



Master-Studiengang

Wirtschaftsinformatik

Modulkatalog

WS 18/19

Stand: 22 Oktober 2018

Falls Sie ältere Versionen des Modulkatalogs benötigen, setzen Sie sich bitte mit dem Dekanat der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät in Verbindung (dekanat.wiwi@uni-passau.de).

Für alle aufgeführten Veranstaltungen des Modulkatalogs gelten die Studien- und Qualifikationsvoraussetzungen gemäß der jeweiligen Prüfungs- und Studienordnung.

Inhaltsverzeichnis

LVA-Nr. Modultitel

31362	Unternehmensbewertung (PN 262710)	3
31814	Finanzcontrolling II (PN 262140)	5
32820	Organizational and Competitive Strategy - Lecture (PN 264190)	8
33820	Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement (PN 264950)	10
34540	Kundenmanagement (PN 264940)	12
35299	Game Theory (PN 261002)	14
35500	Multivariate Verfahren (PN 201504)	17
35520	Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung - Empirische Wirtschaftsforschung Teil 2 (PN 261131)	19
35621	Computational Statistics - Regression in R (PN 261170)	20
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R (PN 261170)	22
35777	Methoden der Ökonometrie I (PN 261120)	24
35787	Methoden der Ökonometrie II (PN 261120)	26
37500	IT-Management für Fortgeschrittene (Master) (PN 283003)	28
37504	IT-Services und IT-Servicemanagement (Master) (PN 266180)	31
37820	Softwareengineering im SAP-Umfeld für Fortgeschrittene (Master) (PN 266520)	34
37826	Text Mining in den Wirtschaftswissenschaften (Master) (PN 281001)	36
37828	Entwicklungspraktikum: Technologiegestützte Geschäftsanwendungen (PN 283010)	39
39602	Electronic Markets (PN 266200)	41
39606	Masterseminar "Telekommunikations- und Internetwirtschaft" - Geschäftsmodelle und Strategien in der Internetwirtschaft (PN 266210)	43
39607	Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft (PN 283001)	45

31362 Unternehmensbewertung (PN 262710)

Moduleinordnung	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen
Dozenten	Florian Kaiser
Inhalt des Moduls	Die Vorlesung „Unternehmensbewertung“ behandelt eines der interessantesten und komplexesten Gebiete der BWL. Nach einer Systematisierung von Anlässen und Zwecken einer Bewertung ganzer Unternehmen oder Unternehmensteilen erfolgt ein Überblick über die theoretischen Grundlagen und relevanten Komponenten der Unternehmensbewertung. Den Schwerpunkt der Vorlesung bilden Discounted Cash Flow (DCF) – Ansätze sowie die entsprechende Ermittlung adäquater Kapitalkostensätze.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel ist die Vermittlung solider Kenntnisse der Unternehmensbewertung von Theorie und Praxis. Das angeeignete Wissen eignet sich zum Einsatz bei der Erstellung und kritischen Analyse von Wertgutachten aller Art, sei es als Controller, Wirtschaftsprüfer oder Investmentbanker; Empfänger von Bewertungsgutachten werden sensibilisiert für Problemfelder und damit besser in der Lage sein, die Ergebnisse kritisch zu beurteilen. Des Weiteren sind die Themenfelder relevant für das Beteiligungscontrolling, Mergers & Acquisitions sowie die wertorientierte Steuerung von Unternehmen und Unternehmensteilen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Interaktive Vorlesung• Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundlegende Kenntnisse in Rechnungslegung und Investitionsrechnung werden empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung: 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit; 45 Std.

	<p>Eigenarbeitszeit) Übung: 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit; 45 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	262710
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>a) Klausur 100 % oder b) Klausur 90% + 10 % durch fakultative semesterbegleitende Leistung (unter Vorbehalt; Bei geeigneter Teilnehmerzahl kann der Lehrstuhl eine freiwillige semesterbegleitende Leistung anbieten, durch welche bis zu 6 Bonuspunkte (10% der Endklausur) erworben werden können. Diese werden zur erreichten Punktzahl der Endklausur addiert.)</p>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Ballwieser, Wolfgang: Unternehmensbewertung – Prozeß, Methoden und Probleme, 4. Aufl., Stuttgart 2013 • Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, 6. Auflage, München 2009 • Obermaier, Robert: Bewertung, Zins und Risiko, Frankfurt am Main 2004 • weitere Quellen werden vorlesungsbegleitend bekannt gemacht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Gastvorträge von Praktikern sind geplant. • Der Lehrstuhl behält sich vor, eine freiwillige semesterbegleitende Leistung anzubieten.

31814 Finanzcontrolling II (PN 262140)

Moduleinordnung	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen
Dozenten	Dr. Axel Buchner Prof. Dr. Niklas Wagner
Inhalt des Moduls	<p>Zielsetzung des Moduls „Finanzcontrolling II“ ist den Studierenden einen Überblick über die moderne Kapitalmarkttheorie zu vermitteln und deren Bedeutung für Entscheidungen im Investitions- und Finanzierungsbereich aufzuzeigen. Der Kurs startet mit einer kurzen Einführung in die Entscheidungstheorie unter Unsicherheit. Dem schließt sich eine umfassende Darstellung der Theorie der Portfolioselektion nach Markowitz an. Von der Theorie der Portfolioselektion wird der Bogen schließlich zur Bewertung von Investitionen gemäß der modernen Kapitalmarkttheorie geschlagen. Daraufhin werden wichtige Erweiterungen der Theorie der Portfolioselektion besprochen sowie deren Implementierung in der Software MATLAB aufgezeigt. Die Inhalte im Einzelnen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Entscheidungstheorie unter Unsicherheit• Theorie der Portfolioselektion nach Markowitz• Modellvarianten und Erweiterung der Theorie der Portfolioselektion• Kapitalmarkttheorie: Capital Asset Pricing Model (CAPM)• Multi-Faktorenmodelle und Arbitrage Pricing Theory (APT)• Portfoliooptimierung bei Transaktionskosten• Benchmark Relative Optimization• Robuste Portfoliooptimierung• Bootstrap Methoden und Portfolio Resampling• Portfoliooptimierung bei nicht-normalverteilten Renditen• Implementierung von Portfoliooptimierungsmodellen in MATLAB
Qualifikationsziele des Moduls	Die Veranstaltung vermittelt den Studierenden ein umfassendes Bild der wichtigsten Erkenntnisse der Theorie der Portfolioselektion sowie der modernen Kapitalmarkttheorie. Neben dem theoretischen Fundament wird den Studierenden zudem anhand von Fallbeispielen mit realen Daten aufgezeigt, wie

	die wichtigsten Modelle in der Software MATLAB umgesetzt werden können. Sie können auf Basis der erworbenen Kenntnisse in der Veranstaltung eine Masterarbeit im Bereich AFT in Angriff nehmen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht. Bearbeitung von Übungsaufgaben. Lösung und Präsentation von Übungsaufgaben
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Solide Grundkenntnisse in Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie werden empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester, 1 Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) Vorlesung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit und 70 Std. Eigenarbeitszeit) Übung 1 SWS (15 Std. Präsenzzeit und 35 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	262140
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Endklausur 60 Minuten Endklausur: 100%
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Huang, C.-F., Litzenberger, R. H. (1988): Foundations for Financial Economics, Elsevier, Amsterdam. • Greene, W. H. (2007): Econometric Analysis, Pearson, Upper Saddle River. • Markowitz, H. M. (1987): Mean-Variance Analysis in Portfolio Choice and Capital Markets, Blackwell, New York.

	<ul style="list-style-type: none"> • Prigent, J.-L. (2007): Portfolio Optimization and Performance Analysis, Chapman & Hall/CRC, Boca Raton. • Scherer, B. M., Martin, D. R. (2005), Modern Portfolio Optimization, Springer, New York
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Implementierung der theoretischen Modelle in MATLAB anhand von Fallbeispielen mit realen Daten. Kann unabhängig von Finanzcontrolling I gehört werden.</p>

32820 Organizational and Competitive Strategy - Lecture (PN 264190)

Applicability	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen
Name of instructor	Dr. Patrick Figge
Content	<p>This lecture focuses on the organizational and strategic challenges companies face in order to obtain a sustainable competitive advantage. It engages in an application-oriented analysis of intercompany interaction along the value chain. Using simple game theoretic models, we discuss how companies decide for strategic moves in order to attain competitive advantages.</p> <p>Amongst others, central topics will be pricing decisions, market entry decisions, intellectual property protection, network effects, and vertical relations within the value chain.</p>
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> • To understand concepts in the analysis of competition and strategy. • To master basic tools and instruments used in this analysis. • To apply the theoretical concepts to real-world examples. • To be able to evaluate corporate strategies and to analyze competitive environments.
Teaching	<ul style="list-style-type: none"> • Interactive lecture • Discussion of contents • Discussion of questions and case studies linked to the organizational and competitive strategy of companies • Interactive surveys and classroom experiments
Prerequisites	Bachelor degree in business sciences or a economics related field of studies.
Frequency of the course	winter term
Duration	1 Semester
Workload	<p>2 SWS (30 Std. Präsenzzeit 120 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is</i></p>

	<i>presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	5
Exam number	264190
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Final exam 60 minutes Final exam: 100%
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> • Besanko/Dranove/Shanley/Schaefer (2010): Economics of Strategy, John Wiley & Sons 2010 • Dixit/Nalebuff (2010): The Art of Strategy: A Game Theorist's Guide to Success in Business and Life, Norton Paperback • Selected essays and journal articles
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	<p>Guest lectures</p> <p>Lecture and exercise classes will be held in English.</p>

33820 Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement (PN 264950)

Moduleinordnung	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Dirk Totzek
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul behandelt die Bedingungen und Herausforderungen des Managements von Produkten bzw. Marken sowie der Kommunikation. Die Inhalte umfassen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präferenztheoretische Grundlagen des Konsumentenverhaltens • Modellierung und Messung der Kommunikationswirkung • Instrumente zur Budgetierung von Kommunikationsausgaben • Grundlagen für die Gestaltung und Führung von Marken • Messung des Markenerfolgs • Zentrale Entscheidungsfelder der Ausgestaltung und Führung von Produktprogrammen und Markenarchitekturen.
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen am Ende in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Methoden zur Führung von Produktprogrammen und Marken anzuwenden, • Methoden zur Bewertung und Steuerung von Marken einzusetzen, • Wirkungen von Kommunikationsmaßnahmen zu messen, • optimale Kommunikationsbudgets zu planen, • optimale Verteilungen von Kommunikationsbudgets über verschiedene Medien und über die Zeit zu planen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Kenntnisse in „Marketing“ und Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) werden nachdrücklich empfohlen.</p>
Häufigkeit des Angebots des	Dreisemesterturnus

Moduls	
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenz- und 120 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	264950
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (Dauer 60 Minuten, 100% der Gesamtnote) Basisliteratur: <ul style="list-style-type: none"> • Herrmann, A., Huber, F. (2009), Produktmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden. • Homburg, Ch. (2017), Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden. • Esch, F.-R. (2012), Strategie und Technik der Markenführung, 7. Aufl., München. • Shimp, T.A., Andrews, J.C. (2013), Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications, 9. Aufl., Stamford. Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Im Rahmen der Veranstaltung finden punktuell Gastvorträge statt.

34540 Kundenmanagement (PN 264940)

Moduleinordnung	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann Sebastian Schubach Franziska Bongers
Inhalt des Moduls	Inhalt der Vorlesung sind die Grundlagen des (datenbasierten) Kundenmanagements. Im Rahmen der Vorlesung lernen die Studierenden typische Problemstellungen des Kundenmanagements und deren Lösungsansätze kennen. Dazu werden grundlegende Methoden und Konzepte (z.B. Kundenakquise, Cross-Selling, Kundenbindung, Beschwerdemanagement und Churn) und deren Umsetzung in der Praxis besprochen.
Qualifikationsziele des Moduls	Mit Abschluss des Moduls haben die Studierenden folgende Fähigkeiten erlangt: <ul style="list-style-type: none"> - Grundverständnis des CRM-Ansatzes sowie des wertorientierten Kundenmanagements. - Verständnis für den Unterschied zwischen vergangenheitsbezogener Kundenbewertung und prognostizierter Kundenbewertung sowie deren jeweiligen Stärken und Schwächen. - Kenntnis von wichtigen Kundenmanagementstrategien und Kenngrößen. - Verständnis für die spezifischen Herausforderungen, die die Einführung eines wertorientierten Kundenmanagements mit sich bringt und geeignete Ansätze, diesen zu begegnen. - Kritische Auseinandersetzung mit typischen Kundenmanagementszenarien. - Ableitung von Kundenmanagementstrategien auf Basis der Schlüsselgrößen Customer Lifetime Value und Customer Equity.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundkenntnisse in "Marketing" sind vorteilhaft.
Häufigkeit des Angebots des	jedes Wintersemester

Moduls	
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit und 120 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	
Prüfungsnummer	264940
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Schriftliche Klausur am Semesterende (Dauer: 60 Minuten, 100% der Gesamtnote) Blattberg, Robert C., Byung-Do Kim und Scott A. Neslin (2008), Database Marketing: Analyzing and Managing Customers, Berlin: Springer. Kumar, V. and Werner Reinartz (2012), Customer Relationship Management: Concept, Strategy and Tools. Berlin: Springer. Aktuelle Forschungsliteratur aus internationalen Fachzeitschriften (wird im Rahmen der Vorlesung angegeben).
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Lehrveranstaltung wird durch Gastvorträge ergänzt werden.

35299 Game Theory (PN 261002)

Applicability	Methoden
Name of instructor	Prof. Dr. Hans Ziegler Prof. Dr. Sudhindra Shamanna vom T.A. Pai Management Institute (TAPMI) of Manipal, Karnataka
Content	This course introduces management students to the basics of Game Theory and its applications. Game theory helps in modeling real life conflict situations that involve decision making and the strategic issues that such decision making involves. The course will be largely driven through applications from the areas of business, politics, and social science.
Course objectives	<p>Course Description: This course introduces management students to the basics of Game Theory and its applications. Game theory helps in modeling real life conflict situations that involve decision making and the strategic issues that such decision making involves. The course will be largely driven through applications from the areas of business, politics, and social science.</p> <p>Prerequisites: Although actual mathematics will be kept to a bare minimum, the students should be comfortable with analytical thinking using mathematics. Knowledge of basic probability and statistics concepts is essential.</p> <p>Learning Outcomes: At the end of the course the students should be able to do the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Understand the fundamental theoretical foundations of Game theory. (b) Be able to read and understand books and other literature on Game theory and its applications. (c) Be able to communicate fundamental game theoretical concepts and their applications. (d) Be able to apply game theoretical concepts to strategic decision-making situations in the managerial context. (e) Appreciate that strategizing by individuals and organizations may lead to sub-optimal business decision-making, even under rationality.
Teaching	Classic lecture with exercises

Prerequisites	Bachelor-degree with mathematics at a level taught in business bachelor degree studies
Frequency of the course	unregelmäßig
Duration Workload	1 Semester Präsenzzeit: Vorlesung 22,5 h Übung 22,5 h Eigenarbeitszeit: Vorlesung 52,5 h Übung 52,5 h <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	5
Exam number	261002
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	1. Two multiple-choice-question quizzes. Ten marks each. 10 minutes. 2. Individual assignment. Ten marks. Home work. 3. Presentation. Ten marks. Group work. 4. Final exam. Thirty marks. 90 minutes.
Recommended literature	Essential Reading Avinash Dixit, Susan Skeath and David H.Reiley: Games of Strategy, 3rd edition (Viva Books) Recommended Reading 1. Avinash Dixit: The Art of Strategy (Viva Books) 2. Philip D. Straffin: Game Theory and Strategy. The Mathematical Association of America 3. Daniel Kahneman: Thinking Fast. Thinking Slow. Penguin. 4. Adam M. Brandenburger: Right Game: Use Game Theory to Shape Strategy. Harvard Business Review Press. 5. Dan Ariely: Predictably Irrational: The Hidden Forces that Shape Our Decisions. Harpercollins Online References 1. The article "Market for lemons: Quality uncertainty and market mechanism" may be found here and elsewhere: https://www.jstor.org/stable/1879431 2. Information on the "Cuban missile crisis" may be found here and elsewhere: https://www.history.com/topics/cold-war/cuban-missile-crisis

	3. http://www.gametheory.net/
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	

35500 Multivariate Verfahren (PN 201504)

Moduleinordnung	Methoden
Dozenten	Prof. Dr. Gertrud Moosmüller
Inhalt des Moduls	<p>Multivariate Verfahren sind ein wichtiger Bestandteil in der empirischen Forschungspraxis, insbesondere im Bereich der Marktforschung. In diesem Modul werden grundlegende Analysetechniken für multivariate Datenstrukturen sowie deren theoretische Fundierung behandelt.</p> <p>Das Modul umfasst folgende Themengebiete:</p> <ul style="list-style-type: none">o Korrelationsanalyseo Multivariate Varianzanalyseo Diskriminanzanalyseo Faktorenanalyseo Clusteranalyseo Logistische Regression
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Sowohl die grundlegenden strukturprüfenden als auch die strukturentdeckenden Verfahren werden in einer Vielzahl von Praxisbereichen angewendet und dienen der Entscheidungsunterstützung. Das Modul qualifiziert die Studierenden zur Anwendung multivariater Verfahren. Konkret bedeutet dies:</p> <ul style="list-style-type: none">o Die Studierenden kennen den Unterschied zwischen strukturprüfenden und strukturentdeckenden Verfahren.o Die Studierenden kennen die Voraussetzungen und Grundlagen, auf deren Basis die Verfahren angewendet werden können.o Sie wissen, für welche Sachverhalte diese Verfahren prinzipiell geeignet sind und können ihr Fachwissen auf Praxisbeispiele - auch mit Hilfe statistischer Standardsoftware – übertragen.o Sie sind in der Lage auf Basis dieser Veranstaltung eine statistikbezogene Masterarbeit zu schreiben.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none">o Interaktiver Frontalunterrichto Selbstständiges Berechnen von Praxisbeispielen durch die Studierendeno Anwendung einer geeigneten Software und eigenständige Output-Interpretation durch die Studierenden

Voraussetzungen für die Teilnahme	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 3 SWS (45 h Präsenzzeit, 60 h Eigenarbeitszeit) Übung 1 SWS (15 h Präsenzzeit, 30 h Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	201504
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur 90 Minuten
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> o HAIR, J. F.: Multivariate Data Analysis, 6. Aufl., Upper Saddle River, New Jersey 2006 o RUDOLF, M / MÜLLER, J.: Multivariate Verfahren. Eine praxisorientierte Einführung mit Anwendungsbeispielen in SPSS, Göttingen 2004
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	30% Online-Anteil (Interpretation Software-Outputs)

**35520 Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung -
Empirische Wirtschaftsforschung Teil 2 (PN 261131)**

Moduleinordnung	Methoden
Dozenten	Prof. Dr. Gertrud Moosmüller
Inhalt des Moduls	Besuch der Veranstaltung "Empirische Wirtschaftsforschung (Teil 1)" ist nicht Voraussetzung für die Teilnahme.
Qualifikationsziele des Moduls	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Der Besuch dieser Veranstaltung ist unabhängig vom Besuch der Vorlesung "Empirische Wirtschaftsforschung, Teil1" möglich!
Häufigkeit des Angebots des Moduls	
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	261131
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

35621 Computational Statistics - Regression in R (PN 261170)

Applicability	Methoden Wirtschaftsinformatik/Information Systems
Name of instructor	Dr. Joachim Schnurbus
Content	The course focuses on estimating regression models and evaluating the estimated specifications with the statistical software R. Model evaluation procedures discussed in class range from graphical methods, classic validation techniques and tests to simulation-based approaches. The effects of variables being measured on different scales and variable transformations are discussed. Dealing with different data structures such as cross-sections, time series, and panel data is also covered in class.
Course objectives	The course aims at providing students with a basic understanding, which regression models to employ for certain types of variables and data structures. A further course objective is to enable students to choose between competing model specifications and to judge if a given model is (severely) misspecified.
Teaching	Guided computer tutorials; students are expected to deepen their knowledge by completing self-contained R-exercises and by presenting/explaining code snippets.
Prerequisites	The course aims at students with a basic knowledge in statistics and complements some of the topics treated in 'Methods in Econometrics I and II'.
Frequency of the course	Usually each winter term
Duration	1 Semester
Workload	2 SWS (30 h attendance, 45-60 h self-study) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>

ECTS	3
Exam number	261170
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Final exam (60 minutes); R-skills are certified via a certificate when the final exam is passed.
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> - Kleiber, C. & A. Zeileis (2008), Applied Econometrics with R, Springer. - Field, A. & Miles, J. & Field, Z. (2012), Discovering Statistics using R, SAGE. - Wooldridge, J. (2013), Introductory Econometrics, 5Ed., South Western. - Greene, W.H. (2012), Econometric Analysis, Pearson. - Ligges, U. (2008), Programmieren mit R, Springer.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Course is taught in English.

35622 Computational Statistics - Statistical Learning in R (PN 261170)

Applicability	Methoden Wirtschaftsinformatik/Information Systems
Name of instructor	Dr. Joachim Schnurbus Markus Fritsch
Content	Statistical Learning sums up methods from computational statistics that are designed to deal with high dimensional, complex data sets. Various topics that facilitate modeling and gaining a deeper insight into high dimensional, complex data sets are introduced. Basic linear and nonlinear classification and regression techniques (e.g., lasso, trees, random forests, boosting, support vector machines) and their underlying principles are presented, applied, and discussed in class. Meta-parameter selection, model evaluation, and specification choice in practical settings are also covered in the course.
Course objectives	The course aims at providing participants with a basic understanding of some of the core concepts and building blocks of Statistical Learning. An additional goal of the course is to equip students with a variety of techniques to analyze high dimensional, complex data sets by means of the freely available statistical software R and to judge the appropriateness of the respective procedures for different data constellations.
Teaching	Guided computer tutorials; students are expected to deepen their knowledge by completing self-contained exercises in R.
Prerequisites	Knowledge of statistics and regression methods on master level and basic knowledge of R (e.g. via 'Computational Statistics – Regression in R').
Frequency of the course	Usually each winter term
Duration	1 Semester
Workload	2 SWS (30 h attendance, 45-60 h self-study) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week</i>

	<i>corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	3
Exam number	261170
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Final exam (60 minutes); R-skills are certified via a certificate when the final exam is passed.
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> - Kuhn, M. & Johnson, K. (2013), Applied Predictive Modeling, Springer. - Hastie, T., Tibshirani, R. & Friedman, J. (2009), The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction, 2Ed., Springer. - Efron, B., Hastie, T. (2016), Computer Age Statistical Inference, Cambridge University Press. - Torgo, L. (2017), Data Mining with R: Learning with Case Studies, 2Ed., CRC Press. - James, G., Witten, D., Hastie, T & Tibshirani, R. (2015), An Introduction to Statistical Learning: with Applications in R, Springer.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Course is taught in english.

35777 Methoden der Ökonometrie I (PN 261120)

Moduleinordnung	Methoden
Dozenten	Markus Fritsch
Inhalt des Moduls	<p>Kurs ist Basis der Masterausbildung im Bereich der Regressions- und Testverfahren für Querschnittsdaten.</p> <p>Themen sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurze Wiederholung der Inhalte einer Einführung in die Ökonometrie. - Tiefergehende Interpretationen der Kleinst-Quadrate (KQ) Methode und deren statistische Eigenschaften. - exakte versus asymptotische Methoden - generalisierte KQ Verfahren - Modellvalidierung- und -spezifikationsverfahren
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erlernen der Methoden und Interpretationsmöglichkeiten der (gewichteten) KQ Schätzung, u.a. OLS, (F)GLS, 2SLS, IV sowie von GMM und von empirisch relevanten Testverfahren. Grundverständnis etablieren, wann komplexe(re) Schätz- und Testverfahren bei der Arbeit mit Querschnittsdaten einzusetzen sind.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Interaktiver Frontalunterricht, Diskussion von Lehrinhalten, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen. Vertiefung durch Übungsaufgaben und Computerübungen.</p> <p>In der dazugehörigen Übung (35778) werden Übungsaufgaben besprochen.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Voraussetzung sind Kenntnisse, die den Inhalten der folgenden Kurse (auf Bachelorniveau) entsprechen: „Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler“, v.a. Matrixalgebra, „Statistik für Wirtschaftswissenschaftler“, v.a. Induktive Statistik, „Einführung in die Ökonometrie“, v.a. Regressions- und Testverfahren.</p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester

Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 h Präsenzzeit, 45 h Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 h Präsenzzeit, 45 h Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	261120
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Die Veranstaltungsnote ergibt sich damit zu 100% aus der Klausur (60 Minuten) am Veranstaltungsende.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> - Hsiao , C., Bodkin, R.G. & M.D. Intriligator (1996), Econometric Models, Techniques, and Applications, 2A., Prentice-Hall. - Davidson, R. & J.G. MacKinnon (2009), Econometric Theory and Methods, Oxford Univ. Press. - Hansen, B. (2017), Econometrics. http://www.ssc.wisc.edu/~bhansen/econometrics/ - Verbeek, M. (2012), A Guide to Modern Econometrics, 4A., Wiley. - Wooldridge, J.M. (2009), Introductory Econometrics. A Modern Approach. South-Western.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Die Theorie wird auch anhand von Beispielen in der Statistiksoftware R illustriert.</p> <p>Veranstaltung findet zwei mal pro Woche statt; Klausur zur Semestermitte.</p>

35787 Methoden der Ökonometrie II (PN 261120)

Moduleinordnung	Methoden
Dozenten	Markus Fritsch
Inhalt des Moduls	<p>Kurs ist Basis der Masterausbildung im Bereich der Regressions- und Testverfahren für Zeitreihen. Themen sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kurze Wiederholung der Inhalte einer Einführung in die Regressions- und Zeitreihenanalyse.- konzeptionelle Besonderheiten bei der Regressionsanalyse mit Zeitreihendaten (Trend, Saison) und deren Auswirkungen- Stationarität, Nichtstationarität und statistische Konzepte der Abhängigkeit- Autokorrelation und Heteroskedastie in Zeitreihenregressionen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erlernen der Methoden und Interpretationsmöglichkeiten von Regressionsmodellen für Zeitreihendaten. Neben der Bedeutung unterschiedlicher zeitreihenspezifischer Annahmen, den Auswirkungen von Annahmeverletzungen sowie formalen Tests zur Überprüfung der Annahmen, erwerben die Studierenden ein Grundverständnis, wann komplexe(re) Schätz- und Testverfahren bei Zeitreihendaten einzusetzen sind.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Interaktiver Frontalunterricht, Diskussion von Lehrinhalten, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen. Vertiefung durch Übungsaufgaben und Computerübungen.</p> <p>In der dazugehörigen Übung (35788) werden Übungsaufgaben besprochen.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Kenntnis und Verständnis von Regressionsanalysen (z.B. aus „Methoden der Ökonometrie I“). Vorkenntnisse in Zeitreihenanalyse (z.B. aus Bachelorveranstaltungen) sind hilfreich, werden jedoch nicht vorausgesetzt.</p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Wintersemester

Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 h Präsenzzeit, 45 h Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 h Präsenzzeit, 45 h Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	261120
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Die Veranstaltungsnote ergibt sich zu 100% aus der Klausur (60 Minuten) am Semesterende.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> - Hsiao , C., Bodkin, R.G. & M.D. Intriligator (1996), Econometric Models, Techniques, and Applications, 2A., Prentice-Hall. - Davidson, R. & J.G. MacKinnon (2009), Econometric Theory and Methods, Oxford Univ. Press. - Hansen, B. (2017), Econometrics. http://www.ssc.wisc.edu/~bhansen/econometrics/ - Wooldridge, J.M. (2009), Introductory Econometrics. A Modern Approach. South-Western. - Kirchgässner, G. J. Wolters & U. Hassler (2013), Introduction to Modern Time Series Analysis, 2A., Springer.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Die Theorie wird auch anhand von Beispielen in der Statistiksoftware R illustriert.</p> <p>Veranstaltung findet zwei mal pro Woche statt; Klausur am Semesterende.</p>

37500 IT-Management für Fortgeschrittene (Master) (PN 283003)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Dozenten	Prof. Dr. Thomas Widjaja
Inhalt des Moduls	<p>Das Ziel des betrieblichen IT-Managements ist der bestmögliche Einsatz der Ressource Information. Der wesentliche Fokus dieses Managementbereichs liegt damit auf denjenigen technischen Systemen, die digitale Informationen verarbeiten, speichern und übertragen. Daher ergeben sich im Zuge der Verbreitung von „Cloud Computing“, „Serviceorientierten Architekturen“ und „Big Data Analytics“ zahlreiche aktuelle Chancen und Herausforderungen für das IT-Management. Im Rahmen des Moduls wird zunächst ein Überblick über die Aufgaben und Ziele des IT-Managements gegeben. Zudem werden aktuelle Herausforderungen des IT-Managements diskutiert und unter anderem die folgenden Themenfelder behandelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wertbeitrag von IT 2. IT-Governance 3. IT-Outsourcing und insbesondere Cloud Computing 4. Geschäftsanwendungen 5. IT-Sicherheitsmanagement 6. Business Intelligence und Big Data 7. IT-Architekturmanagement und insbesondere Serviceorientierte Architekturen 8. IT-Standardisierung 9. IT-Integration nach Unternehmenszusammenschlüssen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel des Moduls ist es, grundlegendes Wissen zu den Zielen, Aufgaben und Methoden des IT-Managements zu vermitteln. Nach dem Besuch der Veranstaltung können die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... die wissenschaftliche Diskussion zum Wertbeitrag von IT nachvollziehen. • ... die wesentlichen Typen der IT-Governance benennen und deren Vor- und Nachteile diskutieren. • ... den ökonomischen Nutzen von IT-Outsourcing und insbesondere Cloud Computing einschätzen.

	<ul style="list-style-type: none"> • ... die wesentlichen Typen von Geschäftsanwendungen abgrenzen. • ... die Aufgaben von Business Intelligence beschreiben und in das IT-Management einordnen. • ... die Ziele und ausgewählte Methoden des IT-Architekturmanagements erklären und anwenden. • ... die Vor- und Nachteile von IT-Standardisierung abwägen. • ... die wesentlichen IT-Integrationsstrategien benennen und deren Einsatz nach Unternehmenszusammenschlüssen bewerten.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit, Praktische Übung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Wirtschaftsinformatik“. Erfolgreicher Besuch des Moduls „IT-Management“ (oder vergleichbare Wissensvoraussetzung) empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils im Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) Übung 1 SWS (15 St. Präsenzzeit und 60 St. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	283003
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur (60 Minuten) - Gewichtung: 100 %
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Krcmar, H. (2015). Informationsmanagement, 6. Auflage, Springer Gabler: Heidelberg • Lehner, F., Wildner, S., Scholz, M. (2008): Wirtschaftsinformatik. 2. Auflage, Hanser: München (Kapitel 6: IT-Management)

	<ul style="list-style-type: none">• Weitergehende Literatur wird in der Veranstaltung empfohlen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge

37504 IT-Services und IT-Servicemanagement (Master) (PN 266180)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Dozenten	Prof. Dr. Thomas Widjaja
Inhalt des Moduls	<p>Die Vorlesung setzt sich mit den zentralen Managementaufgaben zur Erbringung von IT-Services auseinander. Folgende Themen werden unter anderem behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hintergrund und Kontext: IT-Governance, IT-Management, IT-Kosten, IT-Produktivitätsparadoxon • Grundbegriffe: Services, IT-Services, IT-Prozesse, IT-Outsourcing, Serviceorientierte Architektur (SOA), Webservices • IT-Service-Management: Aufgaben des IT-Service-Managements, Modelle und Rahmenkonzepte (ITIL, COBIT, TOGAF), Unterstützung durch Software-Werkzeuge • IT-Service-Markt: Marktstruktur, Anbieter, Marktvolumen, Entwicklung • IT-Servicequalität: Das Verfahren „SERVQUAL“ zur Messung der Servicequalität sowie IT-spezifische Anpassungen (z. B. e-SERVQUAL) • IT-Business-Alignment: Strukturelles und soziales IT-Business-Alignment
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel des Moduls ist es, den Studierenden eine prozess- und serviceorientierte Sicht auf den IT-Einsatz in Organisationen zu vermitteln. Nach dem Besuch der Veranstaltung können die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... die wichtigsten Grundbegriffe aus dem Bereich des IT-Service-Managements erklären. • ... IT-Services korrekt spezifizieren. • ... IT-Service-Kataloge erstellen, die an den Anforderungen der Organisation ausgerichtet sind. • ... die Basisprozesse aus der IT Infrastructure Library (ITIL) beschreiben. • ... Organisation bei der Entscheidung unterstützen, ob ein IT-Service selbst erstellt oder vom Markt bezogen werden sollte. • ... Verfahren zur Messung der IT-Servicequalität anwenden.

	<ul style="list-style-type: none"> • ... die Wirkung von IT-Service-Management auf IT-Business-Alignment erklären. <p>Die Studierenden verstehen die für das IT-Service-Management erforderlichen Methoden und Konzepte (Theorie- und Methodenwissen) und können sie auf typische Aufgabenstellungen (z. B. Kosten-/Nutzenbetrachtungen, Vorbereitung von strategischen Entscheidungen) anwenden (Anwendungswissen).</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit, Praktische Übung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Wirtschaftsinformatik“. IT-Management sowie Geschäftsprozessmanagement aus dem Bachelor-Studiengang Wirtschaftsinformatik oder gleichwertige Kenntnisse empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils im Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	266180
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur (60 Minuten)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Zur Einführung wird folgender Aufsatz empfohlen: Rai A, Sambamurthy V (2006) Editorial Notes. The Growth of Interest in Services Management: Opportunities for Information Systems Scholars. Information Systems Research 17(4): 327-331.

	<ul style="list-style-type: none">• Weitere Literaturhinweise folgen zu Beginn der Lehrveranstaltung.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge

37820 Softwareengineering im SAP-Umfeld für Fortgeschrittene (Master) (PN 266520)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Dozenten	Dr. Maximilian Reiter
Inhalt des Moduls	<p>Softwareentwicklung im SAP-Umfeld gemäß dem Softwareentwicklungszyklus mit Programmierbeispielen aus der professionellen Praxis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement, -planung und -controlling • agile Entwicklung mit Scrum • UML und Design Patterns • Grundlagen der ABAP-Entwicklung • Moderne Oberflächenentwicklung mit SAP Gateway und UI5 • Qualitäts- und Testmanagement • Sicherheitsaspekte in der Programmierung • Softwarearchitektur • SAP Hana (Cloud) Platform
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, eine professionelle Programmierumgebung für die Entwicklung von Unternehmenssoftware verwenden zu können. Am Beispiel von SAP Entwicklungsumgebungen sollen sie Verständnis für moderne serviceorientierte Architekturen gewinnen und diese zur Entwicklung von Applikationen nutzen können. Die Bedeutung von branchenspezifischen Lösungen soll erkannt und Lösungen erarbeitet werden.</p> <p>Eignung zur kritischen Reflektion der aktuellen, einschlägigen wissenschaftlichen Fachliteratur.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Frontalunterricht mit starker Förderung von Diskussion • integrierte praktische Übungen in der SAP-Programmierungsumgebung • Einbindung externer Referenten von der msg Systems AG • Case Studies als Entwicklungsplattform
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Kenntnisse aus den Veranstaltungen "Betriebliche Anwendungssysteme" und "Praktikum zu ERP-Systemen" im Bachelor Wirtschaftsinformatik (dies schließt Fertigkeiten im Umgang mit und im</p>

	Verständnis von ERP-Systemen ein), Programmierkenntnisse in ABAP und Java empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	266520
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur (120 Min.; 100 % der Gesamtnote) Die Anmeldung zur Klausur hat zu den vom Zentralen Prüfungssekretariat vorgegebenen Fristen über HISQIS zu erfolgen.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Das Modul ist stark auf die Vermittlung moderner Entwicklungsmethoden am Beispiel von Case- Studies und ihre Behandlung am System ausgerichtet. Sie schließt zahlreiche praktische Teile am Rechner ein. Die praktischen Teile werden in der professionellen Umgebung eines SAP- Softwarehauses umgesetzt.

37826 Text Mining in den Wirtschaftswissenschaften (Master) (PN 281001)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Dozenten	Dr. Nora Fteimi
Inhalt des Moduls	<p>Gegenstand dieses Moduls ist es, den Studierenden einen Überblick über den Bereich „Text Mining“ zu geben und dabei die Verbindung zu übergeordneten Themen wie "Data Mining" und "Business Intelligence" aufzuzeigen.</p> <p>Im Vordergrund des Kurses steht dabei sowohl die methodische Herangehensweise an das Thema, als auch die praktische Umsetzung und Erprobung verschiedener Techniken und computerlinguistischer Verfahren zur Verarbeitung des Wissensrohstoffs Text. Der Kurs gliedert sich in verschiedene Bereiche auf. Nach einem Gesamtüberblick über die Inhaltsanalyse als etablierte Forschungsmethode in der Wirtschaftsinformatik, wird ein inhaltlicher Bogen zum zweiten Teil des Kurses, dem Text Mining, gespannt.</p> <p>Neben den verschiedenen methodischen Ansätzen zur Handhabung und Verwaltung von textuellen Datenbeständen, sollen konkrete Algorithmen und Verfahren zur Analyse und Auswertung dieser Textdaten aufgezeigt werden. Die Studierenden lernen anschließend, ausgewählte Software-Lösungen und deren Möglichkeiten und Grenzen kennen, mit deren Hilfe die großen Textbestände effizient und automatisiert ausgewertet werden können, und erfahren, worin dabei die Unterschiede zu manuellen Textanalysen bestehen.</p> <p>Ein Überblick über verschiedene Anwendungsgebiete und -szenarien aus dem Blickwinkel der Wirtschaftsinformatik rundet das Thema ab und zeigt auf, welchen Mehrwert Unternehmen wie Facebook und Twitter aus Textanalysen erzielen können.</p> <p>Zusammen mit den Studierenden soll dabei auch diskutiert werden, welche Datenschutzaspekte und Probleme mit dem Text Mining einhergehen und wie hierfür ein geeignetes Problembewusstsein geschaffen werden kann.</p>

	<p>Inhaltsüberblick:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Einführung und Überblick • Einführung und Grundlagen zur Inhaltsanalyse als Forschungsmethode in der Wirtschaftsinformatik • Überblick über die Themengebiete "Business Intelligence" und "Data Mining" • Grundlagen des Text Mining • Aufgaben und Prozessschritte im Text Mining • Algorithmen und Methoden im Text Mining • Vorstellung und Überblick über verschiedene technische Lösungen zur Unterstützung der Aufgaben des Text Mining • Computerlinguistische Aufbereitung und Analyse von Textbeständen • Anwendungsszenarien des Text Mining in der Wirtschaftsinformatik • Chancen und Risiken des Text Mining
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen in der Lage sein, Methoden und Techniken des Text Mining effizient einsetzen zu können und dabei die Vorteile manueller sowie softwarebasierter Lösungen zu erkennen und in kombinierter Weise zu verwenden. Zudem sollten die Studierenden verstehen, wie mit wissenschaftlich fundierten Methoden Lösungsansätze für Probleme, die in der Praxis auftreten können, entwickelt werden können. Über interaktive Gruppenarbeit und den Einbezug wissenschaftlicher Literatur sollen diese Ziele unterstützt werden und die Studierenden den Bezug und die Rolle des Text Mining in der Wirtschaftsinformatik erkennen.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Interaktiver Frontalunterricht, Gruppendiskussionen, Fallstudien, Bearbeitung von anwendungsorientierten Übungsaufgaben und Rechnerübungen</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit wissenschaftlich fundierter Literatur sowie Interesse an der Thematik. • Grundkenntnisse in R.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	<p>jeweils im Wintersemester</p>
Länge des Moduls	<p>1 Semester</p>

Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	281001
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Klausur (50 % der Gesamtnote) • Bewertung der Übungsleistung (50 % der Gesamtnote)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Aktuelle Literaturliste wird am Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Vorlesung wird unterstützt durch das Online-Learning-Management-System der Universität Passau (Stud.IP). Hier finden Sie alle relevanten Vorlesungsunterlagen sowie weitere Hinweise und können begleitend zur Vorlesung Fragen stellen, Vorschläge machen und sich an der Diskussion zu den einzelnen Themen beteiligen.

**37828 Entwicklungspraktikum: Technologiestützte
Geschäftsanwendungen (PN 283010)**

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Dozenten	Prof. Dr. Franz Lehner Dr. Alexander Keller
Inhalt des Moduls	Ziel des Moduls ist es, das im Studium erworbene Wissen auf eine Aufgabenstellung aus der Praxis anzuwenden. Der theoretische Teil umfasst die Vermittlung agiler Projektmethoden sowie domänen-spezifischer Besonderheiten bei der Entwicklung moderner Unternehmensanwendungen. Im Mittelpunkt des Moduls steht die Umsetzung der vermittelten Konzepte sowie die selbstständige Aneignung zusätzlicher Konzepte zur Lösung der Aufgabenstellungen mittels neuer Technologien wie z.B. Cloud Computing. Dies umfasst u.a. das Ableiten von Anforderungen, sowie die Konzeption und Implementierung eigener Lösungen im Team. Die Studenten trainieren selbstständiges Arbeiten, die kritische Reflexion eigener Lösungen und die Präsentation der umgesetzten Ideen, Konzepte und Ergebnisse in verschiedenen praxisnahen Formen.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Teilnehmer sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - Architekturen moderner Unternehmenssoftware zu verstehen und darauf aufbauend eigene Erweiterungen zu konzeptionieren und zu programmieren. - „User Stories“ hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit technologisch und wirtschaftlich zu bewerten und selbstständig Lösungsvorschläge daraus abzuleiten. - aktuelle Technologien für die Konzeption und die Implementierung eigenen Applikationen zu verwenden. - komplexe Aufgabenstellungen mittels agiler Projektmethoden im Team zu lösen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbständige Bearbeitung eines Gesamtprojektes im Team, Präsentationen, moderierte Teamsitzungen und Workshops.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Projektseminar richtet sich an fortgeschrittene Masterstudierende mit Vorwissen in den Bereichen Anwendungsentwicklung, Software Engineering, Datenbanken, IT-Management und Datenanalyse.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester (Wintersemester 2018/2019)
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Praktikum 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 120 Std. Eigenarbeitszeit) Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	283010
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Projektaufgabe wird im Team bearbeitet. Bewertung der Projektergebnisse (100 % der Gesamtnote) mit einer Note am Ende des Semesters (inkl. entwickelte Geschäftsanwendung, Zwischendokumente, Projektplanung und -umsetzung, System- und Benutzerdokumentation des fertigen Systems)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird am Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

39602 Electronic Markets (PN 266200)

Applicability	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Name of instructor	Prof. Dr. Jan Krämer
Content	<p>The establishment of the Internet as an information and communication platform has led to a flourishing Internet trade. However, electronic marketplaces and platforms exhibit some features which make them different from traditional marketplaces. In electronic markets trade is by and large independent of time and space and can therefore encompass a much larger customer group. In particular network effects play a major role, and influence competition in electronic markets. Moreover, the design of electronic markets exhibits more degrees of freedom than traditional marketplaces, which can be used for strategic differentiation.</p> <p>The lecture lays a methodological foundation in two-sided markets and platform economics, experimental economics and various (auction) market models and pays particular attention to strategic aspects of market design. This includes particularly the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategies in electronic markets with network effects - Strategies in two-sided electronic markets - Strategic design of Internet auctions (single unit auctions, adword auctions), also under consideration of bidders' psychology.
Course objectives	The aim of the module is to establish an understanding for the economic basics and firms' strategies in electronic markets. The students will be able to analyse business models and competition in the Internet economy.
Teaching	<ul style="list-style-type: none"> - Interactive lecture - Tutorial
Prerequisites	<p>Gem. § 3 der Prüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftsinformatik (Business Computing).</p> <p>Basic knowledge in economics and game theory is</p>

	highly recommended. Ideally, but not necessarily, basic knowledge of the Internet economy.
Frequency of the course	every winter term
Duration	1 Semester
Workload	Lecture 2 SWS (30 hrs. attendance and 45 hrs. self-study) Tutorial 2 SWS (30 hrs. attendance and 45 hrs. self-study) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	5
Exam number	266200
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Final exam 60 minutes - 100 %
Recommended literature	Parker, G., van Alstyne M., Choudary S. (2016). Platform Revolution. W. W. Norton & Company, Inc. Krishna, V. (2010). Auction Theory (2nd ed). Elsevier Belleflamme, P & M. Peitz (2010). Industrial Organization: Markets and Strategies. Cambridge University Press.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	- All teaching material in English language - Teaching language if desired and requested also in English

**39606 Masterseminar "Telekommunikations- und Internetwirtschaft"
- Geschäftsmodelle und Strategien in der Internetwirtschaft (PN
266210)**

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Dozenten	Oliver Zierke Nadine Stüdlein
Inhalt des Moduls	Erstellung einer Seminararbeit der Studierenden aus dem Themenbereich der Internet- und Telekommunikationswirtschaft. Diese muss problemorientiert sein und Eigenleistungen in Form einer kritischen Auseinandersetzung mit Literaturmeinungen bzw. einer Diskussion der wissenschaftlichen Methodik enthalten. Als mündliche Leistung sind Problemstellung, Ziele und Vorgehen der Arbeit sowie die Ergebnisse der Untersuchung zu präsentieren und zu diskutieren.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erwerben Kenntnisse über den Themebereich Telekommunikations- und Internetwirtschaft sowie die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und können ihr Forschungsthema wissenschaftlich analysieren und interpretieren. Sie entwickeln die Fähigkeiten, die Fachliteratur zu einer spezifischen Fragestellung systematisch und strukturiert zu erfassen und die Inhalte zusammenzufassen und zu bewerten. Sie erwerben Kenntnisse der Präsentations- und Kommunikationstechniken und können ihre fachbezogenen Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	- Individuelle Erstellung einer Seminararbeit - Präsentation der Seminararbeit - Diskussion der Ergebnisse
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Wirtschaftsinformatik“. Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Sommer- oder Wintersemester (ggf. beides)

Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Seminar 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit und 180 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	266210
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Für die erfolgreiche Teilnahme am Seminar müssen eine schriftlich und mündliche Leistungen erbracht werden. Die schriftliche Leistung umfasst eine 15-seitige Hausarbeit. Die mündlichen Leistungen bestehen aus der Präsentation der eigenen Arbeit (ca. 20 Minuten) sowie aktiver Diskussion der eigenen und anderen Arbeiten. Gewichtung: 70% Seminararbeit 30% mündliche Leistung
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anmeldung erfolgt über den Lehrstuhl. Weitere Informationen finden Sie auf der Lehrstuhl Homepage.

39607 Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft (PN 283001)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems
Dozenten	Prof. Dr. Jan Krämer Dr. Daniel Schnurr Oliver Zierke Victoria Fast Bastian Haberer Nadine Stüdlein
Inhalt des Moduls	Das Kolloquium ermöglicht den Studierenden die eigene Masterarbeit im Plenum zu präsentieren und zu diskutieren. Sowie Einblicke in weiterführende Forschungsarbeiten von Doktoranden und weiteren Wissenschaftlern.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Reflektion des eigenen wissenschaftlichen Vorgehens - Verständnis für wissenschaftliches Arbeiten - Präsentationsfähigkeiten - Umgang mit Kritik und Umsetzen kritischer Anmerkungen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte - Präsentation einzelner Themen durch die Studierenden sowie von Doktoranden
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftsinformatik oder Business Administration. Das Modul ist begleitend zur Erstellung der Masterarbeit zu absolvieren.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Kolloquium 1 SWS (15 Std. Präsenzzeit und 15 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	1

Prüfungsnummer	283001
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	keine Note, nur Vergabe von Leistungspunkten
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Eine erste Literaturliste wird im ersten Betreuungsgespräch zur Verfügung gestellt.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Das Modul ist für Studierende, die am Lehrstuhl die Masterarbeit schreiben verpflichtend. Bitte die Regelungen zur Anmeldung von Abschlussarbeiten am Lehrstuhl beachten. Die Zulassung zur Abschlussarbeit gilt als Voraussetzung für die Teilnahme am Kolloquium.

Modulzuordnung

Interdisziplinäres Vertiefungsangebot

Zur persönlichen Profilbildung können in diesem Gebiet bei bestehender Fachnähe ergänzende Lehrveranstaltungen aus weiteren Studiengängen gewählt werden. Die beiden Lehrveranstaltungen „IT-Sicherheitsrecht aus öffentlich-rechtlicher Perspektive (PN 462410, WS) und „IT-Sicherheitsrecht aus zivilrechtlicher Perspektive (PN 462420, SS) sind grundsätzlich wählbar und sind zur Anmeldung in HISQIS freigeschaltet. Für weitere Veranstaltungen stellen Sie bitte einen formlosen schriftlichen Antrag an die Vorsitzende oder den Vorsitzenden der Prüfungskommission für den Masterstudienang Wirtschaftsinformatik.

Methoden

35299	Game Theory
35500	Multivariate Verfahren
35520	Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung - Empirische Wirtschaftsforschung Teil 2
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
35777	Methoden der Ökonometrie I
35787	Methoden der Ökonometrie II

Wirtschaftsinformatik/ Informations Systems

37500	IT-Management für Fortgeschrittene (Master)
37504	IT-Services und IT-Servicemanagement (Master)
37820	Softwareengineering im SAP-Umfeld für Fortgeschrittene (Master)
37826	Text Mining in den Wirtschaftswissenschaften (Master)
37828	Entwicklungspraktikum: Technologiegestützte Geschäftsanwendungen
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
39602	Electronic Markets

39606	Masterseminar "Telekommunikations- und Internetwirtschaft" - Geschäftsmodelle und Strategien in der Internetwirtschaft
-------	--

39607	Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft
-------	---

Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

31362	Unternehmensbewertung
-------	-----------------------

31814	Finanzcontrolling II
-------	----------------------

32820	Organizational and Competitive Strategy - Lecture
-------	---

33820	Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement
-------	--

34540	Kundenmanagement
-------	------------------