“, „Relationale Datenbanken“, „Webskripting“, „Grundlagen der Informatik“, „Seminar Information Broking“, „Informationscontrolling“ Interesse am Online-Marketing und grundlegende (Web-) Programmierkenntnisse (HTML, XHTML, PHP, SQL) wären gut.
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Brown, Bruce: The Complete Guide to Affiliate Marketing on the Web: How to Use and Profit from Affiliate Marketing Programs; Atlantic Pub Co, Ocala 2009 • Rizek, David: Affiliate Marketing Management: Best Practice versus Theorie; Pro Business, Berlin 2010 • Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate- und E-Mail-Marketing, Keyword-Advertising, Online-Werbung, Suchmaschinen-Optimierung; 2.Aufl., Gabler, Wiesbaden 2009 • Weiss, Sandra: Affiliate Marketing: Grundlagen, Konzepte und Entwicklungsmöglichkeiten; VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken, 2010 • Fischer, Mario: Website Boosting 2.0: Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Online-Marketing; 2.Aufl., mitp, Frechen 2008

Modul 7402: Social Media Marketing

Modul-bezeichnung	Social Media Marketing
Belegnummer	7402
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Es geht zunächst um die Vermittlung von grundlegenden Zielgrößen des neuzeitlichen „social networking“ mittels Web 2.0- bzw. zukünftigen Web 3.0-Plattformen. Dabei soll eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Zielvorstellungen, Wahrnehmungen und Definitionen des social-web-Gedankens vorgenommen werden. Danach stellt sich die Frage, wie diese interaktiven Kommunikationsplattformen aus Unternehmenssicht intelligent, einfühlsam, zielführend und vertriebsorientiert genutzt werden (können). Dies geschieht nicht nur aus Sicht von einschlägig in der Praxis tätigen Social Media ManagerInnen, sondern auch aus Sicht des onsite- und offsite multi-channel- bzw. Marketing-Mix-Ansatzes im unternehmerischen Kontext. Wie erfolgreich ist das eingeleitete social media marketing? Dazu sollen die speziellen Tracking-Messaktivitäten behandelt werden und die wichtigsten Key Performance Indikatoren betrachtet werden. Die Aspekte und Methodik der professionellen social media-Kampagnensteuerung sind weitere Inhaltsschwerpunkte. Zudem sind die mit dem social media marketing verbundenen ökonomischen Bewertungsfragen zu klären. Dazu zählen Aspekte und Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen des Web Controlling bzw. der Web-Analysis, wie sie bei Effizienz- bzw. Kosten-Erlös-Evaluationen im Online-Marketing gängig sind für die Erfolgsmessung bzw. Analyse von Optimierungspotenzialen. Hierbei sind auch Fragen der finanzwirtschaftlichen (cash-flow-)Bewertung von Web 2.0-Plattformen samt Unternehmensbewertung zu behandeln. Wie bei jeder marketingwissenschaftlichen Problemstellung schließt dies auch die Schätzung des „customer lifetime value“, also eine Art Deckungsbeitragsrechnung von social media advertising ein. Wissenschaftliche Messmethodenfragen aus Sicht der social network analysis und die einführende Auseinandersetzung mit Fragen der (statistischen) Datenerhebung und –auswertung im Rahmen der Wirtschaftlichkeits- und Nutzerverhaltensanalysen runden die Thematik ab.</p> <p>Schwerpunkte: Introduction Social Media; Social Media Marketing & Corporate Marketing ; Social Media Tracking & KPIs; Social media & events / campaigns; Social media and Management Accounting ; Social media and web analysis; Social media and experimental research methods; Social media and network analysis</p>

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden können social media-Zielsetzungen, Rahmenbedingungen, Anforderungsprofile und organisatorisch-redaktionelle sowie kommunikationstechnische Erfordernisse formulieren und modellieren. Sie können Social-media-Kommunikationsstrategien entwickeln, organisieren und operativ umsetzen sowie Erfolgs- und Effizienzmessungen bzw. Stärke-Schwäche-Analysen und Tracking-Analysen durchführen. Insbesondere die Befähigung zur Einsatzplanung von social-media-Instrumenten im internen und externen Unternehmenskontext sowie als Online-Marketing-Instrumentarium im Rahmen des Marketing mix (z.B. per Facebook Advertising, XING, Twitter etc.), des Branding-Management, des Kampagnenmanagement und der Eventplanung wird anwendungsorientiert vermittelt und trainiert. Studierende beherrschen zudem das quantitativ-analytische Rüstzeug der social network analysis, um gezielt Nutzer- und Promotorengewinnungsprozesse zu steuern, linkbuilding über seeding im Rahmen des viralen Online-Marketing zu unterstützen und social media-Geschäftsaktivitäten zu monetarisieren sowie die damit verbundenen finanzwirtschaftlichen Bewertungen und Wirtschaftlichkeits- und Nutzeranalysen vorzunehmen.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	V+Ü(4 SWS); 40 in V, 20 in Übung
Arbeitsaufwand / Workload	128 h, davon außerfachlich: 16
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Ab 3.Semester.
Empfohlene Voraussetzungen	„Anwendungsentwicklung“, „Programmierwerkstatt“, „Information Retrieval“, „Relationale Datenbanken“, „Webskripting“, „Grundlagen der Informatik“, „Information Controlling“, „Statistik“, „Semantik II“
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Grabs, Anne; Bannour, Karin-Patrick: Social Media Marketing: Strategie-Maßnahmen für Facebook, Twitter, XING und Co.; Galileo Computing; Bonn 2011 • Hettler, Uwe: Social Media Marketing: Marketing mit Blogs, Sozialen Netzwerken und weiteren Anwendungen des Web 2.0; Oldenbourg, München 2010 • Safko, Lon; Brake, David: The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success; John Wiley & Sons; Hoboken 2009 • Weinberg, Tamar; Lange, Corina: Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co.; O'Reilly; Beijing, Cambridge et al. 2010 • Zarrella, Dan: The Social Media Marketing Book; O'Reilly; Beijing, Cambridge et al. 2009

Modul 7403: Suchmaschinenmarketing (search engine advertising SEA)

Modul-bezeichnung	Suchmaschinenmarketing (search engine advertising SEA)
Belegnummer	7403
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Es geht dabei grundsätzlich um die mit dem ökonomischen Begriff verbundene „Leistungsfähigkeit“ (=Performance) von Online-Marketingmaßnahmen bzw. –Kampagnen im Sinne von Direkt-Marketing mit interaktiven Medien, deren zeitnahe, umfassende Messbarkeit (Zielgruppenreaktion, Transaktionen, Registrierung, Kauf durch Nutzer/Conversionrate), der Analyse von Online-Werbekampagnen samt Budgetierung, der effizienzorientierten Optimierung von Online-Advertising durch Änderungen von bestimmten Parametern (Textgestaltung, Werbemittelvariation, Click-Preis-Gestaltung) und Integration in konventionelle Marketing-Mix-Kampagnen unter Zuhilfenahme von SEO/SEM-Methoden, Affiliate-Marketing-Instrumenten, E-mail-Marketing, Display-Marketing und Vernetzung mit anderen Online-Marketingaktivitäten.</p> <p>Schwerpunkte: Einführung Suchmaschinenmarketing als Teil des Online-Marketing; Grundlagen, Erfolgsdeterminanten und Instrumente des Performance Marketing; Methodik der Kundenwertanalyse; Agenturmodelle/Selektionskriterien; Einführung Affiliate Marketing ; Einführung Google AdWords; Methoden der Traffic-Generierung; Landingpage-Gestaltung und –optimierung; Google AdWords Qualitätsfaktor, Anzeigenplatzierung; Budgetierungs- und Bid-Management; Keyword Generierung im Rahmen des Keyword-Advertising; Keywordoptimierung & Anzeigenoptimierung & Placementoptimierung; Anzeigentexte und –formate, Anzeigengruppenbildung; Arbeiten mit dem Google AdWords Konto; Arbeiten mit Affiliate-Marketingtools; Kampagnenoptimierung (Best-Practise-Kampagnen, Zielformulierung); Conversion Tracking; Google Content Netzwerk; Abrechnungsmodelle; Erfolgsmessung; Konkurrenz- und Wettbewerbsbeobachtung; Partnermanagement; Berichte (Monitoring, SEM-Reporting)</p> <p>Projekthalte (in Kooperation mit Firmen): Erstellung eines Projektplans für die Umsetzung; Bewerbung dieser Landingpage mittels Keyword Advertising; Eigenständiges Aufsetzen einer SEM Kampagne (Keywords, Anzeigentexte, Kampagnenstruktur) und Anpassung bzw. Erweiterung in Abhängigkeit der erzielten Ergebnisse; Optimierung der Landingpage; Tracking der erzielten Ergebnisse über Affiliate-Anbieter.</p>

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden können Suchmaschinenmarketingziele, die dazu gehörigen technischen und organisatorischen Rahmenbedingungen und Anforderungsprofile sowie die organisatorisch-redaktionellen sowie kommunikationstechnischen Erfordernisse formulieren und modellieren. Sie können die Rolle des search engine marketing im Marketing-Mix richtig einordnen und abstimmen, die adäquaten Zielgruppen bestimmen und analysieren, nutzer- bzw. kundenbindende und kundengewinnende Strategien und (Gegen-)Maßnahmen eines zielführenden Kampagnenmanagements formulieren, Ist-Soll-Abweichungsanalysen vollziehen und die Ad-Kontenführung und Abrechnungsmodelle beherrschen sowie Geschäftsmodelle unterschiedlicher Art kontextgerecht einsetzen. Zudem sind sie in der Lage, Landingpageoptimierungen mithilfe entsprechender (multivariater) Testverfahren durchzuführen, mit Affiliateanbietern sachgerecht umzugehen, das Partnermanagement zu analysieren und das zeitnahe Reporting zu organisieren und operativ umsetzen sowie Erfolgs- und Effizienzmessungen bzw. Stärke-Schwäche-Analysen und Tracking-Analysen durchführen. Insbesondere die Befähigung zur Einsatzplanung von. Die Studierenden kennen sich in der Anwendung der Methodik der Handhabung von AdSense for Search und AdSense for content sowie der Budgetierung, der Anzeigenformatierung und –formulierung, des (Google-)Adwords Conversion Tracking, der Retention sowie der damit verbundenen Auswertungsanalytik aus.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS); Projektgröße: 16 Studierende
Arbeitsaufwand / Workload	256 h, davon außerfachlich: 32
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Ab 3.Semester.
Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Online-Marketing und grundlegende (Web-) Programmierungskennnisse (HTLM, XHTML, PHP, SQL) wären gut.
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Lee, Kevin: Search Engine Advertising: Buying Your Way to the Top to Increase Sales (Voices That Matter), 2.Aufl., New Riders Publ., Indianapolis 2009 • Beck, Alexander: Google AdWords, 2.Aufl., mitp-Verlag, Frechen 2009 • Schwarz, Torsten (Hrsg.): Leitfaden Online-Marketing. 2.Auflage 2008. • Suchmaschinen-Marketing: Konzepte, Umsetzung und Controlling für SEO und SEM, Spring, Berlin, 2. Auflage Oktober 2008 • Zebisch, Sabrina: GoogleAdwords, Business Village, Göttingen 2010 • Google Advertising A-Z, Editors of BottleTree Books LLC, ISBN 0-9762541-5-83.

Modul 7404: Suchmaschinenoptimierung (search engine optimization SEO)

Modul-bezeichnung	Suchmaschinenoptimierung (search engine optimization SEO)
Belegnummer	7404
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Im theoretischem Teil des Projekt werden folgende Inhalte vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von SEO und Online Marketing im Marketingmix: • Keywordanalyse; Technisches SEO ; Informationsarchitektur ; Linkbuilding; Controlling und Forecast • Im praktischen Teil des Projekts sollen die studentischen Projektgruppenselbstständig Websites aufbauen und die theoretischen Lehrinhalte entsprechend anwenden. Auch hier geht es nicht darum Websites zu Kunstthemen aufzubauen. Vielmehr sollen Nischen identifiziert und mithilfe von SEO echte Nutzer gewonnen werden. Erste Aspekte einer späteren Vermarktung der Website im Sinne des Suchmaschinenmarketing (Affiliate Marketing) werden angesprochen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Studierende der Lehrveranstaltung Search Engine Optimization (SEO) werden befähigt, mithilfe marktgängiger Suchmaschinenanbieter, vor allem Google, diese als Instrument der Marktforschung zu nutzen, die damit verbundenen methodischen und inhaltlichen Erkenntnisse in die strategische Unternehmensplanung einfließen zu lassen sowie mit Instrumenten der Suchmaschinenoptimierung eigene Webangebote an die Erwartungen und Bedürfnisse der Nutzer antizipativ anzupassen. Dabei erlernen die Studierenden nicht nur operative Techniken der Trafficgenerierung, sondern formulieren nachhaltige Strategien und Lösungen, die es erlauben, dass die richtigen Kunden gefunden und konvertiert werden. Die Studierenden werden hierbei das gesamte Spektrum der grundlegenden Methodiken der Suchmaschinenoptimierung einzusetzen und an ganz konkreten Anwendungsfällen kritisch auf die Erfolgswirksamkeit zu prüfen lernen. Die Projektteilnehmer sollen nach der Einführung in der Lage sein, selbstständig die Methoden anzuwenden und kritisch zu beurteilen. Sie werden in der Lage sein, die eigenen Inhalte so zu optimieren, dass sie von Suchdiensten optimal indexiert werden können. Diese Maßnahmen werden durch eine zielführende Linkakquisition ergänzt, was ebenso zum Kompetenzvermittlungskanon der Lehrveranstaltung zählt. Auch erste Grundlagen zum Verständnis der Keywordwerbung sind zu legen, wobei es das (spätere) Ziel sein könnte - aufgrund von definierten Termen (Keywords) - Anzeigen, bestehend aus einem Link und einem Teaser, in den Ergebnisseiten der Suchmaschinen zu platzieren.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)

Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS); Projektgröße: 16 Studierende
Arbeitsaufwand / Workload	256 h, davon außerfachlich: 32
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Ab 3.Semester, Information Retrieval
Empfohlene Voraussetzungen	„Anwendungsentwicklung“, „Programmierwerkstatt“, „Information Retrieval“, „Relationale Datenbanken“, „Webskripting“, „Grundlagender Informatik“, „Seminar Information Broking“, „Information Controlling“, „Statistik“, „Semantik II“ Interesse am Online-Marketing und grundlegende (Web-) Programmierungskennnisse (HTML, XHTML, PHP, SQL) wären gut.
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinenoptimierung für Webentwickler. Galileo Computing 2005 • Lewandowski, Dirk (Hrsg.): Handbuch Internet-Suchmaschinen, Akademische Verlagsgesellschaft AKA GmbH, 2008 • Fischer, Mario: Website Boosting, 2.Aufl., Mitp-Verlag, 2008. Wirtz, Bernd W.: Handbuch Medien- und Multimediamanagement, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2003. Dannenberg, Marius; Barthel, Sascha: Effiziente Marktforschung – Market Research, Galileo Press, Bonn 2002. Google Advertising A-Z, Editors of BottleTree Books LLC, ISBN 0-9762541-5-8. Fachzeitschrift „Website Boosting“ & www.suchradar.de

Modul 7405: Web Analytics (Web Controlling)

Modul-bezeichnung	Web Analytics (Web Controlling)
Belegnummer	7405
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Behandelt werden sollen folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Notwendigkeiten und Grenzen der Web-Analytics ; Technische Rahmenbedingungen und Voraussetzungen der Web Traffic-Erfassung und –Auswertung; Web Analytics und Datenerhebung; • Web Analytics-Metriken und Key-Performance-Indikatoren; Web-Analytics-Reporting; Web-Analytics und Datenschutz
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden können nutzerrelevante Internetdaten erheben und erfassen, messen, aufbereiten und analysieren sowie zur Optimierung der Web(site)-Nutzung kontextbezogen interpretieren und daraus Handlungsempfehlungen und Strategien für das Online-Marketing, insb. die Suchmaschinenoptimierung, Kampagnensteuerung, das Linkbuilding, die Usability, die Display-Ads- und Newsletter-Planung, sowie das Affiliate-Management formulieren und umsetzen.</p> <p>Auf der Grundlage der Vermittlung eines ganzheitlichen Online-Marketing-Verständnisses und der technischen Auswertungserfordernisse sowie der Kennzahlensystematik der Web Analytics (Web-Controlling) können Studierende die Installation, Konfiguration und Anwendung von praxisrelevanten Web-Traffic-Mess- bzw. Web-Analytics-Instrumenten (samt Tracking-Code-Deployment) vollziehen, den Erfolg von Suchmaschinenmarketing-Kampagnen mittels entsprechender Tracking-Tools messen und analysieren sowie Gegenmaßnahmen zur Website-Optimierung empfehlen. Sie erlernen ebenso das Nutzer- bzw. Besucherverhalten durch u.a. deduktiv-experimentelle Vorgehensweisen besser zu verstehen und darauf zu reagieren. Auch die Beherrschung des methodischen Rüstzeugs, um Web Analyse-Reports zu erstellen und zielgerecht einzusetzen, Key Performance Indicators zu definieren, auszulegen und auch für Web 2.0-Erfordernisse vorzubereiten, Auswertungsdaten zu segmentieren und zu filtern sowie Profile einzurichten, sollen als Kompetenzen vermittelt werden. Insbesondere die kritisch-relativierende, kontextuelle Analysefähigkeit beim Einsatz multipler Metriken, bei der Datensammlung und –speicherung sowie –auswertung und Präsentation soll praxisnah erlernt werden.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	V+Ü(4 SWS); 40 in V, 20 in Übung

Arbeitsaufwand / Workload	128 h, davon außerfachlich: 16
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Ab 3.Semester.
Empfohlene Voraussetzungen	„Anwendungsentwicklung“, „Programmierwerkstatt“, „Information Retrieval“, „Relationale Datenbanken“, „Webskripting“, „Grundlagen der Informatik“, „Seminar Information Broking“, „Information Controlling“, „Statistik“, „Semantik II“
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Aden, Timo: Google Analytics, 2.Aufl., Carl Hanser Verlag, München 2010 • Clifton, Brian: Advanced Web Metrics mit Google Analytics. Praxis-Handbuch, mitp, Heidelberg et al. 2010 • Hassler, Marko: Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren, 2.Aufl., mitp, Heidelberg 2010 • Kaiser, Thomas: Google Analytics - Erfolgskontrolle für Webseiten, Franzis-Verlag, Poing 2010 • Kaushik, Avinash: Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, John Wiley & Sons, Hoboken 2009

Modul 7406: Online-Marketing Basics

Modulbezeichnung	Online-Marketing Basics (Online-Marketing Basics)
Belegnummer	7406
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Eva Rausch von Traubenberg (Deutsche Telekom AG, Products Innovation); Veronika Rieglerova (Deutsche Telekom AG, Products Innovation) David Richter
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Hierbei wird der Praxisteil erweitert und mehr Zeit dafür eingeräumt inklusive Unterstützung seitens der Dozenten. Außerdem wird eine schriftliche Dokumentation der theoretisch vermittelten und durchgeführten Analyse erwartet.
Sprache	deutsch
Inhalt	Dies umfasst die folgenden Online Marketing Disziplinen: <ul style="list-style-type: none">• Display Advertising• Email Marketing• Affiliate Marketing• Social Media Marketing• Search Engine Advertising• Search Engine Optimization• Web-Analyse• Conversion Rate Optimization

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>In der Vorlesung "Online Marketing Basics" wird ein erster Einblick in das Thema Online Marketing gegeben. So werden den Teilnehmern im Verlauf des Semesters grundlegende Definitionen und verschiedene Online Marketing Disziplinen sowie deren Anwendungsfelder, i.d.R. von externen Referenten und Fachexperten aus den jeweiligen Gebieten, vorgestellt.:</p> <p>Mit Vermittlung wichtiger Grundlagen und der Kenntnis erfolgsbeeinflussender Faktoren in verschiedenen Online Marketing Disziplinen werden weitere wichtige Teildisziplinen des Online Marketing vorgestellt sowie ein erster Bezug zur Informationswissenschaft hergestellt. Im Verlauf der Vorlesung gilt es als Prüfungsvorleistung zwei Online Marketing Disziplinen auszuwählen und eine eigens ausgesuchte Webseite hinsichtlich möglicher Optimierungspotentiale innerhalb der Online Marketing Aktivitäten zu untersuchen. Die Analyse, die Aufbereitung und die Vorstellung der Optimierungsempfehlungen im Plenum erfolgen in Gruppenarbeit.</p> <p>Im Anschluss werden Einblicke in die strategische Planung von Online Marketing Aktivitäten und in mögliche Synergieeffekte innerhalb verschiedener Online Marketing Disziplinen gegeben. Als Abschluss der Veranstaltung wird vom Dozenten ebenfalls eine Analyse einer Webseite sowie von Online Marketing Aktivitäten durchgeführt, um einen Eindruck von einer umfassenden Analysemethode zu vermitteln. Mit Teilnahme an der Veranstaltung Online Marketing werden erste Grundlagen im Bereich Online Marketing vermittelt, die für eine spätere Spezialisierung im Studium oder im Bereich Online Marketing sehr gut genutzt werden können.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar mit Vorlesungsteilen (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Modul 7407: Grundlagen des E-Commerce

Modul-bezeichnung	Grundlagen des E-Commerce (Basics in E-Commerce)
Belegnummer	7407
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	David Richter , Benjamin Romeis
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Ausarbeitung eines Business Plans inkl. Marketingkonzepte etc.
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung wird es Theorievermittlung im Rahmen von Vorlesungen geben sowie Aufgaben, die von Veranstaltung zu Veranstaltung gelöst werden sollten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktanalyse <ul style="list-style-type: none"> – Welche Online-Shops gibt es schon <u>Mitbewerber gibt es?</u> – Welche Produkte, Preise bieten sie an? – Welche Strategien verfolgen sie? – Welche Alleinstellungsmerkmale machen sie aus? – Ableitung und Definition von USPs • Online Marketing <ul style="list-style-type: none"> – Welche Möglichkeiten gibt es? – Vor- und <u>Vor-und</u> Nachteile div. Marketing Aktionen • <u>Prozesse</u> <ul style="list-style-type: none"> – <u>Welche Prozesse sind für den Erfolg notwendig und worauf ist diesbezüglich zu achten</u> • Softwareanalyse <ul style="list-style-type: none"> – Welche Shop-Systeme gibt es? – Vergleich der Shops bzw. Analyse bereits vorhandener Shop-Vergleiche Abwägung der Bewertungskriterien unter besonderer Betrachtung von SEO • <u>Usability / UX-Wirtschaft</u> <ul style="list-style-type: none"> – Business Plan <u>Welche Kosten gilt es zu betrachten?</u> – <u>Berechnung BEP</u> • <u>Business Plan</u> <ul style="list-style-type: none"> – <u>Erstellung eines Business Plans</u>

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Ziel der Bachelor-Lehrveranstaltung ist der Gewinn von Grundkenntnisse im E-Commerce. Dabei soll ein ganzheitlicher Blick auf den Prozess geworfen werden, der für Unternehmen notwendig wird wenn Sie den Weg gehen möchten das Internet als zusätzlichen Vertriebskanal zu nutzen.</p> <p>Es soll sensibilisiert werden für die Komplexität des Internet Markteintritts.</p> <p><u>Parallel zum Wissenstransfer, soll für eine fiktive Geschäftsidee ein Businessplan entworfen werden.</u></p> <p><u>Als Leistungsnachweis und als Grundlage für die Benotung wird sowohl die Abschlusspräsentation als auch die Ausarbeitung des Businessplans betrachtet.</u></p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Vermittlung in Lehrveranstaltung

Modul 7408: Online Business und Marketing Grundlagen

Modul-bezeichnung	Online Business und Marketing Grundlagen (Online Business and Marketing Basics)
Belegnummer	7408
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Sebastian Cario
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Strategiepapier inkl. Präsentation der Ergebnisse, regelmäßige Kurzpräsentationen
Sprache	deutsch
Inhalt	Die Studenten erhalten einen Einblick in die Welt der Online-Geschäftsmodelle. Sie erwerben genügend Wissen, um Geschäftsmodelle verstehen und bewerten zu können. Darüber hinaus werden Grundlagen in den wichtigsten Feldern des Online Marketing vermittelt, die benötigt werden, um ein Online Business professionell weiterzuentwickeln und bewerben zu können. Hierzu gehören die Bereiche Suchmaschinen-Marketing, Affiliate & Partner-Marketing, Display Advertising, Social Media Marketing und weitere.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Nach Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studenten selbstständig in der Lage, ein grundlegendes Online Marketing Konzept für ein beliebiges Online Geschäftsmodell zu entwickeln. Sie kennen die Gesetzmäßigkeiten des Marktes und haben durch die Strategiearbeit an einem Praxisbeispiel bereits Erfahrungen gesammelt.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Hohe online Affinität und Erfahrung in der professionellen Nutzung des Internets. Leistungsbereitschaft zur Erbringung eigener Lernanteile durch ausgeprägte Selbstmotivation.
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	Das Script bildet die Primärliteratur. Weitere Leseempfehlungen werden LV-begleitend bekanntgegeben.
------------------	--

Modul 7450: Methoden-Basics des angewandten Data- und Web-Mining

Modulbezeichnung	Methoden-Basics des angewandten Data- und Web-Mining (Methodological bases for applied data and web mining)
Belegnummer	7450
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs , Markus Fynmore (MSc.); <u>Joachim Pajonk (Dipl.-Ing.)</u>
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	<u>Prüfungsleistung:</u> Präsentation und schriftliche Dokumentation, Teilnahme am Vorlesungsteil
Sprache	deutsch

Inhalt

Die Arbeitswelt des Bachelor- und Masterabsolventen wird derartige Qualifikationen gerade im Bereich des „Information Science and Engineering“ vermehrt abverlangen. Praxis- und anwendungsorientiertes Projekt zum Themengebiet "Social Media Mining im Retail" mit konkreten Projektaufgabenstellungen aus den vielfältigen ökonomischen Einsatzfeldern:

Planung, Online & Social Media Marketing, Management Accounting, Competitive Intelligence, Finanzierung, Web Analytics

Projektschwerpunkte:

- Nicht zu letzt das „Engineering“, z.B. die Auseinandersetzung mit Fragen des Design und der Ausformung von elektronischen Märkten bzw. Plattformen im Sinne des Market Engineering, ein Bestandteil des „Business Information Engineering“, erfordert ein Verständnis des „Economist as Engineer“, d.h. jemand, der befähigt ist, elektronische Märkte „mit ingenieurwissenschaftlichen Ansätzen und Verfahren in Verbindung zu bringen“ und dabei explizit auch das (rationale und irrationale) Information Behavior und Decision Behavior der Marktteilnehmer berücksichtigt. Kennenlernen und Anwendung verschiedener statistischer Modelle (u.a.: Warenkorbanalysen, Clusteranalysen, Anomalie Modelle) auf Verkaufsdaten eines Unternehmens
- Modernes Web-Controlling im Sinne der immer wichtiger werdenden „Web Analytics“ – also zeitgemäße Nutzerverhaltensforschung, Click-stream-analysis, Tracking ist ohne Kenntnis von quantitativen Datenauswertungsmethoden und -tools nicht möglich, um z. B. die stichprobenartigen Nutzerprofile auf ihre „Signifikanz“ oder „Konfidenz“ zu überprüfen. Gleiches gilt auch für die „user experience“ (UX) und usability-Forschung im Rahmen der interdisziplinären Fachrichtung der „Informations-Architektur“. Wie wird hier methodisch einwandfrei „experimentiert“ und „getestet“? Berücksichtigung weiterer Einflussfaktoren wie regionale Unterschiede, Wetterdaten etc.
- Experimentieren, Simulationen durchführen, Testverfahren anwenden oder empirische Feldforschung betreiben – all dies muss auf ein methodisch sauberes und nachvollziehbares Fundament gestellt werden. So verlangt Identifikation von Trends und Mustern aus Social Media Beiträgen zu diesem Unternehmen
- Identifikation und Interpretation von Korrelationen zwischen statistischen und Social Media Ergebnissen
- Softwaregestützte Bildung von Classification models (Klassische Prognose über Einflussfaktoren); Association models (Assoziationsmodelle, z.B. das dem market engineering zugeordnete Planen und Kontrollieren von so genannten „Empfehlungssystemen“ (recommendation systems) , bestes Beispiel die fortlaufenden, personalisierten Empfehlung auf der Website von Amazon, das stichprobenartige Testen von derartigen Kaufempfehlungen auf Nutzerrelevanz und -akzeptanz, um die Such- und Entscheidungsprozesse für den Nutzer zu optimieren. Marktlogistik); Segmentation models (Clusteranalyse und Identifikation von Anomalien)

Im Rahmen des Online Marketing, hier zum Beispiel beider Anwendung von multivariaten Verfahren der Landingpage-Optimierung, der strategischen und operativen Unternehmensplanung, der Marktforschung, der Kosten- und Erlös- bzw. Budgetschätzung oder der Investitions- und Finanzrechnung bzw. Kapitalmarkt-Risikoanalyse sind Prognosen und deren Qualität das non-plus-ultra. Wie erhält man qualitativ gute und methodisch akzeptierte Vorhersagen? Die methodisch professionelle, mathematisch-statistisch akzeptierte Aufbereitung und „zielführende Gestaltung bzw. Interpretation“ der Ergebnisse sind auch Gegenstand des gesamten Anwendungsfeldes der Datenanalytik und der damit immer stärkeren Datenvermarktungswirtschaft, z. B. im Bereich der Sportdatenerhebungen, Medienanalysen, Geo-Daten, Facebook oder Google-Datenanalyse etc. Wissenschaftliche Messmethodenfragen aus Sicht der social media network analysis und die einführende Auseinandersetzung mit Fragen der (statistischen) Datenerhebung und -auswertung im Rahmen der Wirtschaftlichkeits- und Nutzerverhaltensanalysen runden die Thematik ab.

Eine der informationsökonomischen Aufgaben ist es, das richtige methodische, quantitative und qualitative Werkzeug einzusetzen, um die Unsicherheit über zukünftige Entwicklungen und Ereignisse informationswirtschaftlich besser abzuschätzen, die Risiken mit verbesserten Wahrscheinlichkeiten zu versehen und damit dem Entscheider eine bessere Informationsbasis zu geben.

Beschreibung/Gliederung:

Dazu müssen vor allem moderne quantitative und qualitative, mathematisch-statistische und nicht-mathematische Prognoseverfahren zum Einsatz kommen, die in diesem Wahlpflichtfachangebot behandelt und geübt bzw. vertieft werden sollen, mit anwendungsorientierten Projektfragestellungen aus den verschiedensten Wirtschaftsbereichen und betrieblichen Funktionsbereichen konfrontiert und unter einer kritischen Prüfung unterzogen werden. Gerade die entscheidungstheoretische Methodik und die Verwendung zeitgemäßer Analyse-, Prognose- und Schätzverfahren sowie Risikomanagement-Methoden stehen hierbei im Mittelpunkt. Social Media Plattformen wie Twitter oder Facebook bieten Konsumenten die Möglichkeit, ihre Erfahrungen mit Produkten und Dienstleistungen öffentlich zu teilen und zu diskutieren. In der Summe entsteht dadurch ein mächtiges Feedback-System, welches den Erfolg einzelner Produkte oder ganzer Unternehmen positiv oder negativ beeinflussen kann. Unternehmen haben ein großes Interesse daran, Muster in den Beiträgen zu erkennen und zu verstehen. So können strategische Entscheidungen mögliche Trends im Kauf- und Konsumverhalten berücksichtigen.

Schwerpunkt ist auch die informationsökonomische Frage, wie Informationen zur betrieblichen Entscheidungsfindung inhaltlich, die Visualisierung betreffend und den individuellen Nutzerbedingungen angepasst werden sollten oder wie zukünftige Trends und Entscheidungen mit fundierten qualitativen und quantitativen Prognosemethoden aus interdisziplinärer Fach- und Methodensicht zu analysieren sind

In diesem Projekt werden Social Media Daten für ein renommiertes Unternehmen des Retail Segments analysiert. Muster und Trends, welche sich aus dieser Analyse ergeben, werden aufgezeigt. Zudem werden historische Verkaufszahlen des Unternehmens mit statistischen Methoden analysiert. Die Gegenüberstellung der Ergebnisse der Social Media Analyse mit den Ergebnissen der statistischen Analyse der Verkaufsdaten erlaubt es, die folgende Fragen zu beantworten:

Haben Trends, welche sich aus Social Media Daten ableiten lassen einen erkennbaren Effekt auf das tatsächliche Kaufverhalten?

Projektorganisation:

Dieses Projekt wird in Gruppenarbeit durchgeführt. In Präsenzveranstaltungen werden die Grundlagen von Data Mining mit Hilfe der Software IBM SPSS Modeler behandelt. In regelmäßigen Gruppen-Einzelgesprächen werden die Strategien der Gruppen zur Lösung der Projektaufgabe diskutiert und verfeinert. Die Gruppen werden aufgefordert, eigenständige Strategien zu entwickeln, um zum Ende des

**Angestrebte
Lernergebnisse
(Learning
Outcome)**

AbsolventInnen des Bachelorstudiengangs sollen später schnell, kostengünstig und zielführend für verschiedene Kunden, Nutzer und Entscheider Informations(vermarktungs)dienstleistungen auf hohem qualitativem und wissenschaftlichem Niveau vollbringen. Auf einem der wichtigsten beruflichen Arbeitsfeldern der Zukunft, der Aufbereitung von strukturierten und unstrukturierten (Massen-)Daten sind zur Erlangung von arbeitsmarktrelevanten, wettbewerbsfähigen ~~Qualifikationsalleinstellungsmerkmalen~~ Qualifikationsalleinstellungsmerkmalen u.a. gute methodische skills zur Analyse derartiger strukturierter und unstrukturierter Datenmengen dringend notwendig. Dazu müssen sie u.a. auf die in der „scientific and practice community“ bekannten und akzeptierten quantitativ-qualitativen, mathematisch-statistischen Verfahren zurückgreifen. Aber dies nicht kritiklos und „blind“. Das moderne Management benötigt Mitarbeiter, die fundierte (empirische) Analyse- und Prognosemethoden kennen und beherrschen, aber auch deren Aussagekraft und Grenzen bei der Datenerhebung, -aufbereitung, -analyse und -aufbereitung richtig einschätzen können. Gerade im Zeitalter der (webbasierten) Massendatenproduktion: **“Data is the new oil”** (Gerd Leonhard, *The Media Futurist*) **Data will become a key currency, as it is a virtually limitless, non-rival, and exponentially growing good. What will Generation AO (always-on) share with whom, when, where, and how? Data is exploding all around us: every ‘like,’ check-in, tweet, click, and play is being logged and mined. Many data-centric companies such as Google are already paying us for our data by providing more or less free services. „The sexiest job in the next 10 years will be statisticians. People think I’m joking, but who would’ve guessed that computer engineers would’ve been the sexy job of the 1990s. If „sexy“ means having rare qualities that are much in demand, data scientists are already there“** (Prof. Dr. Hal Varian, Chief Economist Google Inc.) **Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century by Thomas H. Davenport and D.J. Patil Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century** (Thomas H. Davenport and D.J. Patil, *Harvard Business Review* 10/2012) **Are you ready for the era of ‘big data’? : Radical customization, constant experimentation, and novel business models will be new hallmarks of competition as companies capture and analyze huge volumes of data.** (McKinseyCompany 2012) Zwei Entwicklungen im ökonomischen Managementdenken führen zudem zu einschneidendem Umdenken: Die Geschwindigkeit der Produktlebenszyklen und damit die Entscheidungsqualität und -geschwindigkeit erfordert immer mehr ein „**experimentelles** Planungs- und Arbeitsverständnis“. Die Wirtschaftswissenschaften befinden sich in einer absoluten, fast paradigmatischen Akzeptanzkrise. Die Erklärungs- und Prognosekraft ihrer Theorien und Modelle sowie Methodik hat in der Finanzkrise schwerstens gelitten („Gauss ist tot“, Nassim Taleb: „Der schwarze Schwan“). Weiterhin finden dennoch in der Wissenschaft und Praxis, z.B. im gesamten Finanzwirtschaft (Risikomanagement, Marktforschung) sowie in den Sozial- und Naturwissenschaften, die angewandten Analyse- und Prognosemethoden breiteste Anwendung.

Was sind das für Analyse- und Vorhersagemethoden, was können sie und was können sie nicht? Warum wird über eine vereinfachte Darstellung nicht die eigentliche (begrenzte) Substanz dieser oft sehr mathematisch formelhaft komplex dargestellten Methoden offen gelegt, wie in diesem Projektmodul vorgesehen? Will man durch formelhafte Berechnungskomplexität und komplizierte Herleitung wissenschaftlich beeindrucken, nach der Devise: Je schwieriger und schwer verständlich, desto besser die Analyse- und Prognosequalität? Baue ich hier eine eigene (fiktive, realitätsferne) Wissenschaftswelt auf, die lediglich dem armseligen „Beeindrucken“ gilt, die häufig dogmatisch und autoritär erscheint, statt dem eigentlichen Ziel, die ökonomische und soziale Realität zu erklären und zu prognostizieren? Warum fällt es so schwer, sich neuen Erkenntnissen und Verfahrenstechniken der qualitativ-intuitiven Prognostik oder der **webbasierten Datenerhebungs- und analysetechniken** für die Analyse-, Forschungs- und Prognosearbeit zu öffnen, die nachweislich bessere Ergebnis- und Vorhersagequalitäten besitzen, wie Auswertungen bei Google Analytics oder elektronischen Plattformen wie „prediction markets“ belegen? Wie gehe ich insbesondere mit der Analyse **strukturierter** und vor allem durch das Text- und Web Mining vorgegebener **unstrukturierter Daten** um. Können die traditionellen, multivariaten Analysemethoden hier mithalten? Im Fokus der Lehrveranstaltung steht das ¹⁴⁵Qualifikationsziel der Vermittlung von methodischen Grundlagen für das Data-, Text- und Web-Mining.

Ausgangspunkt sind die methodischen Analysetechniken des **Data Mining**, das vor

Dies erfolgt
in Form einer
„**Anti-Hegel**“ Lehrveranstaltung; „Er
hat dazu geführt,
dass es in
Universitäten
in vielen
Universitäten,
natürlich nicht
in allen eine
Tradition gibt,
Dinge hegelianisch
auszudrücken, und
dass die Leute,
die das gelernt
haben, es nicht
nur als ihr Recht
ansehen, so zu
sprechen, sondern
geradezu als
ihre Pflicht. Aber
diese sprachliche
Einstellung, die
Dinge schwierig
und damit
eindrucksvoll
auszudrücken,
die macht die
deutschen
Intellektuellen
unverantwortlich...
Die intellektuelle
Verantwortlichkeit
besteht darin, eine
Sache so deutlich
hinzustellen,
dass man
dem Betreffenden,
wenn er etwas
Falsches oder
Unklares oder
Zweideutiges sagt,
nachweisen kann,
dass es so ist“.
Es gibt eine Art
Rezept für diese
Dinge:... Man
sage Dinge, die
großartig klingen,
aber keinen Inhalt
haben, und gebe
dann Rosinen
hinein — die
Rosinen sind
Trivialitäten. Und
der Leser fühlt sich
gebauchpinselt,
denn er sagt, das
ist ja ein ungeheuer
schweres
Buch:(Sir — Karl
Popper — 1990)Die
Lehrveranstaltung
soll — daran

Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Interesse an einer methodisch-wissenschaftlichen Qualifikation für Aufgaben im Online-Marketing-, Wirtschafts- und Finanz-, Marktforschungs-, Bibliotheksmanagement- oder Wissenschaftsbereich mit Fokus auf experimentelle und empirische Nutzerverhaltens-, Informations- und Suchverhaltensanalytik
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<p>1. Oestreich, M.; Romberg, O.: Keine Panik vor Statistik! Erfolg und Spaß im Horrorfach nichttechnischer Studiengänge. 3.Aufl., 2010</p> <p>2. Monka, M.; Schöneck, Nadine M.; Voss, W.: Statistik am PC. München 2008</p> <p>3. Bühner, M.; Ziegler, M.: Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. München 2009</p> <p>4. Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen; 4.Aufl., Stuttgart 2010</p> <p>5. Bauer, Th.; Fertig, M.; Schmidt, C.: Empirische Wirtschaftsforschung. Eine Einführung. Berlin 2009</p> <p>6. Fahrmeier, L.; Künstler, R.; Pigeot, I.; Tutz, G.: Statistik. Der Weg zur Datenanalyse. 7.Aufl., Berlin 2009</p> <p>7. Caputo, A.; Fahrmeier, L.; Künstler, R.; Pigeot, I.; Tutz, G.: Arbeitsbuch Statistik. 5.Aufl., Berlin 2008</p> <p>8. Bamberg, G.; Baur, F.; Krapp, M.: Statistik-Arbeitsbuch. Übungsaufgaben, Fallstudien, Lösungen. 8.Aufl., München 2007</p> <p>9. Wewel, Max.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. München 2011</p> <p>10. Krämer, W.: So lügt man in der Statistik. 2011</p> <p>Zusätzliche Unterlagen, Übungsaufgaben und Materialien-IBM Dokumentationen zu IBM SPSS Modeler</p>

Modul 7451: Selected Topics in Online Marketing: International Search Engine Optimization

Modulbezeichnung	Selected Topics in Online Marketing: International Search Engine Optimization
Belegnummer	7451
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	David Richter, Benjamin Romeis
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Erarbeitung von Optimierungsempfehlungen in genannten Themenfeldern, Präsentation und Dokumentation der Arbeitsergebnisse.
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Im Verlauf des Projektes werden wichtige Grundlagen wie Nachfrage- und Wettbewerbsanalysen, wichtige Voraussetzungen im IT SEO, Maßgaben zur Gestaltung einer nutzerzentrierten Informationsarchitektur und Content-Optimierung, geeignete Vorgehensweisen zur Steigerung der Internet Popularity sowie wichtige Aspekte beim Online Marketing Controlling vermittelt.</p> <p>Aufbauend auf die Vermittlung der theoretischen Grundlagen mit internationalem SEO Bezug gilt es mit Hilfe von Spezialtools und vorgestellten Analysemethoden, durch gezielte Datenaufbereitung und angeschlossene Analysen, Optimierungsempfehlungen für eine international agierende Website zu konzipieren und Maßgaben zur zielgerichteten Umsetzung zusammenzustellen.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Zieldefinition <ul style="list-style-type: none"> – Welche Aspekte sollten bei der Zieldefinition für die Optimierung einer international agierenden Webseite beachtet werden? • IT SEO <ul style="list-style-type: none"> – Welche Maßgaben gilt es bei der Optimierung der IT für SEO zu beachten? • Informationsarchitektur <ul style="list-style-type: none"> – Welche Herausforderungen gilt es bei der Konzeption einer international-orientierten, d.h. mehrsprachigen Informationsarchitektur zu bewältigen? • Content Optimierung <ul style="list-style-type: none"> – Welche Methoden gilt es bei der Content-Optimierung und –Aufbereitung für eine gezielte mehrsprachige Nutzeransprache zu kennen? • Internet Popularity <ul style="list-style-type: none"> – Wie kann im internationalen Raum eine Steigerung der Internet Popularity herbeigeführt werden? • Controlling <ul style="list-style-type: none"> – Welche Herausforderungen stellen sich im internationalen Sprachraum und bei unterschiedlichen Zielmärkten an das Online Marketing Controlling?
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>SEO oder Suchmaschinenoptimierung hat zum Ziel, die Trafficzuführung von Webseiten durch eine prominentere Platzierung innerhalb verschiedener Suchmaschinen-Indizes (organische und vertikale Suchindizes) zu steigern. Dabei gilt es die eigene Maßnahmenkonzeption auf die Bedürfnisse der Nutzer, die Rahmenbedingungen des Marktes und das bestehende Wettbewerbsumfeld abzustimmen und geeignete Optimierungsempfehlungen zu entwickeln, welche eine Steigerung von qualifizierten Zugriffen durch Nutzer aus Suchmaschinen ermöglicht.</p> <p>Im Projekt „Internationales SEO“ gilt es, Optimierungsempfehlungen für eine mehrsprachige Website mit verschiedenen Zielmärkten zu konzipieren und Anforderungen für die zielgerichtete Umsetzung zu entwickeln.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	Vermittlung in Lehrveranstaltung
------------------	----------------------------------

Modul 7452: Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung</u> <u>(Basics in Search Engine Optimization)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7452</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Dr. Bernd Jörs</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Stephan Czysch</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>10 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Präsentation von Zwischenergebnissen sowie Abschlusspräsentation (jeweils in Projektgruppe)</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>

<p><u>Inhalt</u></p>	<p>In diesem Wahlpflichtmodul wird das Thema Suchmaschinenoptimierung (SEO) detailliert sowohl <i>theoretisch</i> als auch <i>praktisch</i> behandelt. Die Teilnehmer schließen sich in Projektgruppen zusammen und setzen die in der Vorlesung erlangten Kenntnisse praktisch um. Jede Projektgruppe baut im Rahmen des Moduls eine eigene suchmaschinenoptimierte Website auf.</p> <p>Gepplant ist, in den ersten Wochen des Semesters verstärkt Präsenztermine abzuhalten. Bei diesen Terminen werden alle relevanten Informationen für die auf die Vorlesungen folgenden praktischen Aufgaben vermittelt.</p> <p>Unter anderem werden folgende Themen im Modul behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Suchmaschinenoptimierung? • Zusammenspiel SEO mit anderen Online-Marketing-Kanälen • Keywordrecherche & suchmaschinenoptimiertes Schreiben • Technische Optimierung: HTML & Mikrodaten • Informationsarchitektur und Landing Page Aufbau • Trafficsteigerende Maßnahmen: Linkbuilding und Social Media • SEO-Controlling: Überblick über Tools <p>Angrenzende Themen wie Monetarisierung von Webprojekten mittels Affiliate Marketing und Webanalyse werden ebenfalls in Grundzügen behandelt.</p> <p>Die Projektgruppen sind bei der Wahl des Webseitenthemas frei. Projektfortschritte werden von den Projektgruppen innerhalb der Präsenzveranstaltungen präsentiert.</p>
<p><u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u></p>	<p>Nach Abschluss des Projekts sind die Teilnehmer in der Lage, Webseiten und deren Inhalte suchmaschinenoptimiert zu gestalten. Die erlangten Kenntnisse lassen sich dabei auch auf bereits bestehende Websites übertragen und ermöglichen es den Teilnehmern, perspektivisch in SEO-Abteilungen von Online-Marketing Agenturen oder Firmen zu arbeiten.</p> <p>Ziel ist es, die Teilnehmer soweit auszubilden, dass diese eigene Webseiten suchmaschinenoptimiert erstellen und monetarisieren können.</p>
<p><u>Niveaustufe / Level</u></p>	<p>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</p>
<p><u>Lehrform / SWS</u></p>	<p>Projekt (4SWS)</p>
<p><u>Arbeitsaufwand / Workload</u></p>	<p>256 Stunden</p>
<p><u>Units (Einheiten)</u></p>	
<p><u>Notwendige Voraussetzungen</u></p>	
<p><u>Empfohlene Voraussetzungen</u></p>	<p>Online-Affinität, Grundkenntnisse in HTML sind hilfreich</p>

<u>Häufigkeit des Angebots</u>	
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	<u>Weiterführende Literatur wird im Rahmen der Vorlesung bekanntgegeben. Die Vorlesungsunterlagen sind die Primärliteratur.</u>

Modul 7453: Suchmaschinenoptimierung

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Suchmaschinenoptimierung</u> <u>(Search Engine Optimization)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7453</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Dr. Bernd Jörs</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Jens Fauldrath (Takevalue GmbH), Peter Schmidt (Takevalue GmbH), Prof. Dr. Jörs</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>10 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Prüfungsleistung: Benotete Teil- und Abschlusspräsentationen</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>

Inhalt

Die Recherche in Suchmaschinen ist nach E-Mail die populärste Anwendung im Internet. Schon die Studie der AGOF (Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung) Internet Facts weist nach, dass 84,9 % der Internetnutzer regelmäßig Internetsuchmaschinen nutzen. Heute liegt diese Quote schon bei weit über 90%.

Produktinformationen im Internet spielen für fast alle Nutzer eine wichtige Rolle. Insgesamt haben sich lt. Internet Facts 33,5 Millionen, das sind 94,3% der Onliner, im Internet über Produkte informiert. Gerade aber für Produkte und Dienstleistungen gilt, dass Suchmaschinen die Gatekeeper für das Netz sind. Sie bilden die Schnittstellen zwischen Nutzer und Angebot. Und nur wer auf den vordersten Plätzen einer Ergebnisliste erscheint, hat die Chance mit seinem Angebot wahrgenommen zu werden.

Die Aufmerksamkeit der Nutzer ist hier der limitierende Faktor. Wer tausende von Treffern angeboten bekommt, hat es nicht nötig, nach einem bestimmten Angebot zu suchen.

Suchmaschinenmarketing beschäftigt sich mit der Möglichkeit, die Aufmerksamkeit steuernde Funktion der Suchmaschinen zu nutzen, indem die eigenen Inhalte in relevanten Ergebnisseiten für den Nutzer sichtbar werden. Hieraus ergibt sich aber auch zwangsläufig, dass Suchmaschinenmarketing an Zielgruppen orientiert und unaufdringlich ist.

Die Präsentation des eigenen Angebots erfolgt genau in dem Moment, indem der Nutzer sein Interesse durch seine Suchanfrage artikuliert. Andererseits kann der Erfolg der Marketingmaßnahme genau gemessen und diese den Erfordernissen angepasst werden. Je nach Umfang der Erfolgsmessung lassen sich auch umfangreiche Erkenntnisse über das promotete Webangebot gewinnen und zur Verbesserung beispielsweise der Usability einsetzen.

Vorteilhaft ist hierbei vor allem die Tatsache, dass die Anzeige auf Wunsch des Kunden erfolgt, dass Interesse für die eigenen Produkte und Dienstleistungen muss also nicht mehr geweckt werden. Darauf folgt unweigerlich, dass derjenige, der die eigenen Inhalte in der Ergebnisliste der relevanten Suchdienste platzieren kann, nicht einfach Traffic erhält, sondern vielmehr Responses. Und dieser ist umso hochwertiger, je relevanter das Angebot aus Nutzersicht ist. Hier wird aber auch die Schwierigkeit erkennbar. Der Erfolg der ganzen Kampagne, egal ob Seitenoptimierung oder Keyword-Advertising, hängt von den Keywords ab. Und diese bestimmt der zukünftige Kunde, nicht der Anbieter.

Derjenige, der also die Sprache seiner Kunden spricht, wird Erfolg haben. Dieses Erkenntnis ist für das Suchmaschinenmarketing essentiell, da das Wort hier wirklich am Anfang steht und für die Sichtbarkeit in den Ergebnissen der Suchmaschine sorgt. Eine erfolgreiche Platzierung des Angebots zu einem nicht relevanten Begriff erhöht weder den Traffic interessierter Nutzer, noch den Umsatz.

Deswegen ist die Keywordanalyse, auch Begriffsraumanalyse genannt, die Königsdisziplin des Suchmaschinenmarketings. Hierbei ist es wichtig, sowohl die Sprache der Nutzer zu ermitteln, also auch den zugehörigen Informationsbedarf zu antizipieren. Eine grundlegende Auseinandersetzung mit der Motivation der Suchmaschinennutzer und ihrem Verhalten auf den Ergebnisseiten von Suchmaschinen sollte hierbei ebenfalls berücksichtigt werden.

Somit bleibt die Erkenntnis, dass Suchmaschinenoptimierung und vor allem Suchmaschinenmarketing immer auf Keywords basiert. Suchmaschinenmanagement ist also primär sprachgetrieben, die Technik dient hier zur optimalen Umsetzung der Maßnahmen. Alle Nutzer von Websites nutzen auch Google. Somit ist Google für viele Websites ein wichtiger Lieferant für Nutzer geworden. Zu den eigenen Produkten und Dienstleistungen gut gefunden zu werden ist eine Notwendigkeit geworden.

Wer aber Marketing als systematischen Versuch begreift, die Wünsche der Nutzer zu erfüllen, indem man Produkte und Services anbietet, die die Nutzer wollen, wird in Google ein hilfreiches Werkzeug finden. Die Analyse der Suchanfragen der Nutzer - allein in Deutschland mehr als 100 Millionen pro Tag - ermöglicht es die Nachfragesituation zu erheben, schlicht die Wünsche der Nutzer zu erheben und die passenden Produkte und Inhalte zu erstellen.

Dieses Projekt gliedert sich in einen theoretischen und einen praktischen Teil. Im theoretischen Teil, der 4-5 Pflicht-Präsenztermine mit Gruppen-Zwischenpräsentationen und zusätzliche Sonderveranstaltungen beanspruchen wird, werden zunächst die methodischen SEO-Grundlagen vorgestellt.

Im **theoretischem Teil** des Projekt werden folgende Inhalte vermittelt:

- **Bedeutung von SEO und Online Marketing im Marketingmix**
- **Keywordanalyse**
 - **LongTail vs. Short Head**
 - **Evergreens vs. Events**
 - **Konkurrenzprüfung & Nischenerkennung**
- **Technisches SEO**
 - **IT-SEO**
 - **HTML-Optimierung**
 - **URL & Domainmanagement**
 - **Site Architecture & Duplicate Content**
- **Informationsarchitektur**
 - **Place of Information**
 - **Information Scent**
 - **Verlinkungsziele pro Seitentyp**
 - **Inhaltliche Erschließung und Vernetzung**
 - **Feeds, Bilder & Video-SEO**
- **Linkbuilding**
 - **Bedeutung des Linkbuilding**
 - **Optimierung bestehender Linkprofile**
 - **Identifikation von Linkopportunitäten**
 - **Social Media Optimization**
 - **Linkbaits**
- **Controlling und Forecast**
 - **Tools & Reporting**
 - **KPI-Definition**
 - **Dateninterpretation**
 - **Forecast-Berechnung**
 - **SOLL / IST Betrachtung & Opportunitätskosten**

Im **praktischen Teil** des Projekts sollen die studentischen Projektgruppen selbstständig Websites/Blogs aufbauen und die theoretischen Leerinhalte entsprechend anwenden. Auch hier geht es nicht darum Websites zu Kunstthemen aufzubauen. Vielmehr sollen Nischen identifiziert und mithilfe von SEO echte Nutzer gewonnen werden. Erste Aspekte einer späteren Vermarktung der Website im Sinne des Suchmaschinenmarketing (Affiliate Marketing) werden angesprochen.

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Das Projekt Search Engine Optimization (SEO) zeigt, wie man Google als Instrument der Marktforschung nutzen kann, wie sich diese Erkenntnisse in strategische Unternehmensplanung integrieren lassen und wie die eigenen Angebote sich dem Nutzer anpassen lassen. Es geht also nicht um die stupide Generierung von Traffic. Vielmehr sollen die richtigen Kunden gefunden und konvertiert werden.</p> <p>Ziel des Projekts ist es, die grundlegenden Methodiken der Suchmaschinenoptimierung zu vermitteln. Die Projektteilnehmer sollen nach der Einführung in der Lage sein, selbstständig die Methoden anzuwenden und kritisch zu beurteilen.</p> <p>Ziel ist es, die eigenen Inhalte so zu optimieren, dass sie von Suchdiensten optimal indexiert werden können. Diese Maßnahmen werden durch eine zielführende Linkakquisition ergänzt.</p> <p>Auch erste Grundlagen zum Verständnis der Keywordwerbung sind zu legen, wobei es das (spätere) Ziel sein könnte - aufgrund von definierten Termen (Keywords) - Anzeigen, bestehend aus einem Link und einem Teaser, in den Ergebnisseiten der Suchmaschinen zu platzieren.</p> <p>Das Projekt selbst ist eingebunden in die interdisziplinäre Fachrichtungen der „Informing Science and Engineering“ und der „Information Architecture“, die sich im Rahmen ihrer übergeordneten Zielsetzung der „Content Findability“ u.a. mit Fragen der Suchmaschinenoptimierung auseinandersetzt und dies aus Sicht der drei Teilschwerpunkte: User, Content, Context. Nicht erst seit den ersten nationalen, später europäischen Konferenzen zur „Information Architecture“ (ab 2005, zuletzt „IA-Konferenz 2010“, Köln, euroIAVI 2010, Paris), die von Fachleuten aus der Information Science bzw. Library Science ins Leben gerufen und organisiert worden (z.B. Peter Morville), geht es hierbei um die transdisziplinäre Integration verschiedener Teildisziplinen (Accessibility, Usability, Copywriting, Marketing etc.), wozu auch SEO/SEM Suchmaschinenoptimierung (einschl. Key wording, Abstracts, Klassifikationen) gehören.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Online-Marketing und der Suchmaschinenoptimierung. Grundlegende (Web-) Programmierungskennntnisse (HTML, XHTML) wären gut.
Häufigkeit des Angebots	

<u>Anerkannte Module</u>	Siehe § 19 ABPO
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	<p>1. <u>Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2003</u></p> <p>2. <u>Sebastian Erlhofer: Suchmaschinenoptimierung für Webentwickler, Galileo Computing 2005</u></p> <p>3. <u>Lewandowski, Dirk (Hrsg.): Handbuch Internet-Suchmaschinen, Akademische Verlagsgesellschaft AKA GmbH, 2008</u></p> <p>4. <u>Fischer, Mario: Website Boosting, 2.Aufl., Mitp-Verlag, 2008.</u></p> <p>5. <u>Machill, Marcell; Welp, Carsten (Hrsg.): Wegweiser im Netz, Verlag Bertelsmann Stiftung 2003</u></p> <p>6. <u>Wirtz, Bernd W.: Handbuch Medien- und Multimediamanagement, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2003</u></p> <p>7. <u>Theobald, Axel; Dreyer, Marcus; Starsetzki: Online-Marktforschung, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2003</u></p> <p>8. <u>Stuber, Lukas: Suchmaschinen-Marketing, Rell Füssli Verlag 2004</u></p> <p>9. <u>Dannenberg, Marius; Barthel, Sascha: Effiziente Marktforschung – Market Research, Galileo Press, Bonn 2002</u></p> <p>10. <u>Link, Jörg; Gerth, Norbert; Voßbeck, Eckhart: Marketing-Controlling, Vahlen-Verlag, München 2000</u></p> <p>11. <u>Kappel, Gerti; Pröll, Birgit; Reich, Siegfried; Retschitzegger, Werner: Web Engineering. Systematische Entwicklung von Web-Anwendungen, dpunkt.Verlag, Heidelberg 2003</u></p> <p>12. <u>Eisinger, Thomas; Rabe, Lars; Thomas, Wolfgang (Hrsg.): Performance Marketing: Onlinewerbung – messbar, transparent, erfolgsorientiert. Verlag Business Village, 2.Auflage 2006.</u></p> <p>13. <u>Schwarz, Torsten (Hrsg.): Leitfaden Online-Marketing. 2.Auflage 2008.</u></p> <p>14. <u>Suchmaschinen-Marketing: Konzepte, Umsetzung und Controlling für SEO und SEM, Spring, Berlin, 2. Auflage Oktober 2008</u></p> <p>15. <u>Beck, Alexander: Google AdWords, Redline GmbH, 2008</u></p> <p>16. <u>Google Advertising A-Z, Editors of BottleTree Books LLC, ISBN 0-9762541-5-8</u></p> <p>17. <u>Fachzeitschrift "Website Boosting" & www.suchradar.de</u></p> <p><u>Zusätzliche projektbegleitende Unterlagen und Reader</u></p>

Themenbereich: Wirtschaftsinformation

Modul 7501: Ausgewählte Themen der Wirtschaftsinformation

Modulbezeichnung	Ausgewählte Themen der Wirtschaftsinformation
Belegnummer	7501
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dozent(in)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Semesterarbeit und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	Ausgewählte und jeweils aktuelle gesamtwirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Themen, z.B.. <ul style="list-style-type: none">• Strukturwandel• Neue Branchen• Wettbewerbsmodelle• IT-Anwendungen in Unternehmen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Anhand von aktuellen Themen im Bereich der Wirtschaftsinformation erlangen die Studierenden die Fähigkeit, sich in komplexe wirtschaftliche Fragestellungen einzuarbeiten und Probleme zu lösen.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none">• Modul Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen• Modul Wirtschafts- und Finanzinformation
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO

Medienformen	
Literatur	Die Literatur hängt von den jeweilig behandelten Themen ab. Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.

Modul 7502: Corporate Finance Management

Modul-bezeichnung	Corporate Finance Management
Belegnummer	7502
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>In diesem Modul werden Fragen der Unternehmensfinanzierung und der angewandten qualitativen und quantitativen Verfahrensansätze der Finanzmarktwelt bzw. Börsenwelt kritisch unter die Lupe genommen. Grundsatzfragen der Unternehmensfinanzierung, insbesondere aus Sicht des Kapitalmarktes der Börse, werden ausführlich, praxisorientiert und anwendungsbezogen behandelt und einer kritischen Prüfung unterzogen.</p> <p>Auch hier gilt es, die Position des zukünftigen Informationswirts als kompetenten Gesprächspartner für diesen Bereich der alltägliche unternehmensinternen und –externen Kommunikation und Kooperation zu stärken. Wesentlicher Hauptabnehmer und Interessent von Wirtschaftsinformationen ist die Finanzwelt. Deshalb sind gute methodische Kenntnisse der Kapitalmarktbranchen notwendig. Vermittlung des methodischen Rüstzeugs zur Anwendung und Beherrschung, Evaluation und Kritik der grundlegenden qualitativen und qualitativen betriebswirtschaftlichen Verfahrenstechniken und Denkweisen der statischen und dynamischen Investitionsrechnung sowie der zunehmend wertorientierten Unternehmensfinanzierung. Zudem erhalten die Teilnehmer eine kritisch-analytische Basis zum Verständnis der Zusammenhänge der kapitalmarktorientierten Wirtschaftsinformationwelt.</p> <p>Schwerpunkte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundprobleme und Zweck der Investitionsrechnung 2. Methodik der statischen Investitionsrechnung 3. Methodik der dynamische Investitionsrechnung 4. Finanzierung über Abschreibungen (Lohmann-Ruchti-Effekt) 5. Value-based Management bzw. cash-flow-management 6. Methodik der Unternehmensbewertung 7. Finanzierungsstrategien: Finanzierung über Börsenmarkt

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Durch die Vermittlung von grundlegenden betriebswirtschaftlichen, quantitativen und qualitativen Verfahrenstechniken der Investitions- und Finanzierungsrechnung sowie der externen Finanzierung über Kapitalmärkte sollen die Studierenden das methodische Rüstzeug für die praktische Anwendung erhalten. Dazu zählt auch die Befähigung zur damit verbundenen Informationsbedarfsanalyse und kritisch-analytischen Beurteilung von internen und externen betrieblichen Informationen des Corporate Finance Management sowie der anwendungsorientierte Transfer der Methodik der Investitions- und Finanzierungsrechnung in praxisrelevante Fragestellungen im Rahmen von Informationswertanalysen und Unternehmensbewertungen, insb. in der Internetökonomie. Methodisch-instrumentell gilt es hierbei die anstehenden Fragestellungen durch Einsatz der betrieblichen Anwendersoftware und praxisweiten Standardsoftware EXCEL zu lösen.
Niveaustufe / Level	Spezialisierung (specialized level course)
Lehrform / SWS	V+Ü(4 SWS); 40 in V, 20 in Übung
Arbeitsaufwand / Workload	128 h, davon außerfachlich: 8
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Pflichtmodul „Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen“, Pflichtmodul „Statistik“
Empfohlene Voraussetzungen	„Wirtschafts- und Finanzinformation“, „Ausgewählte Themen der Wirtschaftsinformation“
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Beike, Rolf; Schlütz, Johannes: Finanznachrichten lesen - verstehen – nutzen: Ein Wegweiser durch Kursnotierungen und Marktberichte, 5. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2010 • Berg, Jonathan; DeMarzo, Peter: Corporate Finance, 2.Aufl., Addison Wesley, München et al. 2010 • Copeland, Th.; Weston, Fred; Shastri, Kuldeep: Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, 4.Aufl., Pearson-Education, München, Boston et al. 2007 • Däumler, Klaus-Dieter: Grundlagen der Investitionsrechnung. In: controller magazin, Heft 1, 2001, S. 61 – 66; Heft 2, 2001, S. 182 – 192; Heft 3, 2001, S. 271 – 280; Heft 4, 2001, S. 384 – 393; Heft 5, 2001, S. 486 – 492 • Hull, John: Optionen, Futures und andere Derivate, 7.Aufl., Pearson-Education, München, Boston et al. 2009 • Spremann, Klaus: Finance, 4. Auflage, Oldenbourg-Verlag, München, Wien 2010

Modul 7503: Empirische Sozialforschung und Marktforschung

Modul-bezeichnung	Empirische Sozialforschung und Marktforschung
Belegnummer	7503
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dozent(in)	Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Semesterarbeit und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Grundlegenden Denkweisen, Konzeptionen und Methoden der und quantitativen und qualitativen Sozial- und Marktforschung; On- und offline-baiserte Verfahren; Prognostik- und Szenariotechniken.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung Sozialforschung und Marktforschung • Grundlegende Aufgabenfeldern • Datenquellen • Untersuchungsziele, Untersuchungsdesign • Primär- und Sekundärforschung • Erhebungsmethoden: Qualitativ (Gruppendiskussion, Tiefeninterview), Beobachtungsverfahren, repräsentative Befragung, Panel, experimentelle Untersuchungen • Datensammlung, Datenaufbereitung, • Analyseverfahren • Statistische u. evolutionäre Wahrscheinlichkeitsrechnung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die allgemeinen und instrumentellen Grundlagen der Markt- und Sozialforschung einschl. der Techniken der Datenerhebung, -auswertung und -aufbereitung und können diese anwenden. Sie sind in der Lage, die qualitativen und quantitativen Ansätze der Sozial- und Marktforschung kritisch zu überprüfen.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Modul Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen • Modul Statistik

Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<p>Jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kromrey, Helmut: Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung • Schnell, Rainer, Hill, Paul B.; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung • Kuß, Alfred: Marktforschung, Gabler Verlag, Wiesbaden 2004 • Weis, Hans-Ch.; Steinmetz, Peter: Marktforschung, 6.Aufl., Kiehl Verlag, 2005 • Berekoven, Ludwig; Eckert, Werner; Ellenrieder, Peter: Marktforschung, 10.Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2004 <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.</p>

Modul 7504: Informationscontrolling

Modul-bezeichnung	Informationscontrolling <u>(Information Controlling)</u>
Belegnummer	7504
Studiengang / Verwendbarkeit	Informationswissenschaften; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Vermittlung von grundlegenden betriebswirtschaftlichen, quantitativen und qualitativen Verfahrenstechniken des externen und internen Rechnungswesen bzw. Controlling und deren kritische Reflexion aus Sicht eines zunehmend integrierten externen und internen Rechnungswesens, insb. der Kosten-Erlösrechnung sowie des strategischen und operativen Controlling. Einführende Behandlung von Fragen des neuzeitlichen Informationscontrollings, insb. der Probleme der Erfassung und Bewertung immaterieller Güter, als Teil einer ganzheitlichen Informationsökonomie.</p> <p>Schwerpunkte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Problemstellungen, Grundbegriffe und Zusammenhänge des internen und externen Rechnungswesens; 2. Vollkostenrechnung: Kostenarten-, -stellen-, -trägerrechnung 3. Teilkostenrechnung als ist-, Normal- und Plankostenrechnung 4. Probleme, Ziele und Aufgaben der Prozesskostenrechnung 5. Probleme, Ziele und Aufgaben des Zielkostenmanagement 6. Strategisches Controlling: Wertorientiertes Controlling <p>~</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Befähigung zur Anwendung und kritischen Beurteilung von Methoden des strategischen und operativen Controlling, insb. des Management Accounting and Planning zur Vorbereitung und Bewertung betrieblicher Entscheidungen in verschiedenen betrieblichen Funktionsbereichen. Kritisch-analytische Fähigkeiten zur Erhebung und Beurteilung des damit verbundenen betrieblichen Informationsbedarfs des internen und externen Rechnungswesens sowie der Unternehmensplanung und –steuerung. Ebenfalls sollen die Teilnehmer den anwendungsorientierten Transfer der Methodik des Informationscontrollings in praxisrelevante Fragestellungen erlernen, insb. in der Internetökonomie. Methodisch-instrumentell gilt es hierbei die anstehenden Fragestellungen durch Einsatz der betrieblichen Anwendersoftware und praxisweiten Standardsoftware EXCEL zu erlernen und zu optimieren.</p>
Niveaustufe / Level	Spezialisierung (specialized level course)
Lehrform / SWS	V+Ü(4 SWS); 40 in V, 20 in Übung

Arbeitsaufwand / Workload	128 h, davon außerfachlich: 8
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Pflichtmodul „Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen“, Pflichtmodul „Statistik“
Empfohlene Voraussetzungen	„Wirtschafts- und Finanzinformation“, „Ausgewählte Themen der Wirtschaftsinformation“
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Baum, Heinz Georg; Coenenberg, Adolf G.; Günther, Thomas: Strategisches Controlling, 4.Aufl., Schaeffer-Poeschel 2007 • Deimel, Klaus; Isemann, Rainer; Müller, Stefan: Kosten- und Erlösrechnung. Grundlagen, Managementaspekte und Integrationsmöglichkeiten der IFRS, Pearson-Education, München, Boston et al. 2006 • Hansen, Don R.; Mowen, Maryanne M.: Management Accounting, 7.Aufl., Thomson Press, New York 2006 • Horvath, Peter; Gleich, Roland; Voggenreiter, Dietmar: Controlling umsetzen, 4.Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2007 • Horvath, Peter: Controlling, 11.Aufl., Vahlen, München 2008

Modul 7505: Wirtschafts- und Finanzinformation

Modulbezeichnung	Wirtschafts- und Finanzinformation <u>(Business and Finance Information)</u>
Belegnummer	7505
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dozent(in)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Wirtschafts- und Finanzdatenbanken: Prüfungsvorleistung (PVL) – Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation (50% der Modulnote), benotet; Statistische Datenbanken: Prüfungsleistung (PL) – Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation (50% der Modulnote), benotet <u>Wöchentliche Bearbeitung, Lösung und Vorstellung vorgegebener Aufgabenstellungen, deren Komplexität sich im Laufe des Semesters erhöht. Die Gesamtnote setzt sich aus der Bewertung der Einzelleistungen zusammen. Eine erfolgreiche Teilnahme ist nur bei regelmäßiger und termingerechter Aufgabenbearbeitung möglich.</u>
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Die Vorlesungen vermitteln den Studierenden tiefgehende Kenntnisse der Quellen, der Retrievalverfahren, der Analyse und der Nutzung von Wirtschafts- und Finanzinformation. Die Übungen vertiefen die Kenntnisse durch praktische Anwendung <u>Ein wesentlicher Bestandteil des Seminars sind eigenständige praktische Bearbeitung und Lösung von vorgegebenen Aufgaben und Problemstellungen.</u></p> <p>Wirtschafts- und Finanzdatenbanken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationsbedarf von Unternehmen <u>und Organisationen</u> • Arten von Wirtschafts-, Finanzdaten • Institutionen und Informationsquellen Anbieter, Inhalte, Strukturen, • Retrievalverfahren, Aufbereitung, Analyse und Nutzung <p>Statistische Datenbanken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arten und Charakteristika von statistischen Wirtschaftsdaten • Institutionen und Informationsquellen Anbieter, Inhalte, Strukturen, • Retrievalverfahren, Aufbereitung, Analyse und Nutzung • <u>Statistische Auswertungsverfahren</u> • Anwendung von spezieller Software und von Aufbereitungswerkzeugen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden bekommen ein Verständnis des Informationsbedarfs von Unternehmen. Sie kennen und beurteilen Quellen und können sie ökonomisch nutzen. Sie erlangen die Fähigkeit, Daten zu analysieren und aufzubereiten, vorgegebene Problemstellungen zu lösen und maßgeschneiderte Informationsprodukte zu erstellen.

Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Modul Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen Modul Information Broking Modul Information Retrieval Modul Statistik Modul Relationale Datenbanken
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Jeweils neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> • Michelson, Martin: Wirtschaftsinformation: Handbuch Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation • Goermann-Singer, Alja; Graschi, Petra, Weissenberger, Rita: Recherche-Handbuch Wirtschaftsinformation • Materialien von Anbietern im Internet (z.B. Statistisches Bundesamt) Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.

Modul 7506: Business Intelligence and Decision Making

Modul-bezeichnung	Business Intelligence and Decision Making (Business Intelligence and Decision Making)
Belegnummer	7506
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Malcom Davenport
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	50% Student group presentation of Analysis and Results, 50% Individual student report of 1000-1500 words
Sprache	englisch
Inhalt	<p>The module will cover topics in database marketing, data mining and predictive analytics subject as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Customer Relationship Management (CRM) and the use of Marketing Databases for segmenting and targeting customer prospects. • Customer acquisition and retention strategies and CHURN • Customer profiling and target market segmentation using RFM analysis and RFM software • Data mining and data warehousing applications with Statistical Predictive Analytics • Impact of WEB analytics, email marketing, social computing and digital technologies • Direct Marketing and strategic planning • Creative campaigns and testing using half life and lifetime value concepts in measurement and budgeting <p>The programme will be taught in English and assistance will be given with the key concepts. Students will conduct research into the topic both online and through materials provided. Lectures will cover Direct Marketing, Customer Relationship Management (CRM) and the use of Marketing Databases for segmenting and targeting customer prospects. The tutorials will cover the analysis of databases in Marketing using proprietary software.</p>

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Organisations increasingly operate in a developing and challenging environment and need fast, reliable and well-edited information that identifies and classifies their customers and clients needs. Understanding and interpreting client/customer requirements and developing creative strategies and plans to profitably exploit customer relationships is the role of Marketing in business organisations.</p> <p>The information specialist must be able to deal with collecting, selecting, classifying, editing, structuring and presenting information about clients /customers in order to predict their most likely future purchasing behaviour for marketers to create their advertising and promotion campaigns.</p> <p>The aim of the elective is to introduce students to the broad concepts of Database Marketing, Customer Relationship Management and Strategic Marketing Planning issues facing organisations and businesses.</p> <p>Keywords CRM, Direct Marketing, Database Marketing, Marketing Planning, Customer Acquisition & Retention, Data Mining, Data Warehousing, RFM Analysis, Predictive Analytics, Market Segmentation, Target Marketing</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

<p>Literatur</p>	<p>Reading List</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapp, A., Principles of Direct and Database marketing 3rd Edition, London, Prentice Hall 2004 • Francis Buttle, Customer Relationship Management 2nd Edition, Elsevier 2009 • Arthur Hughes, The Complete Data Base Marketer, McGraw Hill, 1995, ISBN: 1557388938 • Mark Jeffery, Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know, John Wiley, 2010 • A Berson, S Smith, K Thearling, Building Data Mining Applications for CRM, McGraw-Hill, 1999, ISBN: 0-07-134444-6 • A Hughes, Strategic Database Marketing 4e: The Masterplan for Starting and Managing a Profitable, Customer-Based Marketing Program McGraw – Hill 2012 • A Hughes and Arthur Sweetser, Successful E-mail Marketing Strategies, RACOM, 2009 • A Hughes, Customer Churn Reduction and Retention for Telecoms: Models for All Marketers, Telecom Book, Database Marketing Institute October 11, 2007 • Arthur Middleton Hughes, The Customer Loyalty Solution: What Works (and What Doesn't) in Customer Loyalty Programs, McGraw-Hill, 2003 • Rober C Blatterberg Byung Do-Kim Scott A Neslin, Database Marketing: Analyzing and Managing Customers Springer, 2009 • Gordon S Linoff, Micheal J A Barry, Data Mining Techniques, John Wiley, 2011 • Journals: The Journal of Interactive Marketing, The Journal of Marketing Management, Precision Marketing • Electronic: www.dbmarketing.com <p>Other materials will be available online including software guides.</p>
-------------------------	--

Modul 7507: Methoden-Workshop: Business Intelligence 1.0 und 2.0

Modul-bezeichnung	Methoden-Workshop: Business Intelligence 1.0 und 2.0 (Methodological-Workshop: Business Intelligence 1.0 and 2.0)
Belegnummer	7507
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Klausur oder mündliche Prüfung
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Die Arbeitswelt der Bachelorabsolventen wird derartige Qualifikationen gerade im Bereich des „Information Science and Engineering“ und der „Business Intelligence“ vermehrt abverlangen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht zuletzt das „Engineering“, z.B. die Auseinandersetzung mit Fragen des Design und der Ausformung von elektronischen Märkten bzw. Plattformen im Sinne des Market Engineering, ein Bestandteil des „Business Information Engineering“ erfordert ein Verständnis des „Economist as Engineer“, d.h. jemand, der befähigt ist, elektronische Märkte „mit ingenieurwissenschaftlichen Ansätzen und Verfahren in Verbindung zu bringen“ und dabei explizit auch das (rationale und irrationale) Information Behavior und Decision Behavior der Marktteilnehmer berücksichtigt, wie Prof. Veron Smith, Nobelpreisträger Wirtschaft 2002) forderte. • Modernes Web-Controlling im Sinne der immer wichtiger werdenden „Web Analytics“ – also zeitgemäße Nutzerverhaltensforschung, Click-stream-analysis, Tracking ist ohne Kenntnis von quantitativen Datenauswertungsmethoden und –tools nicht möglich, um z.B. die stichprobenartigen Nutzerprofile auf ihre „Signifikanz“ oder „Konfidenz“ zu überprüfen. Gleiches gilt auch für die „user experience“ (UX) und usability-Forschung im Rahmen der interdisziplinären Fachrichtung der „Informations-Architektur“. Wie wird hier methodisch einwandfrei „experimentiert“ und „getestet“? • Experimentieren, Simulationen durchführen, Testverfahren anwenden oder empirische Feldforschung betreiben – all dies muss auf ein methodisch sauberes und nachvollziehbares Fundament gestellt werden. So verlangt z.B. das dem market engineering zugeordnete Planen und Kontrollieren von so genannten „Empfehlungssystemen“ (recommendation systems), bestes Beispiel die fortlaufenden, personalisierten Empfehlung auf der Website von Amazon, das stichprobenartige Testen von derartigen Kaufempfehlungen auf Nutzerrelevanz und –akzeptanz, um die Such- und Entscheidungsprozesse für den Nutzer zu optimieren.

- Im Rahmen des Online Marketing, hier zum Beispiel bei der Anwendung von multivariaten Verfahren der Landingpage-Optimierung, der strategischen und operativen Unternehmensplanung, der Marktforschung, der Kosten- und Erlös- bzw. Budgetschätzung oder der Investitions- und Finanzrechnung bzw. Kapitalmarkt-Risikoanalyse sind methodisch einschlägige Datenanalysen und -prognosen und deren Qualität das non-plus ultra. Wie erhält man qualitativ gute und methodisch akzeptierte Vorhersagen?
- Die methodisch professionelle, mathematisch-statistisch akzeptierte Aufbereitung und „zielführende Gestaltung bzw. Interpretation“ der Ergebnisse sind auch Gegenstand des gesamten Anwendungsfeldes der Datenanalytik und der damit immer stärkeren Datenvermarktungswirtschaft, z.B. im Bereich der Sportdatenerhebungen, Medienanalysen, Geo-Daten, Facebook- oder Google-Datenanalyse etc.
- Wissenschaftliche Messmethodenfragen aus Sicht der social media network analysis und die einführende Auseinandersetzung mit Fragen der (statistischen) Datenerhebung und –auswertung im Rahmen der Wirtschaftlichkeits- und Nutzerverhaltensanalysen runden die Thematik ab.

Gliederung:

A. Aus (Trainings-)Daten „lernen“: Regeln (Rules) und Muster (Pattern)

- 1. Informationsökonomische Grundlagen
 - 1.1. Informationstheorie von C. Shannon
 - 1.2. Entropie – der mittlere Informationsgehalt
 - 1.3. Informationsgewinn (Information Gain)
 - 1.4. Klassifikation per Entscheidungsbaum (Decision Tree Learning)
 - 1.5. Anwendungsfälle des ID3-Algorithmus für Decision Trees
 - 1.6. Regressionsbäume – ein besondere Variante der Decision Trees
 - 1.7. Ergebnisüberprüfung mithilfe der Mean Squared Error (MQF)-Methode
- 2. Maschinelles Lernen
 - 2.1. Ziele, Begriffe und Anwendungsfelder des Maschinellen Lernens
 - 2.2. Regeln lernen und Muster erkennen: Supervised / unsupervised learning
 - 2.3. Beispielsalgorithmen: Find-S-Algorithm, Version Space, Find-G-Set-Algorithm
 - 2.4. Optimierungsansätze: Post-Pruning (Candidate Eliminate-Algorithm)
 - 2.5. Regel-Algorithmus: Separate-and-Conquer-Rule (Top-Down-Hill-Climbing)
 - 2.6. Precision & Accuracy
 - 2.7. Bottom-Up-Hill-Climbing (Special-to-General)
 - 2.8. Evaluation der Regeln (Learning outcomes): Sign Test, Covering-Algorithm

B. Daten-Ähnlichkeiten und Daten-Klassen (Cluster)

- 3. Ähnlichkeitsmessung (similarity measurement) zur Mustererkennung
 - 3.1. Binäre Ähnlichkeitsmaße (Jaccard-, M-Koeffizient etc.)
 - 3.2. Nominale Ähnlichkeitsmaße (Distanzmaße, L-Norm, Eulidische Distanz, Q-Korrelationskoeffizient etc.)
 - 3.3. Cluster-Analytik (agglomerative, divisive Clusteralgorithmen)
 - 3.4. Maschinelles Lernen und Cluster-Analytik (mit Inverse Distance Weighting, Value Difference, Metric VDM, Relief-Algorithm zur Attributgewichtung, RISE, Initiale Accuracy)
 - 3.5. Chi-Quadrat und Korrespondenzanalyse (+ Maschinelles Lernen mit supervised/unsupervised discretization)
 - 3.6. Assoziationsanalyse (Warenkorbanalyse)
 - 3.7. Informationswissenschaftliche Ähnlichkeitsmessung (Vektorraummodell und WDF-IDF-Modell)
 - 3.8. Anwendungsfälle der Ähnlichkeitsmessung (Empfehlungssysteme/Recommendersystems; content-based-filtering, collaborative filtering)

C. Daten-Verbindungen im Social Web

- 4. Vernetzungsmessung (social media network analysis)
 - 4.1. Interconnectedness
 - 4.2. Zentralitätsmaße (Degree Centrality, Closeness Centrality, Betweenness Centrality, Influence measures)
 - 4.3. Social Media Page Rank

D. Daten-Prognose

- 5. Einfache Prognoseverfahren
 - 5.1. Zeitreihenanalyse und Trendberechnung
 - 5.2. Regressionsanalyse (bi- und multivariate Analyse)
 - 5.3. Neuere (qualitative) Prognostik (Conjoint Measurement, Cross-Impact-Analysis, Take-the-Best-Heuristik)
 - 5.4. Webbasierte Analyse- und Prognoseverfahren (Prediction Markets)
 - 5.5. Anwendungsfälle aus dem Finanzmanagement (Corporate Finance)
 - 5.5. Kritische Prüfung

**Angestrebte
Lernergebnisse
(Learning
Outcome)**

Das pure Anwenden von professioneller Anwendersoftware für die Erhebung, Aufbereitung und Auswertung von (Unternehmens-)Daten aus dem Hause IBM, Oracle oder SAP zur Datenanalyse und –aufbereitung erleichtert heutzutage im Zeitalter der Massendaten und „Big Data“-Diskussion die Bearbeitung, Untersuchungen und Auswertungen von data and information overload in Unternehmen und Institutionen.

Schon Microsoft bietet mit ihrem MS SQL Server integrierte Data-Mining-Komponenten für alle Auswertungen der verschiedensten Daten an. „Als Benutzerschnittstelle für die Vorbereitung der Daten und Nutzung der Modelle gibt es für MS Excel die Data-Mining-Add-Ins.“

Das ist alles sehr schön, professionell und sehr hilfreich. **Aber...**

Die effiziente Befassung mit Daten und deren Ergebnisinterpretationen sowie eine kritisch-rationale Sicht auf die Datenergebnisse und ein Schutz vor einer kritiklosen Übernahme der per Software ermittelten Datenauswertungen erfordert eines ganz bestimmt: **METHODEN-KENNTNISSE.**

Um die bestehenden Fähigkeiten der Studierenden zu erweitern und zusätzliche, praxistaugliche Alleinstellungsmerkmale zu vermitteln, soll in diesem Fachmodul ein **methodisch-operatives Rüstzeug** im Umgang mit Business Intelligence-, insb. Data- und Web Mining-Verfahrenstechniken bzw. Maschinellen Lernverfahrensansätzen mit auf den Weg gegeben werden.

AbsolventInnen des Bachelorstudiengangs sollen später schnell, kostengünstig und zielführend für verschiedene Kunden, Nutzer und Entscheider Informations(vermarktungs)dienstleistungen auf hohem qualitativem und wissenschaftlichem Niveau vollbringen. Auf einem der wichtigsten beruflichen Arbeitsfelder der Zukunft, der Aufbereitung von **strukturierten** und **unstrukturierten** (Massen-)Daten, nicht zuletzt durch die aufgekommene „Big Data“-Diskussion angestoßen, sind zur Erlangung von arbeitsmarktrelevanten, wettbewerbsfähigen Qualifikationsalleinstellungsmerkmalen u.a. gute **methodische skills** zur Analyse derartiger strukturierter und unstrukturierter Datenmengen dringend notwendig. Dazu muss man u.a. auf die in der „scientific and practice community“ bekannten und akzeptierten quantitativ-qualitativen, heuristisch-statistischen Verfahren zurückgreifen. Aber dies nicht kritiklos und „blind“. Das moderne Management benötigt Mitarbeiter, die fundierte (empirische) Analyse-, Klassifikations- und Prognosemethoden kennen und beherrschen, aber auch deren Aussagekraft und Grenzen bei der Datenerhebung, -aufbereitung, -analyse und –aufbereitung richtig einschätzen können; gerade im Zeitalter der (web-basierten) Massendatenproduktion („Big Data“) ist hier ein kritisch-wacher Sachverstand notwendig, denn die Ankündigungen sind beeindruckend:

- **“Data is the new oil”** (Gerd Leonhard, The Media Futurist) **Data will become a key currency, as it is a virtually limitless, non-rival, and exponentially growing good. What will Generation AO (always-on) share with whom, when, where, and how? Data is exploding all around us: every ‘like,’ check-in, tweet, click, and play is being logged and mined. Many data-centric companies such as Google are already paying us for our data by providing more or less free services.**
- **„The sexiest job in the next 10 years will be statisticians. People think I’m joking, but who would’ve guessed that computer engineers would’ve been the sexy job of the 1990s. If „sexy“ means having rare qualities that are much in demand, data scientists are already there“** (Prof. Dr. Hal Varian, Chief Economist Google Inc.)
- **Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century** by Thomas H. Davenport and D.J. Patil **Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century** (Thomas H. Davenport and D.J. Patil, Harvard Business Review 10/2012)
- **Are you ready for the era of ‘big data’? : Radical customization, constant experimentation, and novel business models will be new hallmarks of competition as companies capture and analyze huge volumes of data.** (McKinsey&Company 2012)

Carolin Kaiser stellt in ihrem Buch „Business Intelligence 2.0“ die richtigen Ausgangsfragen:

- Wie kann wertvolles Wissen aus dem (Web 1.0, der Verf.) und Web 2.0 gewonnen werden? (Mining-Services)
- Wie kann dieses Wissen über die Zeit hinweg überwacht werden? (Monitoring-Services)
- Wie kann frühzeitig von kritischen Situationen gewarnt werden? (Frühwarn-Services)
- Wie können Entscheidungen zur Meinungsbeeinflussung unterstützt werden? (Entscheidungsunterstützung-Services)

Was sind das für **Analyse-, Klassifikations- und Vorhersagemethoden**, was können sie und was können sie nicht?

Warum wird über eine vereinfachte Darstellung nicht die eigentliche (begrenzte) Substanz dieser oft sehr mathematisch formelhaft komplex dargestellten Methoden offen gelegt, wie in diesem Fachmodul vorgesehen?

Will man durch formelhafte Berechnungskomplexität und komplizierte Herleitung wissenschaftlich beeindrucken, nach der Devise: Je schwieriger und schwer verständlich, desto besser die Analyse-, Klassifikations- und Prognosequalität? Baue ich hier eine eigene (fiktive, realitätsferne) Wissenschaftswelt auf, die lediglich dem armseligen „Beeindrucken“ gilt, die häufig dogmatisch und autoritär erscheint, statt dem eigentlichen Ziel, die ökonomische und soziale Realität zu erklären und zu prognostizieren?

Warum fällt es so schwer, sich neuen Erkenntnissen und Verfahrenstechniken der qualitativ-intuitiven Prognostik oder der **webbasierten Datenerhebungs- und -analysetechniken** für die Analyse-, Forschungs- und Prognosearbeit zu öffnen, die nachweislich bessere Ergebnis- und Vorhersagequalitäten besitzen, wie Auswertungen bei Google Analytics oder elektronischen Plattformen wie „prediction markets“ belegen?

Im Fokus der Lehrveranstaltung steht das Qualifikationsziel der anwendungsorientierten Vermittlung von Verfahrenstechniken des empirisch-experimentellen Data- und Web-Mining, insbesondere mit Bezug auf die Grundlagen Maschinellen Lernens (als Bestandteil des Knowledge Discovery in Databases KDD).

Ausgangspunkt sind die methodischen Analysetechniken des **Data-Mining**, das versucht – wie in Wikipedia allgemein formuliert – „aus einem Datenberg etwas Wertvolles (zu) extrahieren“. Methodenbasis für eine systematische Auswertung der Daten, die häufig wertvolles implizites Wissen enthalten, ist die Anwendung bestimmter, anerkannter deskriptiver und induktiver statistischer Analyseverfahren „mit dem Ziel, neue Muster zu erkennen.“ Text- und Web-Mining nutzen diese methodischen Grundlagen des Data Mining, um solche Muster (pattern) aus eher unstrukturierten Daten herauszufiltern.

Wie lassen sich aus Vergangenheitsdaten (Trainingsdaten) **Regelhaftigkeiten, Muster, Zusammenhangs- und Abhängigkeitsbeziehungen, Prognosepotenziale, Ähnlichkeiten, Klassifikationen (Cluster, Assoziationen) oder Netzwerkverbindungen** herleiten und anhand von Testdaten sowie durch überwacht oder nicht-überwacht maschinelles Lernen überprüfen?

Wie wird dies methodisch realisiert? Kann man damit gute Vorhersagen machen?

	<p>Es bedarf also dreier grundsätzlicher Qualifikationsziele:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Befähigung zum Umgang mit quantitativ-qualitativen, heuristisch-statistischen Verfahren des Data- und Web Mining als Methodentools der Web Science 2. Anwendungsbefähigung und Verständnisschaffung für die Nutzung einschlägiger Anwenderstandardsoftware (z.B. die weltweit mit am häufigsten zur Anwendung kommende IBM SPSS Modeller Software, die an der Hochschule als Testsoftware mit nahezu allen Funktionalitäten für Studenten des Studiengangs zur Verfügung steht) 3. Kritisch-rationale Einschätzung der Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung und Aussagekraft herkömmlicher und neuer Analyse-, Forschungs- und Prognosemethoden. <p>Die Vermittlung mathematisch/heuristisch-statistischer, insb. „multivariater Verfahren“, löst oftmals ein „ungutes“ Gefühl aus, deshalb werden stellen sich für den Dozenten besondere Herausforderungen.</p> <p>Dies erfolgt in Form einer „Anti-Hegel“-Lehrveranstaltung:</p> <p><i>„Er hat dazu geführt, dass es in Universitäten – in vielen Universitäten, natürlich nicht in allen – eine Tradition gibt, Dinge hegelianisch auszudrücken, und dass die Leute, die das gelernt haben, es nicht nur als ihr Recht ansehen, so zu sprechen, sondern geradezu als ihre Pflicht. Aber diese sprachliche Einstellung, die Dinge schwierig und damit eindrucksvoll auszudrücken, die macht die deutschen Intellektuellen unverantwortlich. . . Die intellektuelle Verantwortlichkeit besteht darin, eine Sache so deutlich hinzustellen, dass man dem Betreffenden, wenn er etwas Falsches oder Unklares oder Zweideutiges sagt, nachweisen kann, dass es so ist“ Es gibt eine Art Rezept für diese Dinge: . . . Man sage Dinge, die großartig klingen, aber keinen Inhalt haben, und gebe dann Rosinen hinein – die Rosinen sind Trivialitäten. Und der Leser fühlt sich gebauchpinselt, denn er sagt, das ist ja ein ungeheuer schweres Buch!</i></p> <p>(Sir Karl Popper 1990)</p> <p>Die Lehrveranstaltung soll daran gemessen werden, ob sie den kritisch-rationalen Anmerkungen von Karl Popper Folge geleistet haben.</p>
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	<p>Interesse an einer methodisch-wissenschaftlichen Qualifikation für Aufgaben im Business Intelligence-, Online-Marketing-, Wirtschafts- und Finanz-, Marktforschungs- oder Wissenschaftsbereich</p> <p>Da die Lehrveranstaltung als (geblockter) Methodenworkshop angeboten werden soll und die Teilnehmer schon während der Veranstaltung die Anwendung der Methoden üben sollen, wird die Bereitschaft zur aktiven und ernsthaften Teilnahme eine elementare Voraussetzung sein. Interessenten, die andere für sich arbeiten und rechnen lassen wollen, in der Lehrveranstaltung lieber online googeln, sollten diese Lehrveranstaltung nicht belegen.</p>
Häufigkeit des Angebots	

Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Oestreich, M.; Romberg, O.: Keine Panik vor Statistik! Erfolg und Spaß im Horrorfach nichttechnischer Studiengänge. 3.Aufl., 2010 • Monka, M.; Schöneck, Nadine M.; Voss, W.: Statistik am PC. München 2008 • Caputo, A.; Fahrmeier, L.; Künstler, R.; Pigeot, I.; Tutz, G.: Arbeitsbuch Statistik. 5.Aufl., Berlin 2008 • Bamberg, G.; Baur, F.; Krapp, M.: Statistik-Arbeitsbuch. Übungsaufgaben, Fallstudien, Lösungen. 8.Aufl., München 2007 • Wewel, Max.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. München 2011 • Krämer, W.: So lügt man in der Statistik. 2011 • Alpaydin, Ethem: Maschinelles Lernen, Oldenbourg-Verlag, 2008 • Witten, Ian H.; Frank, Eibe; Hall, Mark A.: Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques, Morgan Kaufmann, 3.Aufl., 2011 • Ferber, Reginald: Information Retrieval. Suchmodelle und Data Mining für Textsammlungen und das Web, Dpunkt Verlag, 2003 • Russell, Matthew: Mining the Social Web: Analyzing Data from Facebook, Twitter, LinkedIn, and other Social Media, O'Reilly Media, 2011 • Kemper, Hans-Georg; Baars, Henning; Mehanna, Walid: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen, Vieweg+Teubner, 3.Aufl., 2010 • Skulschus, Marco; Tittel, Jan; Wiederstein, Marcus: MS SQL Server – Data Mining, Analyse und multivariate Verfahren; Comelio Medien, 2013 <p>Zusätzliche Unterlagen, Übungsaufgaben und Materialien.</p>

Themenbereich: Wissensrepräsentation und Informationsarchitektur

Modul 7601: Vertiefende und aktuelle IR-Themen

Modulbezeichnung	Vertiefende und aktuelle IR-Themen
Belegnummer	7601
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dozent(in)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Referat oder Präsentation mit angemessenen Unterlagen (Handout)
Sprache	Deutsch
Inhalt	In der Veranstaltung werden klassische und aktuelle Ansätze, Verfahren und Systeme aus dem Information Retrieval durch Studierende oder den Dozenten in Referaten und Präsentationen vorgestellt. Dazu können folgende Themen gehören: Stemming / Kompositazerlegung / Information Extraction, n-Gramme, assoziative Ansätze, Language Model, Recommender-Systeme auf Basis von Web-2.0 Ansätzen, ontologiegestütztes IR.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	In diesem Modul sollen sich die Absolventinnen und Absolventen in einzelne Themen, Konzepte, Ansätze und Systeme einarbeiten, diese verstehen, darstellen und gegebenenfalls anwenden. Sie lernen dadurch, sich auch komplexere Ansätze zu erarbeiten, die auf den Kenntnissen aus dem Modul Information Retrieval aufbauen und diese vertiefen aber auch Ansätze aus benachbarten Disziplinen verwenden. Neben der Vertiefung der Fachkenntnisse, werde sie dadurch befähigt aktuelle Entwicklungen zu verfolgen, einzuschätzen und zu kommunizieren. Die Beschäftigung mit und der Einsatz von vorhandenen Systemen bzw. Systemkomponenten bereitet die Studierenden auf die Mitarbeit bei der Konzeption von Retrievalsystemen vor.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar / 4 SWS (max. 20 Personen)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Information Retrieval
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik, Semantik I, Semantik II.
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich

Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Referate und Präsentation mit entsprechenden Unterlagen.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • R. Ferber: Information Retrieval, dpunkt-Verlag, 2003 [Siehe auch: http://information-retrieval.de]. • W. Stock: Information Retrieval, Oldenbourg Verlag 2006, • W. Stock und M. Stock: Wissensrepräsentation, Oldenbourg Verlag 2008 • A. Henrich: Information Retrieval 1, Grundlagen, Modelle, Anwendungen. Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Lehrstuhl für Medieninformatik, 2001 – 2008, http://www.uni-bamberg.de/?id=23516 • C. D. Manning, P. Raghavan and H. Schütze: Introduction to Information Retrieval, Cambridge University Press. 2008. Online als PDF-Datei verfügbar unter: http://nlp.stanford.edu/IR-book/ • Aktuelle Artikel aus Fachzeitschriften und Konferenzbänden

Modul 7602: Informationsarchitektur*

Modulbezeichnung	Informationsarchitektur* (Information architecture*)
Belegnummer	7602
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernhard Thull
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernhard Thull
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Hausarbeit und Präsentation gemäß § 13 ABPO
Sprache	Deutsch
Inhalt	Grundlegende Prinzipien, Methoden und Werkzeuge der Informationsarchitektur: <ul style="list-style-type: none">• Definitionen der Informationsarchitektur• Menschliches Informationsverhalten (z.B. Suche, Browsen)• Prinzipien der Informationsarchitektur (Organisationssysteme; Benennungs-, Navigations- und Suchsysteme; Thesauern, kontrollierte Vokabulare, Metadaten, Ontologien)• Werkzeuge zur Implementierung von Informationsarchitekturen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Diese Modul vertieft die im Modul „Anwendungsentwicklung“, und hier insb. die in der Unit „Informationsdesign“, erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten. Die Studierenden kennen die grundlegenden Prinzipien, Methoden und Werkzeuge der Informationsarchitektur. Sie sind befähigt, Informationsarchitektur zu gestalten sowie den Nutzen und die Grenzen der Informationsarchitektur für gegebene Aufgabenstellungen einzuschätzen und z.B. in die eigene Entwicklungstätigkeit einzubeziehen.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Seminar (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Anwendungsentwicklung, insb. Informationsdesign
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO

Medienformen	
Literatur	P. Morville, L. Rosenfeld: Information Architecture. O'Reilly, 2006P. Morville, J. Callender: Search Patterns. O'Reilly, 2010

Modul 7603: XML und Anwendungen

Modul-bezeichnung	XML und Anwendungen (XML and Applications)
Belegnummer	7603
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dozent(in)	Prof. Dr. Reginald Ferber
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die Veranstaltung erweitert, vertieft und systematisiert die in "Grundlagen der Informatik" und "Linked Data" erworbenen ersten XML-Kenntnisse und führt weitere Spezifikationen und Anwendungen für die Repräsentation von Wissen und (web-basierte) Informations- und Suchsysteme ein (z. B. XLink / XPointer, DOM/XDM, XPath, XSLT, XQuery, DocBook, SVG, RDF). In den Übungen werden die XML-Kenntnisse vertieft und an Beispielen geübt. Darüber hinaus kann die Übung auch (kleine) studentische Präsentationen zu spezifischen Themen umfassen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	In diesem Modul erweitern die Studierenden ihre Kenntnisse über XML als einem der zentralen Formate des Web und die zugehörigen Ansätze, Methoden und Verfahren. Erfolgreiche Absolventen und Absolventinnen sind mit dem Umgang mit XML-Dokumenten und Spezifikationen und den zugehörigen Konzepten vertraut. Dadurch werden die Grundlagen gelegt um wichtige Entwicklungen (im Web) nachzuvollziehen, entsprechende XML-Spezifikationen zu verstehen und anzuwenden sowie darauf basierende Dienste zu nutzen, zu konzipieren und umzusetzen.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen der Informatik, Webskripting, Linked Data
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Vorlesung mit eigener Präsentation. Übungsaufgaben, durch Studierende recherchierte Präsentationen und Systeme.

Literatur	Spezifikationen, Tutorials und weitere Dokumente des W3C, aktuelles XML-Lehrbuch.
------------------	---

Modul 7604: Arduino goes Information Science

Modul-bezeichnung	Arduino goes Information Science (Arduino goes Information Science)
Belegnummer	7604
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Elke Lang
Dozent(in)	Prof. Dr. Elke Lang
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsstudienarbeit
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Das Arduino-Mikrocontrollerboard bietet mit einer komfortablen Entwicklungsumgebung die Möglichkeit des Physical Computing: Der Abruf von Messdaten und die Steuerung aktiver Komponenten (Licht, Bewegung) sind leicht und ohne Kenntnisse der atmega328-Maschinensprache umzusetzen. Das Arduino-Board ist im künstlerischen Umfeld entstanden und wird dort seit einigen Jahren eingesetzt, z.B. für elektronische Musikinstrumente, Installationen und Performances. Es gibt inzwischen viele Erweiterungen (Shields), die sich für den Einsatz im Zusammenhang mit Informationssystemen anbieten.</p> <p>Das Seminar soll einen Überblick über Funktionsweise und Möglichkeiten des Arduino-Boards geben und die Kenntnisse für einen praktischen Einsatz vermitteln.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<ul style="list-style-type: none"> • Elektronik-Grundlagen, einfache Schaltungen kennen und für eigene Projekte einsetzen können. • Aktive Elemente und ihre Eigenschaften kennen • Arduino-Entwicklungsumgebung beherrschen, einfache Sketches (Programme) erstellen und testen können • Praktische Beispiele analysieren und ihre Grundprinzipien für eigene Projekte umsetzen können. • Experimentieren mit dem Board und ausgewählten Shields (LilyPad, GPS-Shield, Bluetooth-Shield, Datenlogger, Ansteuerung aktiver Elemente) • Entwurf und prototypische Umsetzung von Anwendungsszenarien unter Verwendung der Funktions-Shields
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	

Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Keine speziellen Elektronik-Kenntnisse nötig (Schaltungsentwurf, Löten); Interesse am Basteln schadet nicht
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<p>(Auswahl)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Odendahl, Finn, Wenger: Arduino. Physical Computing für Bastler, Designer & Geeks. O'Reilly 2009 • Brühlmann: Arduino Praxiseinstieg. Mitp 2010 • Banzi: Getting started with Arduino. O'Reilly Media 2007 • Arduino-Homepage: http://www.arduino.cc

Modul 7605: Entwicklung von Begriffssystemen

Modulbezeichnung	Entwicklung von Begriffssystemen (Modeling of concept systems)
Belegnummer	7605
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Gerhard Knorz Melanie Siegel
Dozent(in)	Prof. Dr. Gerhard Knorz Claudia Baumer
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Lösung gestellter Aufgaben mit Präsentation und Diskussion
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Der fachliche Hintergrund für die Fähigkeiten, die in der Lehrveranstaltung erworben werden sollen, kann durch folgende Stichwörter umrissen werden: Begriffe (Objektklassen) und Gegenstände (Instanzen, Individuen), Eigenschaften (Attribute), Vererbung, Abstraktionsrelation, Differenzrelation (Relation zu Differenzbegriffen), frei definierte semantische Relationen, Inferenz</p> <p>Die Lehrveranstaltung arbeitet mit K-Infinity, einer Software zum Aufbau und zur Pflege von Wissensnetzen, deren grafische Oberfläche und leichte Handhabbarkeit die Konzentration auf das Wesentliche erlaubt und die verteiltes, kooperatives Arbeiten unterstützt. Die Struktur der Lehrveranstaltung besteht aus einer Sequenz von Modellierungsaufgaben steigender Komplexität, die in Arbeitsgruppen bearbeitet und betreut und deren Lösungen im Plenum diskutiert werden.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Kunst , einen Weltausschnitt in ein Datenmodell abzubilden, besteht nicht in erster Linie darin, einen Formalismus zu beherrschen. Der grundsätzliche Schritt der Formalisierung ist die entscheidende Anforderung und dazu braucht es neben den unumgänglichen Kenntnissen eine gewisse Übung und Erfahrung. Genau diese sollen die Teilnehmer in der Lehrveranstaltung erwerben. Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, überschaubare Weltausschnitte formal zu repräsentieren und sie sollen formale Repräsentationen im Hinblick auf ihre Eignung beurteilen können.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Semantik I und II, Relationale Datenbanken und Linked Data

Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	<u>Literatur auf der Lernplattform Moodle</u>

Modul 7606: Interaktive Web-Applikationen

<u>Modulbezeichnung</u>	<u>Interaktive Web-Applikationen</u> <u>(Interactive Web Applications)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7606</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwortliche(r)</u>	<u>Dr. Martin Leissler</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Dr. Martin Leissler</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>5 CP</u>
Gerhard Rahmstorf: Prüfungs- art Wortmodell und Begriffssprache als Basis des semantischen Retrievals. Seite 71-87 in : Knorz, Gerhard; Kuhlen, Rainer (Herausgeber) : Informationskompetenz — Basiskompetenz in der Informationsgesellschaft. Proceedings des siebten internationalen Symposiums für Informationswissenschaft (ISI 2000), Darmstadt, 8. bis 10. November 2000. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2000	<u>Mündliche Prüfung am Ende des Semesters, 2-3 benotete Hausaufgaben</u>
<u>Sprache</u>	<u>englisch</u>

Inhalt

As the Internet has evolved from a bunch of interlinked web pages to highly interactive and mobile-enabled applications, new technologies are constantly emerging on both, server and client side, enabling web developers to cope with the ever-increasing complexity of todays web.

Gerhard Knorz, Birgit Rein: Semantische Suche in einer Hochschulontologie. Information – Wissenschaft und Praxis 56(2005)5This course allows students to gain valuable insights into several of the core concepts and technologies of the modern Web, and at the same time practically apply these technologies in real-world web application scenarios.

Therefore, a part of the course will be lecture-like, explaining the concepts, use-cases, and details for interactive web technologies, while the other half will challenge students to apply the these new technologies in the context of small projects.

The course plans to cover the following topics and technologies:

- [Basic HTML5](#)
- [CSS basics and CSS3](#)
- [Responsive design](#)
- [Programming style sheets with SAAS](#)
- [SAAS and Compass](#)
- [Distributed version control with Git](#)
- [Web development environments \(e.g. Yeoman, Chrome DevTools, etc.\)](#)
- [JavaScript language basics for controlling behavior](#)
- [jQuery and Ajax for interactive Web-GUIs and DOM-manipulation](#)
- [MVC applications with Backbone.js](#)
- [Server side Javascript with Node.js, Express.js](#)
- [Database driven Web apps with Node.js and MySQL, MongoDB/6, S. 281-290](#)Redis
- [Coffeescript: JavaScript the easy way](#)
- [Ember.js for ambitions Web apps](#)
- [Client side MVC with Angular.js](#)

Manuskript unter: fachbeitraegeHomework assignment projects will sharpen the students skills to build web applications and enable them to assess their progress.

<u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u>	<p><u>Ideal for aspiring web developers striving to optimally prepare themselves for upcoming interactive web projects.</u></p> <p><u>After successfully attending this course, students will be able to</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <u>• develop highly interactive web applications with the latest HTML, CSS and JavaScript technologies</u> <u>• collaboratively work on version controlled Web applications with state-of-the-art development tools</u> <u>• be optimally prepared for upcoming interactive web development challenges</u>
<u>Niveaustufe / Level</u>	<u>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</u>
<u>Lehrform / SWS</u>	<u>Seminar (4 SWS)</u>
<u>Arbeitsaufwand / Workload</u>	<u>128 Stunden</u>
<u>Units (Einheiten)</u>	
<u>Notwendige Voraussetzungen</u>	
<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	<ul style="list-style-type: none"> <u>• Strong interest in developing interactive web applications</u> <u>• Programming/SemSucheHochschulontologie14-finVers1.pdfscripting skills</u> <u>• Understanding of base Web mechanics and technology</u>
<u>Häufigkeit des Angebots</u>	
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	<u>wird in der Veranstaltung angegeben</u>

Modul 7607: Hardware-Erweiterungen von Informationssystemen

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Hardware-Erweiterungen von Informationssystemen</u> <u>(Hardware enhancements to information systems)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7607</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Dr. Elke Lang</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Prof. Dr. Elke Lang</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>5 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Prüfungsstudienarbeit</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>
<u>Inhalt</u>	<u>Intelligent views: K-Infinity.Anwenderhandbuch für den Knowledge Builder. 2010. 175 Seiten Im "Internet der Dinge" spielen Informationssysteme eine wichtige Rolle. Anwendungsbereiche wie Smart Home, Automotive, Fabrik 4.0 und Location-Based Services werden erst möglich, wenn Informationssysteme mit ihrer Umgebung interagieren und Umgebungsinformationen aufnehmen und verarbeiten können. Voraussetzung dafür ist die Erweiterung der Hardware-Plattform um Komponenten, die mit Sensoren und Aktoren bestückt sind und dem Informationssystem entsprechende Fähigkeiten verleihen. Im Seminar werden die Funktionsweisen derartiger Komponenten vorgestellt und an praktischen Beispielen untersucht.</u>
<u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u>	<u>Weitere Literatur auf der Lernplattform Grundlagen und Funktion typischer Komponenten von interaktiven Informationssystemen kennen und verstehen; Grundlagen einfacher Mikrocontroller-Programmierung am Beispiel von Arduino; typische Hardware-Bausteine und einfache elektronische Schaltungen aufbauen und in ein Informationssystem einbinden; Beispielszenarien analysieren, konzipieren und aufbauen.</u>
<u>Niveaustufe / Level</u>	<u>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</u>
<u>Lehrform / SWS</u>	<u>Seminar (4 SWS)</u>

<u>Arbeitsaufwand / Workload</u>	<u>128 Stunden</u>
<u>Units (Einheiten)</u>	
<u>Notwendige Voraussetzungen</u>	
<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	<u>Programmierwerkstatt</u>
<u>Häufigkeit des Angebots</u>	<u>Jährlich</u>
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	<u>Wird im Kurs bekannt gegeben (Bücher)</u> <u>frei zugängliche elektronische Quellen werden im Moodle-Kurs im Abschnitt "Literatur" hinterlegt.</u>

Modul 7608: Einsatz von Ontologien im Wissensmanagement

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Einsatz von Ontologien im Wissensmanagement</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7608</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Dr. Bernhard Thull</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Wolfram Bartussek</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>5 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>folgt</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>
<u>Inhalt</u>	<u>folgt</u>
<u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u>	<u>folgt</u>
<u>Niveaustufe / Level</u>	<u>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</u>
<u>Lehrform / SWS</u>	<u>Seminar (4 SWS)</u>
<u>Arbeitsaufwand / Workload</u>	<u>128 Stunden</u>
<u>Units (Einheiten)</u>	
<u>Notwendige Voraussetzungen</u>	
<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	

<u>Häufigkeit des Angebots</u>	
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	

Modul 7609: Social Tagging

<u>Modul- bezeichnung</u>	<u>Social Tagging</u> <u>(Social Tagging)</u>
<u>Belegnummer</u>	<u>7609</u>
<u>Studiengang / Verwendbarkeit</u>	<u>Bachelorstudiengang Informationswissenschaft</u>
<u>Modulverantwort- liche(r)</u>	<u>Prof. Dr. Marc Rittberger</u>
<u>Dozent(in)</u>	<u>Prof. Dr. Marc Rittberger</u>
<u>Dauer</u>	<u>1 Semester</u>
<u>Credits</u>	<u>5 CP</u>
<u>Prüfungsart</u>	<u>Bewertete Prüfungsvorleistung (50%): Schriftliche Ausarbeitung (Dokumentation der im Laufe des Semesters durchgeführten Übungen, Diskussion der Ergebnisse); Prüfungsleistung (50%): Klausur (vgl. am 17.07.)</u>
<u>Sprache</u>	<u>deutsch</u>

<u>Inhalt</u>	<p><u>Folgende Inhalte und Kompetenzen werden vermittelt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Einführung: Social Tagging, Folksonomien, Vergleiche zwischen Social Tags und Schlagworten, Social Bookmarking</u> • <u>Aufbauend auf dem Pflichtstudium: Wiederholung und Vertiefung von SQL, Statistik, R (Statistiksoftware)</u> • <u>Übungen: Angeleitete Durchführung der Übungen, Interpretation der Ergebnisse</u> <ul style="list-style-type: none"> – <u>Verhältniszahlen, z.B. Tags pro URL, Nutzer pro Tag</u> – <u>Korrelationen, z.B. Anzahl Bookmarks je Nutzer zu Anzahl Tags je Bookmark</u> – <u>zeitliche Entwicklungen, z.B. Bookmarks je URL</u> <p><u>Gliederung:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Einführung (bis 20.04.)</u> 2. <u>Übungen, begleitendes Literaturstudium (ab 20.04.)</u> 3. <u>Klausur (vsl. 17.07.)</u>
<u>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</u>	<p><u>Mit der kollaborativen Annotation digitaler Objekte, dem so genannten Social Tagging, entstand vor etwa zehn Jahren eine hoch interessante Alternative zur klassischen Inhaltserschließung. Die dabei entstehenden Datenstrukturen („Folksonomien“) bestehen aus den drei Entitäten Bookmark, Social Tag und Nutzer. Folksonomien lassen sich auf vielfältige Weise auswerten und interpretieren. In der Lehrveranstaltung erfolgen eine umfassende Einführung in das Thema sowie Übungen zur Auswertung und Charakterisierung von Folksonomien.</u></p>
<u>Niveaustufe / Level</u>	<p><u>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</u></p>
<u>Lehrform / SWS</u>	<p><u>4 SWS. Die Veranstaltung findet als Kombination von Vorlesung, Gruppenarbeit und Übungen statt. Zur Vorbereitung der Sitzungen und zur Vertiefung des Wissens muss regelmäßig ein gewisses Lesepensum (DE/EN) bewältigt werden.</u></p>
<u>Arbeitsaufwand / Workload</u>	<p><u>128 Stunden</u></p>
<u>Units (Einheiten)</u>	
<u>Notwendige Voraussetzungen</u>	<p><u>Diese Veranstaltung kann nur von Bachelor-Studenten belegt werden.</u></p> <p><u>Voraussetzung für die Teilnahme ist die Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung. Mit dieser Erklärung wird der Umgang mit im Rahmen der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellten Daten geregelt.</u></p>
<u>Empfohlene Voraussetzungen</u>	

<u>Häufigkeit des Angebots</u>	
<u>Anerkannte Module</u>	<u>Siehe § 19 ABPO</u>
<u>Medienformen</u>	
<u>Literatur</u>	<p><u>Bertram, Jutta (2009): Social Tagging – Zum Potential einer neuen Indexiermethode. In: Information, Wissenschaft & Praxis 69 (1), S. 19–26.</u></p> <p><u>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</u></p>

Modul 7650: Evaluation der h_da-Publikationswelt

Modul- bezeichnung	Evaluation der h_da-Publikationswelt (Evaluation of h_a-Publikationswelt. (Indexing Consistency and Retrieval Quality))
Belegnummer	7650
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort- liche(r)	Prof. Dr. Gerhard Knorz
Dozent(in)	Prof. Dr. Gerhard Knorz
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektergebnis, dessen schriftliche Darstellung und Reflektion sowie dessen Prä- sentation.
Sprache	deutsch

<p>Inhalt</p>	<p>Stichpunkte: Semantische Netze als Technologie der Publikationsplattform, die Hochschulontologie (Themenwelt) als die semantische Basis der h_da Publikationswelt, verschiedene Formen von Informationsbedarf, Indexierungskonsistenz, Retrievaltest, Retrievalmaße (Precision und Recall), Micro- und Makro-Maße, Tabellenkalkulation zur Testorganisation, -Auswertung und Ergebnisdarstellung, Konkordanzanalyse als Hilfsmittel zur Auswertung von Indexierungen.</p> <p>Im Zentrum des Projekts steht die neue Publikationsplattform der Hochschule Darmstadt mit einem Themennetz von mehr als 100.000 Begriffen, die in erster Linie aus dem Thesaurus des Fachinformationszentrums Technik und dem Schlagwortkatalog des Bibliotheksverbundes Hebis stammen und die im Sommersemester 2012 im Rahmen eines informationswissenschaftlichen Projekts um die Themen des Fachbereichs Media ergänzt wurden.</p> <p>Nach einer Einführung in die Technologie semantischer Netze mit dem Werkzeug K-Infinity als Basis der h_da-Publikationsplattform organisiert sich das Projekt in Arbeitsgruppen für insgesamt folgendes Arbeitsprogramm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen der Publikationsplattform • Erfahrungen mit der bestehenden Ontologie der Publikationsplattform und mit dem Dokumenteninput inklusive Autorenindexierung sammeln • Beschäftigung mit der Frage nach der Qualität von Indexierungen. Planung eines Versuchsaufbaus mit der Möglichkeit einer effizienten Auswertung (Indexierungskonsistenz und gegebenenfalls weitere Kennzahlen) • Durchführung des Indexierung-Experimentes. Auswertung, Darstellung der Ergebnisse und Interpretation • Beschäftigung mit der Frage nach der Qualität von Retrievalergebnissen. Definition von zwei verschiedenen Retrieval-Szenarien. • Herstellung aller Voraussetzungen für zwei Varianten eines Retrievaltests. • Durchführung der Retrievaltest. Suswertung, Darstellung der Ergebnisse und Interpretation. • Ableitung Qualitäts-verbessernder und -sichernder Maßnahmen für die h_da-Publikationswelt • Formulierung offener Fragen im Hinblick auf die Retrievalqualität der Publikationsplattform. <p>Software – Für den Einblick in die Technologie und die inhaltliche Ausgestaltung der h_da-Publikationswelt verwenden wir die Software K-Infinity, die ein kooperatives verteiltes Arbeiten unterstützt. Zur Auswertung verschiedener paralleler Indexierungen wird eine Freeware-Software zur Konkordanzanalyse benutzt. Zur weiteren Organisation der Experimente und zu deren Auswertung in Ergebnisdarstellung mit Excel eingesetzt.</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Teilnehmer sollen durch die Veranstaltung in die Lage versetzt werden, die Anforderungen an die Retrievalqualität einer Publikationsplattform in einen Testaufbau für Recherche und zugrundeliegende Prozesse (Indexierung) umzusetzen, um im zweiten Schritt durch das Experiment aussagekräftige Kennzahlen ermitteln und zu interpretieren. Gleichzeitig sollen sie Erfahrung damit sammeln, verteilt und doch koordiniert und im Team zu arbeiten</p>
<p>Niveaustufe / Level</p>	<p>Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)</p>
<p>Lehrform / SWS</p>	<p>Projekt (4SWS)</p>

Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Semantik I und II, Information Retrieval
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	Projektarbeit und Kommunikation über die Lernplattform
Literatur	<p>Kuhlen, Rainer; Seeger, Thomas; Strauch, Dietmar (Herausgeber): Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation. München: K.G. Saur Verlag 2004, speziell Kapitel B2 und B3</p> <p>Böving et al., 2011: Fit For the Future – a Semiautomatic Growing Ontology to Answer University Needs. Seite 145-153 in: Proceedings von CERC2011 Collaborative European Research Conference, 14. bis 15. Januar 2011, Cork Ireland</p> <p>Auf h_da-Publikationsplattform verfügbar</p> <p>Lewandowski, Dirk: Web Information Retrieval. Technologien zur Informationssuche im Internet. Frankfurt am Main: DGI 2005 (Ockenfeld, M. (Hr.): Informationswissenschaft, Bd. 7). Speziell: Kapitel 9 Retrievaltests</p> <p>Weitere Literatur auf der Lernplattform</p>

Themenbereich: Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium

Modul 7901: Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium (SuK) 1

Modul-bezeichnung	Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium (SuK) 1
Belegnummer	7901
Studiengang / Verwendbarkeit	Die Lehrveranstaltungen des gesamten Moduls stehen allen Studierenden der Hochschule Darmstadt offen, abhängig von den Curricula der jeweiligen Studiengänge.
Modulverantwortliche(r)	Studienbereichsleitung des SuK-Begleitstudiums
Dozent(in)	Lehrende des SuK-Begleitstudiums
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Referat und/oder Hausarbeit und/oder Klausur. Die Modulnote ergibt sich aus dem Mittelwert der Noten der Modulteilprüfungen.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Das Modul umfasst Lehrveranstaltungen aus folgenden Themenfeldern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeit, Beruf & Selbständigkeit (AB&S) • Kultur & Kommunikation (K&K) • Politik & Institutionen (P&I) • Wissensentwicklung & Innovation (W&I) <p>Gestaffelt nach Einführungslevel („SuK-Modul I“) und Vertiefungslevel („SuK-Modul II“) für Grundlagen- und Vertiefungsstudium können Lehrveranstaltungen aus beiden Bereichen belegt werden.</p> <p>Beispiele aus dem SuK-Programm</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modul I: Grundfragen der Philosophie; Psychologie und Gesellschaft; Sprache im technischen Zeitalter; Internetrecht; Technikethik; Personalentwicklung • Modul II: Europa – Vom Mythos zur EU; Asymmetrie und Gewalt; Internationale Märkte; Interkulturelle Kommunikation; Existenzgründung: BWL; Medienrecht; Technik und Geschlecht <p>Es können auch Sprachkurse (wenn entsprechend mit CP und einer Benotung versehen) aus dem Sprachenzentrum als Lehrveranstaltung belegt werden.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die fachübergreifenden Kompetenzen befähigen zur fachkundigen und kritischen Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext, zu zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie zu interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation. Die fachübergreifenden Kompetenzen schließen Kompetenzen mit Berufsfeld (Schlüsselkompetenzen) als auch solche ohne (unmittelbaren) Berufsbezug (Studium Generale) ein.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung und/oder Seminar (4 SWS)

Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modul 7902: Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium (SuK) 2

Modul-bezeichnung	Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium (SuK) 2
Belegnummer	7902
Studiengang / Verwendbarkeit	Die Lehrveranstaltungen des gesamten Moduls stehen allen Studierenden der Hochschule Darmstadt offen, abhängig von den Curricula der jeweiligen Studiengänge.
Modulverantwortliche(r)	Studienbereichsleitung des SuK-Begleitstudiums
Dozent(in)	Lehrende des SuK-Begleitstudiums
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Referat und/oder Hausarbeit und/oder Klausur. Die Modulnote ergibt sich aus dem Mittelwert der Noten der Modulteilprüfungen.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Das Modul umfasst Lehrveranstaltungen aus folgenden Themenfeldern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeit, Beruf & Selbständigkeit (AB&S) • Kultur & Kommunikation (K&K) • Politik & Institutionen (P&I) • Wissensentwicklung & Innovation (W&I) <p>Gestaffelt nach Einführungslevel („SuK-Modul I“) und Vertiefungslevel („SuK-Modul II“) für Grundlagen- und Vertiefungsstudium können Lehrveranstaltungen aus beiden Bereichen belegt werden. Beispiele aus dem SuK-Programm</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modul I: Grundfragen der Philosophie; Psychologie und Gesellschaft; Sprache im technischen Zeitalter; Internetrecht; Technikethik; Personalentwicklung • Modul II: Europa – Vom Mythos zur EU; Asymmetrie und Gewalt; Internationale Märkte; Interkulturelle Kommunikation; Existenzgründung: BWL; Medienrecht; Technik und Geschlecht <p>Es können auch Sprachkurse (wenn entsprechend mit CP und einer Benotung versehen) aus dem Sprachenzentrum als Lehrveranstaltung belegt werden.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die fachübergreifenden Kompetenzen befähigen zur fachkundigen und kritischen Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext, zu zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie zu interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation. Die fachübergreifenden Kompetenzen schließen Kompetenzen mit Berufsfeld (Schlüsselkompetenzen) als auch solche ohne (unmittelbaren) Berufsbezug (Studium Generale) ein.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Vorlesung und/oder Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden

Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Praxismodul

Modul 8000: Bachelor Praxismodul

Modulbezeichnung	Bachelor Praxismodul
Belegnummer	8000
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Praxisbeauftragte(r) der Studiengänge Informationswissenschaft
Dozent(in)	Professorinnen und Professoren im Bachelorstudiengang
Dauer	1 Semester
Credits	15 CP
Prüfungsart	Bewertete Prüfungsleistung: Arbeitsbericht über das Berufspraktische Projekt. Unbewertete Prüfungsvorleistung: Seminarvortrag in der begleitenden Lehrveranstaltung
Sprache	Deutsch
Inhalt	Das Modul besteht aus einer mindestens 360 Arbeitsstunden umfassenden Praxisphase (12 CP) und einer Begleitveranstaltung (3 CP). Die Praxisphase kann in Vollzeit oder unter Beibehaltung des Gesamt-Workloads studienbegleitend über einen entsprechend verlängerten Zeitraum absolviert werden. Die Praxisphase kann auf 2 Zeiträume bei 2 Praxisstellen verteilt werden. Näheres zur „Berufspraktischen Phase“ regelt die Anlage 4 (Praxisordnung) der BBPO für den Bachelorstudiengang Informationswissenschaft.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Das Praxismodul dient dem Kennen lernen und der Reflexion der Anforderungen, Arbeits- und Rahmenbedingungen sowie berufsbezogenen Einsatzfelder der zukünftigen Absolventen. Dabei soll das ganze Spektrum an zukünftigen potenziellen Arbeitsfeldern als Einsatzgebiete der berufspraktischen Phase ausgeschöpft werden. Zudem wird auf eine zeitliche und thematische Verknüpfung von Praxis- und Abschlussmodul abgezielt.
Niveaustufe / Level	
Lehrform / SWS	
Arbeitsaufwand / Workload	375 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss aller Module der ersten drei Semester.
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester, in der Regel im Übergang bzw. in der vorlesungsfreien Zeit vom Wintersemester zum Sommersemester bzw. im Übergang vom 5. Semester in das 6. Semester.

Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	

Abschlussmodul

Modul 9010: Bachelor Abschlussmodul

Modul-bezeichnung	Bachelor Abschlussmodul
Belegnummer	9010
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prüfungsausschussvorsitzende(r) des Bachelorstudiengangs
Dozent(in)	Professorinnen und Professoren im Bachelorstudiengang
Dauer	1 Semester
Credits	15 CP
Prüfungsart	Bewertete Prüfungsleistung: Bachelorarbeit (dreifaches Gewicht) und mündliches Kolloquium (einfaches Gewicht) gemäß § 23(8) ABPO. Die Note des Abschlussmoduls geht mit doppeltem Gewicht (d.h. mit einem Gewicht von 30 CP) in die Berechnung des Mittelwerts nach § 15 Absatz 6 ABPO ein.
Sprache	Deutsch
Inhalt	Das Abschlussmodul des Studiengangs im Sinne von § 21 ABPO ist im sechsten Semester vorgesehen und besteht aus der Bachelorarbeit mit Kolloquium. Die Kandidatin oder der Kandidat wird zum Kolloquium zugelassen, wenn die Abschlussarbeit bestanden ist. Nach Abschluss der Bewertung der Bachelorarbeit werden die Ergebnisse der Arbeit in einem Kolloquium gemäß § 23 Absatz 6 ABPO vorgestellt und diskutiert. Es gelten die Bestimmungen des § 11 Absatz 4 ABPO.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Abschlussarbeit soll zeigen, dass die Kandidatin oder der Kandidat fähig ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Problemstellung aus dem Bereich der Informationswissenschaft selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
Niveaustufe / Level	-
Lehrform / SWS	-
Arbeitsaufwand / Workload	375 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Bei der Meldung müssen alle für die ersten fünf Semester vorgesehenen Module mit Ausnahme von höchstens zwei Wahlpflichtmodulen bestanden sein.
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	
------------------	--