§ 35 Masterstudiengang Digital Business & Marketing Intelligence

(1) Zielsetzung des Studiums

Der Studiengang befähigt dazu, datengetriebene, intelligente Entscheidungen in zunehmend digitalisierten Unternehmen zu treffen. Dies betrifft vorrangig die Digitalisierung von Produkten und Services (Digital Business) sowie deren Vermarktung (Marketing Intelligence). Studierende werden auf Managementpositionen mit Führungsfunktion vorbereitet.

Dieses Masterstudium ist für Absolventinnen und Absolventen der Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik Plus und Internet & Online-Marketing geeignet. Das Nähere regelt die Zulassungssatzung der Hochschule Ravensburg-Weingarten.

(2) Studiendauer

Die reguläre Studiendauer beträgt drei Semester. Davon sind zwei Semester als Theoriesemester vorgesehen, das dritte Semester dient zur Anfertigung der Masterthesis.

(3) Teilnahme, Leistungsnachweise und Prüfungen

Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Module sowie die jeweils zugehörige Studien- und Prüfungsleistung sind in den nachfolgenden Tabellen 1-3 aufgeführt.

Um mit der Masterthesis beginnen zu dürfen, müssen mindestens 50 ECTS der ersten beiden Fachsemester gemäß Tabelle 1 erbracht sein.

In Tabelle 1 werden die folgenden Abkürzungen verwendet:

Art der Veranstaltung		Prüfungsleistungen	
V	Vorlesung	**D**	Dokumentation
Ü	Übung	**K(xx)**	Klausur mit Dauer in xx Minuten
P	Praktikum	**M**	Mündliche Prüfung
S	Seminar	**PF**	Portfolio
PR	Projekt	**PA**	Praktische Arbeit
		KQ	Vortrag mit Befragung (Kolloquium)

(4) Profile

Jede oder jeder Studierende wählt eines der zwei Profile (s. Tabellen 2 und 3):

- Digital Marketing
- Digital Business Technology

(5) Wahlmodule

Die Studierenden können im festgelegten Umfang (siehe Tabelle 1) ein Wahlmodul aus einer Liste von Wahlmodulen wählen, die jedes Semester veröffentlicht wird. Dort wird auch die Art der Prüfungsleistung veröffentlicht. Auf Antrag kann nach Genehmigung durch den Prüfungsausschuss auch ein Wahlmodul aus dem weiteren Studienangebot der Hochschule Ravensburg-Weingarten oder aus dem Angebot anderer Hochschulen gewählt werden. Als Wahlmodul können nur Module gewählt werden, die inhaltlich von den Pflichtmodulen deutlich verschieden sind.
Alle anderen von der oder dem Studierenden frei gewählten Module bzw. Veranstaltungen sind Zusatzmodule bzw. -veranstaltungen. Sie werden nicht in die Berechnung der Gesamtnote einbezogen, aber auf Antrag im Zeugnis gegebenenfalls mit Note aufgeführt.

(6) Masterthesis

Die Masterthesis wird in der Regel an der Hochschule Ravensburg-Weingarten und ggfs. in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen durchgeführt. Ausnahmen bedürfen der Zustimmung der oder des Vorsitzenden des Prüfungsausschusses. Es gelten die Regelungen des § 10 des Allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge der Hochschule Ravensburg-Weingarten in der jeweils gültigen Fassung.

Nach Abschluss werden die Ergebnisse der Masterthesis in einer öffentlichen Veranstaltung (Kolloquium) an der Hochschule Ravensburg-Weingarten präsentiert.

Tabelle 1: Masterstudiengang Digital Business & Marketing Intelligence

Themen	**Modul**	**Lehrveranstaltung**	**Zugeordnetes Fachsemester**				**Benotete Prüfungs-leistung**
				1	2	3	
			Art	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	
Digital Business & Marketing Intelligence	Strategie, Organisation & Leadership	Strategie, Organisation & Leadership	V oder S	5/4			PF oder K90
	Digitale Produkte & Services	Digitale Produkte & Services	V oder S		5/4		PF oder K90
	Data Science & Artificial Intelligence	Data Science & Artificial Intelligence	V+Ü		5/4		M
	Management Science	Management Science	V+Ü	5/4			PF oder K90
	Advanced Controlling	Advanced Controlling	V+Ü	5/4			K90
	International Digital Business	International Digital Business	V+Ü		5/4		K90
Profil	(siehe Tabelle 2,3)			5/4	10/8		
Schlüssel-qualifikationen	Innovations- und Transferkompetenz	Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung	S	3/2			PF
		Innovations- und Transferkompetenz	S	5/4			
		Wissenschaftliches Arbeiten	S	2/2			
Wahlmodul	Wahlmodul	Wahlmodul			5/4		§34 (5)
Thesis	Thesis	Kolloquium zur Thesis				4/0	KQ
		Thesis				26/0	D
Summe ECTS/SWS				**30/24**	**30/24**	**30/0**	

Tabelle 2: Profil: Digital Marketing

Themen	**Modul**	**Lehrveranstaltung**	**Zugeordnetes Fachsemester**				**Benotete Prüfungs-leistung**
				1	2	3	
			Art	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	
Digital Marketing	Advanced Digital Marketing	Advanced Digital Marketing	V+Ü		5/4		PF oder K90
	Customer Journey Intelligence & Konversionsoptimierung	Customer Journey Intelligence & Konversionsoptimierung	V+Ü		5/4		PF oder K90
	Digitale Markenführung	Digitale Markenführung	V+Ü	5/4			PF oder K90

Tabelle 3: Profil: Digital Business Technology

Themen	Modul	Lehrveranstaltung	Zugeordnetes Fachsemester				Benotete Prüfungs-leistung
				1	2	3	
			Art	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	
Digital Business Technology	Entwicklung digitaler Produkte	Entwicklung digitaler Produkte	V+Ü		5/4		K90
	Software Engineering for Manager	Software Engineering for Manager	V+Ü		5/4		PF
	Advanced Cloud Computing	Advanced Cloud Computing	V+Ü	5/4			PF