



digital business analytics.

Daten als Ressource und Wettbewerbsvorteil nützen

SHORT FACTS

- Dauer: 14 Präsenztage + 2 Onlinewochen
- ECTS: 20
- Sprache: Deutsch
- Teilnahmeentgelt: EUR 4.490,-
- Anrechenbar auf Executive Master-Studiengang Management & Leadership MSc

einführung.

„Information is the oil of the 21st century, and analytics is the combustion engine“, - dieses Zitat von Peter Sondergaard, Vizepräsident von Gartner Research, sagt viel über die Bedeutung von Daten, ihrer Analyse und Interpretation aus. Besonders Big Data spielen bei der zukünftigen Gestaltung von Unternehmensprozessen eine große Rolle.

Die digitale Transformation von Produkten und Dienstleistungen verändert das bestehende Wirtschaftsgefüge mit unaufhaltsamer Geschwindigkeit. Die Anwendung der innovativen Kommunikations- und Informationstechnologien und den damit verbundenen Möglichkeiten führt nicht nur zu neuen Produkt-Markt-Kombinationen, die Unternehmen in ihrer Gesamtheit betreffen. Durch die zunehmende Digitalisierung des Alltages und vieler Unternehmensbereiche entstehen große Datenmengen („Big Data“), die wiederum genutzt werden können.

Besonders die Analyse von internetbezogenen Informationen, wie z.B. Social Media Daten, E-Commerce Daten, Apps-Daten und Sensordaten stellen für Unternehmen neue und wertvolle Informationsquellen dar.

Der Lehrgang stellt die Grundlagen von Digital Business Analytics und Big Data Management (Web Analytics, Social Media Analytics, Apps Analytics) sowohl aus der Sicht des Managements als auch aus technischer Sicht dar. Besonderer Fokus wird dabei auf die Nutzung von digitalen Kundeninformationen für Marketingentscheidungen gelegt. Die Teilnehmer/innen erhalten ein umfassendes Bild über wesentliche Aspekte bei der Aufbereitung und Nutzung von großen digitalen Datenmengen für unternehmerische Entscheidungen und Handlungen.

zielgruppen.

- Unternehmer/innen, Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte oder sonstige Entscheidungsträger/innen, die mit ihrem Unternehmen den Schritt in die digitale Transformation und zur Industrie 4.0 wagen;
- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte oder sonstige Entscheidungsträger/innen, die sich mit diesem Zertifikats-Lehrgang auf den Umstieg in ein zukunftssträchtiges Berufsfeld vorbereiten möchten;
- Fachkräfte aus den Bereichen Marketing und Controlling, die von neuen digitalen Technologien profitieren und die ihnen bisher zur Verfügung stehenden Analysetools erweitern und optimieren möchten.

ziele / nutzen.

Nach Absolvierung des Zertifikats-Lehrgangs Digital Business Analytics

- können Sie aus unterschiedlichen internen und externen Datenquellen qualitativ hochwertige Analysen generieren;
- wissen Sie, wie Sie die erhobenen Daten als wichtige Unternehmens-Ressource nutzbar machen;
- verstehen Sie es, Daten zur Grundlage für unternehmerische Entscheidungen und Handlungen zu machen und digitale Strategien zu entwickeln;
- sind Sie in der Lage, Ihrem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil durch digitale Transformation zu verschaffen.

Dieser Zertifikats-Lehrgang kann auf den Master-Studiengang Management & Leadership MSc angerechnet werden.

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
DATENBANKSYSTEME & DATENMANAGEMENT	2	GOOGLE ANALYTICS*	2
Einführung und Überblick		Umgang mit Google Analytics	
Modernes Datenmanagement: Was wird unter Big Data verstanden und wie können große Datenmengen für den unternehmerischen Alltag genutzt werden?		Fallbeispiele & Praktische Tipps	
Datenbanksysteme und Datenmodellierung		Analyse der eigenen Website	
INTERNET OF THINGS & CLOUD COMPUTING	1 + 1 WOCHE ONLINE	VORGEHENSMODELLE	1
Grundzüge des Cloud Computing		Das CRISP-DM Modell (Cross Industry Standard Process for Data Mining) versteht sich als ein Best Practice Modell für die Implementierung von Data Mining Initiativen.	
Internet of Things (IoT)		Daten- und Informationsqualität	
Integration von Cloud Computing und IoT		RECHTLICHE ASPEKTE	1
Augmented Reality		Rechtliche Rahmenbedingungen	
DATENAUFBEREITUNG & MODELLIERUNG	1 + 1 WOCHE ONLINE	Grundverordnungen (DSGVO)	
Grundlagen der Datenanalyse basierend auf der freien Software R		INDUSTRIE 4.0 & SMARTE PRODUKTE / SYSTEME*	2
Was ist ein Data Warehouse? Wie ist dies in die gesamte Unternehmens IT einzubinden und welche Anwendungsszenarien ergeben sich daraus?		Zentrale Technologien	
Ermittlung und Beschreibung von Zusammenhängen: Descriptive Analytics		New Economy & Neue Geschäftsmodelle	
Modellierung für die Szenarienentwicklung: Predictive Analytics		Smarte Produkte & Services	
BUSINESS ANALYTICS*	2	Organisationaler Impact der Digitalisierung	
BI Business Intelligence / BA Business Analytics		CASE STUDIES	2
Praktische Anwendungsbeispiele mit aktuellen BA / BI Tools		Arbeiten an Fallstudien	
Visualisierung, Reporting, Dashboards		Integrative Gesamtschau & Learnings	
9 MODULE · 14 PRÄSENZTAGE** · 2 WOCHEN ONLINE · 20 ECTS			

* Diese Lehrveranstaltung kann auch als Einzelseminar gebucht werden. Beachten Sie dazu unser Seminarprogramm www.mci.edu/seminare.
 **exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeit, Abschlussarbeit, u.ä.

LEISTUNGSNACHWEISE

Im Rahmen der Zertifikats-Lehrgänge sind folgende Leistungsnachweise zu erbringen:

- Projektarbeiten: dienen dem Lern- und Umsetzungstransfer in die berufliche Praxis
- Abschlussarbeit: behandelt betriebliche Problemstellungen und Lösungsansätze
- Abschlussprüfung: Präsentation der Abschlussarbeit, Verteidigung und Diskussion

dozentinnen und dozenten (auszug).

FH-Prof. Dr. Reinhard Bernsteiner

MCI Lektor Department Management, Communication & IT,
Innsbruck / Tirol

Thomas Dilger, MA, BA

Senior Lecture Department Management, Communication &
IT, Innsbruck / Tirol

Ing. Marc Heiss, BA

Head of Analytics, TUI Austria Holding GmbH,
Innsbruck / Tirol

FH-Prof. Dr. Michael Kohlegger

Stv. Studiengangsleiter für Bachelor Web Business & Techno-
logy, Master Data Science & Intelligent Analytics, Master Web
Communication & Information Systems, FH Kufstein / Tirol

DDI Dr. Helmut Mößmer

Manager Process Management and Strategy, BMW AG,
München / Deutschland

Dr. Christian Ploder

MCI Lektor Department Management, Communication & IT,
Innsbruck / Tirol

wissenschaftliche leitung / wissenschaftlicher beirat.



Dr. Christian Ploder

Dr. Christian Ploder



R. Bernsteiner

FH-Prof. Dr. Reinhard Bernsteiner