

Anlage 2: Modulbeschreibung zum konsekutiven Studiengang Data Science mit dem Abschluss Master of Science**Modul zu Anwendungsfeldern (Wirtschaftswissenschaften)**

Modulnummer	W46
Modulname	Big Data Management/Database Marketing
Modulverantwortlich	Professur Wirtschaftsinformatik – Geschäftsprozess- und Informationsmanagement Professur Wirtschaftsinformatik II, insbesondere Systementwicklung und Anwendungssysteme in Wirtschaft und Verwaltung
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Big Data Management <ul style="list-style-type: none"> – Überblick über Herausforderungen und Lösungsansätze des Managements von Big Data, d. h. von großen, polystrukturierten Datenbeständen – Hadoop Distributed File System (HDFS), MapReduce, NoSQL-Datenbanken, Big Data Analytics, Organisatorische Herausforderungen in Big-Data-Projekten • Database Marketing <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen zu Informationsstrukturierung, konzeptioneller Datenmodellierung und Datenbanksystemen – Aufbau und Komponenten von Datenbanksystemen – Entwicklungsprozess von Datenbanken – Datenbanksprachen – Anwendungen im Bereich des Database Marketing <p><u>Qualifikationsziele:</u> Big Data Management: Die Studenten sollen Einsatzmöglichkeiten und Herausforderungen von Big Data kennenlernen, ein grundlegendes Wissen der Technologien erlangen und die Umsetzbarkeit bzw. mögliche Anwendungsfälle im betrieblichen Kontext beurteilen können. Hierbei steht vor allem auch die Analyse großer, polystrukturierter Datenbestände im Vordergrund.</p> <p>Database Marketing: Die Studenten erlangen grundlegende methodische und technologiespezifische Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des Database Marketing. Dabei sollen sie die Bedeutung und die Einsatzpotenziale von Datenbanksystemen im Kontext von Database Marketing kennenlernen. Zudem werden sie in die Lage versetzt, die wesentlichen Funktionalitäten und Techniken von Datenbanksystemen zur Verwaltung und Auswertung von Kundendaten zielgerichtet einzusetzen.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Big Data Management (1 LVS) • Ü: Big Data Management (2 LVS) <p>oder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Database Marketing (2 LVS) • Ü: Database Marketing (1 LVS) •
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	Grundlagen Datenbanken, Data Warehousing, Business Intelligence
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Big Data Management (Prüfungsnummer 65215) <p>oder:</p>

Anlage 2: Modulbeschreibung zum konsekutiven Studiengang Data Science mit dem Abschluss Master of Science

	<ul style="list-style-type: none">• 60-minütige Klausur zu Database Marketing (Prüfungsnummer 65305)
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 5 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 150 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.