brand university
of applied sciences

digital

# Detaillierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Data-based Brand Management

# 1 Aufbau des Hochschulzertifikats Data-based Brand Management

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Dir das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschulzertifikat ist die hohe Flexibilität der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und das Hochschulzertifikat wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Dauer des Hochschulzertifikats ist auf 1 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel und kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Hochschulzertifikats erhältst Du eine umfassende persönliche Betreuung und profitierst von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschulzertifikats gestaltet sich sequenziell. Das Hochschulzertifikat besteht aus 2 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Onlineklausur im Multiple-Choice-Format abschließen. Onlineklausuren können jederzeit und ohne Vorankündigung direkt auf der Lernplattform absolviert werden. Nach einem positiven Antritt erhalten Teilnehmende automatisch Zugriff auf die darauffolgende LV. Nach Abschluss aller LVs erhalten Teilnehmende Zugriff auf die Aufgabenstellung der vertiefenden Hausarbeit im Ausmaß von ungefähr 5 – 8 Seiten. Insgesamt erhältst Du vollwertige 6 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

| Modulname | Leistungsnachweis | |
|---|---|---|
| **Data Science** | Multiple-Choice-Klausur | **6 ECTS (150 Stunden)** |
| **Artificial Intelligence** | Multiple-Choice-Klausur | |
| **Vertiefende Hausarbeit** | Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus | |

## 2 Lernergebnisse

Die Studierenden haben:

- ✓ ein breites und detailliertes Wissen darüber, wie Datenquellen identifiziert, genutzt und analysiert werden, um Marketingziele umzusetzen oder eine Strategie zu verbessern,
- ✓ ein Grundwissen über relevante Programmiersprachen für Datenverarbeitung, Analyse, Visualisierungsalgorithmen und -techniken,
- ✓ die instrumentelle Kompetenz zur Nutzung von Visualisierungstools, Dashboards und Reports,
- ✓ die systemische Kompetenz, geführte Auswertungen aus einer Datenperspektive vorzunehmen,
- ✓ ein Übersichtswissen über die Kerndisziplinen und Technologien der künstlichen Intelligenz,
- ✓ ein vertieftes Wissen zu den Einsatzmöglichkeiten von KI im Marketing und der Kommunikation,
- ✓ ein breites Wissen zu ethischen und rechtlichen Fragestellungen im Kontext anstehender Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft,
- ✓ die instrumentelle Kompetenz, Daten aufzubereiten sowie zu analysieren und darauf basierend eine KI-Strategie zur Problemlösung zu spezifizieren,
- ✓ die systemische Kompetenz zur geführten Evaluation von KI-Methoden in den Bereichen Marketing und Kommunikation.

# 3 Lehrinhalte und Beurteilung

## Lehrinhalte

- ✓ Datenquellen, Datensammlung und Datenintegration
- ✓ Bedeutung aus Daten extrahieren
- ✓ Erstellen Sie Datenvisualisierungen
- ✓ Computing für die Datenwissenschaft
- ✓ Anwendung von datenwissenschaftlichem Fachwissen zur Umsetzung von Marketing
- ✓ Definition von KI und Diskussion ihrer Chancen und Risiken
- ✓ Rechtliche und ethische Aspekte von KI
- ✓ Marktrelevanz von KI und ihren wichtigsten Geschäftsanwendungen besonders im Marketing
- ✓ Kerndisziplinen und Kerntechnologien der KI
- ✓ Maschinelles Lernen
- ✓ Verarbeitung natürlicher Sprache
- ✓ KI-Anwendungen in Marketing und Kommunikation, Programmatic Creation und Parametric Design
- ✓ Business Cases (Voraussetzungen, Planung, Ressourcen)

## Beurteilung

- ✓ Onlineklausur und vertiefende Hausarbeit