Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

Themenbereich: Business Information Engineering

Modul-bezeichnung	Business Intelligence im Marketing - Daten richtig interpretieren und visualisieren (Business Intelligence in Marketing)
Belegnummer	4218
Studiengang / Verwendbarkeit	Masterstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dozent(in)	Clemens Weins
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektarbeit
Sprache	Deutsch
Inhalt	In diesem Block-Seminar sollen die Grundlagen für Business Intelligence vermittelt werden. Auf den Grundlagen aufbauend sollen die Studenten einen Marketing-Plan-Spiel durchführen, in dem sie Daten (stellt kuehlhaus zur Verfügung) aus verschiedenen Quellen erhalten und diese in einen Kontext bringen, um Marketingmaßnahmen ableiten zu können. Die Studenten müssen eine Projektarbeit im Team erstellen, die einen fertigen Marketingmaßnahmenkatalog präsentieren auf Basis der gewonnen Informationen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	• Die gängigen Tool zur Erstellung von BI-Dashboards kennen • Fähigkeit der Vernetzung von richtigen Daten zu aussagekräftigen KPIs • Dashboards erstellen • Marketing-Maßnahmen kennen und diese Einsetzen auf Basis von KPIs
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	• Planung und Reporting: Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und Big-Data-Analytics von Dietmar Schön • Business Intelligence von Roland M. Müller und Hans-Joachim Lenz

Stand: 08.10.2018, 12:02:28