



HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences



Master of Science
in Business
Administration

Master of Science in Business Administration

Modulbeschreibungen

Major Information & Data Management

Inhalt

Diese Broschüre enthält Kurzbeschreibungen der einzelnen Modulinhalte. Detaillierte Beschreibungen der Module inkl. Prüfungsleistungen finden Sie unter folgendem Link:

[Einzelne Modulbeschreibungen](#)

Zielsetzung und Studieninhalte

Die zunehmende Digitalisierung erfasst und transformiert jeden Unternehmensbereich – von der Weiterentwicklung der Unternehmensprozesse und Kundenerlebnisse bis hin zu neuen Geschäftsmodellen. Dies stellt Organisationen aller Art vor enorme Herausforderungen. Der innovative Major Information and Data Management im Studium Master of Science (MSc) in Business Administration reagiert auf diese Entwicklungen und bildet Sie für die Herausforderungen der digitalen Transformation aus. Sie lernen, mit geeigneten Verfahren, Instrumenten und Technologien Daten aufzubereiten, zu finden und auszuwerten. Zudem erwerben Sie fundierte Kenntnisse für die Umsetzung digitaler Aspekte in anspruchsvollen Beratungs- und Managementprojekten.

Das Masterstudium umfasst die Modulgruppen General Management sowie Research Methods, den Major Information & Data Management sowie die Studienarbeiten.

Major Information & Data Management

| | | |
|--------------------------|---|--|
| Information Technology | Advanced Web Technologies | Die Studierenden beschäftigen sich mit dem Aufbau, der Funktionsweise und dem Einsatz zeitgemässer technologischer Systeme im World Wide Web. Dazu gehören Themen wie HTML5, Cloud-Dienste und Mobile Web Applications. |
| | Knowledge Representation and Semantic Technologies | Die Studierenden setzen sich mit semantischen Techniken zur Bewältigung grosser Datenvolumen auseinander und setzen eine aus der Praxis entnommene Problemstellung mittels semantischer Technologien um. |
| | Information Security | In diesem Modul werden technologische und soziale Konzepte der Datensicherheit, der Datenintegrität und des Datenschutzes vermittelt. |
| Information Presentation | User Interface Design | Die Studierenden lernen den gesamten Entwicklungsprozess beim Design einer Benutzeroberfläche kennen. Sie erfassen die Nutzerbedürfnisse, leiten die Anforderungen aus dem Nutzungskontext ab und entwickeln eigene Mockups und Prototypen. |
| | Information Visualisation | Die Studierenden lernen, Gestaltungs- und Visualisierungskonzepte in der Praxis umzusetzen. Sie strukturieren mittels einschlägiger Visualisierungssoftwares grosse Datenmengen und bereiten diese für unterschiedliche Zielgruppen anschaulich auf. |
| Information Management | Introduction to Data Management & Analysis | Die Studierenden lernen die wesentlichen Schritte des Data Managements sowie zentrale Verfahren der Datenbeschaffung und -verwaltung kennen. Zudem werden Konzepte für die Analyse von einfachen Datenbeständen präsentiert und explorative statistische statistische explorative Verfahren zur Datenanalyse vorgestellt. |
| | Collaborative Knowledge Management | In diesem Modul werden den Studierenden sowohl theoretische als auch praktische Wissensmanagement-Strategien für Organisationen vermittelt. Dazu gehören Einsatz- und Nutzungsszenarien sowie die Integration von Social-Media-Modellen für das kollaborative Wissensmanagement. |
| | Advanced Information Retrieval | Die Studierenden eignen sich fundierte Kenntnisse über die technischen/mathematischen Hintergründe aktueller Retrievalsysteme an und lernen moderne Ansätze aus der Forschung kennen. |
| | Topics in Information Science | Die Studierenden erhalten exemplarisch einen Einblick in aktuelle informationswissenschaftliche Fragestellungen und lernen, informationswissenschaftliche Themengebiete wie Informationsethik und Informationsökonomie richtig einzuschätzen und anzuwenden. |
| | Trends in Data Management | Die Studierenden beschäftigen sich mit aktuellen Themen rund um das elektronische Dokumenten- und Datenmanagement in Unternehmen. Angepasst an zeitnahe Entwicklungen, werden hier unter anderem Metadatenmodelle, Konzepte zur mehrfachen Nutzung von Records (z. B. Forschungsdaten) und deren Langzeitarchivierung in der Praxis behandelt. |

General Management

| | | |
|------------------------|-----------------------------------|---|
| Managing Stakeholders | Corporate Responsibility | Vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklung behandelt das Modul Corporate Responsibility (CR) unternehmerische Tätigkeiten im erweiterten gesellschaftlichen Kontext von Organisationen. Indem es Antworten anbietet, wie Unternehmen zielgerecht mit ihren Anspruchsgruppen und divergierenden gesellschaftlichen Erwartungen umgehen können, bezweckt das Modul, den Studierenden einen kritischen Blick auf das Trendthema CR zu vermitteln: Was verstehen wir unter zeitgemässer CR? Was ist gute CR und wie lassen sich CR-Programme verbessern? CR-Praxisfälle sensibilisieren die Studierenden für die Herausforderungen des verantwortungsvollen Handelns in der Praxis und befähigen sie dazu, einen konstruktiven Dialog mit dem Top-Management über dessen gesellschaftliche Verantwortung zu führen. |
| | Corporate Communication | Im Modul Corporate Communication lernen die Studierenden, wie gute Unternehmenskommunikation zum Erfolg einer Organisation beiträgt. Sie erhalten einen umfassenden Überblick über die Instrumente der Corporate Communication und verstehen, wie mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen adäquat kommuniziert wird. Im Zentrum stehen das Ausarbeiten von Kommunikationsstrategien, die Wahl der richtigen Kommunikationskanäle und das Platzieren von zielgruppengerechten Botschaften. Mithilfe von praxisorientierten Fallstudien, Vorträgen und Rollenspielen machen sich die Studierenden mit dem Zusammenspiel von interner und externer Kommunikation sowie der zunehmenden Komplexität der Kommunikationslandschaft infolge des zunehmenden Einsatzes digitaler Medien vertraut. Abschliessend wird die Evaluation der Wirkung der Kommunikationsmassnahmen diskutiert. |
| Managing Organisations | Digital Business | Das Modul Digital Business beschäftigt sich mit dem Einfluss der Digitalisierung auf Produkte, Dienstleistungen und Prozesse. Die Studierenden lernen digitale Geschäftsmodelle wie Online-Plattformen, E-Commerce, digitale Dienstleistungen, Web 2.0 und Social-Media-Anwendungen kennen. Sie verstehen deren Ertragsmechanik und erfahren, wie das Online-Marketing digitale Geschäfte unterstützen kann. |
| | Organisational Development | Das Modul Organisational Development vermittelt den Studierenden einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und Instrumente der Organisationsentwicklung und versetzt sie in die Lage, Modelle und Konzepte kritisch zu beurteilen. Die Studierenden lernen, den Prozess der Organisationsentwicklung sicher in verschiedensten Kontexten zu gestalten und zu begleiten und damit Organisationen erfolgreich weiterzuentwickeln. Alle behandelten Instrumente und Prozesse der Organisationsentwicklung werden sowohl auf Organisationsebene als auch auf Gruppenebene als soziales Phänomen betrachtet. |
| Managing People | Leadership | Das Modul Leadership basiert auf den Erkenntnissen der aktuellen Führungsforschung und vermittelt den Studierenden, welche Eigenschaften, Motive und Fähigkeiten erfolgreiche Führungskräfte auszeichnen, wie sich Führungskräfte verhalten und wie sie ihr Verhalten auf die jeweilige Führungssituation abstimmen. Das Thema wird anhand von wissenschaftlichen Texten sowie Inputreferaten erarbeitet, mit Fallstudien, Übungen und Rollenspielen vertieft und durch die Analyse des Führungsstils einer konkreten Führungskraft angewandt. |
| | Talent Management | Im Modul Talent Management erhalten die Studierenden einen umfassenden Einblick in diese aktuelle Thematik. Sie beurteilen die unterschiedlichen Umsetzungsmöglichkeiten des Talentmanagements hinsichtlich ihrer Chancen und Risiken und erhalten einen Einblick in die «Best Practices». Sie bilden sich eine Meinung zum «War for Talents» und erkennen die positiven und negativen Effekte von Talenternennungen. Des Weiteren identifizieren die Studierenden die Erfolgsfaktoren und Stolpersteine in Talentmanagement-Systemen. Als Gastdozent ist der langjährige ehemalige Personalchef der Swissair und Lufthansa Matthias Mölkeny im Einsatz. |

Research Methods

| | | |
|------------------|--------------------------------------|---|
| Research Methods | Research Design | Das Modul Research Design befähigt die Studierenden, sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden anzuwenden. Anhand der Bearbeitung eines eigenen Forschungsthemas lernen die Studierenden, relevante und aktuelle Veröffentlichungen für ausgewählte Themenfelder zu identifizieren und zu selektieren. Sie sind in der Lage, diese in einer Literaturübersicht zusammenzufassen, und entwickeln Forschungsfragen und Hypothesen für ein quantitatives Forschungsdesign. Auf dieser Basis wird ein Proposal für eine eigene Fragestellung abgeleitet und im Detail ausgearbeitet. |
| | Qualitative Research Methods | Die Studierenden lernen im Modul Qualitative Research Methods die wichtigsten Instrumente und Prozesse der qualitativen Forschungsmethodik kennen und sie für ihre eigenen Forschungsprojekte erfolgreich anzuwenden. Dabei lernen die Studierenden die Stärken und Schwächen einzelner Instrumente kennen und können das geeignete Vorgehen für spezifische Forschungsprobleme aufzeigen. Ferner werden die Studierenden befähigt, die Ergebnisse qualitativer Forschungsarbeiten kritisch zu beurteilen. |
| | Quantitative Research Methods | Das Modul Quantitative Research Methods beinhaltet eine anwendungsorientierte Einführung in die quantitativen Forschungsmethoden. Die Studierenden erlernen die Anwendung quantitativer Datenanalysetechniken in einem anwendungsorientierten Kontext mit Hilfe der Statistiksoftware «R». Spezielle Aufmerksamkeit gilt den möglichen Problemfeldern und deren Konsequenzen bei der Anwendung quantitativer Datenanalysetechniken. Die Studierenden werden befähigt, eigene quantitative Forschungsvorhaben umzusetzen und die Ergebnisse quantitativer Forschungsvorhaben kritisch zu beurteilen. |
| | Specific Research Methods | Das Modul Specific Research Methods bietet den Studierenden eine Plattform zur Diskussion ihrer Praxisprojekte mit ihren Mitstudierenden. Die Projektteams präsentieren die Ziele, Methoden und Resultate ihrer Projekte und erhalten ein kritisches Feedback ihrer Studienkolleginnen und -kollegen in Bezug auf Verbesserungsmöglichkeiten. Das Modul soll zur Qualität der Praxisprojekte beitragen, einen Einblick in unterschiedliche methodische Ansätze gewähren und das kritische Denken der Studierenden fördern. |

Kontakt

HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
Pulvermühlestrasse 57
7004 Chur
Schweiz

Telefon +41 81 286 24 85
Telefax +41 81 286 24 00
E-Mail masteridm@htwchur.ch

htwchur.ch/idm



Administration & Anmeldung

Catharina Feuerer
Telefon +41 81 286 39 69
Telefax +41 81 286 39 29
E-Mail catharina.feurer@htwchur.ch



Studienleitung

Prof. Dr. Wolfgang Semar
Telefon +41 81 286 24 13
Telefax +41 81 286 24 00
E-Mail wolfgang.semar@htwchur.ch



Beratung

Sharon Alt
Telefon +41 81 286 24 92
Telefax +41 81 286 37 38
E-Mail sharon.alt@htwchur.ch

HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
Pulvermühlestrasse 57
7004 Chur
Schweiz

Telefon +41 81 286 24 24

E-Mail hochschule@htwchur.ch



htwchur.ch/idm

