Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

Themenbereich: Business Information Engineering

Modul-bezeichnung	Web 2.0 für Information Professionals
Belegnummer	4106
Studiengang / Verwendbarkeit	Masterstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Referat und Hausarbeit
Sprache	Deutsch
Inhalt	Web 2.0- und Social Media-Plattformen in ausgewählten, für Informationsexperten relevanten Anwendungsfeldern
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Befähigung zum (informations-)wirtschaftlichen Umgang mit den Web 2.0 bzw. Social Media-Plattformen. Diese sollen im Rahmen dieses Projektmoduls an ausgewählten Anwendungsfeldern aus dem Social-Web-Anwendungsspektrum angestoßen und vertieft werden. Befähigung zur Planung und Anwendung, sowie kritische Beurteilung elektronischer Informationsmärkte sowie Schlagwort-basierte Prognosemethoden zur Vorbereitung und Bewertung betrieblicher Entscheidungen und zur (spieltheoretischen) computer-aided Marktsimulation (Market Engineering). Die Auseinandersetzung mit dem informationswirtschaftlichen Market Engineering ermöglicht die gezielte Qualifikation zur Analyse von individuellen (Informations- und Produkt-)Anforderungen von unterschiedlichen Marktteilnehmern sowie zur Gestaltung und Weiterentwicklung von adäquaten Markt- und Verhandlungsmechanismen (Konzepte, Plattformen, Geschäftsmodelle, Vertriebsstrategien). Auf dem Weg vom Informations- zum Entscheidungsarchitekten, hier mit dem Anwendungsschwerpunkt des Business Information Engineering: Web 2.0 und später Web 3.0. Inhaltlich-fachliche und softwaregestützte Befähigung zum Business Information Engineering, d.h. durch strukturiertes, systematisches und theoretisch fundiertes Vorgehen (Wirtschafts-) Informationsflüsse und -Informationsprodukte unter (informations-)technischen, informationswissenschaftlichen betriebs- und volkswirtschaftlichen und rechtlichen Aspekten analysieren, aufbereiten, gestalten, bewerten, on- und offline präsentieren und vor allem wirtschaftlich nutzen und managen können, z.B. bezüglich der Güte- und Produktanforderungen, Markttransaktionen, Allokation, Akzeptanz, Verbundeffekte, Rechtssicherheit, Hard- und Software, Netzstrukturen, Kommunikationskosten. In der Lage sein, Anforderungen von unterschiedlichen Marktteilnehmern zu analysieren sowie die Markt- und Verhandlungsmechanismen zu verstehen und weiter zu entwickeln (Konzepte, Plattformen, Geschäftsmodelle, Vertriebsstrategien, Personalisierungs- und Recommendersysteme).
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)

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

Stand: 02.05.2012, 12:00:00